
GAGASAN UTAMA DALAM ETIKA DAN FILSAFAT KOMUNIKASI

Kartini¹, Muhammad Hafizh Rafi'ie², Tri Maulidina³, Zuhri Hariansyah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

kartinisikumbang86@gmail.com¹, muhammadraffie56@gmail.com²,
trimanis1305@gmail.com³, zuhrihariansyah110405@gmail.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi untuk mengetahui etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak. Etika sering disebut filsafat moral. Etika merupakan cabang filsafat yang berbicara mengenai tindakan manusia dalam kaitannya dengan tujuan utama hidupnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi literatur yang serangkain kegiatan berkenan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat, serta mengolah data penelitian. Seperti jurnal-jurnal, buku, website. Etika membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia. filsafat adalah suatu pandangan tentang dunia dan segala hal di dalamnya. Terakhir, filsafat membuat suatu definisi pendahuluan yang menjadi dasar-dasar kepercayaan-kepercayaan kita.

Kata Kunci: ¹Gagasan, ²Utama, ³Etika, ⁴Filsafat, ⁵Komunikasi.

ABSTRACT

This research is motivated to find out what ethics means the science of what is usually done or the science of customs. In the Great Dictionary of the Indonesian Language, ethics is the science of moral principles. Ethics is often called moral philosophy. Ethics is a branch of philosophy that talks about human actions in relation to the main purpose of life. The method used in this study is a literature study method that is a series of activities that are compatible with the methods of collecting library data, reading, and taking notes, as well as processing research data. Such as journals, books, websites. Ethics discusses the good or bad or true behavior and actions of human beings and at the same time highlights human obligations. Finally, philosophy makes a preliminary definition that is the basis of our beliefs.

Keywords: ¹Idea, ²Main, ³Ethics, ⁴Philosophy, ⁵Communication.

A. PENDAHULUAN

Etika memiliki sifat dasar yaitu sifat kritis, jadi etika dapat di artikan sebagai suatu adat kebiasaan mana yang baik dan mana yang buruk. Ketika kita berbicara tentang etika sama halnya kita berbicara tentang pondasi kepada manusia untuk mengambil sikap yang rasional

kepada semua norma serta sebagai alat pemikir manusia sehingga tidak terombang ambing oleh norma yang ada.

Etika Dan Filsafat Komunikasi ini etika di bedakan menjadi dua macam yaitu etika deskriptif dan etika normatif. Etika normatif memberikan gambaran dari gejala kesadaran moral, dari norma dan konsep etis. tidak membicarakan lagi tentang gejala. tetapi, tentang apa yang sebenarnya menjadi tindakan manusia sedangkan etika deskriptif merupakan etika yang dapat dilihat secara kritis dan rasional sikap dan perilaku manusia serta apa tujuan manusia yang sangat bernilai dalam hidup ini atau bisa dikatakan sebagai norma dinilai dan manusia ditentukan.

Etika dan filsafat komunikasi merupakan dua disiplin yang saling berkaitan erat dalam memahami bagaimana manusia berinteraksi satu sama lain melalui bahasa, tanda, dan simbol. Etika komunikasi menitikberatkan pada aturan dan nilai moral yang membimbing perilaku komunikasi, seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Etika ini menjadi panduan dalam menentukan apa yang dianggap benar atau salah dalam menyampaikan pesan, baik secara lisan, tulisan, maupun dalam media lainnya.

Di sisi lain, filsafat komunikasi lebih mendalam pada pemahaman mengenai hakikat dari komunikasi itu sendiri. Filsafat ini mencoba menjawab pertanyaan-pertanyaan fundamental seperti: apa itu komunikasi, bagaimana komunikasi mempengaruhi realitas, serta bagaimana hubungan antara bahasa dan makna. Dengan pendekatan filosofis, kita dapat menelaah bagaimana komunikasi bukan hanya sebagai alat untuk bertukar informasi, tetapi juga sebagai medium yang membentuk identitas, budaya, dan struktur sosial.

B. METODE PENELITIAN

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini, kami menggunakan metode penelitian studi literatur yang serangkain kegiatan berkenan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mencatat, serta mengolah data penelitian. Seperti jurnal-jurnal, buku, website.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata bahasa Yunani ethos. Dalam bentuk tunggal, “ethos” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, ta etha berarti adat kebiasaan. Dalam

istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak. Etika dibedakan dalam tiga pengertian pokok, yaitu ilmu tentang apa yang baik dan kewajiban moral, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Dalam pembahasan kali ini, maka etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai atau norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.

