

tidak hanya perlu memperoleh data, namun sering juga untuk memperoleh dukungan atas keputusan kita.

Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi umum. *Pertama*, untuk kelangsungan hidup diri-sendiri yang meliputi: keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. *Kedua*, untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.⁵

Berikut ini kita akan membahas empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gordon.⁶ Keempat fungsi tersebut, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental, tidak saling meniadakan (*mutually exclusive*). Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan.

❶ FUNGSI PERTAMA: KOMUNIKASI SOSIAL

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia, bisa dipastikan akan "tersesat", karena ia tidak berkesempatan menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang ia hadapi. Komunikasi pula yang memungkinkannya mempelajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi-situasi problematik yang ia masuki. Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana makan, minum, berbicara sebagai manusia dan memperlakukan manusia lain secara beradab, karena cara-cara berperilaku tersebut

harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga dan pergaulan dengan orang lain yang intinya adalah komunikasi.

Anak-anak yang karena kecelakaan, kesengsaraan, atau karena hal lain terisolasi atau terabaikan oleh manusia lainnya, akan tampak liar dan tidak seperti manusia. Perilaku mereka lebih menyerupai perilaku hewan daripada perilaku manusia. Bahasa mereka sering hanya merupakan suara-suara tidak bermakna, seperti teriakan, jeritan, dengkur, gerutuan, desahan, dan suara-suara ganjil lainnya. Maka Victor, manusia liar asal Aveyron yang dibesarkan srigala, yang hidup akhir abad ke-18, juga makan, minum dan berperilaku seperti pengasuhnya: srigala. Sayang, Victor mati muda, sesudah ia ditemukan manusia beradab dan dicoba dididik menjadi manusia normal seperti kita.

Implisit dalam fungsi komunikasi sosial ini adalah fungsi komunikasi kultural. Para ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Benar kata Edward T. Hall bahwa "budaya adalah komunikasi" dan "komunikasi adalah budaya".⁷ Pada satu sisi, komunikasi merupakan suatu mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horisontal, dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara vertikal, dari suatu generasi kepada generasi berikutnya. Pada sisi lain, budaya menetapkan norma-norma (komunikasi) yang dianggap sesuai untuk suatu kelompok tertentu, misalnya "Laki-laki tidak gampang menangis, tidak bermain boneka", "Anak perempuan tidak bermain pistol-pistol, pedang-pedangan, atau mobil-mobilan", "Jangan makan dengan tangan kiri", "Jangan melawan orangtua", "Duduklah dengan sopan", "Jangan menatap mata atasan", "Bersikaplah ramah pada tamu", "Jangan membicarakan kebesaran dunia di dalam masjid", dan sebagainya. Budaya ini bahkan mempengaruhi kita setelah kita mati. Mengurus orang yang meninggal apakah mayatnya dikafani atau dalam peti mati, setelah itu apakah mengadakan *tahlilan* atau tidak, juga bergantung pada norma-norma budaya yang berlaku pada komunitas kita.

Alfred Korzybski menyatakan bahwa kemampuan manusia berkomunikasi menjadikan mereka "pengikat waktu" (*time-binder*). Pengikatan-waktu (*time-binding*) merujuk pada kemampuan manusia untuk mewariskan pengetahuan dari generasi ke generasi dan dari budaya ke budaya. Manusia tidak perlu memulai setiap gene-

rasi sebagai generasi yang baru. Mereka mampu mengambil pengetahuan masa lalu, mengujinya berdasarkan fakta-fakta mutakhir dan meramalkan masa depan. Pengikatan-waktu ini jelas merupakan suatu karakteristik yang membedakan manusia dengan bentuk lain kehidupan. Dengan kemampuan tersebut, manusia mampu mengendalikan dan mengubah lingkungan mereka.⁸

Kita dapat memperkirakan nilai-nilai yang dianut orang-orang berdasarkan kelompok-kelompok yang mereka masuki. Bila seseorang lama belajar di suatu pesantren, kita dapat memperkirakan sikap dan perilakunya, misalnya pengetahuan agamanya relatif luas, penampilannya sederhana, dan lebih rajin beribadah daripada rata-rata Muslim. Kita pun dapat memperkirakan—meskipun perkiraan kita tidak selalu benar—sifat dan tindakan orang-orang yang termasuk suatu kelompok: politisi, pengusaha, ilmuwan, pramuka, pemusik, preman, homoseks, dan sebagainya.

Sebagian kesulitan dalam komunikasi berasal dari fakta bahwa kelompok-kelompok budaya atau subkultur-subkultur yang ada dalam suatu budaya mempunyai perangkat norma yang berlainan. Misalnya, terdapat perbedaan dalam norma-norma komunikasi antara kaum militer dengan kaum sipil, kaum abangan dengan kaum santri, kaum konservatif dengan kaum radikal, penduduk kota berbeda dengan penduduk desa, warga Nahdlatul Ulama (NU) dengan warga Muhammadiyah, dan bahkan antara generasi tua dengan generasi muda.

Oleh karena fakta yang sama atau rangsangan komunikasi yang sama mungkin dipersepsi secara berbeda oleh kelompok-kelompok yang berbeda kultur atau subkultur tersebut, kesalahpahaman hampir tidak dapat dihindarkan. Akan tetapi, ini tidak berarti bahwa berbeda itu buruk. Kematangan dalam budaya ditandai dengan toleransi atas perbedaan. Mengutuk orang lain karena mereka berbeda adalah tanda kebebalan dan kecongkakan.⁹

Pembentukan konsep-diri

Konsep-diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Kita sadar bahwa kita manusia karena orang-orang di sekeliling kita menunjukkan kepada kita lewat perilaku verbal dan nonverbal mereka bahwa kita manusia. Bahkan kita pun

tidak akan pernah menyadari nama kita adalah si "Badu" atau si "Mincreung", bahwa kita adalah lelaki, perempuan, pintar, atau menyenangkan, bila tidak ada orang-orang di sekitar kita yang menyebut kita demikian. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Anda mencintai diri anda bila anda telah dicintai; anda mempercayai diri anda bila anda telah dipercayai; anda berpikir anda cerdas bila orang-orang di sekitar anda menganggap anda cerdas; anda merasa anda tampan atau cantik bila orang-orang di sekitar anda juga mengatakan demikian.¹⁰

Konsep-diri kita yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang-orang dekat lainnya di sekitar kita, termasuk kerabat. Mereka itulah yang disebut *significant others*. Orang tua kita, atau siapapun yang memelihara kita pertama kalinya, mengatakan kepada kita lewat ucapan dan tindakan mereka bahwa kita baik, bodoh, cerdas, nakal, rajin, ganteng, cantik, dan sebagainya. Merekalah yang mengajari kita kata-kata pertama. Maka dalam banyak hal, kita adalah "ciptaan" mereka. Dalam pertumbuhan kita, kita menerima pesan dari orang-orang di sekitar kita mengenai siapa diri kita dan harus menjadi apa kita. Skenario itu ditetapkan orang-tua kita, berupa—antara lain—arahan yang jelas sebagaimana skenario yang ditulis untuk sinetron atau drama. Arahan itu misalnya, "Cium tangan kakek dan nenek", "Bilang terima kasih kepada paman dan bibi", "Gunakan tangan bagus (kanan) untuk menerima hadiah itu", "Anak pintar!" "Setiap orang dalam keluarga besar kita berpendidikan tinggi", dan sebagainya. Orang-orang di luar keluarga kita juga memberi andil kepada skenario itu, seperti guru, Pak kiai, sahabat, dan bahkan televisi. Semua mengharapakan kita memainkan peran kita. Menjelang kita dewasa, kita menemui kesulitan memisahkan siapa kita dari siapa kita menurut orang lain, dan konsep-diri kita memang terikat rumit dengan definisi yang diberikan orang lain kepada kita.¹¹

Meskipun kita berupaya berperilaku sebagaimana yang diharapkan orang lain, kita tidak pernah secara total memenuhi pengharapan orang lain tersebut. Akan tetapi, ketika kita berupaya berinteraksi dengan mereka, pengharapan mereka, kesan mereka, dan citra mereka tentang kita sangat mempengaruhi konsep-diri kita, perilaku kita, dan apa yang kita inginkan. Orang lain itu "mencetak" kita, dan setidaknya kita pun mengasumsikan apa yang orang lain asumsikan mengenai kita. Berdasarkan asumsi-asumsi itu, kita mulai memainkan peran-peran tertentu yang diharapkan orang

lain. Bila permainan peran ini menjadi kebiasaan, kita pun menginternalisasikannya. Kita menanamkan peran-peran itu kepada diri kita sebagai panduan untuk berperilaku. Kita menjadikannya sebagai bagian dari konsep-diri kita.¹² Dengan kata lain, kita merupakan cermin bagi satu sama lainnya. Bayangan saya pada cermin di kamar mandi menunjukkan apakah saya sudah bercukur atau belum. Saya harus melihat pada anda siapa saya.¹³ Proses pembentukan konsep-diri itu dapat digambarkan secara sederhana, sebagai berikut.¹⁴



FIGUR 1.1 Proses pembentukan konsep-diri

Sumber: Robert Hopper dan Jack L. Whitehead, Jr. *Communication Concepts and Skills*. New York: Harper & Row, 1979, hlm. 152.

Aspek-aspek konsep-diri seperti jenis kelamin, agama, kesukuan, pendidikan, pengalaman, rupa fisik kita, dan sebagainya kita internalisasikan lewat pernyataan (umpan balik) orang lain yang menegaskan aspek-aspek tersebut kepada kita, yang pada gilirannya menuntut kita berperilaku sebagaimana orang lain memandang kita. Identitas etnik khususnya merupakan unsur penting konsep-diri. Howard F. Stein dan Robert F. Hill menyebutnya inti diri (*the core of one's self*),¹⁵ sedangkan George De Vos melukiskannya dalam arti sempit sebagai "perasaan kontinuitas dengan masa lalu, perasaan yang dipupuk sebagai bagian penting definisi-diri".¹⁶

Dalam konteks ini, identitas etnik seseorang berkembang melalui internalisasi atas "pengkhasan" (*typication*) diri oleh orang lain, khususnya orang-orang dekat di sekitarnya, mengenai siapa orang itu dan siapa orang lain berdasarkan latar-belakang etnik. Internalisasi simbol, tanda, dan perilaku etnik ini terjadi tidak hanya pada masa kanak-kanak dan dalam keluarga, namun juga dalam ling-

kungan yang lebih luas lagi dan selama tahap-tahap kehidupan selanjutnya, bahkan setelah orang yang bersangkutan meninggalkan komunitas etniknya dan memasuki komunitas etnik yang baru. Semua aspek diri merupakan realitas yang diterima begitu saja dan tidak perlu dipersoalkan lagi (*taken-for-granted reality*).

George Herbert Mead¹⁷ mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep-dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat—dan itu dilakukan lewat komunikasi. Jadi kita mengenal diri kita lewat orang lain, yang menjadi cermin yang memantulkan bayangan kita. Charles H. Cooley¹⁸ menyebut konsep-diri itu sebagai *the looking glass-self*, yang secara signifikan ditentukan oleh apa yang seseorang pikirkan mengenai pikiran orang lain terhadapnya, jadi menekankan pentingnya respons orang lain yang diinterpretasikan secara subjektif sebagai sumber primer data mengenai diri.

Teori Mead tentang konsep-diri ini berlaku pula bagi pembentukan identitas etnik dalam arti bahwa konsep-diri diletakkan dalam konteks keetnikan, sehingga *diri* dipandang spesifik secara budaya dan berlandaskan keetnikan. Menurut Mead,¹⁹ seseorang lahir ke dalam suatu nasionalitas tertentu, suatu lokasi geografis tertentu, suatu kelompok etnik, dengan hubungan tertentu dengan lingkungan sosialnya. Dunia sosial yang melahirkan orang ini menyediakan suatu skema rujukan yang mempengaruhinya tanpa akhir dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya dan menafsirkan pengalaman hidupnya. Kelompok etnik ini mengkonstruksi realitasnya sendiri, menyediakan pengkhasan khusus atas diri, orang lain, dan objek-objek yang memudahkan penyesuaian seseorang ke dalam lingkungan sosialnya.

Kesukuan, di samping agama, secara tradisional merupakan aspek terpenting konsep-diri kita. Begitu penting asal-usul kita itu, sehingga tanpa kepastian asal-usul itu, kita akan melakukan apa saja untuk memastikan bahwa kita memiliki dimensi terpenting identitas kita tersebut. Richard D. Alba mengatakan jawaban paling memuaskan atas pertanyaan "Siapakah aku?" menyangkut keterikatan kepada asal-usul, suatu kebutuhan primordial yang pada dasarnya tidak luntur oleh hamparan peradaban.²⁰ Alex Haley dalam novelnya *Roots* secara dramatik melukiskan pencarian yang dilakukannya, yang sengaja datang ke benua Afrika untuk mengetahui asal-usulnya sebagai seorang kulit hitam Amerika. Kita bisa memahami mengapa banyak orang yang sudah lama terurbanisasikan dan menjalani hidup modern di sebuah kota besar merasa perlu

mengunjungi makam orangtua nun jauh di desa, misalnya pada hari raya Idul Fitri atau dalam beberapa hari setelahnya, karena ziarah tersebut menegaskan jati-diri dan asal-usul mereka.

Proses konseptualisasi-diri ini berlangsung sepanjang hayat kita. Sejak kanak-kanak kita sering berfantasi mengenai diri yang kita inginkan, atau citra-diri yang kita tunjukkan kepada orang lain. Sering konsep-diri atau citra-diri ini berubah-ubah, khususnya pada masa pertumbuhan. Ketika kecil, kita mungkin ingin menjadi pilot, dokter, wartawan, atau arsitek. Akan tetapi, semakin banyak pengetahuan yang kita peroleh dan semakin luas pengalaman kita, cita-cita itu boleh jadi berubah, dan akhirnya kita menerima peran kita sebagai dosen, pengacara, seniman atau peran apa saja yang berbeda dengan citra-diri yang dulu kita bayangkan. Konsep-diri kita pada usia 10 tahun, mungkin berbeda dibandingkan dengan ketika kita berusia 20 tahun, 35 tahun, atau 50 tahun.

