

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kyai

1. Pengertian Kyai

Kyai merupakan sinonim dari kata syeikh dalam bahasa Arab. Di Indonesia orang yang dianggap memiliki kemampuan lebih dalam bidang keagamaan disebut kyai, gelar tersebut didapat dari pengakuan masyarakat, namun kalau ditinjau dari bahasa Arab kata kyai merupakan sinonim dari syeikh sebagaimana yang dikatakan Rohimin dalam artikel Ulama dan institusi pendidikan Islam. Menurutnya “istilah umum bagi Ulama” yang ditemukan dalam berbagai institusi ini adalah *mudarris* dan *muallim* yang sederhananya berarti guru. Sedangkan di surau mereka disebut tuanku atau syeikh dan dipesantren dipanggil kyai”.¹

Disisi lain gelar kyai sangat melekat dengan yang namanya ulama seolah-olah sangat berdampingan kalau ulama berasal dari kata *ilmu* yang berarti pengetahuan dan sedangkan jamaknya berarti banyak ilmu / pengetahuan. Namun jika ulama dalam Al-Qur'an dan Hadist sebagai *warasatul anbiya* yaitu pewaris para Nabi. Sebagaimana yang dikatakan Mu'awanah didalam buku manajemen pesantren mahasiswa mengatakan “Kata kyai bukan berasal dari bahasa Arab melainkan dari bahasa Jawa, yang mempunyai makna yang agung, keramat dan

¹ Rohimin, *Pendidikan Islam dalam Perspektif Pemikiran, Metodologi dan Institusi Kelembagaan*, (Palembang: Jurnal Pendidikan Islam Ta'dib Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah, 2007), 6

dituahkan. Gelar ini juga diberikan kepada laki-laki yang lanjut usia, arif, dan dihormati".²

Pendapat ini juga sama dengan yang dikatakan Dhofier dalam bukunya tradisi pesantren, gelar kyai adalah gelar tradisional (Jawa) yang dikenakan pada ulama.³ Sedangkan kyai merupakan budaya dimana gelar tersebut dibuat oleh masyarakat ataupun ditujukan oleh masyarakat kepada seseorang yang dirasa seseorang tersebut memiliki pengetahuan agama yang sangat tinggi.

Sedangkan menurut Abu Bakar Ajteh menyebutkan ada beberapa faktor penyebab dinamakan kyai, yaitu pengetahuannya, kesalehannya, keturunannya, dan jumlah muridnya.⁴

Didalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), istilah kyai memiliki pengertian yang plural diantaranya kata kyai bisa berarti:

- a. Sebutan bagi alim ulama (cerdik pandai dalam agama Islam)
- b. Alim ulama.
- c. Sebutan bagi guru ilmu gaib (dukun dan sebagainya)
- d. Kepala distrik (di kalimantan selatan)
- e. Sebutan yang mengawali nama benda yang dianggap bertuah (senjata, gamelan, dan sebagainya) dan
- f. Sebutan samaran untuk harimau (jika orang melewati hutan).⁵

² Mu'awanah, *Manajemen Pesantren Mahasiswa*, (Kediri:STAIN Kediri Press,2009), 24.

³ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren: Studi tentang Pandangan Hidup Kyai*,(Jakarta: LP3ES, 1990), 55.

⁴ Asy'ari Habibullah, *Islam Pluralisme Budaya dan Politik; Refleksi Theologi untuk Aksi dalam Keagamaan dan Pendidikan*, (Yogyakarta: SIPPRESS, 1994), 40.

⁵ Ebta Setiawan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (KBBI Offline versi 1.1, 2010)

Menurut asal usulnya, perkataan kyai dalam bahasa Jawa dipakai untuk tiga jenis gelar yang saling berbeda:

- a. Sebutan gelar kehormatan bagi barang-barang yang dianggap keramat; umpamanya, kyai garuda kencana dipakai untuk sebutan kereta emas yang ada di Kraton Yogyakarta.
- b. Gelar kehormatan untuk orang-orang tua pada umumnya.
- c. Gelar yang diberikan oleh masyarakat kepada seorang ahli agama Islam yang memiliki atau menjadi pemimpin pesantren dan mengajar kitab-kitab Islam klasik kepada para santrinya. Selain gelar kyai, ia juga sering disebut seorang *'alim* (orang yang dalam pengetahuan Islamnya).⁶

Kyai sebenarnya adalah manusia biasa, hanya saja ia memiliki kelebihan-kelebihan, disamping dalam bidang keagamaan juga dalam bidang kearifan, keteladanan dan lain-lain.

Disisi lain, kyai juga memiliki kepemimpinan moral dan spritual yang berskala besar baik sebagai ulama dan mubaligh yang tak terikat oleh struktur desa dan Islam yang normatif. Kedudukan kyai tidak bisa diwarisi begitu saja oleh keturunannya dan wafatnya seorang kyai menandai berakhirnya sebuah kepemimpinan kharismatik.⁷

⁶ Mujamil Qomar, *Pesantren dari Transformasi Metodologi Menuju Demokrasi Institusi*, (Suarabaya: Erlangga, 2002), 27.

⁷ Horoko Horikosshi, *Kyai dan Perubahan Sosial*, (Jakarta: P3M,1987), 211-212.