Etika sering disebut filsafat moral. Etika merupakan cabang filsafat yang berbicara mengenai tindakan manusia dalam kaitannya dengan tujuan utama hidupnya. Etika membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia. Etika mempersoalkan bagaimana manusia seharusnya berbuat atau bertindak (Pratama R, 2021). Tindakan manusia ditentukan oleh macam-macam norma. Etika menolong manusia untuk mengambil sikap terhadap semua norma dari luar dan dari dalam, supaya manusia mencapai kesadaran moral yang otonom. Etika menyelidiki dasar semua norma moral. Dalam etika biasanya dibedakan antara “etika deskriptif” dan “etika normatif”. Etika deskriptif memberik gambaran.

Menurut Bertens ada dua pengertian etika: sebagai praktis dan sebagai refleksi. Sebagai praktis, etika berarti nilai-nilai dan norma-norma moral yang baik yang dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan, walaupun seharusnya dipraktikkan. Etika sebagai praktis sama artinya dengan moral atau moralitas yaitu apa yang harus dilakukan, tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan, dan sebagainya. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral (Abuddin Nata, 2012).

2. Pengertian Filsafat

Secara etimologi atau asal usul bahasa, kata filsafat berasal dari bahasa Yunani, “*philosophia*”, yang merupakan penggabungan dua kata yakni “*philos*” atau “*philein*” yang berarti “cinta”, “mencintai” atau “pencinta”, serta kata “*sophia*” yang berarti “kebijaksanaan” atau “hikmat”. Dengan demikian, secara bahasa, “filsafat” memiliki arti “cinta akan kebijaksanaan”. Cinta artinya hasrat yang besar atau yang berkobar-kobar atau yang sungguh-sungguh. Kebijaksanaan, artinya kebenaran sejati atau kebenaran⁴ yang sesungguhnya. Kaitan antara kebijaksanaan dan kebenaran dijelaskan oleh Suparlan Suhartono, bahwa orang yang mencintai kebijaksanaan akan selalu “tertarik” untuk mencari kebenaran. Ketertarikan ini bisa

digambarkan ketika seseorang mengungkapkan pernyataan “aku cinta kamu”. Aku adalah subjek dan kamu adalah objek (Hanafy M.S. 2018).

Dalam hal ini, aku menyatu dengan objek “kamu”, yang di dalamnya terkandung “persatuan” antara aku sebagai subjek dan kamu sebagai objek. “Persatuan” akan terjadi hanya jika adanya “pengetahuan” bagi aku (subjek) tentang kamu (objek). Semakin jauh dan mendalam pengetahuanku mengenai kamu, maka semakin kukuhlah cinta itu.

Sedangkan secara epistemologi (istilah), terdapat ratusan rumusan pengertian “filsafat”. Namun secara mendasar, filsafat adalah hasrat atau keinginan yang sungguh-sungguh untuk menemukan kebenaran sejati.

Defenisi filsafat dapat dipetakan menurut kronologi Sejarah filsafat. Salah satu menurut Plato (427-347 SM), mengatakan bahwa filsafat adalah mengkritik pendapat-pendapat yang berlaku. Jadi, kearifan atau pengetahuan intelektual itu diperoleh melalui suatu proses pemeriksaan secara kritis, diskusi, dan penjelasan.

3. Hubungan Filsafat Dan Etika

Filsafat ialah seperangkat keyakinan-keyakinan dan sikap-sikap, cita-cita, aspirasi-aspirasi dan tujuan-tujuan, nilai-nilai dan norma-norma, aturan-aturan dan prinsip etis. Filsafat juga pencari ke benaran, suatu persoalan nilai-nilai dan pertimbangan-pertimbangan nilai untuk melaksanakan hubungan-hubungan kemanusiaan secara benar dan juga berbagai pengetahuan tentang apa yang buruk atau baik untuk memutuskan bagaimana seseorang harus memilih atau bertindak dalam kehidupannya (Istikhomah R.I., 2021).

Dapat disimpulkan bahwa filsafat merupakan ilmu yang mempelajari dengan sungguh-sungguh hakikat kebenaran segala sesuatu. Etika disebut juga sebagai filsafat ethical karena menitik beratkan pembahasannya pada fase baik dan buruk (Mardinal Tarigan dkk. 2022).

4. Konsep Manusia Sebagai Pelaku Komunikasi

Pemahaman komunikasi dengan segala praksisnya merupakan proses keseharian manusia. Dapat dikatakan bahwa proses komunikasi merupakan proses kehidupan itu sendiri. Komunikasi tidak bisa dipisahkan dari seluruh proses kehidupan konkret manusiawi. Aktivitas komunikasi merupakan aktivitas manusiawi.

