


3

GAYA HIDUP DAN PENAMPILAN DALAM BERKOMUNIKASI

- ***GAYA HIDUP***
- ***MENGATUR WAKTU***
- ***FAKTOR - FAKTOR KEBERHASILAN YANG
MENUNJANG KARIER***
- ***PENAMPILAN SERASI***
- ***LAMBANG - LAMBANG DALAM KOMUNIKASI***

A. GAYA HIDUP

Coba kita perhatikan, bila seseorang tiba di kantor dalam suasana ceria dan menyapa “ Selamat Pagi” seraya tersenyum, maka banyak orang yang dijumpai di kantor juga berlaku simpatik. Apabila kita berbahagia, ceria, tersenyum banyak hal-hal yang negatif berubah menjadi positif. Sesungguhnya dunia usaha atau bisnis dan lingkungan kantor dimana kita berada adalah pantulan dari diri kita.

Apabila kita tidak menyukai, membenci diri kita sendiri, maka kitapun membenci dan tidak menyukai orang lain begitu juga bila kita mencintai diri kita dan berbahagia dengan diri kita maka terasa betapa indah kehidupan ini. Pandangan dan anggapan kita terhadap diri sendiri adalah modal atau landasan yang menentukan bagaimana kita bersikap, bertindak, berpikir dan berkomunikasi dalam kehidupan ini. Sikap serta gaya hidup bahagia seseorang banyak sekali menentukan apa yang dapat diraih dalam kehidupan ini, sehingga berbagai disiplin ilmu tentang manusia dan perilaku pada hakekatnya adalah untuk mengubah pandangannya terhadap diri sendiri.

Gaya hidup bahagia ternyata juga sangat menunjang sukses berkomunikasi karena setiap orang hanya mempunyai kesediaan untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang bahagia, bukan sebaliknya.

B. MENGATUR WAKTU

Waktu adalah paradoks, bagi orang-orang sibuk tidak pernah merasa cukup waktu padahal semua waktu tersedia untuk kita, dan keluhan mengenai kurangnya waktu sebenarnya mustahil. Waktu adalah komoditi yang lentur dan terus-menerus, masalahnya adalah bukan bagaimana mendapatkan “ Waktu Lebih” tetapi bagaimana memanfaatkan waktu yang ada dengan lebih berarti dan lebih memuaskan. Idealnya semua aktivitas yang kita lakukan akan membawa kita pada pencapaian tujuan, namun seringkali aktivitas itu tidak menentukan kita pada pencapaian tujuan tersebut, bahkan kita terjebak dalam aktivitas yang ternyata tidak mengarah ke pencapaian tujuan. Agar tetap dapat memusatkan perhatian pada aktivitas yang paling penting yang mempengaruhi pencapaian tujuan, maka diperlukan cara yang efektif dan juga sederhana untuk mengatur skala prioritas. Semakin banyak aktivitas yang membantu dalam melangkah mencapai tujuan, semakin berbobot aktivitas tersebut semakin tinggi skala prioritasnya.

Setiap kali menyusun daftar aktivitas berilah urutan prioritas pada setiap aktivitas untuk membantu menentukan hal-hal yang penting terlebih dahulu, karena hanya aktivitas penting yang akan menghasilkan sesuatu. Pada dasarnya mengatur skala prioritas tidak sulit, pertama-tama tentukan tujuan, kemudian tentukan aktivitas-aktivitas yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut yaitu tujuan yang ditempatkan pada skala prioritas tertinggi. Bila telah terbiasa melakukan hal-hal yang penting terlebih dahulu, maka dapat dirasakan betapa mudahnya mengatur waktu dan ternyata cukup waktu yang dibutuhkan untuk meraih sukses.