2. Tipologi Kyai

Begitu banyak definisi dan istilah mengenai kyai begitu juga dengan tipologi kyai, sebagaimana yang dikatakan oleh Abdurrahman Mas'ud dalam bukunya perselingkuhan kyai dengan politik "Memasukkan kyai kedalam lima tipologi":

- 1) Kyai (ulama) *encyclopedi* dan multidisipliner yang mengonsentrasikan diri dalam dunia ilmu; belajar, mengajar, dan menulis, menghasilkan banyak kitab, seperti Nawawi al-Bantani.
- 2) Kyai yang ahli dalam salah satu spesialisasi bidang ilmu pengetahuan Islam. Karena keahlian mereka dalam berbagai lapangan ilmu pengetahuan, pesantren mereka terkadang dinamai sesuai dengan spesialisasi mereka, misalnya pesantren Al-Qur'an.
- 3) Kyai karismatik yang memperoleh karismanya dari ilmu pengetahuan keagamaan, khususnya dari sufismenya, seperti KH. Kholil Bangkalan Madura.
- 4) Kyai da'i keliling, yang perhatian dan keterlibatannya lebih besar melalui ceramah dalam menyampaikan ilmunya sebagai bentuk interaksi dengan publik bersamaan dengan misi sunnisme atau aswaja dengan bahasa retorikal yang efektif.
- 5) Kyai pergerakan, karena peran dan *skill* kepemimpinannya yang luar biasa, baik dalam masyarakat maupun organisasi yang didirikannya, serta

kedalaman ilmu keagamaan yang dimilikinya, sehingga menjadi pemimpin yang paling menonjol, seperti KH. Hasyim Asy'ari.⁸

3. Stratifikasi Kyai

Dengan demikian, dari segi stratifikasi sosial, kyai adalah kelompok lapisan elit, baik dalam bidang kehidupan sosial, budaya, maupun dalam kehidupan ekonomi, terlebih-lebih di bidang kehidupan keagamaan. Kedudukan dan peran kyai dalam bidang kehidupan dimaksud kelihatan dengan jelas dalam proses-proses pengambilan keputusan mengenai berbagai persoalan yang dihadapi oleh masyarakat.

Sebagaimana dikatakan Bachtiar Effendy didalam (Saiful Akhyar Lubis) dalam bukunya *konseling Islami & pesantren*, menurutnya “Kyai merupakan salah seorang pembuat keputusan yang efektif dalam sistem kehidupan masyarakat, tidak saja dalam bidang keagamaan, tetapi bahkan pada masalah ekonomi”.⁹

Selanjutnya Zamakhsyari Dhofier mengatakan di dalam bukunya, menurutnya “Kyai yang memimpin pesantren menengah merupakan bagian dari elit tingkat provinsi, sedangkan kyai yang memimpin pesantren kecil merupakan bagian dari elit Kabupaten”.¹⁰

Klasifikasi kyai dapat dilihat dari peranan yang dilakukannya, sejauhmana peran kyai tersebut dapat memberikan peranannya maka sejauh itu pula tingkat dan drajat yang melekat pada dirinya tersebut, ini dapat dilihat dari tempat dan

⁸ Abdurrahman Mas'ud, *Intelektual Pesantren : Perhelatan Agama dan Tradisi*, (Yogyakarta: LKiS 2004.), 236-237

⁹ Saiful Akhyar Lubis, *Konseling Islami Kyai & Pesantren*, (Yogyakarta: eLSAQ Press, 2007),324

¹⁰ Zamakhsyari Dhofier, *Taradisi Pesantren Studi Pandangan Hidup Kyai dan Visinya Mengenai Masa Depan Indonesia* (Jakarta : LP3ES, 2011), 96

daerah ataupun wilayah yang ditempatinya, makanya ada istilah kyai Kecamatan, Kabupaten dan juga Kyai Provinsi.

B. Gaya Penyampaian Pesan Kyai

Gaya dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan; 1. Sikap, gerakan 2. Irama, dan lagu (dulu nyanyian musik dsb.) 3. Ragam (cara rupa, bentuk dsb.) yang khusus (mengenai tulisan, karangan, pemakaian bahasa, bangunan rumah, dsb.) 4. Cara melakukan dalam olahraga (renang, lompat, dsb.) 5. Lagak laku, tingkah laku 6. Sikap yang elok, gerak gerik yang bagus 7. Elok; bergaya.

Sedangkan penyampaian merupakan proses, cara, perbuatan menyampaikan,¹¹ sesuatu bisa berupa pesan, iklan, bahasa yang disampaikan oleh seseorang komunikator kepada orang lain. Penyampaian seseorang tentu berbeda dengan orang yang lainnya itu dikarenakan manusia memang berbeda-beda, baik dari tingkat pendidikannya dari pandangan, pikiran, juga latar belakang; suku, etnis dan budayanya, oleh karena itu tingkat pemahaman dalam menerima pesan itu sendiri berbeda-beda.

Gaya penyampaian pesan adalah suatu cara yang khas yang digunakan dalam menyatakan pikiran dan perasaan. Menurut Muhammad Syafi'uddin dalam skripsinya mengatakan gaya penyampaian pesan adalah “ Sikap, tingkah laku, atau cara menyatakan pikiran dan perasaan dalam mengungkapkan informasi baik berupa lambang, simbol, maupun secara tulisan dan lisan. Jadi, gaya penyampaian

¹¹ Ebta Setiawan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (KBBI Offline versi 1.1, 2010)

pesan merupakan cara atau model seorang komunikator dalam usahanya untuk menyampaikan gagasan, pikiran dan informasi kepada komunikan”.¹²

Bisa kita katakan gaya penyampaian pesan kyai adalah suatu cara yang khas yang digunakan kyai dalam menyatakan pikiran, gagasan, pengalaman, ilmu dan perasaannya kepada jama'ah saat pengajian berlangsung, dimana setiap kyai juga memiliki kelebihan dan memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan kepada komunikan.