Hakikat komunikasi adalah proses ekspresi antarmanusia. Setiap manusia mempunyai kepentingan untuk menyampaikan pikiran atau perasaan yang dipunyai. Tentu saja, ekspresi pikiran dan perasaan itu memakai dan memanfaatkan bahasa sebagai medium komunikasinya.

Dalam bahasa komunikasi, setiap orang atau sesuatu yang menyampaikan sesuatu disebut sebagai komunikator. Sesuatu yang disampaikan atau diekspresikan adalah pesan (message). Seseorang atau sesuatu yang menerima pesan adalah komunikan (communicate).

Dalam setiap kehidupan, manusia memerlukan pemahaman yang lebih mendalam atas segala hal yang dilakukannya, termasuk di dalamnya proses komunikasi. Proses komunikasi adalah aktivitas yang diperlukan untuk mengadakan dan melakukan tindakan komunikatif, baik yang dilakukan oleh komunikator, komunikan atau aktivitas penyampaian pesan, noise yang bisa saja terjadi dalam setiap tindakan komunikatif dan lainnya.

1. Definisi Manusia

Max Scheler 1874-1928, seorang filsuf Jerman, menjelaskan bahwa manusia tidak mempunyai dunia keliling yang terbatas seperti dunia hewan. Meninjau istilah von Meckuhl, "Umwelt", manusia mempunyai dunia dan bagi manusia dunia ini terbuka adanya. Manusia tidak mempunyai insting-insting dan organ-organ yang terbatas pada satu milieu saja. Dunia manusia luas terbuka. Menurut Max Scheler ini disebabkan karena manusia mempunyai kemampuan untuk menangkap sesuatu yang bernama "objek". Ia mampu untuk mengambil jarak dari barang sesuatu. Ia mampu memisahkan antara objek dan subjek. Bagi seekor singa, seekor kambing adalah mangsa yang nikmat, titik. Singa tidak mempunyai objek lain, kecuali mangsa, musuh atau ternak singa. Sebab ia terkurung di dalam dunia sekeliling singa, yang terbatas itu. Apakah pada manusia juga demikian? Tidak. Manusia mampu menyatakan kata "tidak", dan dengan menyatakan "tidak" ini dunia terbuka baginya, ia dapat memilih. Ia tidak terkurung dalam dunia sekeliling yang sempit dan terbatas seperti dunia hewan.

Notonagoro mensifatkan manusia sebagai makhluk yang monopluralistik, dalam arti ia tersusun atas jiwa dan raga, bersifat perorangan dan sosial, serta berkedudukan kodrat berdiri sendiri dan pada saat yang sama ia adalah makhluk Tuhan.

Adapun terdapatnya manusia atas tubuh atau raga dan itu tidak satu dan lainnya, akan dalam susunan organis kedua-tunggalan, tersusun atas 3 unsur hakikat yang bersama-sama merupakan suatu keutuhan dan keseluruhan, yang merupakan diri serba lain pada hidup raga saja atau jiwa saja dalam dirinya sendiri.

Adalah merupakan hakikat manusia pula sebagai diri bersifat pribadi perorangan atau individu dan bersifat hidup bersama, pribadi bermasyarakat atau makhluk sosial. Di samping berhidup sendiri, manusia hidupnya selalu berhubungan manusia lain, tergantung dari pada manusia sebelum dilahirkan, sesudah dilahirkan, sebagai anak orang dewasa, sebagai

orang lanjut usianya, setelah meninggal dunia, terus-menerus membutuhkan orang lain, maka sungguh menjadikannya bawaan hakikatnya untuk hidup bersama ootuk bermasyarakat. (Ainia, D. K. 2020).

2. Kritik Eksistensialisme Terhadap Materialisme

Aliran eksistensialisme menentang aliran materialisme yang berpendapat bahwa manusia hanyalah benda saja. Yang ditentang oleh kaum eksistensialisme ialah pendapat kaum materialisme tentang cara manusia berada di dunia (Effendy, Onong Uchjana. 2003).

3. Kritik Eksistensialisme Terhadap Idealisme

Jika materialisme memandang manusia sebagai materi saja, sesuatu yang ada tanpa menjadi subjek, maka idealisme menganggap manusia adalah sesuatu yang berpikir, suatu pikiran saja. Dan pikiran ini merupakan suatu aspek, aspek mana dilupakan oleh materialisme, dan sebaliknya dilebih-lebihkan oleh idealisme. Suatu aspek yang dianggap sebagai keseluruhan manusia.