Konsep-diri kita itu tidak pernah terisolasi, melainkan bergantung pada reaksi dan respons orang lain. Dalam masa pembentukan konsep-diri itu, kita sering mengujinya, baik secara sadar ataupun tidak sadar. Dalam "permainan peran" ini, niat murni kita untuk menciptakan konsep-diri kita mungkin memperoleh dukungan, berubah, atau bahkan penolakan. Dengan cara ini, interpretasi orang lain mengenai bagaimana kita seharusnya akan membantu menentukan akan menjadi apa kita. Dan kita mungkin menjadi—sedikit banyak—apa yang orang lain harapkan.²¹ Ada kalanya kita menjadi sekadar "badut" atau "bunglon", menunjukkan konsep-diri palsu yang tidak sepenuhnya kita inginkan, sehingga karena konformitas itu, kita menjadi tertekan. Namun umumnya kita memang mencoba memenuhi apa yang orang lain harapkan dari kita. Kesan orang lain terhadap kita itu berpengaruh kuat pada diri kita. Bila kawan-kawan kuliah menganggap kita cerdas, dan kita menerima anggapan tersebut, kita berusaha keras untuk memenuhi anggapan itu dengan rajin belajar untuk memperoleh nilai ujian yang tinggi.

Kesan yang orang lain miliki tentang diri kita dan cara mereka bereaksi terhadap kita sangat bergantung pada cara kita berkomunikasi dengan mereka, termasuk cara kita berbicara dan cara kita berpakaian. Proses umpan balik ini dapat berubah arah. Ketika kita melihat orang lain bereaksi terhadap kita dan kesan yang mereka miliki tentang kita, kita boleh jadi mengubah cara kita berkomunikasi karena reaksi orang lain itu tidak sesuai dengan cara kita memandang diri kita. Jadi citra yang anda miliki tentang diri anda dan citra yang orang lain miliki tentang diri anda berkaitan dalam komunikasi.²²

Kita dapat memperkirakan perbedaan konsep-diri wanita yang sehari-harinya berjilbab dengan konsep-diri wanita yang berpakaian serba terbuka. Dengan memperhatikan kata-kata yang orang ucapkan, kita dapat menduga dari kelas atau golongan mana ia berasal. Sadar akan pentingnya citra-diri di mata orang lain, sebagian orang berbicara dengan menggunakan banyak istilah asing yang padanan katanya sebenarnya juga tersedia dalam bahasa Indonesia—meskipun tatabahasa atau ucapannya keliru—agar dipandang intelektual dan modern. Sebagian pejabat pada era Orde Baru yang non-Jawa mengucapkan kalimat dengan sisipan “daripada” atau menekankan akhiran “ken” agar dipandang bahwa mereka itu memang pejabat.

Pernyataan eksistensi-diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi-diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi-diri. Kita dapat memodifikasi frase filosof Prancis Rene Descartes (1596-1650) yang terkenal itu *Cogito Ergo Sum* (“Saya berpikir, maka saya ada”) menjadi “Saya berbicara, maka saya ada”. Bila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis. Namun ketika kita berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.²³ Pengamatan sederhana atas anak-anak balita yang sedang bermain-main dengan teman-teman sebaya di lingkungan kita dengan mudah menunjukkan kepada kita “fenomena seorang anak yang berbicara sendirian” untuk menunjukkan bahwa dirinya eksis, meskipun teman-temannya itu asyik dengan diri dan mainan mereka masing-masing. Ketika anak-anak lain pergi, ia pun berhenti berbicara sendirian, dan ia pun mulai berbicara sendirian lagi ketika teman-temannya itu berada di dekatnya.

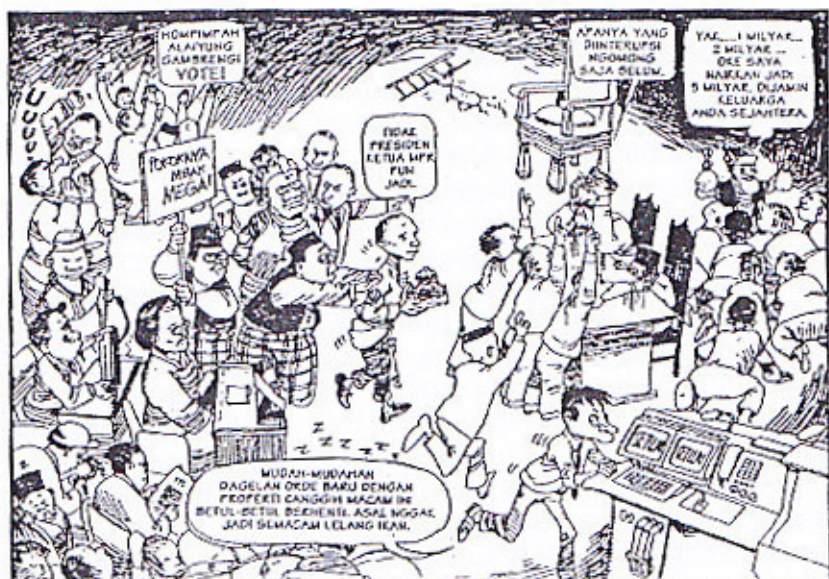
Pengamatan juga menunjukkan bahwa bila seorang anggota kelompok diskusi tidak berbicara sama sekali dan memilih tetap diam, orang lain akan segera menganggapnya bahwa si pendiam itu tidak ada sama sekali. Mereka tidak meminta si pendiam itu untuk memberi komentar atau berbicara kepadanya. Dan bila si pendiam serta-merta memutuskan berbicara, anggota lainnya sering bereaksi seolah-olah si pendiam itu menggaggunya. Mereka memperhatikannya sedikit saja. Mereka mengharapkan si pendiam itu tidak berbicara. Respons kelompok ini mungkin tidak akan terjadi bila sejak awal si pendiam membuat komentar dalam diskusi dan sekadar menunggu giliran untuk berbicara lagi. Namun bila parti-

sipan ini pasif sama sekali, eksistensinya tampak hampir diabaikan para pembicara yang aktif. Si pendiam gagal menggunakan pembicaraan untuk menyatakan eksistensi-dirinya.²⁴

Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri-terlihat jelas misalnya pada uraian para penanya dalam seminar. Meskipun mereka sudah diperingatkan moderator untuk berbicara singkat dan langsung ke-pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar, mengkuliahi hadirin, dengan argumen-argumen yang terkadang tidak relevan. Eksistensi-diri juga dinyatakan oleh para anggota Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam sidang-sidang mereka yang bertele-tele: karena merasa dirinya paling benar dan paling penting, setiap orang ingin berbicara dan ingin didengarkan. Fenomena serupa juga muncul dalam sidang-sidang selama berlangsungnya Sidang Umum Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) bulan Oktober 1999 melalui banjir interupsi dari begitu banyak peserta sidang, khususnya pada tiga hari pertama. Banyak interupsi yang asal-asalan, tidak relevan, kekanak-kanakan, kocak, konyol, menjengkelkan, naif, dan terkadang memuakkan. "Saya melihat, kondisi ini secara umum adalah sehat. Namun banyak pula di antara mereka yang melakukan interupsi bukan pada persoalan-persoalan substansial dan mendesak, sehingga terkesan ingin eksis", ujar Kepala Lembaga Pengkajian Masalah Kebijakan (LPMK) Bandung, Drs. Tb. Kun Maulawarman, M.Si.²⁵ Kelompok Bagito melukiskan fenomena itu dengan tepat:

Suasana itu diperlucu lagi dengan para anggota yang berebut *mencet* tombol *mike*, mirip anak-anak yang baru mendapat mainan *anyar* dibarengi teriakan, "interupsi . . . interupsi . . . pimpinan hey, pimpinan hey . . .!" Seru, norak, kampungan, ingin menang sendiri, semua terlihat langsung. Bahkan ada anggota Majelis yang enak aja *nyelonong ngomong* di saat orang lain bicara. Dia juga *ngablak* saja *ngomong*, walaupun pimpinan sidang—yang memang lucu itu—belum memberinya waktu bicara.²⁶

Sebuah kartun dalam harian *Kompas* melukiskan antara lain beberapa peserta Sidang Umum MPR yang berupaya menyatakan eksistensi-diri mereka dengan mengacungkan tangan (untuk melakukan interupsi) dalam sidang lembaga yang terhormat itu, yang dijawab oleh ketua sidang dengan: "Apanya yang diinterupsi ngomong saja belum."²⁷



FIGUR 1.2 Kartun "Komunikasi sebagai eksistensi-diri".

Sumber: Kompas, 5 Oktober 1999.

Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan

Sejak lahir, kita tidak dapat hidup sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain, untuk memenuhi kebutuhan biologis kita seperti makan dan minum, dan memenuhi kebutuhan psikologis kita seperti sukses dan kebahagiaan. Para psikolog berpendapat, kebutuhan utama kita sebagai manusia, dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohaniah, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Abraham Maslow menyebutkan bahwa manusia punya lima kebutuhan dasar: kebutuhan fisiologis, keamanan, kebutuhan sosial, penghargaan-diri, dan aktualisasi-diri. Kebutuhan yang lebih dasar harus dipenuhi sebelum kebutuhan yang lebih tinggi diupayakan. Kita mungkin sudah mampu memenuhi kebutuhan fisiologis dan keamanan untuk bertahan hidup. Kini kita ingin memenuhi kebutuhan sosial, penghargaan-diri, dan aktualisasi-diri. Kebutuhan ketiga dan keempat khususnya meliputi keinginan untuk memperoleh rasa aman lewat rasa memiliki dan dimiliki, pergaulan, rasa diterima, memberi

dan menerima persahabatan. Komunikasi akan sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah dan mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.²⁸

Komunikasi, dalam konteks apapun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Menurut Rene Spitz, komunikasi (ujaran) adalah jembatan antara bagian luar dan bagian dalam kepribadian: "Mulut sebagai rongga utama adalah jembatan antara persepsi dalam dan persepsi luar; ia adalah tempat lahir semua persepsi luar dan model dasarnya; ia adalah tempat transisi bagi perkembangan aktivitas intensional, bagi munculnya kemauan dari kepasifan".²⁹

Perilaku komunikasi pertama yang dipelajari manusia berasal dari sentuhan orangtua sebagai respons atas upaya bayi untuk memenuhi kebutuhannya. Orangtua menentukan upaya mana yang akan diberi imbalan, dan anak segera belajar merangsang dorongan itu dengan menciptakan perilaku mulut yang memuaskan si pembelai. Dengan kata lain, si anak membalas belaian orangtuanya. Anak cepat beradaptasi terhadap ibunya sendiri. Berdasarkan respons anak yang berulang, sang ibu akhirnya dapat membedakan suara anaknya, apakah sang anak marah, sakit, lapar, kesepian, atau sekadar bosan. Pesan-pesan ini sulit dipahami oleh orang yang bukan ibunya.³⁰

Pada tahap itu, komunikasi ibu dan anak masih sederhana. Komunikasi anak hanya memadai bagi lingkungannya yang terbatas. Pada tahap selanjutnya, anak memasuki lingkungan yang lebih besar lagi: kerabat, keluarga, kelompok bermain, komunitas lokal (tetangga), kelompok sekolah, dan seterusnya. Ketika anak memasuki sekolah, ia harus mengembangkan keterampilan baru untuk beradaptasi dengan lingkungan baru dan lebih luas, dan terutama untuk memenuhi kebutuhan intelektual dan sosialnya. Ketika anak itu dewasa dan mulai memasuki dunia kerja, lebih banyak lagi keterampilan komunikasi yang ia butuhkan untuk mempengaruhi atau meyakinkan orang lain, termasuk penguasaan bahasa asing misalnya, yang kesemuanya itu merupakan sarana untuk mencapai keberhasilan. Ringkasnya, komunikasi itu penting bagi pertumbuhan sosial, sebagaimana makanan penting bagi pertumbuhan fisik.

Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Kita belajar makna cinta, kasih sayang, keintiman, simpati, rasa hormat, rasa

bangga, bahkan irihati, dan kebencian. Melalui komunikasi, kita dapat mengalami berbagai kualitas perasaan itu dan membandingkannya antara perasaan yang satu dengan perasaan lainnya. Karena itu tidak mungkin kita dapat mengenal cinta bila kitapun tidak mengenal benci. Kita tidak akan mengenal makna pelecehan bila kita tidak mengenal makna penghormatan. Lewat umpan balik orang lain kita memperoleh informasi bahwa kita orang yang sehat secara jasmani dan rohani, dan bahwa kita orang yang berharga. Penegasan orang lain atas diri kita membuat kita merasa nyaman dengan diri-sendiri dan percaya-diri. Pernahkah anda memasuki sebuah tempat dan menemukan bahwa orang-orang yang anda kenal tidak mempedulikan anda dan menganggap anda orang asing atau tidak ada? Penyangkalan mereka atas eksistensi kita membuat kita merasa tidak nyaman, bukan?