Begitu juga apa yang terjadi saat seorang kyai, ulama, ataupun penceramah yang sedang menyampaikan pesan kepada khalayak sebagaimana Kyai Douglas Thoha Yahya ataupun yang di kenal Gus Lik. Jadi gaya penyampaian pesan dalam penelitian ini adalah segala bentuk tingkah laku, sikap pengajian Gus Lik dalam menyampaikan pesan pengajian pada jama'ah di Kota Kediri.

C. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi menurut Carl Hovland adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).¹³ Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah-laku orang lain.¹⁴

¹² “Gaya Penyampaian Pesan”, <http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2206666-gaya-penyampaian-pesan/#ixzz2Gkq6nzT1>, di akses 02 januari 2013

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007),10.

¹⁴ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Singkat*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), 26.

Bisa dikatakan juga komunikasi adalah proses mentransfer pikiran, pendapat, ide-ide, emosi dan gagasan kepada orang lain, dengan maksud untuk mempengaruhi.

Menurut Theodornoson batasan lingkup *communication* berupa penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain (atau lain-lainnya) terutama melalui simbol-simbol.¹⁵

Sedangkan komunikasi menurut Harold Lasswell komunikasi ialah *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*¹⁶

Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*Message*)
3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

¹⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana. 2008), 30.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 10

2. Proses Komunikasi

Adapun proses komunikasi merupakan tahapan-tahapan penyampaian pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Mengacu pada paradigma Harold Lasswell, terdapat unsur-unsur komunikasi dalam proses komunikasi¹⁷, yaitu:

1. **Sender** adalah komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
2. **Encoding** (penyandian) adalah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang
3. **Message** adalah pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator
4. **Decoding** adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan
5. **Decoding** adalah proses dimana komunikan menetakan makna lambang yang disampaikan komunikator kepadanya
6. **Receiver** adalah komunikan yang menerima pesan dari komunikator
7. **Response** adalah tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan
8. **Feedback** adalah umpan balik, yaitu tanggapan komunikan apabila pesan tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator

¹⁷ Deddy, Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung:Rosda Karya), 147.

9. *Noise* adalah gangguan yang tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Dengan adanya kesembilan unsur diatas, diharapkan adanya suatu peningkatan hubungan interpersonal yang baik antara pengirim pesan dan penerima pesan.

Komunikasi sebagai suatu proses dimana ada aktivitas yang dinamis dari komunikator kepada komunikan dengan media tertentu yang memiliki dampak yang berbeda-beda.

Kita juga dapat mengatakan bahwa "Komunikasi adalah suatu proses". Disebut proses karena komunikasi merupakan aktivitas yang dinamis, aktivitas yang terus berlangsung secara berkesinambungan sehingga dia terus mengalami perubahan.¹⁸

3. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah kegiatan penyampaian pesan-pesan secara langsung yang dilakukan melalui percakapan / lisan atau tulisan. Sarana yang digunakan adalah bahasa, yang merupakan simbol dari kata-kata.

4. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non-verbal adalah proses penyampaian pesan baik yang disengaja atau tidak ; dimana setiap pesan disampaikannya berbentuk gerak-gerik

¹⁸ Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, (Yogyakarta:LKiS, 2002), 6.

(*gestures*), sikap (*postures*), ekspresi muka (*facial expressiaon*), dan lambang atau simbol lain yang mengandung arti.¹⁹

Alo Liliweri mendefinisikan komunikasi non verbal sebagai komunikasi tanpa kata-kata (karena tidak berkata-kata). Definisi ini mendukung pengertian bahwa komunikasi nonverbal disampaikan dengan tidak mempergunakan kata-kata dalam bahasa.

Tipe Komunikasi nonverbal

Tipe komunikasi nonverbal didalam buku komunikasi organisasi Arni Muhammad, beberapa gerakan dasar yang banyak di gunakan orang di antaranya adalah yang berhubungan dengan suara manusia atau vokalik, gerakan badan seperti kepala, mata, bahu, tangan, kaki, sentuhan, sikap badan, penggunaan ruang atau jarak dan penggunaan waktu, serta metafora.²⁰

1) Vokalik

Yang dimaksud dengan vokalik adalah tingkah laku nonverbal yang berupa suara, tetapi tidak berupa kata-kata. Atau dapat juga dikatakan tanda-tanda yang diciptakan dalam proses mengucapkan pesan, selain dari kata-kata itu sendiri termasuk kedalam vokalik ini, hal-hal seperti berikut:

- a. Kualitas suara, yang berkenaan dengan pengontrolan vokal, turun naik suara, pengontrolan nada suara, pengucapan kata dengan jelas, gema suara dan kecepatan berbicara.
- b. Karakteristik vokal, seperti tertawa, menangis, berbisik, keluh kesah, menguap.

¹⁹ Kinayanti Djojuroto, *Filsafat Bahasa*, (Yogyakarta: Pustaka Book Publisier, 2007), 467.