Menurut aliran eksistensialisme, kesalahan idealisme ialah bahwa idealisme memandang manusia hanya sebagai subjek, dan akhirnya sebagai kesadaran semata-mata. Idealisme lupa bahwa manusia hanya berdiri sebagai manusia karena bersatu dengan realitas sekitarnya. Sebaliknya materialisme hanya mau melihat manusia sebagai objek. Materialisme lupa bahwa benda di dunia ini hanya lah menjadi objek, karena ada subjek.

Jadi, menurut paham eksistensialisme, manusia bukan lah hanya objek sebagaimana menjadi pandangan ajaran materialisme, tetapi juga bukan hanya subjek atau kesadaran, seperti menjadi anggapan kaum idealisme. Manusia adalah eksistensi.

Eksistensi bukan hanya berarti “ada” atau “berada” seperti “ada” atau “beradanya” barang lain, akan tetapi eksistensi sebagai pengertian khusus hanya untuk manusia, yakni berada secara khusus manusia. Manusia yang dalam keberadaannya itu sadar akan dirinya sedang berada, berada di dunia dan menghadapi dunia, sebagai subjek yang menghadapi objek, bersatu dengan realitas sekitarnya.

Kesadaranlah yang merupakan aspek yang menyebabkan keistimewaan manusia, yang tidak terdapat pada makhluk dari barang lain. Bukan saja ia ada, tetapi ia mengerti, bahwa ia ada. Bila ia bergerak atau berbuat sesuatu, maka ia sendirilah yang menjadi subjek yang bergerak atau berbuat itu. Dia mengerti, mengalami, dan merasa. Akulah yang berbuat itu. Dalam tiap perbuatan manusia mengalami dirinya sendiri.

Jelaslah, bahwa manusia bukan hanya materi saja, bukan hanya “apa” saja, tetapi “siapa”. Dan kesiapaan inilah yang terpenting pada manusia. Manusia bukan hanya benda jasmani, tetapi perpaduan jasmani dan rohani. Manusia itu adalah kesatuan jasmani dan rohani yang tidak mungkin dipisahkan. Istilah “siapa” bagi manusia disebabkan faktor rohaninya. Hanya manusia makhluk yang dapat berkata “aku” dengan sadar. Itulah persona atau pribadi yang terdapat pada manusia, dan kepribadian ini didasarkan kerohaniannya. Adapun persona itu terbina dalam kehidupan bersama dan dengan kehidupan bersama dengan orang lain. Bagi persona sudah menjadi kebutuhan pokok untuk mengadakan komunikasi dengan sesama manusia.

Dalam dunia materi, barang merupakan barang yang tertutup yang berdiri sendiri, terpisah dari satu sama lainnya. Hubungan antara barang yang satu dengan barang lainnya melulu merupakan hubungan menurut tempat, di sebelah kiri atau sebelah kanan, di belakang atau di muka, tidak campur dengan barang lain, tidak ada interkomunikasi.

Adalah berlainan hubungan antara persona dengan persona lain. Sebagai persona, seseorang dapat memasuki orang lain, dan sebaliknya. Memang badan kita membatasi komunikasi ini, sehingga interkomunikasi itu tidak sempurna. Untuk sebagian (yaitu, selaku makhluk jasmani), seorang mahasiswa, misalnya, hanya berdampingan saja dengan orang yang dicintainya. Tetapi sebagai makhluk, rohani si mahasiswa tadi memasukinya. Lihat pula hubungan antara ibu dan anak. Bila anak sakit, ibu juga merasa sakit. Jika anak gembira, ibu juga merasa gembira. Dalam interkomunikasi itu, persona juga meminta dari badan untuk melambungkan perasaannya melalui kata atau gerak-gerik, apakah itu kata-kata manis menyenangkan, lambaian tangan, atau yang lainnya (Yudiyanto M. 2022)

4. Ethos, Pathos, dan Logos

Sejak zaman retorika Yunani kuno hingga sekarang, komunikator haruslah melengkapi diri dengan *ethos*, *pathos* dan *logos*. Ketiga konsep ini memang awalnya dikembangkan dalam konteks komunikasi retorika atau public speaking. Namun demikian, ketiga konsep tersebut masih relevan dalam konteks komunikasi efektif terutama untuk menjadi komunikator yang andal.

- *Ethos* adalah sumber kepercayaan yang ditunjukkan oleh seorang komunikator bahwa ia memang pakar dalam bidangnya, sehingga oleh karena ia seorang ahli, maka ia dapat dipercaya. Faktor *ethos* lainnya ada lah *track record*, yakni rekam jejak seseorang terhadap suatu bidang. Seorang mantan narapidana korupsi tentu akan memiliki bobot

komunikasi yang rendah bila ia berbicara tentang pengaruh negatif korupsi terhadap kesejahteraan bangsa, walaupun ia adalah seorang pakar.