Untuk memperoleh kesehatan emosional, kita harus memupuk perasaan-perasaan positif dan mencoba menetralkan perasaan-perasaan negatif. Orang yang tidak pernah memperoleh kasih sayang dari orang lain akan mengalami kesulitan untuk menaruh perasaan itu terhadap orang lain, karena ia sendiri tidak pernah mengenal dan merasakan perasaan tersebut. Kita hanya bisa meng-eksternalisasikan suatu makna, gagasan, atau perasaan yang kita internalisasikan dari lingkungan kita. Begitulah, dalam kehidupan sehari-hari, secara sadar ataupun tidak, kita sering mengucapkan "Selamat pagi", "Halo", "Assalamu'alaikum", "Apa kabar?" menanyakan keadaan keluarga, pekerjaan, mengomentari cuaca, atau menganggukkan kepala, melambaikan tangan, menepuk bahu, atau bersalaman, untuk setidaknya mengakui kehadiran orang lain, untuk menunjukkan bahwa kita ramah, dan untuk menumbuhkan atau memupuk kehangatan dengan orang lain. Komunikasi itulah yang disebut komunikasi fatik (*phatic communication*).³¹

Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan-diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tenteram dengan diri-sendiri dan juga orang lain. Dua orang dapat berbicara berjam-jam, dengan topik yang berganti-ganti, tanpa mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pesan-pesan yang mereka pertukarkan mungkin hal-hal yang remeh, namun pembicaraan itu membuat keduanya merasa senang. Para psikolog menunjukkan kepada kita bahwa banyak perilaku manusia itu dimotivasi oleh kebutuhan untuk menjaga keseimbangan emosional atau mengurangi ketegangan internal dan rasa frustrasi. Kita bisa memahami mengapa seseorang yang mengemukakan persoalan pribadinya kepada orang

lain yang dipercayainya merasa beban emosionalnya berkurang. Komunikasi fatik semacam ini dapat sekaligus berfungsi sebagai mekanisme untuk menunjukkan ikatan sosial dengan orang yang bersangkutan, apakah sebagai sahabat, teman sejawat, kerabat, mantan dosen, dan sebagainya. Sapaan "Hei, ke mana saja selama ini?" terhadap orang yang lama tidak kita jumpai menyenangkan diri-sendiri dan orang yang kita sapa serta sekaligus menunjukkan bahwa kita punya ikatan sosial tertentu dengan orang itu.

Bila seseorang bertanya, "Apa kabar?" atau "Bagaimana keadaan anda?" kepada kita, kita tidak menjawabnya seperti kalau kita ditanya seorang dokter. Hampir otomatis, jawaban kita adalah "Baik". Bila jawaban yang kita berikan adalah jawaban yang sesungguhnya, kita mungkin akan dianggap orang aneh, tidak tahu sopan santun, atau ingin bergurau, seperti jawaban, "Aduh, saya lagi pusing (atau sakit koreng, ambeien, jantung, dan sebagainya) nih", "Saya lagi *bokek*", atau "Dibandingkan dengan siapa? Dengan anda atau istri saya?"

Sering kita bertanya kepada seseorang, untuk sekadar mengakui kehadirannya, bukan untuk mengetahui jawabannya. ("*Udah tau nanya!*"). Misalnya, sapaan "Sekolah, Dik?" kepada seorang pelajar putri berseragam abu-abu yang pagi-pagi bergegas di jalan, atau "Dari pasar, Bu?" kepada seorang tetangga yang baru turun dari becak yang membawa sayur-sayuran. Di kalangan orang Melayu Riau, di Pekanbaru khususnya, orang biasa menjawab, "Tak *ade*", untuk sapaan-sapaan seperti, "Ke mana?" "Kerja apa sekarang?" "Banyak dapat ikan?" Jawaban itu bukan berarti bohong atau nol, melainkan kebiasaan untuk tidak menonjolkan diri dan untuk menjaga harmoni.³²

Dalam komunikasi fatik, pokok pembicaraan atau kata-kata tidaklah penting, seperti yang dilukiskan pengalaman nyata seorang pebisnis Amerika yang berkunjung ke Eropa untuk pertama kalinya.

Pria Amerika ini menemukan dirinya sedang makan siang, dan duduk di dekat seorang pria Prancis. Tidak seorang pun bisa berbicara bahasa "teman" makannya, namun keduanya saling menyapa dengan senyum. Ketika pelayan menyuguhkan minuman anggur (*wine*), pria Prancis mengangkat gelasnyanya dan berkata, "*Bon appetit!*" Pria Amerika tidak mengerti ucapan itu dan menjawab, "Ginzberg". Tidak ada kata lain yang mereka ucapkan saat itu. Malam itu, dalam acara makan malam, keduanya bertemu lagi dan duduk di meja yang sama. Sekali lagi pria Prancis menyapa pria Amerika dengan ucapan "*Bon appetit!*" ketika ia mengangkat gelas yang berisi *wine*. Lagi pria Amerika itu menjawab, "Ginzberg". Pelayan memperhatikan pertukaran sapaan yang ganjil ini, dan setelah makan malam, mengajak pria Amerika itu meminggir untuk menjelaskan bahwa pria Prancis itu bukan memberitahukan namanya, melainkan mengucapkan selamat makan. Hari berikutnya pria Amerika itu sengaja makan siang

bersama pria Francis itu lagi agar ia dapat memperbaiki kekeliruannya. Pria Amerika berinisiatif mengangkat gelas minuman dan berkata, "*Bon appetit!*" yang dijawab oleh pria Francis dengan bangga, "Ginzberg".³³

Melalui komunikasi dengan orang lain, kita dapat memenuhi kebutuhan emosional dan intelektual kita, dengan memupuk hubungan yang hangat dengan orang-orang di sekitar kita. Tanpa pengasuhan dan pendidikan yang wajar, manusia akan mengalami kemerosotan emosional dan intelektual. Kebutuhan emosional dan intelektual itu kita peroleh pertama-tama dari keluarga kita, lalu dari orang-orang dekat di sekeliling kita seperti kerabat dan kawan-kawan sebaya, dan barulah dari masyarakat umumnya, termasuk sekolah dan media massa seperti surat kabar dan televisi. Khususnya dalam lingkungan keluarga, kebutuhan biologis, emosional dan intelektual anak bisa dipenuhi dengan tindakan anggota keluarga lainnya, khususnya orangtua. Pada gilirannya kebutuhan suatu keluarga juga akan dipenuhi oleh pihak lainnya, dan kebutuhan mereka bersama-sama sebagai suatu komunitas juga akan dipenuhi oleh komunitas lainnya, begitulah seterusnya. Semua kerjasama untuk mencapai kesejahteraan itu pertama-tama dan terutama dilakukan lewat komunikasi.

Orang yang tidak memperoleh kasih sayang dan kehangatan dari orang-orang di sekelilingnya cenderung agresif. Pada gilirannya agresivitas ini melahirkan kekerasan terhadap orang lain, seperti ditunjukkan berbagai penelitian. Misalnya, Philip G. Zimbardo melakukan penelitian ekstensif di Amerika Serikat tentang hubungan antara anonimitas (keterasingan) dan agresi (kekerasan). Ia dan kawan-kawannya meninggalkan sebuah mobil tanpa pelat nomor dan tanpa kap di sebuah jalan di Palo Alto, California, juga meninggalkan mobil serupa di sebuah jalan di daerah Bronx, New York, yang penduduknya tidak saling mengenal dan terasing antara satu dengan lainnya. Dalam dua kasus itu masing-masing mobil berwarna putih dan ditempatkan di daerah kelas menengah dekat sebuah universitas besar.

Di Palo Alto mobil tersebut tidak dijamah siapapun selama seminggu lebih, kecuali seseorang yang lewat merendahkan kap mobil agar mesin mobil tidak basah. Di Bronx dalam beberapa jam saja dan pada siang hari bolong orang-orang dewasa dan anak-anak muda mempreteli onderdil mobil yang masih bisa dipakai dan dijual. Tidak ada orang yang mempedulikan perilaku mereka. Berikutnya, anak-anak memecahkan kaca depan dan kaca belakang mobil, lalu orang-orang dewasa menghantam mobil itu dengan batu, pipa dan palu. Dalam waktu kurang dari tiga hari mobil itu

menjadi barang rongsokan yang hancur tanpa bentuk. Kejadian itu menunjukkan betapa keterasingan yang dialami seseorang cenderung membuatnya berperilaku agresif, dan bahkan brutal.³⁴

Lebih jauh lagi, komunikasi juga telah dihubungkan bukan hanya dengan kesehatan psikis, tetapi juga kesehatan fisik. Seperti ditunjukkan Sommer³⁵ berdasarkan berbagai sumber yang diperolehnya, orang-orang yang memperoleh dukungan sosial yang tinggi mempunyai kemungkinan lebih rendah untuk terserang penyakit jantung, kanker, kemangkiran, dan dirawat di rumah sakit. Sebaliknya, marginalitas sosial berkaitan dengan kemungkinan lebih tinggi terkena penyakit jantung, kanker, depresi, darah tinggi, arthristis, schizophrenia, tuberculosis, dan kematian. Suatu studi atas 2320 pria yang selamat dari penyakit infark jantung (*myocardial infarction*) menemukan bahwa orang-orang yang terisolasi secara sosial dan menderita stres tinggi menunjukkan tingkat kematian empat kali lebih tinggi yang tidak dapat dijelaskan oleh faktor risiko fisik dan akses terhadap perawatan medis.

Penelitian selama lebih dari sepuluh tahun secara ajeg menunjukkan hubungan yang erat antara stres dan penyakit akut. Terdapat cukup data yang secara jelas menghubungkan ciri-ciri kepribadian sebagai faktor risiko yang menimbulkan penyakit kanker dan penyakit jantung. Orang yang lebih mandiri, kalem dalam menghadapi stres dan mengambil keputusan seraya tetap optimistik, mempunyai kemungkinan lebih rendah untuk terkena kanker dan penyakit jantung. Orang yang menekan emosinya dan merasa tak berdaya dalam menghadapi stres lebih rentan terhadap kanker, sedangkan orang yang agresif dan bereaksi terhadap stres dengan respons emosional yang berlebihan lebih mungkin terkena penyakit jantung.

Sommer juga mengemukakan, terdapat hubungan antara sistem saraf pusat dan sistem kekebalan. Itu terjadi via sistem saraf otonomik dan sistem peredaran darah. Penjelasannya cukup rumit. Akan tetapi, cukuplah dikatakan bahwa stres psikologis yang kronis mempunyai efek yang merugikan fungsi kekebalan, sementara intervensi psikologis, seperti tertawa, relaksasi dan meditasi, dan olahraga yang cukup mempunyai efek yang positif terhadap fungsi kekebalan. *New England Journal of Medicine* melaporkan tahun 1991 bahwa stres psikologis berkaitan dengan peningkatan risiko terkena pilek akut yang disebabkan lima virus yang berbeda.

Stewart menunjukkan bahwa orang yang terkucil secara sosial cenderung lebih cepat mati. Selain itu, kemampuan berkomunikasi yang buruk ternyata mempunyai andil dalam penyakit jantung

koroner, dan kemungkinan terjadinya kematian naik pada orang yang ditinggalkan mati oleh pasangan hidupnya.³⁶ Surat kabar *The Age* (24 Desember 1998) dengan judul "*Get A Wife . . . for a Longer Life*" menunjukkan, di Australia ternyata pria maupun wanita yang menikah hidup lebih lama daripada yang tidak menikah atau yang bercerai. Namun kaum pria lebih "diuntungkan" karena pria berusia 20-69 tahun yang tidak menikah angka kematiannya dua sampai empat kali lebih banyak daripada pria yang menikah.³⁷

Jauh sebelum itu, Raja Frederick II, penguasa Sicilia abad ke-13, membuat percobaan dengan memasukkan sejumlah bayi ke laboratorium. Anak-anak itu dimandikan dan disusui oleh ibu-ibu, namun bayi-bayi itu tidak diajak berbicara. Akibatnya, mengejutkan. Semua bayi dalam percobaan itu mati. Tahun 1915, seorang dokter di Rumah Sakit John Hopkins menemukan bahwa 90% dari semua bayi yang ada di panti asuhan Baltimore, Maryland, meninggal dalam satu tahun. Pada tahun 1944, seorang psikolog menemukan bahwa 34 dari 91 anak panti asuhan yang diamatinya juga mati.³⁸

Setahun kemudian, tahun 1945, Rene Spitz melaporkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kesehatan bayi-bayi yang jarang memperoleh belaian manusia akan mengalami kemerosotan dan menderita penyakit yang mengancam jiwa mereka. Tahun 1957, J.D. French melaparkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa kelangkaan rangsangan emosional dan sensoris menimbulkan kemunduran pada struktur otak manusia, yang pada gilirannya mengakibatkan kekurangan gizi, dan akhirnya dapat berujung pada kematian. Eric Berne mengembangkan suatu teori hubungan sosial yang ia sebut *Transactional Analysis* (1961). Teorinya berdasarkan hasil penelitian mengenai keterlantaran indrawi (*sensory deprivation*) yang menunjukkan bahwa bayi-bayi yang kekurangan belaian dan hubungan manusiawi yang normal menunjukkan tanda-tanda kemerosotan fisik dan mental yang bisa berakibat fatal. Ia menyimpulkan bahwa sentuhan emosional dan indrawi itu penting bagi kelangsungan hidup manusia. Ia menyimpulkan teorinya dengan ungkapan bahwa "*If you are not stroked, your spinal cord will shrivel up*" (Jika engkau tidak mendapatkan belaian, urat saraf tulang belakangmu akan layu).³⁹

Menurut Berne dalam bukunya *Games People Play* (1964), belaian (*stroke*) adalah istilah umum untuk kontak fisik yang intim yang praktiknya dapat mengambil berbagai bentuk. Sebagian orang secara harfiah membelai seorang bayi; sebagian lagi memeluknya atau menepuknya, sementara lainnya lagi mencubitnya atau me-

nyentuhnya dengan ujung jari. Semua ini punya analoginya dalam percakapan, sehingga tampaknya orang meramalkan bagaimana seorang individu akan memperlakukan bayi dengan mendengarkan suara berbicara. Dalam arti luas, belaian mengisyaratkan pengakuan atas kehadiran orang lain. Karena itu, belaian dapat digunakan sebagai unit dasar tindakan sosial.⁴⁰