²⁰ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 142.

- c. Pemberi sifat vokal, intensitas, tinggi suara dan luas suara.
- d. Pemisahan vokal, seperti, um, uh-uh dan perbedaan diam dan gangguan suara²¹.

2) Bahasa Badan

Yang masuk kategori bahasa badan ini adalah ekspresi muka, pandangan mata, gerakan isyarat dengan menggunakan tangan, bahu, kepala dan kaki, sentuhan dan sikap badan.

1) *Ekspresi muka*

Pengembangan *Facial Affect Scoring Techniques* oleh Ekman menjadikan peneliti dapat mengidentifikasi enam macam perasaan yaitu: gembira, marah, terkejut, sedih, muak dan takut dengan mengobservasi 3 area dari muka, yaitu alis dan dahi, area mata dan hidung dan area muka bagian bawah seperti pipi, dagu, hidung, mulut dan rahang.

Menurut pendapat Knapp sebagaimana yang dikutip oleh Arni Muhammad mengemukakan hasil penelitian dengan menggunakan alat ukur FAST di atas seperti berikut:

- a) Prediktor yang terbaik bagi perasaan gembira adalah pada area muka bagian bawah dan mata.
- b) Mata banyak menyatakan kesedihan.
- c) Area mata dan muka bagian bawah menceritakan kepada kita perasaan terkejut.
- d) Perasaan marah paling baik diidentifikasi dengan muka bawah dahi.

²¹ Ibid,

- e) Area muka bagian bawah paling baik memprediksi rasa muak atau jijik.
- f) Perasaan takut paling banyak dapat dikenal dari area mata.²²

Penelitian lain yang berkenaan dengan ekspresi muka dilakukan oleh Tomkins Mc Carter, sebagaimana yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam buku *Komunikasi Organisasi*. Mereka mengembangkan 8 kategori perasaan menurut ekspresi wajah yang kelihatan.

- a) Minat dan kegembiraan, ekspresi muka yang kelihatan alis mata turun, mata mengikuti memandang dan mendengar.
- b) Kesukaan atau suka, ekspresi tersenyum, bibir dilemparkan keluar, dengan senyuman.
- c) Terkejut atau merasa ngeri, alis mata naik, mata terkedip.
- d) Susah dan sedih, ekspresi menangis, alis mata melengkung, mulut turun, pedih, terisak-isak.
- e) Takut dan merasa terancam, mata terbuka lebar, muka pucat, dingin, menggigil, rambut berdiri.
- f) Malu dan merasa terhina, mata turun.
- g) Jijik dan muak, bibir atas naik, senyum menyengiri.
- h) Marah, muka merah, rahang dikatupkan.²³

Dengan memperhatikan isyarat-isyarat atau tanda pada muka tersebut orang dapat memprediksi bagaimana perasaan kita pada saat tersebut. Interpretasi ini akan menjadi kuat bila diiringi pesan verbal yang sejalan maksudnya dengan pesan yang dapat dibaca pada muka.

²² Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 142.

²³ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, 142.

2) *Pandangan mata*

Menurut Mc Croskey sebagaimana yang dikutip oleh Arni Muhammad, mengatakan bahwa :

- a. Kontak mata perlu dilakukan dalam keadaan.
 1. Bila orang mencari balikan yang berkenaan dengan reaksi orang lain.
 2. Bila kita ingin memberi isyarat bahwa saluran komunikasi terbuka.
 3. Bila ingin menyampaikan kebutuhan berafiliasi atau mau terlibat dengan suatu pembicaraan.
- b. Kelihatannya wanita lebih banyak terlibat kontak mata dalam berbagai situasi dari pada laki-laki.
- c. Kontak mata tampaknya bertambah sesuai dengan bertambahnya jarak orang berbicara.
- d. Kontak mata juga berguna untuk menimbulkan kecemasan pada orang lain.
- e. Kontak mata biasanya tidak dilakukan dalam situasi.
 1. Bila orang ingin menyembunyikan perasaan dalam dirinya.
 2. Dalam situasi persaingan, bila ada perasaan tidak suka atau ketegangan atau bila ada kecurangan yang baru saja dilakukan.
 3. Bila dua kelompok sangat dekat satu sama lain secara fisik.
 4. Bila si pembicara mulai penguraikan yang panjang atau pendengar sudah bosan.
 5. Bila seseorang individu ingin menghindari kontak sosial.²⁴

²⁴ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, 147.

3) *Gestur atau Gerakan Isyarat*

Yang dimaksudkan dengan gerakan isyarat adalah gerakan badan, kepala, tangan, dan kaki yang dimaksudkan menyampaikan pesan tertentu. Gerakan isyarat mempunyai peranan penting dalam komunikasi karena dapat merupakan pengganti, dan pelengkap bahasa verbal.

Di antara bermacam-macam tipe dari gerakan isyarat tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Tanda yang mengarahkan*

Salah satu tipe dari gerakan isyarat adalah menggunakan tanda-tanda yang menggarisbawahi atau menekankan pada poin tertentu dari pesan verbal. Misalnya dari gerakan ini adalah gerakan kepalan tangan atau tinju, gerakan telunjuk jari dan tangan.