- *Pathos* adalah tampilan emosi, komunikator harus pas memunculkan semangat dan gairah berkomunikasi. Contoh komunikator yang memiliki pathos yang baik adalah Bung Karno. Ketika berpidato Bung Karno menampilkan semangat dan gairah berkomunikasi dengan baik.
- *Logos* adalah argumentasi komunikasi harus masuk akal. Argumentasi disusun sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan memiliki kekuatan argumen, yang pada gilirannya bisa meyakinkan audiens yang dituju oleh suatu pesan. *Logos* merupakan studi tentang argumen yang digunakan dalam pengambilan keputusan praktis, Sedangkan Aristoteles membahas pathos tentang "bagaimana" membangkitkan emosi yang berbeda saat berpidato (Aulia F. 2021).

5. Perkembangan Teknologi Komunikasi Memengaruhi Cara Manusia Berkomunikasi

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan, dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia diawali dengan pengubahan sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana. Penemuan prasejarah tentang kemampuan mengendalikan api telah menaikkan ketersediaan sumber-sumber pangan, sedangkan penciptaan roda telah membantu manusia dalam perjalanan, dan mengendalikan lingkungan mereka. Perkembangan teknologi terbaru, termasuk di antaranya mesin cetak, telepon, dan Internet, telah memperkecil hambatan fisik terhadap komunikasi dan memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara bebas dalam skala global (Yoga. S. 2019).

Teknologi merupakan penerapan pengetahuan untuk pelaksanaan tugas/ kegiatan tertentu secara lebih efektif, dalam hal ini definisi teknologi oleh teknologi adalah organisasi dan aplikasi pengetahuan untuk tercapainya tujuan praktis, ia meliputi manifestasi fisik seperti alat-alat dan mesin-mesin, tetapi juga tehnik dan proses intelektual yang dipakai untuk memecahkan masalah dan memperoleh hasil yang diinginkan. teknologi adalah suatu jaringan komputer yang terdiri atas berbagai komponen pemrosesan informasi yang menggunakan berbagai jenis hardware, software, manajemen data, dan teknologi jaringan informasi.

Perkembangan teknologi komunikasi bukan merupakan deret angka yang memperlihatkan keteraturan hitung an dari satu, dua, tiga, empat, dan seterusnya. Perkembangan teknologi komunikasi lebih merupakan de ret ukur yang memperlihatkan

lompatan-lompatan, dengan di mulai dari satu, dua, lalu melompat menjadi empat, lalu melompat lagi menjadi enam belas, dan seterusnya. Maka, tidak heran bila pada akhir-akhir ini, berbagai perkembangan yang terjadi memang cukup menakjubkan, khususnya dalam bidang teknologi terutama dalam hal informasi dan komunikasi. Teknologi informasi yang tadinya dikenal dengan teknologi komputer, beserta perangkat elektronika lainnya, menjelma menjadi satu dalam perpaduan kemampuan.

Komunikasi merupakan hal yang sangat diperlukan dalam bersosialisasi dan berhubungan dengan orang lain. Seiring berkembangnya zaman cara masyarakat berkomunikasi juga berubah. Dengan berkembangnya teknologi saat ini semakin memudahkan kehidupan manusia, seperti proses komunikasi yang tanpa memikirkan jarak, ruang dan waktu, dan lebih mudah dalam memperoleh informasi dengan cepat. Teknologi juga berperan penting dalam proses membantu seseorang dalam melakukan pekerjaan.

Dalam pemaparannya, Erwan Widyarto menyampaikan, “*Digital culture* adalah kemampuan seseorang menerapkan nilai dan norma budaya Indonesia (Pancasila dan Bhinneka Tunggal Ika) dalam dunia digital. Ada pula yang mengartikan budaya digital sebagai sebuah konsep yang menggambarkan gagasan bahwa teknologi dan internet secara signifikan membentuk cara kita berinteraksi, berperilaku, berpikir dan berkomunikasi sebagai manusia di tengah masyarakat.”

Menurut Erwan, cara kita berinteraksi berperilaku berpikir dan berkomunikasi sebagai manusia pun sekarang berkembang, beradaptasi menyesuaikan teknologi situasi. Walau belajar dari rumah, pastikan tetap mengatur jadwal dengan baik, misalnya dengan waktu bangun, menyegarkan diri, sarapan dan berpakaian rapi. Rutinitas yang diatur dalam jadwal dapat memberikan sinyal pada otak saatnya menyelesaikan pekerjaan.