Kaitan erat antara komunikasi yang manusiawi (tulus, hangat, dan akrab) dengan harapan hidup diperteguh oleh penelitian mutakhir yang dilakukan Michael Babyak dari Universitas Duke, dan beberapa kawannya dari beberapa universitas lain di Amerika Serikat. Melalui penelitian yang mengambil 750 orang kulit putih dari kelas menengah sebagai sampel, dan memakan waktu 22 tahun, Babyak dan rekan-rekannya menemukan bahwa orang-orang yang memusuhi orang lain, mendominasi pembicaraan, dan tidak suka berteman, berpeluang 60% lebih tinggi menemui kematian pada usia dini dibandingkan dengan orang-orang yang berperilaku sebaliknya: ramah, suka berteman, dan berbicara tenang.⁴¹ Sebuah tim peneliti lain di rumah sakit Lehigh Valley Pennsylvania, Amerika Serikat, menemukan bahwa orang yang gampang marah, menyimpan perasaan bermusuhan, suka bersikap sinis, agresif berkaitan erat dengan peningkatan kematian akibat penyakit infark jantung.⁴²

Tidak sulit menduga bahwa watak tertentu menimbulkan respons tubuh tertentu pula. Misalnya kita bisa melihat reaksi tubuh bagian luar orang yang sedang marah: muka merah, mata melotot dan berwarna merah, tubuh gemetar, berkeringat, dan sebagainya. Dalam konteks ini, Babyak dan kawan-kawannya menduga bahwa orang-orang dari golongan pertama tadi secara kronis lebih cepat dibangkitkan dan terkena stres. Hal itu membuat mereka menghasilkan lebih banyak hormon stres yang merugikan dan lebih berisiko terkena penyakit jantung. Semua hasil penelitian di atas sebenarnya memperkuat ucapan Nabi Muhammad SAW—sang ilmuwan sejati—14 abad yang lalu, bahwa silaturahmi memperpanjang usia.⁴³

FUNGSI KEDUA: KOMUNIKASI EKSPRESIF

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-pera-

krink atau sindiran terhadap penguasa sering dilarang pihak berwajib selama era Orde Baru. Orang memang telah menggunakan sarana hiburan berabad-abad untuk tujuan propaganda. Selama revolusi Prancis, misalnya, digunakan juga musik, selain teater, permainan, festival dan surat kabar, untuk menggalang kekuasaan.⁴⁸ Lagu-lagu perjuangan Indonesia, meskipun menghibur dan estetis, juga mengandung imbauan kepada rakyat untuk berjuang merebut dan mempertahankan kemerdekaan. Lagu "Maju Tak Gentar" dan "Halo-Halo Bandung" khususnya, mengekspresikan perjuangan dan semangat kepahlawanan. Belakangan, di kalangan masyarakat, ada gurauan bahwa lagu "Maju Tak Gentar", "Padamu Negeri", dan "Di sini Senang" (atau "Sorak Sorai Bergembira") berturut-turut merupakan "lagu kebangsaan" (ekspresi) tentara berpangkat rendah (tamtama, prajurit), perwira menengah, dan perwira tinggi TNI. Menarik pula bahwa ternyata ke tujuh-belas *pupuh* Sunda melambangkan suasana hati yang berlainan. *Asmarandana* melambangkan rasa berahi; *dangdanggula* melambangkan kegembiraan; *kinanti* melambangkan penantian; *maskumambang* melambangkan kesedihan; *pangkur* melambangkan kemarahan; dan *sinom* melambangkan asmara.

Lukisan pun sering mengekspresikan perasaan pelukisnya. Anda masih ingat lukisan-lukisan Raden Saleh yang warna-warnanya suram. Para pengamat menafsirkan warna-warna itu menggambarkan suasana kejiwaan Raden Saleh yang "prihatin dan tertekan" dalam mengalami masa penjajahan dan menyaksikan kaumnya tertindas oleh penjajah, sementara lukisan-lukisan Affandi dengan polesan-olesan cat yang "melotot" dan didominasi warna-warna dasar yang menyala mengekspresikan nuansa jiwanya yang impulsif, dinamis dan dalam pencarian makna hidup tak berkesudahan. Bentuk-bentuk seni itu jelas mengekspresikan suasana kejiwaan dan semangat zaman pelukisnya.

Akan halnya tari-tarian, salah satu tarian yang secara simbolik mengekspresikan kesadaran atau perasaan penarinya adalah Tari *Baluse*, yakni tarian perang ala Nias yang dilakukan sekelompok pria. Tarian ini sebenarnya merupakan simbol perlawanan terhadap penjajah dan ketidakadilan. Tarian ini pernah ditampilkan sekitar 30 orang di Gedung DPRD dan Kantor Gubernur Sumatera Utara, Medan, Desember 1999, sebagai ungkapan rasa rakyat Nias untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik dan bebas dari keterbelakangan, menyertai unjuk rasa yang dilakukan 150 orang Nias dari Gunung Sitoli (Kabupaten Nias) dan dari Medan. Dengan mengenakan busana perang, masing-masing penari menggenggam sebilah pedang

di tangan kanan dan perisai di tangan kiri dan mengayun-ayunkan pedang tersebut sambil melompat tiga langkah ke belakang, tiga langkah ke depan. Sementara itu, seorang lain melantunkan lagu perang Nias, disahuti oleh semua penari, sekali-sekali ditimpali hentakan kaki yang mengikuti irama lagu yang dinyanyikan.⁴⁹

Teater yang disutradarai W.S. Rendra, N. Riantiarno, atau Ratna Sarumpaet dalam dekade terakhir abad ke-20 tidak jarang mengekspresikan protes atau kritik masyarakat, misalnya rakyat kecil yang ditindas penguasa. Mereka berkali-kali tidak memperoleh izin untuk mengadakan pertunjukan drama mereka. Sejumlah dramawan lain juga menyatakan keprihatinan rakyat dengan cara serupa. Teater berjudul "Ketika Kita Kaku" karya Arman Dewarti yang dipertunjukkan dalam *Makassar Arts Forum* 1999 di Ujung Pandang menggambarkan nasib perempuan yang selalu menjadi korban terparah dari tindak kekerasan yang terjadi di berbagai tempat, karena mereka juga kehilangan martabat sebagai manusia selain kehilangan harta benda.⁵⁰ Beberapa minggu sebelumnya, dalam suatu pertunjukan lain di ruang terbuka di Jakarta, lima orang seniman dipimpin Kusumo Priyono, pendongeng yang biasa memandu acara anak-anak di televisi, menggelar atraksi seni "Rebutan Kursi" di halaman depan gedung Komisi Pemilihan Umum (KPU) di Jalan Imam Bonjol Jakarta Pusat. Para seniman itu mengenakan kostum kancil, macan, buaya, katak, dan robot. Mereka memperebutkan sebuah kursi berwarna kuning keemasan dalam pertunjukan yang berlangsung sekitar lima menit itu. Menurut Kusumo, kondisi Komisi Pemilihan Umum (KPU) mirip dengan tingkah laku keempat binatang dan robot yang mempertunjukkan atraksi tersebut. Kusumo menjelaskan, "kancil" adalah simbol akal-akalan yang artinya anggota KPU banyak bermain akal-akalan dalam melaksanakan tugasnya. "Macan" yang suka mengais-ngais dan mencakar adalah simbol anggota KPU yang sering mencakar dengan kasar untuk mendapatkan kursi legislatif. "Robot" adalah simbol orang yang diperintahkan ke sana kemari tanpa tahu apa yang diperintahkan. Sedangkan "buaya" suka mengganggu orang saja. Sementara "katak" merupakan hewan amfibi yang hidup di dua alam. Itu mewakili anggota KPU yang selalu berusaha menyelamatkan diri dengan cara berpihak ke kiri atau ke kanan, tergantung yang kuat. Kusumo menambahkan, aksi yang dilakukannya merupakan ekspresi keprihatinan para seniman terhadap kerja KPU selama ini.⁵¹

FUNGSI KETIGA: KOMUNIKASI RITUAL

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun (nyanyi *Happy Birthday* dan pemotongan kue), pertunangan (melamar, tukar cincin), *siraman*, pernikahan (*ijab-qabul*, *sungkem* kepada orang-tua, *sawer*, dan sebagainya), ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka.

Salat kaum Muslim yang mengarah ke Ka'bah melambangkan kesatuan dan persatuan umat Muslim yang ber-Tuhan satu (Allah). Dalam upacara haji, pakaian ihram berwarna putih dan tidak dijahit yang dikenakan jamaah pria melambangkan kesederajatan seluruh umat manusia, sedangkan *jumrah* (melempar pilar dengan sejumlah kerikil di Mina) melambangkan pengusiran setan yang dilakukan Nabi Ibrahim dulu dengan melempar setan itu (yang dilambangkan pilar) dengan kerikil. Orang-orang Katolik memakan roti dan meminum anggur yang melambangkan daging dan darah Yesus dalam misa mereka untuk juga—secara simbolik—turut merasakan penderitaan Sang Juru Selamat. Pada Pekan Suci Perayaan Paskah secara Katolik di Vatikan, Paus Yohannes Paulus II membasuh dan mencium kaki seorang pastor, satu di antara kedua belas Pastor terpilih. Ciuman Paus itu merupakan tradisi setiap Kamis Putih, satu dari empat hari utama Perayaan Paskah untuk memperingati perjamuan terakhir Yesus dengan kedua belas muridnya sebelum ia mati disalib.⁵² Di Indonesia, beberapa organisasi keagamaan (Islam) atau partai politik mengadakan acara istighosah untuk mendoakan agar pemimpin mereka menjadi pemimpin bangsa, agar para pemimpin diberi petunjuk, atau agar bangsa Indonesia terhindar dari bencana nasional.

Fungsi ritual ini juga ditunjukkan pelamaran yang dilakukan

keluarga calon mempelai pria kepada keluarga calon mempelai wanita. Wakil keluarga pria meminta kesediaan dari keluarga calon mempelai wanita agar putri mereka dijadikan istri calon mempelai pria, dan keluarga calon mempelai wanita kemudian memenuhi permintaan itu. Dan kita tahu peristiwa itu hanya sekadar "sandiwara", karena sebenarnya sebelum pelamaran itu berlangsung, kedua keluarga sudah sepakat akan rencana anak-anak mereka untuk menempuh hidup baru. Dalam upacara perkawinan adat Sunda, adegan pengantin wanita membersihkan kaki pengantin pria setelah pengantin pria menginjak telur mentah melambangkan kesetiaan dan pengabdian istri kepada suami, dan kesediaan untuk memperoleh bimbingannya, sementara *huap lingkung* (saling menyuapi makanan, biasanya daging ayam) melambangkan bahwa suami-istri harus harmonis, saling membutuhkan, saling memberi dan menerima, dan saling menyayangi.

Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Orang menziarahi makam Nabi Muhammad, bahkan menangis di dekatnya, untuk menunjukkan kecintaannya kepadanya. Para siswa yang menjadi pasukan pengibar bendera pusaka (paskibraka) mencium bendera merah putih, sering dengan berlinang airmata, dalam pelantikan mereka, untuk menunjukkan rasa cinta mereka kepada nusa dan bangsa, terlepas dari apakah kita setuju terhadap perilaku mereka atau tidak.

Sebagian respons kita terhadap (lambang) cinta, keluarga, negara, dan agama—untuk menyebut beberapa hal saja yang terpenting dalam kehidupan kita—mungkin tidak kita sadari. Respons manusia dalam menanggapi lambang-lambang ini tidak jarang bersifat ekstrem dan tidak masuk akal bagi kebanyakan orang, misalnya sepasang kekasih yang sama-sama bunuh diri karena hubungan mereka tidak direstui salah satu atau kedua pihak orangtua, atau individu yang melakukan pemboman bunuh-diri untuk membunuh seseorang atau sekelompok orang tertentu yang mereka anggap musuh. Pemboman bunuh-diri berkali-kali dilakukan anggota-anggota kelompok pemberontak Macan Tamil Eelam (LTTE) terhadap para pemimpin Srilanka dalam dekade terakhir abad ke-20, sehingga mengakibatkan puluhan orang tewas dalam keramaian. Bunuh-diri yang dilakukan orang Jepang bahkan merupakan suatu upacara yang lebih terencana lagi. Tradisi merobek perut sendiri dengan senjata tajam ini dulu dilakukan kaum Samurai Jepang atau berdasarkan keputusan pengadilan sebagai pengganti hukuman mati. Beberapa pejabat atau tokoh Jepang masa kini yang melakukan kesalahan mengikuti jejak

kaum samurai tersebut untuk menebus rasa bersalah mereka dan untuk menunjukkan tanggung jawab mereka atas kesalahan yang dilakukannya atau bawahannya.

Seseorang yang memasuki suatu kelompok baru sering harus menjalani suatu upacara untuk secara resmi diterima kelompok tersebut, mulai dari mahasiswa yang harus menjalani perpeloncoan hingga seorang pria dewasa yang memasuki suatu mafia kejahatan. Inisiasi ini misalnya dijalani Joseph M. Valachi, tersangka pembunuhan berusia enam-puluh tahun, yang dengan tenang menceritakan sejarah dan metode kejahatan organisasi yang dimasukinya, Cosa Nostra, seperti yang dilaporkan *New York Times*:

Menurut Valachi, ia dibawa ke dalam sebuah ruangan yang besar, di mana terdapat 30 atau 35 lelaki duduk di tepi sebuah meja panjang.

"Terdapat sepucuk pistol dan sebilah pisau di atas meja," Valachi bersaksi. "Saya duduk di ujung. Mereka mendudukan saya di sebelah Maranzaro. Saya mengulangi beberapa kata dalam bahasa Sicilia yang diucapkannya."...

"Kamu hidup dengan sepucuk pistol dan sebilah pisau di atas meja."...

Valachi berkata bahwa Maranzaro memberinya selembar kertas dan membakarnya sementara ia memegangnya dengan tangannya.

"Saya mengulangi dalam bahasa Sicilia. 'Inilah cara saya terbakar bila saya mengkhianati organisasi.'"...