Mengatur waktu merupakan suatu langkah yang tepat untuk mewujudkan tujuan manajemen, sehingga keberhasilan membuat keputusan yang akurat pun sangat ditentukan oleh prioritas yang diambil. Untuk mengambil waktu dan melaksanakan jadwal kerja tidak dapat diselesaikan sendiri, karena akan melibatkan orang lain. Oleh karena itu perlu dikomunikasikan dengan baik dan untuk berhasil dalam komunikasi perlu dipertimbangkan hal-hal sebagai berikut :

- dengarkan agar tetap pada jalur
- tentukan tujuan dengan mempertimbangkan situasi yang favorable
- jangan terburu-buru dalam memberikan petunjuk atau intruksi
- buatlah memo-memo singkat dan tepat agar dapat mendapat hasil yang diharapkan
- bila ragu-ragu cari sumbernya
- hindari sikap hiper-responsif

C. FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN YANG MENUNJANG KARIER

Bila seseorang ingin meniti karier menuju jenjang karier yang lebih tinggi, dapat juga belajar dari pengalaman orang lain yang positif, walaupun tidak harus sama, namun tetap dapat dijadikan pegangan. Untuk itu dapat dikemukakan faktor penentu keberhasilan sebagai berikut :

1. Job description sebagai pegangan

Seseorang harus selalu bekerja atas dasar job description yang sesuai dengan fungsinya.

2. Miliki keterampilan dasar atau basic skill yang prima

Perlu diyakini bahwa pengetahuan dasar (*basic skill*) itu penting untuk dikuasai dan dipelihara terus. Keterampilan tersebut menuntut ketepatan, kecepatan, kerapian dan ketelitian.

3. An iron will in the velvet voice

Di dalam pemakaian bahasa lisan harus diyakini bahwa “ suara “ mempunyai pengaruh yang besar. Nada yang ramah dan bersahabat menimbulkan kesan bahwa kita bersedia membantu lawan bicara.

4. Agenda kerja

Buku agenda untuk mencatat dan mengingat-ingat acara maupun tugas yang harus dilakukan oleh atasan kita.

5. Kekompakan sebagai team, dengan atasan dan rekan-rekan

Perlu dimengerti bahwa atasan, mungkin tinggi jabatannya, makin berat tanggung jawabnya dan makin banyak keputusan yang harus dibuatnya. Demikian pula loyalitas dengan rekan-rekan membantu untuk menggalang persatuan.

6. Inter personal skill

Berbekal keyakinan agama, moral etika bisnis dan social psychology, kita akan mampu bersikap dewasa, berperilaku sopan bijaksana, sensitif dan luwes untuk beradaptasi dengan orang lain.

7. Wawasan

Selain mengetahui secara persis tugas dan wewenang, perlu juga berusaha mengenali dengan baik perusahaan atau organisasi tempat bekerja. Apa tujuan maupun missinya, bagaimana garis-garis wewenangnya, bagaimana strategi dan rencana kerjanya. Biasakan banyak membaca dan tumbuhkan sikap bahwa : membaca adalah kebutuhan , agar mampu mengembangkan wawasan tentang lingkungan mikro maupun lingkungan makro yang mempengaruhi arah perkembangan perusahaan tempat bekerja. Sumber informasi atau bacaan tersebut dapat berupa : harian, mingguan bisnis, buku- buku, majalah lainnya atau hasil monitoring kegiatan perusahaan

lain dibidang usaha yang sama, dengan demikian dapat secara aktif mengikuti perkembangan kebijaksanaan. Tidak hanya karena maksud tersebut, melainkan juga agar otak semakin terlatih dan membuat lebih berguna serta sudut pandang menjadi lebih luas.

D. PENAMPILAN SERASI

Dapat dimaklumi bersama bahwa untuk berkomunikasi secara baik, banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan tersebut, selain kemampuan merumuskan ide atau gagasan, situasi, pihak-pihak terkait juga penampilan kita. Penampilan merupakan suatu keseluruhan yang nampak, baik itu postur tubuh anggota tubuh juga busana, assesori, make up. Untuk itu sediakan waktu untuk merawat diri kita, tubuh terawat, rambut bersih dan rapi, tata rias yang wajar, gaya busana yang tepat, koordinasi warna yang serasi dan sebagainya. Berbusana yang baik sangat menunjang penampilan dan penampilan yang serasi memperlancar komunikasi. Busana yang baik ditentukan oleh mutu, gaya potongan yang tepat, warna yang serasi pelengkap busana yang terawat baik, rapi, praktis, nyaman (enak dipakai). Perlu mendapatkan perhatian pula tentang keseimbangan penampilan yang nampak dari luar juga kesiapan mental. Bila hal ini kurang mendapat perhatian seringkali mengundang peluang ketidakserasian dalam penampilan.