“Dengan begitu, belajar online dari rumah dapat dilaksanakan dengan efektif. Adanya area belajar juga penting dalam melaksanakan PJJ. Anda harus membuat batasan antara area belajar dan area santai agar tetap fokus belajar dan mengurangi tekanan saat di luar ruang belajar. Harus diingat pula dengan adanya belajar online ini juga harus membuat kita tidak lupa bersosialisasi karena di kehidupan nyata sosialisasi sangatlah penting,” ujarnya.

Cinthia Karani selaku narasumber Key Opinion Leader juga menyampaikan, sebagai tips dan trik untuk belajar online, cobalah untuk mencari hal yang bisa me-refresh pikiran, dengan tetap memiliki tujuan untuk bisa menempuh cara pendidikan baru ini dengan nyaman. Kita

juga bisa mencoba ganti suasana dengan pindah ke ruangan lain di rumah untuk mengurangi kebosanan, karena kebosanan tersebut dapat mengganggu konsentrasi.

6. Filsafat Komunikasi Menjelaskan Keselarasan Antara Komunikasi Yang Efektif Dan Stategis Komunikasi

Wilbur Schramm menyebut sebagai “the conditions of success in communication”, yakni kondisi yang harus di penuhi jika kita ingin agar pesan yang kita sampaikan menghasilkan tanggapan yang kita inginkan.

The Conditions of Success in Communication tersebut meliputi:

- Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- Pesan harus menggunakan lambang yang memiliki pengertian yang sama antara komunikator dan komu nikan, sehingga sama-sama mengerti.
- Pesan harus dapat menumbuhkan kebutuhan pribadi komunikan sekaligus menyediakan alternatif mencapai kebutuhan tersebut.
- Pesan harus berkaitan dengan kebutuhan kelompok di mana komunikan berada.

a. “Reach” sebagai Hukum Komunikasi Efektif

Terdapat banyak jenis strategi komunikasi efektif. Rumusan “reach” adalah salah satunya. Menurut Aribowo Prijosaksono dan Roy Sembel dalam www.sinarharapan.co.id, hukum komunikasi yang efektif (The 5 Inevitable Laws of Effective Communication) bisa dirangkum dalam satu kata yang mencerminkan esensi dari komunikasi itu sendiri yaitu “reach”, yang secara harfiah berarti “merengkuh” atau “meraih”. Reach sendiri kepanjangan dari Respect, Empathc, Audible, Clarity, dan Humble.

b. Respect

Hukum pertama dalam mengembangkan komunikasi yang efektif adalah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Rasa hormat dan saling menghargai merupakan hukum yang pertama dalam kita berkomunikasi dengan orang lain. Ingatlah bahwa pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Jika kita bahkan harus mengkritik atau memarahi seseorang, lakukan dengan penuh respek terhadap harga diri dan kebanggaan seseorang. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerjasama yang

menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik sebagai individu maupun secara keseluruhan sebagai sebuah tim.

c. Empathic

Empati adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan kita untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dahulu sebelum didengarkan atau dimengerti oleh orang lain

d. Audible

Makna dari audible antara lain: dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti kita harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka audible berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Hukum ini mengatakan bahwa pesan harus disampaikan melalui media atau delivery channel sedemikian hingga dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Hukum ini mengacu pada kemampuan kita untuk menggunakan berbagai media maupun perlengkapan atau alat bantu audiovisual yang akan membantu kita agar pesan yang kita sampaikan dapat diterima dengan baik. Dalam komunikasi personal hal ini berarti bahwa pesan disampaikan dengan cara atau sikap yang dapat diterima oleh penerima pesan.

e. Clarity

Selain bahwa pesan harus dapat dimengerti dengan baik, maka hukum keempat yang terkait dengan itu adalah kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi-interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Karena kesalahan penafsiran atau pesan yang dapat menimbulkan berbagai penafsiran akan menimbulkan dampak yang tidak sederhana. Clarity dapat pula berarti keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap terbuka (tidak ada yang ditutupi atau disembunyikan), sehingga dapat menimbulkan rasa percaya (trust) dari penerima pesan atau anggota tim kita. Karena tanpa keterbukaan akan timbul sikap saling curiga dan pada gilirannya akan menurunkan semangat dan antusiasme kelompok atau tim kita.

f. Humble

Hukum kelima Humble adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh

sikap rendah hati yang kita miliki. Sikap rendah hati pada intinya antara lain: sikap melayani, sikap menghargai, mau mendengar dan menerima kritik, tidak sombong dan mau memandang orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar, dalam membangun komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki.