2) *Tanda-tanda ya dan tidak*

Bentuk lain dari gerakan isyarat adalah kategori tanda-tanda yang mengatakan ya atau tidak. Biasanya gerakan kepala digunakan untuk tanda ini dan mungkin ini telah umum bagi beberapa kebudayaan. Seperti gerakan kepala kebawah dan ke atas untuk menyatakan ya dan gerakan kepala ke kiri dan ke kanan untuk menyatakan tidak. Atau dengan kata lain dapat dikatakan mengangguk tanda ya dan menggeleng tanda tidak. Gerakan kepala yang menyatakan ya ini pun juga bervariasi artinya seperti:

- a) Anggukan kepala yang menunjukkan perhatian. Misalnya bila orang sedang berbicara kita mendengarkannya dan mengangguk, maka

anggukan itu dapat sebagai pertanda bahwa kita masih mendengarkan pembicaraan orang tersebut.

- b) Anggukan pemahaman adalah sebagai pertanda bahwa kita memahami apa yang dibicarakan oleh si pembicara.
- c) Anggukan sebagai tanda setuju dengan apa yang dibicarakan oleh si pembicara.
- d) Anggukan untuk memberi semangat. Misalnya seseorang ber-cerita tentang pengalamannya kepada temannya. Anggukan temannya dapat merupakan pembicaraan semangat agar temannya tersebut terus bercerita.
- e) Anggukan membenarkan fakta yaitu membenarkan fakta yang disampaikan si pembicara.

Ada juga orang mengayunkan kepala ke kiri dan ke kanan sebab pertanda mungkin ya dan mungkin tidak. Tanda-tanda ya dan tidak, dapat juga dengan menggunakan tangan dan jari tetapi itu hanya mungkin berlaku bagi kebudayaan tertentu.

3) *Tanda salam pertemuan*

Salam adalah sebagai bentuk gerakan isyarat yang lain. Bentuk yang paling dikenal sebagai sambutan / salam adalah berjabat tangan, berciuman atau berpelukan sebagai tanda senang akan kedatangan seseorang.

Bentuk salam digunakan biasanya mencerminkan hubungan individu. Misalnya kalau dua orang yang bersaudara berjumpa salam mereka mungkin berpelukan dan bukan berjabat tangan.

4) *Tanda ikatan*

Gerakan isyarat juga dapat menunjukkan ikatan atau hubungan satu sama lain. Misalnya orang berjalan bergandengan, berpegangan tangan, minum dari gelas yang satu, duduk dan berjalan dekat-dekat secara fisik dan selalu berbagi objek apa saja, ini menunjukkan kepada orang lain bahwa mereka mempunyai ikatan tertentu.

5) *Tanda isolasi*

Ada tanda isyarat yang lain seperti menyilangkan tangan dan kaki, melalui mana kita menyembunyikan atau menahan bagian badan dari pandangan. Tanda ini dinamakan tanda isolasi. Isyarat isolasi mungkin merupakan pesan yang disengaja, walaupun seringkali tidak bertujuan. Isyarat yang lain termasuk menopang dagu, menopang pipi, menyentuh mulut dan gerakan ini sebagai pertanda tidak aman atau merasa cemas, meskipun orang tidak menyadari perasaan itu.

4) *Sentuhan*

Sebagai salah satu cara berhubungan dengan orang lain yang masih bersifat primitif adalah sentuhan. Sentuhan mempunyai aspek yang kritis dalam berkomunikasi. Sentuhan juga memainkan peranan yang penting dalam memberikan dorongan, pernyataan kehalusan budi, sokongan emosional dan bahkan lebih mempunyai kekuasaan daripada kata-kata.

5) Sikap Tubuh

Hasil penelitian dari Knapp sebagaimana yang dikutip oleh Arni Muhammad, menunjukkan bahwa sikap tubuh memberikan informasi tentang sikap, status, emosi dan kehangatan.²⁵

Menurut Mehrabian orang akan bersikap lebih rileks bila berkomunikasi dengan orang yang lebih rendah statusnya atau dengan teman sebaya. Tetapi orang akan kurang rileks bila berhadapan dengan orang yang mempunyai status yang lebih tinggi, atau dengan laki-laki yang tidak disukainya.

3) Penggunaan Ruang atau Jarak

Penggunaan ruang jarak memainkan peranan tertentu dalam komunikasi manusia. Menurut Edward Hall sebagaimana yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* mengemukakan telah banyak memperluas pemahaman kita tentang cara penggunaan ruangan dalam komunikasi tatap muka.

Pembagian jarak tersebut adalah sebagai berikut :

a. Jarak yang menunjukkan keintiman.

Menurut Hall jarak keintiman ini mulai dari kontak kulit sampai jarak 18 inci. Kebanyakan dapat dilihat bahwa kontak bagi jarak intim ini adalah untuk interaksi dengan orang-orang yang kita rasa dekat secara emosional dan untuk situasi yang lebih bersifat pribadi seperti memperlihatkan perasaan senang, kasih sayang dan perasaan melindungi.

²⁵ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, 151.

b. Jarak pribadi atau personal

Daerah jarak yang kedua adalah jarak pribadi atau jarak personal yang berkisar dari 45 cm sampai 135 cm.

c. Jarak sosial

Daerah yang ketiga adalah hubungan sosial yang berkisar antara 135 cm sampai 4 m. Dalam jarak ini bermacam-macam komunikasi dapat terjadi seperti komunikasi dalam bisnis.

d. Jarak umum

Jarak yang paling jauh dalam komunikasi dinamakan jarak umum yaitu lebih dari 4 m. Jarak umum yang digunakan biasanya jarak guru di muka kelas.²⁶

4) Penggunaan Waktu

Ada pribahasa yang mengatakan waktu adalah uang. Janganlah ditunda sampai esok apa yang dapat dikerjakan sekarang, makin cepat makin baik. Falsafah waktu adalah uang terlihat dalam aktivitas sehari-hari kehidupan orang-orang barat.