E. LAMBANG-LAMBANG DALAM KOMUNIKASI

Perilaku orang berkomunikasi tidak hanya mengoperasionalkan bibir dan suara tetapi mengoperasionalkan seluruh kepribadian orang tersebut secara total.

Semakin pandai berkomunikasi semakin lengkap mengoperasionalkan lambang-lambang yang dapat diciptakan dari gerakan anggota badan, perasaan dan warna-warna.

Dibawah ini kami ungkap antara lain :

1. Lambang gerakan tubuh dan gerakan anggota badan

Bila kita perhatikan seseorang yang sedang berbicara nampak pula menggerakkan tangan jari-jari, bahkan bola matanya, baik itu secara bersama-sama maupun secara bergantian hal ini merupakan informasi dalam bentuk lambang.

2. Lambang gambar dan huruf serta angka-angka

Bila kita sedang berada di jalan umum banyak kita jumpai rambu-rambu lalu lintas yang ditampilkan dalam gambar-gambar pompa bensin, tanda panah, huruf bahkan angka-angka untuk memberi petunjuk pemakaian jalan bagi pengemudi.

3. Lambang benda-benda tertentu

Seseorang yang menyampaikan rasa simpati dengan mengirimkan setangkai bunga mawar atau dalam mengucapkan berduka cita kita kirimkan karangan bunga.

4. Lambang warna

Didalam kehidupan sehari-hari, suasana komunikasi dapat juga disampaikan lewat warna-warna. Secara garis besar pada umumnya pada umumnya warna-warna hitam untuk mengkomunikasikan suasana sedih, kematian sedangkan warna putih untuk suasana suci, damai bahagia, warna merah untuk mengkomunikasikan keberanian, sukses, kemenangan, kuning mas artinya agung luhur. Warna tidak dapat berdiri sendiri, suatu warna yang tampil senantiasa dipengaruhi oleh warna-warna disekitarnya, bahkan dipengaruhi oleh warna-warna disekitarnya, bahkan dipengaruhi keadaan lingkungan dan cuaca.

Riset komunikasi biasanya tertuju pada empat aspek dalam proses komunikasi, yaitu komunikator (*communicator*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan audiens. Dalam riset kebahasaan, komunikator adalah juga pesan kalau tidak dalam bentuk kata-kata, gambar atau tanda menjadi kode atau simbol. Saluran dalam komunikasi massa antara lain media massa. Orang yang berperan sebagai audiens dikenal sebagai penerjemah kode-kode, simbol dan sebagainya yang disebut dekoder.

Masing-masing orang punya gudang penyimpanan pengalaman (*stored experiences*) sesuai dengan “ filter “ yang dimiliki dalam menerima pesan, yaitu keyakinan (*believes*) serta nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, keluarga, masyarakat maupun kelompok lain.

Sebuah pesan yang diyakini dan nilai-nilai yang akan ditanamkan bisa mengalami distorsi atau disalahartikan (*misinterpreted*). Bila interpretasi yang salah diambil alih oleh orang lain, hal itu disebut *dissonance*.

Disonansi bisa juga terjadi karena adanya distraksi (*distraction*) antara sumber dan audiens, hambatan sumber (*channel noise*). Komunikasi profesional merumuskan umpan balik dengan perhatian pada kekeliruan-kekeliruan dan sangat hati-hati menggunakan prinsip-prinsip redundansi (*redundancy*). Redundansi adalah teknik penyampaian informasi dengan cara mengulang-ulang bentuk ide dari pesan yang disampaikan.

Hambatan kedua adalah *semantic noise*, yaitu hambatan mencapai saling pengertian yang disebabkan oleh faktor kebahasaan. Dalam hal ini, tingkat kerangka referensi antara komunikator dan komunikan tidak sama.