Sikap rendah hati antara lain: sikap yang penuh melayani, sikap menghargai, mau mendengar dan menerima kritik, tidak sombong dan memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.

Jika komunikasi yang kita bangun didasarkan pada lima hukum pokok komunikasi yang efektif ini, maka kita dapat menjadi seorang komunikator yang handal dan pada gilirannya dapat membangun jaringan hubungan dengan orang lain yang penuh dengan penghargaan (respect), karena inilah yang dapat membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dan saling menguatkan (Suranto, AW. 2011).

a. “Know Your Audience”

Faktor berikutnya yang merupakan penunjang efektivitas komunikasi adalah mengetahui audiens (know your audience), terutama aspek yang ada pada audiens seperti berikut ini.

- Timing (waktu) yang tepat untuk suatu pesan.

Misalnya kita hendak menyampaikan berita kurang baik pada pasangan kita, maka ditunggu saat yang tepat misalnya ketika pasangan kita pulang dari kantor atau tempat beraktivitas, maka pastikan ia telah makan dan sudah beristirahat secukupnya, barulah kita menyampaikan pesan tersebut. Faktor timing sangat menentukan keberhasilan komunikasi, tidak hanya dalam konteks komunikasi interpersonal tapi juga dalam konteks komunikasi lainnya. Maka tak heran misalnya, jika menjelang pemilu biasanya pemerintah tidak akan menyampaikan kebijakan yang meniscayakan menuai protes seperti menaikkan harga BBM atau mengurangi subsidi, walaupun memang dalam kenyataannya kedua hal tersebut mendesak dilakukan. Faktor timing lagilagi menjadi pertimbangan komunikasi.

- Bahasa yang harus digunakan agar pesan dapat dimengerti.

Contoh sangat baik dari point ini ditulis oleh Jalaluddin Rahmat dalam bukunya yang berjudul “Psikologi Komunikasi” (2001: 57), bahwa suatu kali di Mesir dilancarkan kampanye Keluarga Berencana yang dilakukan oleh Unesco. Agar pesan sampai kepada kelompok buta huruf, kampanye dilakukan melalui poster gambar. Salah satu poster digambarkan dalam dua kolom dengan dua baris sehingga membentuk empat kotak. Pada kotak pertama digambarkan seorang ibu tengah menggendong satu orang anak. Sang ibu digambarkan berdiri dengan tegak. Pada kotak kedua (pojok kanan atas) digambarkan seorang ibu tengah menggendong dua orang anak. Sang ibu digambarkan mulai jongkok. Pada kotak ketiga (pojok kiri bawah) digambarkan seorang ibu tengah menggendong tiga orang anak. Sang ibu digambar dalam posisi jongkok empat puluh lima derajat (seperti orang sujud). Pada kotak terakhir digambarkan seorang ibu menggendong empat orang anak. Sang ibu digambarkan rebah terkapar.

Gambar itu dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa beban kehidupan akan makin bertambah berat bila jumlah anak bertambah banyak. Tetapi mengejutkan sekali, orang-orang Mesir tidak menafsirkannya seperti itu. Ketika dilakukan survei pendapat responden, mereka menunjukkan keheranan mengapa orang dalam gambar itu tiba-tiba roboh. Rupanya mereka membaca gambar itu dari arah kanan ke kiri, seperti mereka membaca huruf Arab.

- Sikap dan nilai yang harus ditampilkan agar efektif.

Orang-orang yang memiliki kesamaan dalam nilai, sikap, keyakinan, tingkat sosioekonomis, agama, dan ideologi cenderung saling menyukai. Reader & English mengukur kepribadian subjek-subjeknya dalam rangkaian tes kepribadian. Ditemukan bahwa mereka yang bersahabat menunjukkan korelasi yang erat dalam kepribadiannya (Suhartono, Suparlan. 2007). Penelitian tentang pengaruh kesamaan ini banyak dilakukan dengan berbagai kerangka teori. Jalaluddin menunjukkan bahwa menurut teori cognitive consistency dari Frits Heider, manusia selalu berusaha mencapai konsistensi dalam sikap dan prilakunya. Kita cenderung menyukai orang, kita ingin mereka memilih sikap yang sama dengan kita, dan jika menyukai orang, maka kita ingin mereka memilih sikap yang sama dengan kita. Kita ingin memiliki sikap yang sama dengan orang yang kita sukai, supaya seluruh unsur kognitif kita konsisten.

Semakin sama sikap dan nilai yang ditampilkan oleh komunikator dengan apa yang terdapat dalam diri komunikan, maka semakin memudahkan penerimaan suatu pesan.