5. Komunikator

Yang dimaksud dengan komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang merupakan tempat asal pesan, sumber berita, informasi, atau pengertian yang disampaikan (dikomunikasikan) atau bisa kita sebut sebagai orang atau pihak yang mengirim / menyampaikan berita.²⁷

²⁶ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, 152-153.

²⁷ T. May Rudy, *Komunikasi & hubungan Masyarakat Internasional* (Bandung: PT Refika Aditama, 2005), 4.

Bisa dikatakan bahwa komunikator merupakan sumber dan asal pesan yang kemudian di sampaikan kepada pihak lain. Namun belum tentu dari sebuah komunikasi yang berlangsung dapat berjalan secara efektif. Sebenarnya banyak gangguan ataupun *noise* saat menjalankan komunikasi, ada baiknya mempertimbangkan siapa komunikan ataupun yang diajak bicara, situasi dan kondisi dimana saat komunikasi berlangsung. Dikerenakan didalam berkomunikasi membutuhkan kesamaan persepsi antara pengirim dan penerima, jika itu berjalan di situlah komunikasi efektif akan berjalan.

Bahwa komunikator sebaiknya memilih waktu yang cocok atau tepat untuk menyampaikan pesan (berita atau informasi) dan suasana yang sesuai atau nyaman sehingga bisa diharapkan komunikan (audiens atau khalayak) mudah menerima pesan yang disampaikan dan terbuka (lapang dada) untuk berusaha memahami dan kemudian menyepakatinya.²⁸

Perlu dipertimbangkan, bahwa seorang komunikator memiliki kredibilitas disebabkan ethos pada dirinya, apa yang dikatakan Aristoteles dan hingga kini tetap dijadikan pedoman adalah *good sense, good moral, and good character*.²⁹ Dan oleh para cendekiawan modern diformulasikan menjadi i'tikad baik (*good intention*), kelayakan untuk di percaya, (*trustworthiness*), serta kecakapan atau keahlian (*competence or expertness*).

Di dalam psikologi komunikator faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikator terdiri dari kredibilitas, atraksi dan kekuasaan.

²⁸ T. May Rudy, *Komunikasi & hubungan Masyarakat Internasional*, 7.

²⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.*, 34

a. Kredibilitas

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung dua hal:

1. Kredibilitas adalah persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator.
2. Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen-komponen kredibilitas.

Komponen-komponen kredibilitas ialah (keahlian) dan (kepercayaan). Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator. Sedangkan kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya.

Menurut Koehler, Annatol, dan Applbaum menambahkan empat komponen lagi: (1) dinamisme, (2) sosiabilitas, (3) koorientasi dan (4) karisma.³⁰

1. Dinamisme

Komunikator dipandang memiliki dinamisme, bila ia dipandang sebagai bergairah, bersemangat, aktif, tegas, dan berani.

2. Sosiabilitas

Adalah kesan komunikate tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul.

3. Koorientasi

Merupakan kesan keahlian dan kepercayaan.

4. Kharisma

³⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 261

Kharisma Digunakan untuk menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikasi seperti magnet benda-benda disekitarnya.

b. Atraksi

Atraksi merupakan ketertarikan komunikasi terhadap komunikator. Menurut Jalaluddin Rakhmat didalam bukunya psikologi komunikasi yang mengutip Simon, mengapa komunikator yang dipersepsi memiliki kesamaan dengan komunikasi cenderung berkomunikasi lebih efektif.

1. Pertama, kesamaan mempermudah proses penyandibalikan (*decoding*), yakni, proses menerjemahkan lambang-lambang yang diterima menjadi gagasan-gagasan.³¹
2. Kedua, kesamaan membantu membangun premis yang sama. Premis yang sama mempermudah deduktif, ini berarti bila kesamaan disposisional relevan dengan topik persuasi, orang akan terpengaruh oleh komunikator.
3. Ketiga, kesamaan menyebabkan komunikasi tertarik pada komunikator. Seperti berulang kali sudah kita sebutkan, kita cenderung menyukai orang-orang yang memiliki kesamaan disposisional dengan kita. Karena tertarik pada komunikator, kita akan cenderung menerima gagasan gagasannya.
4. Keempat, kesamaan menumbuhkan rasa hormat dan percaya pada komunikator. Simons hanya dapat menyatakan ada hubungan positif

³¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 263

antara kesamaan dengan rasa percaya dan hormat, tetapi hubungan yang lemah.

c. Kekuasaan

Dalam kerangka teori Kelman, kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan. Ketundukan timbul antara komunikator dan komunike. Komunikator dapat “memaksakan” kehendaknya kepada orang lain, karena dia memiliki sumber daya yang dimilikinya.