Salah satu aspek yang tidak kalah penting dalam proses komunikasi adalah apa yang disebut *non-verbal communication*, atau dikenal juga dengan istilah *silent language*. Proses komunikasi ini terjadi melalui *body language*, seperti ekspresi wajah, gerakan mata (*eye movement*), kostum, pakaian, kosmetik, kualitas suara, dan lain-lain.

Perpektif lain yang menerangkan proses komunikasi adalah bahwa dalam transformasi tersebut terjadi apa yang dinamakan suatu transaksi. Dengan demikian, selain pengiriman lambang terjadi juga proses psikologis, yaitu transaksi stimulan dan transaksi respons.

Kualitas komunikasi dan saling pengertian (*mutual understanding*) ditentukan oleh tingkat penghargaan dan kepentingan komunikan terhadap komunikator maupun terhadap pesan. Adakalanya komunikasi massa tidak dapat berlangsung hanya dengan mengandalkan komponen media, penyebaran, dan audiens. Keberadaan (*eksistensi*) audiens sendiri sangat menentukan tingkat saling pengertian yang akan dicapai. Kultur masyarakat yang introvert merupakan kendala yang sangat serius. Dalam kondisi semacam ini, komunikasi massa masih membutuhkan bantuan komunikasi interpersonal. Peranan *opinion leaders* sangat strategis dalam menerjemahkan pesan-pesan tertentu yang bagi masyarakat awam sering terkesan rumit karena tingkat kerangka referensi dan tingkat pengalaman mereka kurang memadai.

Setiap orang menggunakan lambang dan simbol tanpa banyak berpikir. Dalam hubungan antarmanusia, arti dan maksud lambang serta simbol dapat langsung ditangkap. Oleh sebab itu, penggunaan simbol dapat dikatakan sebagai ciri khas manusia. Sekalipun demikian penggunaan tanda, simbol dan lambang oleh manusia dalam kegiatan komunikasi tidak terjadi begitu saja. Terlebih dulu harus ada proses pembelajaran, yaitu upaya pengenalan dan pemaknaan serta penggunaan lambang-lambang tersebut. Penggunaan lambang dalam komunikasi mencerminkan penguasaan makna atas proses

pembelajaran. Dalam artinya yang sangat luas, proses pembelajaran meliputi sosialisasi kompleks yang ada dimasyarakatnya, sedangkan dalam artinya yang sempit pembelajaran merupakan aktivitas yang memiliki tujuan tertentu yang dilakukan melalui pendidikan formal.

Pada gilirannya, proses pembelajaran akan membentuk kerangka pengalaman dan kerangka referensi. Kerangka ini akan menjadi sistem respons yang efektif dengan tugas memberi tanggapan atas stimulus (rangsangan) yang menghampirinya. Kemampuan atau ketidakmampuan seseorang untuk memberi makna atau mengidentifikasi stimulus tersebut sangat tergantung pada kekayaan referensi yang dimilikinya.

Pemaknaan terhadap dunia lambang atau tanda pada tingkat yang paling rendah adalah pemaknaan secara lugas, yaitu menginterpretasikan berdasarkan asal makna lambang tersebut (*etimologi*). Makna yang dihasilkan sering disebut makna denotatif. Apabila sebuah lambang mempunyai makna yang meluas (punya lebih dari satu makna), upaya pemaknaannya harus dilakukan dengan mencari hakikatnya. Perluasan dan verifikasi makna atas sebuah lambang, simbol atau tanda mungkin disebabkan oleh penggunaannya dalam konteks yang berbeda-beda.

Pemaknaan atas satu atau serangkaian lambang yang berhasil dibuat oleh individu sangat tergantung pada kemampuan individu itu dalam menarik lambang-lambang tersebut ke luar dari makna denotatifnya. Kemampuan yang dimaksud adalah suatu metodologi merangkaikan lambang-lambang menjadi susunan yang lebih kompleks tetapi memiliki sistematika atau keteraturan.