Valachi kemudian menceritakan, para pria di tepi meja itu menghasilkan sebuah nomor dengan menjumlahkan jari jemari yang diacungkan setiap orang antara satu hingga lima jari. Jumlah total itulah yang diambil. Dimulai dengan Maranzaro, jumlah itu kemudian dihitung. Orang yang sesuai dengan nomor akhir itulah yang ditunjuk menjadi Godfather-nya Valachi dalam keluarga. Menurut Valachi, undian itu jatuh pada Bonanno.

Valachi kemudian berkata bahwa jarinya ditusuk jarum yang dipegang Bonanno untuk menunjukkan bahwa ia "sedarah" dengan Bonanno. Setelah itu, lanjut Valachi, semua yang hadir berpegangan tangan sebagai tanda ikatan kepada organisasi.

Valachi berkata ia diberi dua aturan dalam organisasi malam itu—satu mengenai kepatuhan kepada organisasi dan satunya lagi janji untuk tidak memiliki istri, saudara perempuan, atau putri anggota lain.

Untuk pertama kalinya, ia berwajah cemberut. "Inilah hal terburuk yang dapat saya lakukan, menceritakan upacara itu", katanya. "Inilah ajal saya, menceritakannya pada kalian dan pers".⁵³

Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok. Bukanlah substansi kegiatan ritual itu sendiri yang terpenting, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan bahwa kita terikat oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri, yang bersifat

“abadi”, dan bahwa kita diakui dan diterima dalam kelompok kita. Maka di penghujung abad ke-20 saya menyaksikan seorang pemuda sarjana ekonomi dari suatu keluarga kelas menengah di Bandung, menangis tersedu-sedu ketika ia diguyuri air yang dihiasi dengan berbagai macam bunga oleh para tetuanya dalam acara *siraman* di teras rumahnya, dua hari sebelum hari pernikahannya, sementara seorang pria di ruang tamu menyenandungkan berbagai nasihat, dan mengingatkan sang pemuda akan masa kecilnya, diiringi lantunan musik Sunda kecapi suling yang “menyayat hati”.

Kita memang bukan makhluk rasional semata-mata. Bila segala kegiatan manusia harus rasional, mengapa kita harus melakukan upacara pernikahan atau upacara pemakaman? Bukankah upacara-upacara itu sia-sia saja, dan mubazir? Bukankah upacara pernikahan cukup diganti dengan janji atau kesepakatan antara kedua orang calon suami-istri itu, yang dicatat pada selembar kertas atau direkam dalam suatu kaset? Mengapa orang yang meninggal tidak segera saja dikuburkan? Mengapa si mayat harus dibersihkan dan



FIGUR 1.3 Pernikahan sebagai salah satu pemenuhan fungsi komunikasi, yakni komunikasi ritual.

Sumber: Koleksi pribadi.

didandani terlebih dulu? Mengapa harus ada ritual lagi pada saat pemakaman? Agama tentu saja dapat memberikan penjelasan atas pertanyaan-pertanyaan itu. Akan tetapi, selain mengandung makna keagamaan, upacara-upacara itu, upacara pemakaman misalnya, menegaskan kembali tempat manusia dalam masyarakat, keluarga, persahabatan, dan dalam cinta. Hal itu juga menegaskan kembali jati-dirinya, kekhususan hidupnya, kesenjangan yang ia tinggalkan dalam kehidupan orang lain. Seorang manusia bukan seperangkat mesin, dan tidak dapat digantikan sepenuhnya oleh orang lain; setiap manusia itu unik dan keunikannya juga diperingati kembali. Masyarakat menyatakan kepeduliannya kepada setiap anggotanya dan para penerusnya lewat upacara pemakaman. Masyarakat menegaskan kematian seorang manusia dan kesinambungannya, dalam memori dan pengaruh, dalam keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan masyarakatnya sendiri. Oleh karena itu, beralasan bila dalam *Hamlet*, karya sastra Shakespeare yang legendaris itu, penutupnya bukanlah kematian sang pangeran, melainkan pemakaman tentara yang simbolik dan orasi yang disampaikan penerus Hamlet, Fortinbras. Makna hidup Hamlet dikemukakan dan kebajikan-kebajikannya dipuji. Ia bukan hanya seorang pangeran, namun pangeran yang *satu ini*, dan kematiannya membuat negerinya kehilangan dia.⁵⁴

Dalam kaitan ini, maka iklan-iklan untuk menyampaikan dukacita atas kematian seseorang yang dihormati atau untuk mengenang seseorang tercinta yang telah meninggal dunia bertahun-tahun lalu, memberikan imbalan setimpal kepada si pemasang iklan, meskipun si pemasang iklan harus merogoh koceknya ratusan ribu hingga jutaan rupiah. Teks dari suatu iklan keluarga yang dimuat suatu surat kabar nasional berbunyi seperti berikut ini: "Dua tahun sudah engkau meninggalkan kami. Kesakitan dan penderitaan telah engkau tinggalkan. Kerjamu telah selesai dan engkau telah kembali kepada Bapa di surga. Namun kenangan indah tentang dirimu tetap hidup dalam kenangan kami selamanya".⁵⁵

Komunikasi ritual ini kadang-kadang bersifat mistik, dan mungkin sulit dipahami orang-orang di luar komunitas tersebut. Suku Aborigin, penduduk asli Australia yang mata pencaharian tradisionalnya adalah berburu dan mengumpulkan makanan, melakukan upacara tahunan untuk memperoleh peningkatan rezeki. Upacara ini dimaksudkan untuk menghormati tanaman dan hewan yang juga berbagi tanah air. Menurut kepercayaan mereka, upacara itu penting dilaksanakan untuk menjamin kelestarian tanaman dan hewan

yang menentukan kelangsungan hidup manusia.⁵⁶ Contoh lain, para penguasa despotik yang memerintah bangsa Aztec, melakukan upacara mistik yang bahkan meminta pengorbanan manusia, untuk memperoleh kekuasaan mereka.⁵⁷

Hingga kapanpun ritual tampaknya akan tetap menjadi kebutuhan manusia, meskipun bentuknya berubah-ubah, demi pemenuhan jati-dirinya sebagai individu, sebagai anggota komunitas sosial, dan sebagai salah satu unsur dari alam semesta. Salah satu ritual "modern" ini adalah olah raga.⁵⁸ Sebagaimana dikemukakan Michael Novak dalam bukunya *The Joy of Sports* (1976), olah raga, khususnya kompetisi tingkat dunia, mirip dengan "upacara keagamaan". Peristiwa itu mencakup tata cara yang hampir dianggap suci dan harus dipatuhi. Di samping itu, peristiwa itu juga menggunakan lambang-lambang seperti bendera, lagu kebangsaan, kostum, tempat-tempat "suci" yang dikhususkan bagi pemain, pelatih, penonton, juga batasan waktu, dan sebagainya.⁵⁹

6 FUNGSI KEEMPAT: KOMUNIKASI INSTRUMENTAL

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (*to inform*) mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. Ketika seorang dosen menyatakan bahwa ruang kuliah kotor, pernyataannya dapat membujuk mahasiswa untuk membersihkan ruang kuliah tersebut. Bahkan komunikasi yang menghibur (*to entertain*) pun secara tidak langsung membujuk khalayak untuk melupakan persoalan hidup mereka.

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka-pendek ataupun tujuan jangka-panjang. Tujuan jangka-pen-

dek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih lewat pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobrol janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan. Taktik itu misalnya lazim kita lihat pada saat orang melakukan kampanye politik.⁶⁰

Sementara itu, tujuan jangka-panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu tentu saja berkaitan dalam arti bahwa berbagai pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka-panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan. Seperti dikatakan Thomas Harrell, seorang profesor bidang bisnis di *Stanford University*, faktor yang paling sering membuat seseorang itu sukses adalah kesukaan berbicara. Harrell mengemukakan bahwa nyatanya para pemimpin besar adalah komunikator besar, seraya mengutip pendapat John Callen bahwa hal terpenting bagi seorang *Chief Executive Officer* (CEO) sesudah keahliannya adalah kemampuan berkomunikasi.⁶¹ Franklin Delano Roosevelt, Winston Churchill, Martin Luther King, Jr., dan Soekarno adalah segelintir saja dari sekian banyak pemimpin besar yang juga komunikator besar itu.

Suatu survei atas para manajer personalia 175 perusahaan besar di bagian barat Amerika menunjukkan bahwa komunikasi lisan dan komunikasi tulisan menempati urutan pertama dan kedua dari 24 kecakapan terpenting yang mempengaruhi kesuksesan alumni Jurusan Bisnis dalam mendapatkan pekerjaan. Para *Chief Operating Officer* menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara keahlian berkomunikasi pegawai dengan perolehan keuntungan perusahaan.⁶² Dalam pada itu, pengamatan jangka-panjang yang dilakukan Schein atas sejumlah lulusan *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), yang diwawancarai berkali-kali selama lebih dari 15 tahun, membuktikan bahwa komunikasi efektif merupakan salah satu keahlian penting, bahkan boleh jadi yang terpenting, untuk mencapai keberhasilan dan kebahagiaan hidup. Hal ini berlaku pula bagi orang-orang yang amat pandai, yang mempunyai kemampuan teknik yang amat baik, atau bagi para lulusan sekolah bergengsi. Berdasarkan hasil risetnya, Schein menekankan bahwa kemampuan meningkatkan manfaat komunikasi antarpri-

badi merupakan suatu keahlian istimewa, tidak hanya bagi pengembangan pribadi dan keluarga, namun juga bagi peningkatan karier.⁶³

Sebuah survei lain atas 1000 manajer personalia di Amerika Serikat menunjukkan bahwa tiga keterampilan terpenting bagi kinerja pekerjaan menyangkut komunikasi, yaitu berbicara, mendengarkan, dan menulis. Keterampilan-keterampilan tersebut melebihi pentingnya kecakapan teknis, pengalaman kerja, latar belakang akademik dan rekomendasi.⁶⁴ Para pelanggan *Harvard Business Review* menilai "kemampuan berkomunikasi" sebagai terpenting agar seorang eksekutif dapat dipromosikan, lebih penting daripada ambisi, pendidikan dan kapasitas untuk bekerja keras. Riset selama beberapa dekade secara ajeg menunjukkan bahwa kemampuan berkomunikasi itu penting bagi para manajer. Sementara itu, penelitian selama dua-puluh tahun yang mengikuti kemajuan para pemegang gelar MBA dari *Stanford University* menunjukkan bahwa lulusan-lulusan yang paling berhasil (yang diukur dengan kemajuan karier dan gaji) berbagi ciri-ciri kepribadian yang menandai komunikator yang baik: keinginan membujuk, minat berbicara dan bekerja dengan orang lain, dan keramah-tamahan. Akan tetapi, keberhasilan profesi lain juga bergantung pada komunikasi yang efektif. Departemen Polisi Los Angeles menyebutkan bahwa komunikasi yang buruk adalah salah satu alasan paling lazim yang menyebabkan para polisi melakukan kesalahan dalam penembakan. Setelah dua studi menunjukkan bahwa para dokter yang punya keterampilan berkomunikasi yang buruk lebih sering digugat, sebuah tajuk rencana dalam *Journal of the American Medical Association* mengharapkan lebih banyak kelas komunikasi bagi para dokter.⁶⁵

Uraian di atas menunjukkan bahwa kemampuan berkomunikasi berperan penting untuk mencapai posisi puncak dalam manajemen. Tidak salah bila Kafi Kurnia, seorang pakar pemasaran Indonesia, mengatakan: "Rumus sukses terfokus pada komunikasi. Maklum, zaman ini adalah zaman informasi. Dan informasi pula yang menggerakkan perubahan. Komunikasi yang baik melahirkan transparansi. Kita menjadi lebih terbuka, dan cepat belajar dari kesalahan".⁶⁶ Akan tetapi, secara implisit komunikasi juga sebenarnya sama pentingnya dalam karier politik, meskipun penelitian dalam bidang ini tidak seluas dalam bidang bisnis. Kemampuan Amien Rais melakukan komunikasi antarpribadi (yang sering juga disebut melobi, manuver politik, atau bahkan "politik dagang sapi") dalam Sidang Umum MPR 1999 jelas berperan krusial untuk menjadikan dirinya sebagai ketua MPR dan pada gilirannya menjadikan

Abdurrahman Wahid (Gus Dur) sebagai presiden, yang dipromosikannya lewat Poros Tengah yang digalang sebelumnya.

Kalau kita perhatikan, peluang Amien Rais untuk menggapai posisi penting dalam struktur pemerintahan memang amat kecil saat itu, sesuai dengan perolehan suara Partai Amanat Nasional (PAN) yang dipimpinnya berdasarkan hasil pemilu 7 Juni 1999. Jumlah suara yang tidak signifikan (di bawah 10%) itu boleh jadi disebabkan gaya komunikasi Amien Rais yang sebelumnya *ceplas-ceplos*, terkesan arogan, diselingi hujatan sana-sini, sehingga menyurutkan orang-orang yang tadinya bersimpati kepadanya untuk memilih PAN dan akhirnya memberikan suara mereka kepada partai lain. Akan tetapi, Amien Rais cepat mengubah strategi komunikasinya. Justru setelah ia menyadari peluangnya yang kecil untuk menempati posisi kunci dalam pemerintahan, ia menjadi lebih kalem, lebih santai, dan lebih bijak dalam berkomunikasi, sementara ia giat melakukan berbagai pendekatan untuk membangun Poros Tengah dan mempromosikan Gus Dur sebagai calon presiden. Ia tidak lagi menghujat ke sana kemari, seperti yang dilakukan sebelumnya. Ketika skandal Bank Bali ramai dibicarakan, Amien juga tidak menghujat seorang (pejabat) pun yang diduga terlibat dalam kasus itu. Titik paling penting tentu saja adalah kesediaannya untuk "merendahkan diri" di hadapan Gus Dur. Tidak terbayangkan sebelumnya bahwa pemimpin Muhammadiyah akan berperilaku seperti itu di hadapan pemimpin NU, dua organisasi besar Islam yang dikenal "selalu bermusuhan". Gus Dur pun, sebagai manusia, tentu saja tersentuh mendapatkan perlakuan Amien Rais itu. Perubahan persepsi Amien Rais terhadap Gus Dur mengubah persepsi Gus Dur terhadap Amien Rais. Maka tidaklah mengherankan bila pencalonan Amien Rais untuk memperebutkan kursi ketua MPR akhirnya direstui Gus Dur yang tidak memenuhi syarat prosedural untuk dicalonkan sebagai calon ketua MPR.