- Jenis kelompok di mana komunikasi akan dilaksanakan.

Contoh dari poin ini adalah trend penunjukan berbagai duta atau goodwill ambassador dari kalangan artis dari berbagai organisasi baik swasta maupun instansi pemerintah merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan komunikasi, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan lebih baik dan oleh lebih banyak audiens. Hal ini tentu tidak berlebihan karena memang masyarakat kita masih bersifat patriarkis, di mana masyarakat masih menjadikan panutan (dalam hal ini artis) sebagai opinion leader dalam menerima atau menolak suatu pesan. Maka komunikasi efektif, harus memperhatikan kondisi dan jenis kelompok yang hendak menjadi receiver pesan, dalam hal ini masyarakat kita yang patriarkis.

7. Faktor-Faktor Pada Komunikator

Sedangkan pada sisi komunikator ada dua hal yang harus diperhatikan, yakni source credibility dan source attractiveness.

Source credibility, yaitu sumber kepercayaan sehingga apa yang disampaikan akan dipercaya oleh orang lain. Kepercayaan ini bersumber pada keahlian, track record bisa dipercaya atau tidak, dan objektivitas ketika kita memberi penilaian.

Source attractiveness, yakni hal-hal yang bisa mendatangkan ketertarikan sehingga komunikasi akan memperhatikan pesan yang kita sampaikan. Hal ini bisa bersumber pada:

- Ada kesamaan antara komunikator dan komunikan.
- Kesamaan ideologi lebih kuat dibandingkan kesamaan demografi.
- Komunikator harus bisa menyamakan diri dengan komunikan agar timbul simpati.

D. KESIMPULAN

Filsafat komunikasi mendorong seseorang untuk lebih mendalami ilmu komunikasi, sekaligus memahami inti permasalahan yang muncul dalam proses pencarian pengetahuan. Melalui filsafat, kita dapat menemukan pijakan epistemologis yang jelas dalam komunikasi, sehingga penelitian yang dilakukan menjadi lebih terarah dan sistematis.

Selain itu, kajian filsafat komunikasi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya etika. Etika menjadi hasil yang tak terelakkan dan harus dipenuhi, karena filsafat pada dasarnya berorientasi pada pencarian kebenaran dan kebijaksanaan. Kebijaksanaan hanya bisa muncul dari etika yang benar, sehingga etika dan filsafat komunikasi menjadi dua hal yang saling berkaitan dan tidak bisa dipisahkan.

Komunikasi, dalam segala bentuknya, bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan baik agar menghasilkan umpan balik yang positif. Oleh karena itu, filsafat dan etika berperan penting dalam menciptakan proses komunikasi yang ideal. Pada akhirnya, komunikator dapat mencapai tujuannya, dan berkomunikasi menerima informasi yang mereka butuhkan secara tepat dan terarah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuddin Nata. 2012, *Akhlaq Tasawuf dan Karakter Mulia*, (Jakarta: Raja Grafindo)
- Ainia, D. K. 2020. *Jurnal Filsafat Indonesia*. h. 98
- Aulia, F., Afriwan, H., Faisal, D. *Konsistensi Logo dalam Membangun Sistem Identitas*. h. 439
- Darmodiharjo, Darji, dan Shidarta. 2006, *Pokok-pokok Filsafat Hukum (Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Cet, VI Mei
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu. Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Hanafy, M. S. 2018. *Jurnal Eksistensi Filsafat Pendidikan. Istiqra*.
- Harahap, S Sofyan. 2011, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Istikhomah, R. I., 2021. *Filsafat sebagai Landasan Ilmu dalam Pengembangan Sains*. h. 59-64
- Mardinal Tarigan dkk, 2022, *Filsafat Ilmu, Perkembangannya dan Pandangan Filsafat*.
- Noengz Muhadjir, 2019 *Filsafat Ilmu: Telaah sistematis Fungsional Komparatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin
- Pratama, R. A. 2021, *Kekuasaan, Pengetahuan dan Hegemoni Bahasa dalam Perspektif Michele Foucault dan Francis Bacon*. h.33-34
- Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Psikologi Komunikasi*. Cetakan kedua puluh satu. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Suhartono, Suparlan. 2007. *Filsafat Pendidikan*. Jogjakarta : ArRuzz Media.
- Suranto, Aw, 2011. *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- Yoga, S. 2019. *Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia dan Perkembangan Teknologi Komunikasi*. h. 1
- Yudiyanto, M., Ramdani, P., Fauzian, R. 2022. *Sistem Nilai dan Relasinya Dengan Pendidikan Islam*. Bandung. h. 18