Menurut Raven ada lima jenis kekuasaan :

a. Kekuasaan koersif (*coersive power*)³²

Menunjukkan kemampuan komunikator untuk mendatangkan ganjaran atau memberikan hukuman pada komunike.

b. Kekuasaan keahlian (*expert power*)

Kekuasaan ini berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, atau kemampuan yang dimiliki komunikator.

c. Kekuasaan informasional (*informasional power*)

Kekuasaan ini berasal dari isi komunikasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki oleh komunikator.

d. Kekuasaan rujukan (*referent power*)

Disini komunike menjadikan komunikator sebagai kerangka rujukan untuk menilai dirinya. Komunikator dikatakan memiliki kekuasaan rujukan bila ia berhasil menanamkan kekaguman pada komunike, sehingga seluruh perilakunya diteladani.

³² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 265

e. Kekuasaan legal (*legitimate power*)

Kekuasaan ini berasal dari seperangkat peraturan atau norma yang menyebabkan komunikator berwenang untuk melakukan suatu tindakan.

Berikut ini disampaikan berbagai hasil penelitian yang berkenaan dengan penggunaan kekuasaan dalam mempengaruhi perilaku orang lain:

1. Komunikate akan lebih baik diyakinkan untuk melakukan perilaku yang tidak disukai dengan dijanjikan ganjaran daripada diancam dengan hukuman. Ancaman yang kuat bahkan dapat menimbulkan efek bumerang alih-alih tunduk malah melawan (Heilman dan Garner)
2. Efektifitas ancaman dapat ditingkatkan bila komunikator memberikan alternatif perilaku ketundukan, sehingga komunikate masih dapat melakukan pilihan walaupun terbatas (Heilman dan Garner).
3. Kekuasaan informasional seringkali digunakan bila komunikator memandang prestasi komunikate yang kurang baik disebabkan oleh kurangnya motivasi (Kipnis)
4. Bila atasan melihat bahwa prestasi jelek bawahannya disebabkan kekurangan kemampuannya, ia akan menggunakan kekuasaan keahlian.
5. Kekuasaan koersif digunakan bila pemimpin (komunikator) menganggap komunikate tidak melakukan anjuran dengan baik karena ia bersikap negatif atau mempunyai kecenderungan melawan pemimpin (Goodstadt dan Hjelle).
6. Kekuasaan koersif juga sering digunakan oleh komunikator yang kurang percaya pada diri sendiri, yang mereka tidak berdaya (Good-Stadt dan

Hjelle), atau oleh orang-orang yang merasa tertekan, tertindas, dan teraniaya (Raven).³³

Tetapi apapun jenis kekuasaan yang dipergunakan, ketundukan adalah pengaruh yang paling lemah dibandingkan dengan identifikasi dan internalisasi. Dengan begitu, kekuasaan sepatutnya digunakan setelah kredibilitas dan atraksi komunikator. Lagi pula, komunikasi mungkin masih belum efektif, bila komunikator tidak memperhatikan pesan yang disampaikan.

Kita dapat juga melihat faktor-faktor keberhasilan kalau dipandang dari sudut komunikator mengutip dari buku komunikasi interpersonal oleh Suranto Aw, adapun faktor keberhasilan komunikasi dilihat dari sudut komunikator.³⁴

1. Kredibilitas : ialah kewibawaan seseorang komunikator dihadapan komunikan. Pesan yang disampaikan oleh seseorang komunikator yang kredibilitas tinggi akan lebih banyak memberi pengaruh terhadap penerimaan pesan.
2. Daya Tarik : ialah daya tarik fisik maupun non fisik. Adanya daya tarik ini akan mengundang simpati para penerima pesan komunikasi. Pada akhirnya penerima pesan akan dengan mudah menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator.
3. Kemampuan intelektual : ialah tingkat kecakapan, kecerdasan dan keahlian seseorang komunikator. Kemampuan intelektual itu diperlukan seseorang

³³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 266

³⁴ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 84-85

komunikator, terutama dalam hal menganalisis suatu kondisi sehingga bisa mewujudkan cara komunikasi yang sesuai.

4. Integritas atau keterpaduan sikap dan perilaku dalam aktivitas sehari-hari. Komunikator yang memiliki keterpaduan, kesesuaian antara ucapan dan tindakannya akan lebih disegani oleh komunikan.
5. Keterpercayaan, kalau komunikator dipercaya oleh komunikan maka akan lebih mudah menyampaikan pesan dan mempengaruhi sikap orang lain.
6. Kepekaan sosial, yaitu suatu kemampuan komunikator untuk memahami situasi di lingkungan tempat kerjanya. Apabila situasi tempat kerja sedang sibuk, maka komunikator perlu mencari waktu lain yang lebih tepat untuk menyampaikan informasi kepada orang lain.
7. Kematangan tingkat emosional, ialah kemampuan komunikator mengendalikan emosinya, sehingga tetap dapat melaksanakan komunikasi dalam suasana yang menyenangkan di kedua belah pihak.
8. Berorientasi kepada kondisi psikologis komunikan, artinya seorang komunikator perlu memahami kondisi psikologis orang yang diajak bicara. Diharapkan komunikator dapat memilih saat yang paling tepat untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan.
9. Komunikator harus bersikap supel, ramah, dan tegas.
10. Komunikator harus mampu menyesuaikan diri dengan masyarakat dimana di berbicara.³⁵

³⁵ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, 84-85

D. Teori Logika Desain Pesan (*Message Design Logic Theory*)

Desain pesan didasarkan pada kecenderungan seseorang dalam memajemen tujuannya untuk kepentingan sampainya tujuan melalui pesan yang dipilihnya. B.J. O'Keefe dan Delia menyatakan bahwa pesan berbasis diri lebih kompleks dalam tindakannya karena mereka menentukan tujuan yang beragam. O'Keefe menggunakan term kompleksitas tindakan untuk merujuk pada bagaimana kebutuhan yang kompleks ini diatur dalam suatu interaksi.