Jelas, lewat komunikasi, para pemimpin politik harus mengemukakan pandangan di hadapan wakil rakyat, pejabat pemerintah, dan wartawan. Pandangan-pandangan mereka tersebut pada gilirannya akan membangun kredibilitas mereka sebagai pemimpin. Dan itu dilakukan Amien Rais yang membangun kredibilitas politiknya, bukan saja di kalangan partainya sendiri, melainkan di kalangan (anggota-anggota) partai lain, khususnya mereka yang tergabung dalam Poros Tengah, dan bahkan di kalangan pers dan masyarakat umum. Apalagi sebelumnya ia telah punya citra kuat sebagai tokoh reformasi. *Reuters* (3 Oktober 1997) melukiskan Amien Rais sebagai berikut: "He is very

good at working the media", says one Jakarta-based Western diplomat. "He knows how to be controversial and how to phrase things in a way that media can use them".⁶⁷ Fenomena keberhasilan politik berkat kemampuan berkomunikasi seperti yang dilakukan Amien Rais itu tidaklah eksklusif. Kredibilitas politik serupa sebenarnya juga telah dibangun melalui komunikasi oleh para pemimpin partai di negara-negara demokratis yang memang pada akhirnya mencapai posisi kunci, seperti John F. Kennedy, Jimmy Carter, Ronald Reagan, dan Bill Clinton (di Amerika Serikat), juga Margaret Thatcher, John Major, dan Tony Blair (di Inggris).

Mengapa keahlian berkomunikasi membantu memperoleh sukses pekerjaan? Jawabannya sederhana dan logis. Pekerjaan, apalagi profesi-profesi yang menuntut tindakan berbicara seperti dosen, guru, manajer, politisi, *Public Relations Officer* (PRO), *salesman*, wartawan, atau pengacara, jelas menuntut keahlian berbicara, keahlian berpidato, keahlian bergaul dengan orang lain dan meyakinkan mereka, berunding, dan memimpin rapat. Banyak pemimpin perusahaan mengakui bahwa keahlian komunikasi menentukan produktivitas perusahaan. Lynn Townsend, ketika menjadi presiden Chrysler, berujar: "Komunikasi internal harus diakui sebagai alat penting manajemen yang baik. Ada kebutuhan khusus bagi setiap manajer untuk memahami bahwa komunikasi yang baik adalah cara untuk mencapai tujuan perusahaan; komunikasi adalah cara membangun kerja tim yang lebih baik, komunikasi adalah cara memperoleh uang".

Eksekutif-eksekutif top perusahaan sering harus berbicara di hadapan bawahan dan memotivasi mereka agar produktif, agar bawahan merasa memiliki kebanggaan akan perusahaan tersebut. Mereka juga harus mengemukakan pandangan di hadapan wakil rakyat, pejabat pemerintah, dan wartawan, yang pada gilirannya pandangan-pandangannya tersebut akan membangun kredibilitasnya sebagai pemimpin. Maka tidak berlebihan bila Lowell Thomas, penjelajah dan komentator berita terkenal, menekankan pentingnya keterampilan berkomunikasi dengan mengatakan: "Kemampuan berbicara adalah jalan pintas untuk menonjol . . . meninggikannya sehingga kerumunan melihat kepala dan bahunya".⁶⁸

Bila di Amerika Serikat, keahlian berkomunikasi membantu keberhasilan karier dan keberhasilan material orang-orang seperti Walter Cronkite, Barbara Walters (para penyiar berita), Larry King, Oprah Winfrey, dan Ricky Lake (para pengasuh *talk show*), di Indonesia pun keahlian dalam bidang itu sangat menunjang keberha-

silan serupa. K.H. Zainuddin MZ, Hermawan Kartajaya, Wimar Wibiolar, dan Miing adalah contoh aktual. Miing dengan Grup Bagito-nya konon memperoleh kontrak milyaran rupiah setahun untuk acara "Basho" (*Bagito Show*)-nya dari suatu TV swasta menjelang akhir abad ke-20.

Walhasil, meskipun kita dapat membedakan fungsi-fungsi komunikasi itu, suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi yang tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi. Perayaan Idul Fitri oleh kaum Muslim atau perayaan Natal oleh kaum Nasrani di Indonesia misalnya mempunyai keempat fungsi tadi, yakni: komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Fungsi suatu acara televisi pun dapat berlapis-lapis: yang mendidik pun bisa menghibur, dan yang menghibur pun bisa mendidik, sekaligus menerangkan, dan secara halus membujuk kita. Menjawab apa fungsi komunikasi dalam kehidupan kita, ternyata sebenarnya terdapat banyak jawaban. Anda tentu saja dapat mengkonseptualisasikan dan mengembangkan pandangan anda mengenai masalah ini berdasarkan bacaan ataupun pengamatan anda atas peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi di sekitar anda. ㉓

CATATAN

1. Thomas M. Scheidel. *Speech Communication and Human Interaction*. Edisi ke-2. Glenville, Ill.: Scott, Foresman & Co., 1976, hlm. 27.
2. *Ibid*.
3. Gordon I. Zimmerman, James L. Owen, dan David R. Seibert. *Speech Communication: A Contemporary Introduction*. St. Paul: West, 1977, hlm. 7.
4. Rudolph F. Verderber. *Communicate!* Belmont, California: Wadsworth, 1978, hlm. 17-19.
5. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson. *Understanding and Sharing: An Introduction to Speech Communication*. Dubuque, Iowa: Wm.C. Brown, 1979, hlm. 10-11.
6. William I. Gordon. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred, 1978.
7. Edward T. Hall. *The Silent Language*. New York: Doubleday, 1959.
8. Lihat Gordon Wiseman dan Larry Barker. *Speech-Interpersonal Communication*. San Francisco: Chandler, 1967, hlm. 1.
9. Lihat Craig Baird, Franklin H. Kowner, dan Samuel L. Becker. *Essentials of General Speech Communication*. New York: McGraw-Hill, 1973, hlm. 6-7.
10. Lihat Sharon A. Ratliffe dan Deldee M. Herman. *Adventures in the Looking-Glass: Experiencing Communication with Your-Self and Others*. Skokie, Illinois: National Textbook, 1973, hlm. 3.
11. Lihat Sandra Hybels dan Richard L. Weaver II. *Speech/Communication*. Edisi ke-2. New York: D. Van Nostrand, 1979, hlm. 10-11.

Donald Byker dan Loren J. Anderson:

"Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih."⁶²

William I. Gordon:

"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan."⁶³

Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson:

"Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."⁶⁴

Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss:

"Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih."⁶⁵

Para pakar tersebut mendefinisikan komunikasi sebagai proses karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, pertukaran, dan perpindahan. Terdapat kontinuitas dari setiap unsurnya. Pemahaman anda atas dunia dimulai ketika anda lahir dan terus berlangsung hingga anda meninggal dunia. Sepanjang hidup anda berkomunikasi dengan orang lain, dan mereka berkomunikasi dengan anda. Bahkan ketika anda mengemukakan gagasan kepada seseorang, pemahaman timbal-balik atas gagasan tersebut terus berkembang, sebagai pengaruh dari respons mereka terhadap gagasan tersebut dan sebagai reaksi anda terhadap respons mereka. Lebih jauh lagi, komunikasi terus berlangsung setelah anda dan mereka berpisah, karena setiap pihak terus memikirkan dan merespons apa yang dikatakan pihak lain. Komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir. Meskipun kematian menghentikan peran anda sebagai penerima, kematian tidak menghentikan peran anda sebagai sumber.⁶⁶ Pendeknya, kita tidak dapat menyetop komunikasi. Kapan komunikasi mulai atau berakhir sulit dipastikan.

KONTEKS-KONTEKS KOMUNIKASI

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa-sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks di sini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari: pertama, aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan; kedua, aspek psikologis, seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi;

ketiga, aspek sosial, seperti: norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya; dan *keempat*, aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).

Banyak pakar komunikasi mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Sebagaimana juga definisi komunikasi, konteks komunikasi ini diuraikan secara berlainan. Istilah-istilah lain juga digunakan untuk merujuk kepada konteks ini. Selain istilah konteks (*context*)⁶⁷ yang lazim, juga digunakan istilah tingkat (*level*),⁶⁸ bentuk (*type*),⁶⁹ situasi (*situation*),⁷⁰ keadaan (*setting*),⁷¹ arena,⁷² jenis (*kind*),⁷³ cara (*mode*),⁷⁴ dan pertemuan (*encounter*).⁷⁵

Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatnya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenallah: komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Salah satu pendekatan untuk membedakan konteks-konteks komunikasi adalah pendekatan situasional (*situational approach*) yang dikemukakan G.R. Miller,⁷⁶ seperti terlihat pada Figur 2.4.

Sebagaimana tampak pada Figur 2.4, jumlah komunikator otomatis mempengaruhi dimensi-dimensi lain transaksi komunikasi. Ketika melihat acara bincang-bincang yang kerap kita saksikan di layar televisi, kita menyaksikan dua tingkat komunikasi: komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa.⁷⁷ Ketika Wimar Witoelar mewawancarai Fachry Ali misalnya, ia terlibat dalam komunikasi antarpribadi. Namun penayangan acara televisi itu sendiri adalah komunikasi massa. Alih-alih bersama Wimar Witoelar di sebuah studio televisi atau di sebuah kafe di Jakarta, anda mungkin berada di rumah anda di Bandung, menyaksikan Wimar di televisi. Anda hanya salah satu dari jutaan orang yang menyaksikan acara yang diasuhnya. Oleh karena anda berada jauh dari Jakarta, hanya ada dua saluran indrawi yang tersedia: pendengaran dan penglihatan. Penerimaan dari saluran-saluran indrawi ini terbatas karena kamera mundur dan maju, iklan mengganggu, atau kualitas gambar televisi anda yang buruk.

Kategori	Jumlah komunikator	Derajat kedekatan Fisik	Saluran indrawi yang tersedia	Kesegeraan umpan balik
	Banyak	Rendah	Minimal	Paling Tertunda
Komunikasi massa	 	 	 	
Komunikasi organisasi				
Komunikasi publik (Pidato)				
Komunikasi kelompok kecil				
Komunikasi antarpribadi				
Komunikasi intrapribadi				
	Satu	Tinggi	Maksimal	Paling segera

FIGUR 2.4 Kategori-kategori yang digunakan dengan pendekatan situasional untuk membedakan jenis-jenis komunikasi.

Sumber: Cassandra L. Book, ed. *Human Communication: Principles, Context, and Skills*. New York: St. Martin's Press, 1980, hlm. 110.

Komunikasi massa melibatkan banyak komunikator, berlangsung melalui sistem bermedia dengan jarak fisik yang rendah (artinya jauh), memungkinkan penggunaan satu atau dua saluran indrawi (pengelihatan, pendengaran), dan biasanya tidak memungkinkan umpan balik segera. Sebaliknya, komunikasi antarpribadi melibatkan sejumlah komunikator yang relatif kecil, berlangsung dengan jarak fisik yang dekat, bertatap-muka, memungkinkan jumlah maksimum saluran indrawi, dan memungkinkan umpan balik segera. Komunikasi kelompok-kecil, publik, dan organisasi berada di antara kedua kategori komunikasi tersebut menyangkut keempat karakteristiknya; misalnya komunikasi organisasi lazimnya melibatkan lebih banyak komunikator daripada komunikasi publik namun lebih sedikit komunikator daripada komunikasi massa.⁷⁸

Tentu saja pandangan situasional terhadap konteks-konteks komunikasi tersebut adalah penyederhanaan dan terkesan statis. Dalam kenyataannya, komunikasi begitu dinamis; begitu banyak variasi komunikasi yang dapat kita temukan dengan nuansa yang berlainan.

Terdapat beberapa perbedaan lain antara komunikasi massa dengan tingkat-tingkat komunikasi sebelumnya, khususnya komunikasi antarpribadi. Bila dalam komunikasi antarpribadi, para pesertanya dapat mengontrol topik pembicaraan, dalam komunikasi massa: komunikator (produser pesan) mengontrol topik; pelanggan yang menginginkan topik yang lain harus mengubah sumber informasi, dengan melanggan koran, mendengarkan siaran radio, atau memilih siaran televisi yang lain, yang sesuai dengan selera. Dalam komunikasi antarpribadi, para peserta dapat menekankan pesan dengan mengulang pesan, atau dengan tekanan verbal atau nonverbal tertentu, atau saling bertanya, namun dalam komunikasi massa keluwesan tersebut sangat terbatas walaupun bukan berarti tidak ada sama sekali. Pembaca surat kabar atau majalah memang dapat membaca ulang, televisi juga adakalanya menayangkan ulang suatu acara atau suatu adegan (seperti acara olah raga), namun pembaca, pendengar atau pemirsa tidak bebas memperoleh informasi lain yang mereka inginkan pada saat itu juga. Dalam beberapa kasus, pembaca surat kabar, pendengar radio atau pemirsa televisi bisa saja menyampaikan umpan balik secara langsung, namun tetap saja tidak lengkap, karena umpan balik bersifat nonverbal (seperti ekspresi wajah dan bahasa tubuhnya) dari si pemberi umpan balik sering tidak tertangkap oleh sumber pesan.

Kategorisasi berdasarkan tingkat (*level*) paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak. Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu: komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa.⁷⁹ Beberapa pakar lain menambahkan komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik (komunikasi dua-orang) dan komunikasi publik (pidato di depan khalayak).

Komunikasi intrapribadi

Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri-sendiri, baik kita sadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar-

pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri-sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri-sendiri.