Aktivitas membaca adalah upaya untuk memperoleh kesan atas suatu tanda, lambang, simbol beserta rangkaiannya (selanjutnya kita sederhanakan dengan istilah teks). Kesan yang diperoleh pembaca teks tidak sebatas pada konsep tentang ide yang disampaikan, tetapi juga mempunyai efek psikologis tertentu. Konsep ide dan efek psikologis harus dipisahkan dalam proses membaca bila kesan yang obyektif ingin diperoleh, sebab efek psikologis bisa memberikan predisposisi yang tidak menguntungkan bagi penalaran yang sehat. Misalnya, perasaan tidak suka akan sebgaiian konsep ide dalam teks bisa menimbulkan kesimpulan dini yang keliru. Demikian halnya rasa marah, melankolis (sedih, duka) , berprasangka, bisa menyesatkan interpretasi atas teks.

Dari pengertian komunikasi, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Dalam bahasa komunikasi komponen-komponen tersebut adalah komunikator yaitu

orang yang menyampaikan pesan, pesan yaitu pernyataan yang didukung oleh lambang, komunikan yaitu orang yang menerima pesan, media yaitu sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya dan efek yaitu dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Teknik berkomunikasi adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan perasaan, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan, imbauan, anjuran dan sebagainya.

Pernyataan tersebut dibawakan oleh lambang, umumnya bahasa. Dikatakan bahwa umumnya bahasa yang dipergunakan untuk menyalurkan pernyataan itu, sebab ada juga lambang lain yang dipergunakan, antara lain kial yaitu gerakan anggota tubuh, gambar, warna dan sebagainya. Melambaikan tangan, mengedipkan mata, mencibirkan bibir, atau menganggukkan kepala adalah kial yang merupakan lambang untuk menunjukkan perasaan atau pikiran seseorang. Gambar, apakah itu foto, lukisan, sketsa, karikatur diagram, grafik, atau lain-lainnya adalah lambang yang biasa digunakan untuk menyampaikan pernyataan seseorang. Demikian pula warna, seperti pada lampu lalu lintas, merah berarti berhenti, kuning berarti siap, dan hijau berarti berjalan, kesemuanya itu lambang yang dipergunakan polisi lalu lintas untuk menyampaikan instruksi kepada para pemakai jalan. Diantara sekian banyak lambang yang biasa digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, sebab bahasa dapat menunjukkan pernyataan seseorang mengenai hal-hal selain yang konkrit juga yang abstrak, baik yang terjadi saat sekarang maupun waktu yang lalu dan masa yang akan datang. Tidak demikian kemampuan lambang-lambang lainnya.

Yang penting dalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Dampak yang timbul dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yaitu :

1. Dampak kognatif

Adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkat inteletualitasnya. Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan lain perkataan, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.

2. Dampak afektif

Dampak ini lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognatif. Di sini tujuan komunikator bukan hanya sekedar upaya komunikasi tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

3. Dampak behavioral

Dampak ini yang paling tinggi kadarnya, yaitu dampak yang timbul pada komunikasi dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

Untuk contoh mengenai ketiga jenis dampak di atas dapat diambil dari berita surat kabar. Pernah sebuah berita surat kabar membuat berita yang dilengkapi foto mengenai seorang wanita yang menderita tumor yang menahun sehingga perutnya besar. Peristiwa yang diberitakan lengkap dengan fotonya itu menarik perhatian banyak pembaca. Berita tersebut dapat menimbulkan berbagai jenis efek. Jika seorang pembaca hanya tertarik untuk membacanya saja dan kemudian ia menjadi tahu maka dampaknya hanya berkadar kognitif saja. Apabila ia merasa iba atas penderitaan perempuan yang hidupnya tidak berkecukupan itu, berita tersebut menimbulkan dampak afektif. Tetapi kalau si pembaca yang tersentuh hatinya itu kemudian pergi ke redaksi surat kabar yang memberitakannya dan menyerahkan sejumlah uang untuk disampaikan kepada si penderita maka berita tadi menimbulkan dampak behavioral