Logika Desain Pesan menyatakan bahwa setiap orang mempunyai alur pikiran berbeda yang digunakan dalam mengurus tujuan-tujuan yang saling bertentangan. O'Keefe menyimpulkan, variasi strategi manajemen tujuan yang diamati merupakan hasil dari variasi dalam sebuah sistem prinsip yang digunakan untuk mendasari makna komunikatif, yang berbeda dalam definisi komunikasi yang dibentuk dan diusahakan seseorang.

Teori ini menjelaskan logika desain pesan yang terbagi kepada 3 katagori yaitu *expressive, conventional, dan rhetorical*, sebagaimana yang dikatakan Denise B. Forrest yang menguti O' Keefe menurutnya "*These logics are identified as expressive, conventional, and rhetorical and are developmentally ordered. Each has a constellation of related beliefs that describes the individual's purpose for the message, choice of message context, management of the interaction, and evaluation of the interaction.*"³⁶ Dari sini dapat dikemukakan bahwa :

³⁶ Denise B. Forrest, *Communication Theory Offers Insight into Mathematics Teachers' Talk*, (article, *The Mathematics Educator* 2008, Vol. 18, No. 2, 23–32) hal 24

1. Logika desain ekspresif merefleksikan pandangan bahwa komunikasi adalah cara untuk berekspresi diri dalam menyatakan pikiran dan pendapat, sehingga ada keterusterangan, terlihat seperti apa adanya (*natural*), dan spontanitas dalam menyatakannya. Orang yang menyampaikan logika desain ekspresif akan mudah diterima apa yang disampaikan dalam menyampaikan pikiran dan perasaan sehingga logika pesan ekspresif bersifat literal dan langsung.
2. Logika konvensional memandang komunikasi sebagai permainan yang dilakukan secara teratur dalam sejumlah prosedur yang dilalui. komunikasi dilakukan sebagai proses ekspresi berdasarkan aturan dan norma yang diterima secara bersama maka komunikasi berlangsung sopan dan tertib. Tujuan dari logika konvensional untuk menciptakan kesadaran bersama didalam kelompok tertentu keberhasilannya dapat terlihat ketika ada reaksi dari kelompok tersebut.
3. Logika desain retorik merefleksikan komunikasi sebagai sesuatu hal yang fleksibel, pesan dalam logika ini cenderung luwes, lembut, penuh wawasan menempatkan komunikannya sebagai penentu dari apa yang disampaikan, orang yang menerapkan logika desain pesan memahami situasi dan kondisi komunikannya sehingga apa yang disampaikan disesuaikan dengan komunikannya agar tujuan dapat tercapai.

E. Teori Aksi Berbicara

Teori kemampuan berbicara yang kebanyakan dihubungkan dengan Jhon Searle dirancang untuk membantu kita memahami bagaimana manusia menyempurnakan hal dengan kata-kata. Pertama anda menghasilkan sebuah wacana, hal ini disebut dengan aksi terungkap (*utterance act*), sebuah penyebutan kata-kata dalam kalimat dengan sederhana.³⁷

Kedua anda sedang menegaskan sesuatu tentang dunia atau melakukan sebuah aksi usulan (*propositional act*). Dengan kata lain, anda mengatakan sesuatu, baik anda meyakinkannya sebagai kebenaran maupun anda mencoba supaya orang lain memercayainya. Ketiga, dan yang paling penting dari persepektif aksi berbicara, anda memenuhi sebuah niat yang disebut sebuah aksi berkehendak (*illocutionary act*), aksi berkehendak menjadi inti dari teori ini. Makna dari aksi berbicara adalah kekuatan memengaruhi Searle menguraikan lima jenis aksi berkehendak.

1. Ia menyebutkan penegasan (*assertives*). Penegasan adalah pernyataan yang mengikat pembicara untuk menyokong kebenaran dari sebuah permasalahan. Hal ini mencakup tindakan, seperti menyatakan, menegaskan, menyimpulkan, dan meyakinkan.
2. Arahan (*directives*) aksi berkehendak yang supaya pendengar melakukan sesuatu. Bentuk-bentuk dari arahan adalah perintah, permintaan, pembelaan, berdo'a, permohonan, undangan, dan seterusnya.

³⁷ Stephen W, Littlejohn dan Keren A. Foss, *Teori komunikasi (Theories of Human Communication)*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009) 163-166

3. Keterikatan (*comissives*), mengikat pembicara pada tindakan selanjutnya. Mereka terdiri atas hal-hal, seperti berjanji, bersumpah, ikrar, kontrak, dan jaminan.
4. Pernyataan (*expressive*), tindakan yang menyampaikan beberapa aspek psikologis dari kondisi pembicara, seperti berterima kasih, mengucapkan selamat, permintaan maaf, menghibur, dan penyambutan.
5. Deklarasi (*declaration*), dirancang untuk menciptakan proposisi, sangat menuntut, yang membuatnya seperti itu.³⁸

³⁸ Ibid