Komunikasi antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi diadik adalah: pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal ataupun nonverbal.⁸⁰ Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi antarpribadi bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi antarpribadi bisa saja didominasi oleh suatu pihak. Misalnya, komunikasi suami-istri didominasi oleh suami, komunikasi dosen-mahasiswa oleh dosen, dan komunikasi atasan-bawahan oleh atasan.

Kita biasanya menganggap pendengaran dan penglihatan sebagai indra primer, padahal sentuhan dan penciuman juga sama pentingnya dalam menyampaikan pesan-pesan bersifat intim.⁸¹ Jelas sekali, bahwa komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indra tadi untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepadanya. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapan pun, selama manusia masih

mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar dan televisi atau lewat teknologi komunikasi tercanggih sekalipun seperti telepon genggam, *E-mail*, atau telekonferensi, yang membuat manusia merasa terasing.

○ Komunikasi kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat; kelompok diskusi; kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut (*small-group communication*). Komunikasi kelompok dengan sendirinya melibatkan juga komunikasi antarpribadi, karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.⁸²

○ Komunikasi publik

Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Tabligh akbar yang sering disampaikan pendakwah kondang K.H. Zainuddin MZ adalah contoh komunikasi publik yang paling kena. Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok-besar (*large-group communication*) untuk komunikasi ini.⁸³

Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Daya tarik fisik pembicara bahkan sering merupakan faktor penting yang menentukan efektivitas pesan, selain keahlian dan kejujuran yang dimiliki pembicara. Tidak seperti komunikasi antarpribadi yang melibatkan pihak-pihak yang sama-sama aktif, satu pihak (pendengar) dalam komunikasi publik cenderung pasif. Umpan balik

yang mereka berikan terbatas, terutama umpan balik bersifat verbal. Umpan balik nonverbal lebih jelas diberikan orang-orang yang duduk di jajaran depan, karena merekalah yang paling jelas terlihat. Sesekali pembicara menerima umpan balik bersifat serempak, seperti tertawa atau tepuk tangan. Ciri-ciri komunikasi publik adalah: terjadi di tempat umum (publik), misalnya di auditorium, kelas, tempat ibadah (masjid, gereja) atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan alih-alih peristiwa relatif informal yang tidak terstruktur; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya; acara-acara lain mungkin direncanakan sebelum dan/atau sesudah ceramah disampaikan pembicara.⁸⁴ Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip.

Komunikasi massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik). Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi berlangsung juga dalam proses untuk mempersiapkan pesan yang disampaikan media massa ini.

Konteks-konteks komunikasi lainnya

Konteks-konteks komunikasi lain dapat dirancang berdasarkan kriteria tertentu, misalnya berdasarkan derajat keterlibatan teknologi dalam komunikasi. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante,⁸⁵ membandingkan tiga cara (*mode*) komunikasi antara komunikasi antarpribadi, komunikasi medio, dan komunikasi massa, seperti terlihat pada Figur 2.5.

	Antarpribadi	Massa	Medio
Komunikator	Independen	Organisasi Kompleks	Individu atau organisasi
Pesan	Pribadi atau terbatas	Umum	Pribadi atau terbatas
Saluran	Vokal	Elektronik dan Cetak	Vokal dan elektronik
Khalayak	Individu atau kelompok kecil	Massa	Individu, kelompok kecil atau massa
Umpan balik	Segera	Tertunda	Segera atau tertunda
Kontak	Primer	Sekunder	Primer atau sekunder
Contoh	Diskusi keluarga	Berita TV	Telepon

FIGUR 2.5 Perbedaan-perbedaan penting dalam Cara (*Mode*) Komunikasi

Sumber: Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante. *Mass Communication: Principles and Practices*. New York: Macmillan, 1979, hlm. 10.

Menurut Blake dan Haroldsen, telepon dapat diklasifikasikan sebagai komunikasi medio ("medio" dari bahasa Latin yang berarti "pertengahan") yang terletak di antara komunikasi tatap-muka dan komunikasi massa, yang ditandai dengan penggunaan teknologi dan berlangsung dalam kondisi khusus dan melibatkan peserta yang dapat diidentifikasi. Jadi penerima pesannya relatif sedikit dan diketahui oleh komunikator. Selain itu, pesannya juga tidak bersifat umum. Contoh komunikasi medio, selain telepon, adalah komunikasi lewat faksimil, radio CB, televisi sirkuit, dan surat elektronik (*E-mail*). Onong

Uchjana Effendy⁸⁶ memasukkan surat, telepon, pamflet, poster, spanduk, dan lain-lain ke dalam komunikasi medio ini.

Last but not least, konteks komunikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan bidang, kejuruan atau kekhususan, sehingga menjadi: komunikasi politik, komunikasi kesehatan, komunikasi pertanian, komunikasi bisnis, komunikasi instruksional, komunikasi pembangunan, komunikasi antarbudaya, komunikasi internasional, dan bahkan komunikasi antargalaksi. Bidang komunikasi yang disebut terakhir memang belum masuk ke dalam disiplin ilmu komunikasi, namun boleh jadi kita akan melakukan komunikasi tersebut dengan makhluk-makhluk luar angkasa kelak, seperti yang dilukiskan dalam film-film fiksi ilmiah seperti *Star Trek*, *Star Wars*, *The Empire Strikes Back*, *ET*, *Independence Day*, dan sebagainya. Kenyataannya, pada tanggal 8 April 1960, upaya pertama dibuat untuk berkomunikasi dengan makhluk ekstraterrestrial sebagai bagian dari Proyek Ozma yang dikelola oleh Frank Drake dari *National Radio Astronomy Observatory* di Green Bank, West Virginia. Pioneer 10—diluncurkan tanggal 3 Maret 1972—dilengkapi dengan plakat alumunium berlapis emas berukuran enam kali sembilan inci yang memuat pesan bagi makhluk luar angkasa yang mendekati pesawat luar angkasa tersebut. Plakat itu dirancang astronom Carl Sagan. Sisi kirinya melukiskan tata surya yang menjadi asal pesawat tersebut, dengan planet ketiga sebagai asal Pioneer 10. Di sisi kanan plakat itu terdapat gambar manusia, lelaki dan perempuan yang telanjang. Si lelaki melambaikan tangan kanannya sebagai tanda keramahan.⁸⁷

CATATAN

1. William I. Gordon. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred, 1978, hlm. 28.
2. Colin Cherry. *World Communication: Threat or Promise?* New York: John Wiley & Sons, 1978, hlm. 2.
3. Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997, him. 4.
4. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson. *Understanding and Sharing: An Introduction to Speech Communication*. Dubuque, Iowa: Wm.C. Brown, 1979, hlm. 3.
5. *Ibid.*
6. Lihat Ralph Ross. "Communication, Symbols, and Society." Dalam Ralph Ross, dengan Ernest van den Haaj. *Symbols and Civilization*. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1957.

BAB 3

Prinsip-Prinsip Komunikasi

SEPERTI FUNGSI DAN DEFINISI KOMUNIKASI, PRINSIP-PRINSIP komunikasi juga diuraikan dengan berbagai cara oleh para pakar komunikasi. Mereka ada kalanya menggunakan istilah-istilah lain untuk merujuk pada prinsip-prinsip komunikasi ini. Misalnya, William B. Gudykunst dan Young Yun Kim¹ menyebutnya asumsi-asumsi komunikasi, sedangkan Cassandra L. Book², Bert E. Bradley³, Larry A. Samovar dan Richard E. Porter⁴, Sarah Trenholm dan Arthur Jensen⁵ menyebutnya karakteristik-karakteristik komunikasi. Diilhami oleh pembahasan prinsip-prinsip komunikasi dalam sumber-sumber di atas, juga dalam karya-karya penulis lain seperti John R. Wenburg dan William W. Wilmot⁶, Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken⁷, Gordon I. Zimmerman *et al.*⁸, Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson⁹, Dan B. Curtis *et al.*¹⁰, dan Joseph A. DeVito¹¹, saya mencoba membuat "ramuan baru" mengenai prinsip-prinsip komunikasi berikut dengan menggunakan contoh-contoh yang bersumber dari pengalaman dan pengamatan pribadi serta rujukan lain yang relevan. Prinsip-prinsip komunikasi tersebut pada dasarnya merupakan penjabaran lebih jauh dari definisi atau hakikat komunikasi.

PRINSIP 1: KOMUNIKASI ADALAH SUATU PROSES SIMBOLIK

Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti dikatakan Susanne K. Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang.¹² Manusia memang satu-satunya hewan yang menggunakan lambang,

dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Ernst Cassirer mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*.

Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama, misalnya memasang bendera di halaman rumah untuk menyatakan penghormatan atau kecintaan kepada negara. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata ataupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut.

Lambang adalah salah satu kategori tanda. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikannya. Representasi ini ditandai dengan kemiripan. Misalnya patung Soekarno adalah ikon Soekarno, dan foto anda pada KTP anda adalah ikon anda. Belakangan ini ikon dan lambang sering dipertukarkan, seperti dalam kalimat "Putri Diana adalah ikon (lambang) kecantikan" atau "Soeharto adalah ikon (lambang) kekuasaan". Saya cenderung menggunakan kata lambang untuk kalimat-kalimat tersebut. Maka kita pun dapat mengatakan misalnya bahwa Albert Einstein, Franklin Delano Roosevelt, dan Mahatma Gandhi—yang dinobatkan majalah *Time* edisi internasional tanggal 31 Desember 1999 sebagai tokoh pertama, kedua, dan ketiga abad ke-20—adalah lambang ilmu pengetahuan, lambang kemenangan demokrasi atas fasisme dan komunisme, dan lambang penegakan hak asasi manusia. Gambar Soeharto pada uang kertas lima-puluh ribuan adalah ikon Soeharto, namun Soeharto sendiri sebagai manusia adalah lambang kekuasaan pada zaman ia masih berkuasa, sementara uang secara umum adalah lambang kepemilikan (kekayaan) dan sering juga kekuasaan.

Berbeda dengan lambang dan ikon, indeks adalah suatu tanda yang secara alamiah merepresentasikan objek lainnya. Istilah lain yang sering digunakan untuk indeks adalah sinyal (*signal*), yang dalam bahasa sehari-hari disebut juga gejala (*symptom*). Indeks muncul berdasarkan hubungan antara sebab dan akibat yang punya kedekatan eksistensi. Misalnya awan gelap adalah indeks hujan yang akan turun, sedangkan asap merupakan indeks api. Namun

lalu asap itu disepakati sebagai tanda bagi masyarakat untuk berkumpul misalnya, seperti dalam kasus suku primitif, maka asap menjadi lambang karena maknanya telah disepakati bersama. Persoalan muncul ketika kita ingin menamai perilaku malu yang tidak disengaja, seperti muka yang merah karena rasa malu atau suara keras dan tinggi karena marah. Ekspresi muka yang merah atau suara keras dan tinggi itu tampaknya lebih tepat disebut indeks atau isyarat alamiah (*natural gesture*), namun sering juga dianggap lambang karena orang-orang sepakat bahwa wajah yang bersemu merah biasanya menunjukkan rasa malu, sedangkan suara yang keras dan tinggi menunjukkan kemarahan.

Lambang mempunyai beberapa sifat seperti berikut ini.

Lambang bersifat sebarang, manasuka, atau sewenang-wenang

Apa saja bisa dijadikan lambang, bergantung pada kesepakatan bersama. Kata-kata (lisan atau tulisan), isyarat anggota tubuh, makanan dan cara makan, tempat tinggal, jabatan (pekerjaan), olahraga, hobi, peristiwa, hewan, tumbuhan, gedung, alat (artefak), angka, bunyi, waktu, dan sebagainya. Semua itu bisa menjadi lambang.

Lambang hadir di mana-mana dan tidak henti-hentinya menjerpa kita: gosip antartetangga, tagihan listrik, buku yang kita baca, lagu lewat radio, berita TV, suara azan, spanduk di pinggir jalan, stiker bertuliskan "Kopassus" di kaca belakang sebuah mobil, lampu lalu lintas, bunyi peluit polisi, gerutuan pengamen jalanan, tangisan bayi dalam gendongan pengemis, kalung bertanda salib yang dikenakan seorang wanita Tionghoa, blus putih dan rok abu-abu yang dikenakan seorang remaja putri, rayuan pelayan toko, dan sebagainya. Namun alam tidak memberikan penjelasan kepada kita mengapa manusia menggunakan lambang-lambang tertentu untuk merujuk pada hal-hal tertentu, baik yang konkret ataupun yang abstrak. Kita tidak punya alasan mengapa kita menyebut hewan yang mengeong itu kucing, bukan kambing atau gajah. Penyebutan itu semata-mata berdasarkan kesepakatan saja. Karena itu kita pun bisa menyepakati huruf X yang merepresentasikan pria dan huruf Y yang merepresentasikan wanita; atau menyepakati angka 1 yang merepresentasikan suku Sunda, angka 2 suku Jawa, dan angka 3 suku Minang. Lambang-lambang partai politik, misalnya kepala banteng untuk PDI-Perjuangan, pohon beringin untuk Partai Golkar, dan matahari untuk Partai Amanat Nasional (PAN) juga tercipta dan

tersosialisasikan berdasarkan prinsip itu. Partai-partai itu boleh saja bertukar lambang kalau mereka sepakat melakukan hal itu. Sebagian pembeli pakaian bekas di *Pa-Mal* (Kebon Kelapa Mal), Bandung, tahu bahwa label L, S, M, dan XL pada pakaian yang mereka tawar, berarti *Large* (besar), *Small* (kecil), *Medium* (sedang), dan *Extra Large* (ekstra besar). Namun para pembeli dan penjual pakaian itu sah-sah saja, berdasarkan kesepakatan, memplesetkan keempat label itu menjadi *Logor* (longgar), *Sereg* (sempit), *Mahi* (cukup), dan ekstra *logor* (ekstra longgar), kata-kata Sunda yang artinya mendekati makna asli label-label tersebut.

Makanan saja bersifat simbolik. Banyak orang makan *Mc Donald's burger* atau *Kentucky fried chicken* di restoran cepat-saji, bukan karena mereka benar-benar menyukai makanan itu, namun karena makan di tempat itu memberi mereka status tertentu. Padahal di kota-kota besar Amerika, justru orang-orang kelas menengah ke bawahlah yang gemar makan di restoran-restoran itu, seperti buruh pabrik, sopir angkot atau tukang sapu jalan. Kelas menengah atasnya malah enggan makan di tempat-tempat itu karena makanan itu mereka anggap "makanan sampah" (*junkfood*). Di negara kita buah-buahan impor, seperti anggur, apel dan jeruk (*sunkist*) berkonotasi buah-buahan kelas tinggi yang hanya dikonsumsi kaum kaya. Oleh karena itu, sinetron-sinetron kita yang mempromosikan kehidupan mewah hampir selalu menggunakan buah-buahan tersebut ketika para tokoh sinetron sedang bersantap. Anda takkan menemukan buah pepaya, pisang, kedondong, atau manggis.

Dandanan dan penampilan fisik juga bersifat simbolik seperti mengenakan stelan lengkap, *T. shirt*, sandal jepit, sarung, peci, warna kulit, janggut atau rambut dikucir. Kulit putih dianggap berstatus lebih tinggi daripada kulit hitam, konon didambakan 87% wanita Indonesia menurut sebuah iklan kosmetik di TV swasta. Karena itu, banyak iklan krim pemutih kulit yang melukiskan bagaimana krim yang diiklankan itu secara ajaib memutihkan kulit, seperti terlihat di layar televisi. Padahal, sebenarnya, kulit sawo matang seperti kulit kebanyakan perempuan Indonesia tidak mungkin dibuat menjadi putih, seperti diakui Fifi N. Tjiptapraningsih, *Advertising & Promotion Manager* Orlane di Indonesia. Menurut Fifi, yang diusahakan melalui kosmetik adalah perolehan kulit yang lebih bersih, lebih jernih, lebih bercahaya seperti mutiara.¹³

Seperti dandanan, tempat tinggal juga bersifat simbolik. Bila anda tinggal di Menteng atau Pondok Indah Jakarta, anda akan diperlakukan lebih istimewa. Tinggal di apartemen di Indonesia

dianggap "keren" dan penghuninya dianggap kaya, padahal di negara Barat tinggal di apartemen diasosiasikan dengan hidup serba sederhana, walaupun bukan melarat. Interior rumah, seperti furnitur, pajangan, dan hiasan dinding juga dapat diberi makna. Buku-buku yang dipajang merepresentasikan bahwa penghuni rumah adalah pecinta pengetahuan (dosen atau peneliti) misalnya, atau juga dipandang seperti itu, sehingga ada juga orang-orang yang memajang benda-benda terbuat dari kertas yang kalau dilihat dari kejauhan seperti deretan buku tebal. Botol-botol minuman keras yang dipajang di kamar tamu, meskipun kosong, juga merepresentasikan cita rasa modern penghuninya. Poster-poster selebritis dunia, seperti bintang film (Tom Cruise, Jodie Foster), penyanyi (Michael Jackson, Madonna, Spice Girls), olahragawan (Michael Jordan, David Beckham, Martina Hingis) yang dipasang di kamar seorang remaja, juga menggambarkan dunia simbolik remaja tersebut. Tidak terlalu salah bila ada ungkapan "*You are what you read*" (anda adalah apa yang anda baca). Siapa anda dapat diketahui dari jenis bacaan anda. Kita bisa membedakan dunia simbolik (pendidikan, pengalaman, selera) orang yang membaca *Times*, *The Jakarta Post* atau *Kompas*, dengan orang yang membaca *Pos Kota*, meskipun perbedaan itu sekadar dugaan. Memang orang bisa saja berpura-pura menyukai musik *jazz*, *rock* atau musik klasik di depan teman-temannya, agar dianggap modern atau borjuis, padahal di kamar sendiri ia sebenarnya menyukai dangdut.

Bicara soal tempat tinggal, sebagian orang mempercayai bahwa rumah *tusuk-sate* (terletak persis di ujung jalan pada suatu pertigaan) adalah rumah yang tidak akan membawa keberuntungan, karena itu harganya lebih murah dan konon sulit dijual. Seorang sejawat saya di fakultas pernah mengajukan lamaran untuk pindah kredit kepemilikan rumah (KPR). Namun karena rumahnya yang akan dijadikan agunan ternyata rumah *tusuk-sate*, bank itu menolak lamaran tersebut, meskipun tadinya menyetujuinya. Ketika kawan saya menanyakan alasan penolakan itu, pegawai yang bertugas tidak menjelaskannya. Ia hanya mengatakan bahwa itulah kebijakan bank. Padahal, menurut kawan saya itu, rumahnya telah mendatangkan banyak rezeki. Konon, orang Padang sangat menyukai rumah *tusuk-sate*, karena bisa dijadikan rumah makan yang letaknya strategis.

Pekerjaan juga sering bersifat simbolik. Satu di antaranya adalah sekretaris. Pekerjaan yang lazim dilakukan wanita ini secara konvensional memberikan status sosial lebih tinggi kepada majikan.

Mereka diharapkan menjadi bunga-bunga atau pajangan yang membuat suasana kantor lebih ceria, lebih segar, dan lebih indah. Sekretaris juga adalah lambang kekuasaan yang menegaskan bahwa atasannya benar-benar seorang "bos", orang yang mendikte dan memerintah orang lain untuk melakukan apa yang ia inginkan.¹⁴ Citra simbolik ini sekarang pun masih terasa. Ada kesan bahwa semakin banyak sekretaris yang dipekerjakan, dan semakin indah mereka dipandang, semakin bonafidlah perusahaan yang bersangkutan.

Lambang pada dasarnya tidak mempunyai makna; kitalah yang memberi makna pada lambang

Makna sebenarnya ada dalam kepala kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri. Kalaupun ada orang yang mengatakan bahwa kata-kata mempunyai makna, yang ia maksudkan sebenarnya bahwa kata-kata itu mendorong orang untuk memberi makna (yang telah disetujui bersama) terhadap kata-kata itu. Persoalan akan timbul bila para peserta komunikasi tidak memberi makna yang sama pada suatu kata. Pernah seorang profesor menghabiskan waktu berbulan-bulan untuk menulis sebuah naskah buku yang baru. Ia memberikan naskah tersebut kepada sekretarisnya dengan perintah "*Burn this for me, will you?*" ("Tolong bakar ini"). Ia meminta sekretarisnya itu untuk memfotokopi naskah buku tersebut, dan ia menggunakan jargon perkantoran *burn* (bakar). Akhirnya, hasil kerja keras itu musnah menjadi asap dalam tempat pembakaran.¹⁵

Dengan kata lain, sebenarnya tidak ada hubungan yang alami antara lambang dengan *referent* (objek yang dirujuknya). Anda dapat mengatakan bahwa anda tentara atau memakai baju tentara, meskipun anda sama sekali bukan tentara. Anda mengaku anda mencintai seseorang, padahal yang anda rasakan justru malah sebaliknya. Atau, anda mengacungkan jempol kepada kawan anda yang baru selesai menyanyi di panggung, padahal anda sebenarnya menganggap penampilannya buruk. Dengan demikian, juga tidak ada kaitan antara munculnya kupu-kupu di dalam rumah dengan akan datangnya tamu, seperti juga tidak ada hubungan alamiah antara pelarungan darah Udin (wartawan Harian *Bernas*) ke laut dengan kepastian menemukan pembunuh Udin, seperti yang dipercayai polisi penyidik. Kita tahu, pembunuh Udin itu hingga sekarang belum pernah ditemukan.

Sebagian orang percaya bahwa angka-angka tertentu mengan-

ting makna-makna tertentu, misalnya: kualitas (bagus atau jelek), kekuatan, keberuntungan, atau kesialan. Begitulah, angka 9 atau 10, seperti huruf A (nilai ujian mahasiswa), sering diasosiasikan dengan kualitas atau prestasi yang tinggi. Namun angka rendah pada urutan 1, 2, 3, justru menunjukkan kualitas tertinggi bila digunakan untuk mengukur calon anggota DPR. Angka tujuh atau 17 sering dianggap angka keberuntungan. Kombinasi angka 17-3-45 sering dianggap angka keramat, karenanya tidak mengherankan bila lambang Garuda kita dihiasi dengan sayap berjumlah 17 bulu, ekor berjumlah 8 bulu, dan leher berjumlah 45 bulu. Kenyataannya, tidak pernah ada seekor burung dari jenis apapun yang punya susunan bulu seperti itu. Tampaknya, bukan pula kebetulan bila jumlah garis (polisi tidur) yang kita lewati sebelum kita membayar karcis jalan tol utama adalah 17. Sementara itu, bagi sebagian peminat telepon genggam, angka 8 lamon bisa mendatangkan kekayaan, dan angka 9 keberuntungan. Telepon genggam dengan nomor yang terdiri dari beberapa angka 8 atau 9 itu ditawarkan ratusan juta rupiah lewat iklan. Pamela Lau, wanita keturunan Cina asal Singapura yang bekerja sebagai Manajer Periklanan dan Promosi PT Sony Indonesia, memakai angka 9 bukan hanya untuk nomor ponsel, tetapi juga nomor rumah, lantai apartemen, dan mobilnya.¹⁶

Perburuan angka 8 itu tidak hanya berlangsung di Indonesia, namun juga di Singapura, Hongkong, bahkan Amerika Serikat. Winterey Park, California Selatan, Amerika Serikat adalah wilayah pemukiman yang digandrungi orang-orang Cina dan Vietnam karena telepon di sana diawali dengan nomor 818. Orang-orang itu mempercayai nomor itu sebagai nomor keberuntungan total, karena jika angka 1 dijumlahkan dengan angka di sebelah kiri atau di sebelah kanannya, jumlahnya 9. Juga, jika ketiga angka itu dijumlahkan, muncul angka 17, dua angka yang bila dijumlahkan lagi, hasilnya 8. Karena wilayah itu begitu padat, pemasangan telepon menjadi sulit ditangani. Lalu pemerintah lokal pun memutuskan untuk mengubah nomor 818 itu. Akan tetapi, warga setempat menentang keputusan itu. Tuntutan mereka serius. Mereka mengancam akan pindah ke tempat lain bila nomor itu diganti seenaknya. Lalu terjadilah kesepakatan. Nomor 626 digunakan untuk mengganti nomor 818. Warga meyakini angka 626 itu adalah angka kedua terbaik setelah 818, karena 6 plus 2 sama dengan 8, dan 2 ditambah 6 juga menghasilkan angka 8.¹⁷

Sementara itu, di Jepang angka yang harus digunakan dengan hati-hati adalah angka 4 dan 9. Dalam hal ini, ketakutan akan

angka-angka tersebut berdasarkan kesamaan bunyi. Bunyi untuk angka 4 adalah *shi*, yang juga bagian dari bunyi untuk kematian; *ku* bunyi untuk angka 9, dapat berarti penderitaan.¹⁸ Akan tetapi, angka yang dianggap paling "berbahaya" secara universal mungkin angka 13. Banyak orang percaya bahwa 13 adalah angka sial, sehingga kalau bisa angka ini dihindari. Kepercayaan itu konon berkaitan dengan perjamuan terakhir Yesus Kristus bagi ke 12 muridnya. Waktu itu dalam ruangan itu ada 13 orang. Lalu, salah seorang murid Yesus, Yudas, berdiri dan meninggalkan ruangan. Yudas ternyata berkhianat, sehingga Yesus pun kemudian ditangkap dan disalib. Lalu orang pun percaya bahwa angka 13 itu membawa bencana dan angka berlumuran dosa. Maka kalangan orang elite dunia pun enggan mengadakan perjamuan mewah dengan menggunakan meja yang dikelilingi 13 kursi. Konon, kalau meja itu dihadiri 13 tamu, maka tamu pertama atau tamu terakhir yang meninggalkan kursinya, akan mati penasaran dalam waktu tidak lebih dari 12 bulan. Dalam perdukunan di Barat, angka 13 merupakan lambang kematian, juga untuk menunjuk iblis atau pimpinan organisasi dunia dukun dan sihir. Maka bisa dimengerti bahwa ketika Ratu Elizabeth mengunjungi Jerman Barat tahun 1965, dengan menumpang kereta api, panitia pun cepat-cepat mengganti nomor peron kereta api yang mengangkut ratu, dari peron nomor 13 menjadi peron nomor 12A.¹⁹ Angka takhayul ini kini masih dipercayai banyak orang. Ketakutan akan angka 13 ini kini telah menjadi sejenis "penyakit" yang disebut *triskadafkophobia*. Buktinya, banyak hotel berbintang pun tidak mau menggunakan kamar dan lantai bernomor 13, juga rumah-rumah pribadi atau kantor-kantor. Rumah di sebelah kanan tempat tinggal saya di Bandung, yang disewa sebagai kantor, ternyata bernomor 15, padahal rumah sebelumnya bernomor 11. Mana nomor 13-nya?

Orang Barat punya mitos bahwa hari Jum'at tanggal 13 (*Friday the 13th*) adalah hari bencana (munculnya kejahatan, terutama pembunuhan), semacam malam Jum'at kliwon dalam tradisi Jawa yang dipercayai sebagai malam munculnya roh gentayangan, sehingga muncullah film layar lebar dan film seri televisi dengan judul *Friday the 13th* yang terkenal itu. Buat kaum Muslim, pandangan ini justru bertentangan, karena hari Jum'at merupakan hari suci umat Islam. Sebenarnya tidak ada hubungan yang hakiki antara angka 13 dengan kesialan, seperti juga tidak ada hubungan antara angka 8 dengan kekayaan dan angka 9 dengan keberuntungan. Namanya juga takhayul. Anda percaya? Saya tidak.