



Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris adalah *communication*, yang berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis*, yang berarti sama.² Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Dalam hal ini, apabila dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai hal yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Hal itu dikarenakan setiap orang mempunyai maksud dari sesuatu yang dikatakan, dan maksud itu kadang dapat dipahami dan kadang tidak. Hal itu tergantung situasi dan kondisi kedua pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut.

Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya, *Communication Research in the United States* menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. Menurut Schramm, bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi. Komunikasi akan berlangsung lancar bila komunikator dan komunikan memiliki banyak kesamaan dalam hal pengalaman.³ Sementara itu, Lasswell merumuskan komunikasi sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.⁴

Harnack dan Fest (1964) menganggap komunikasi sebagai proses interaksi di antara orang untuk tujuan integrasi intrapersonal dan interpersonal.⁵ Komunikasi adalah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain. Secara umum, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial.

Dalam pengertian paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu, yang bersifat informatif dan persuasif. Komunikasi persuasif (*persuasive communication*) lebih sulit daripada komunikasi informatif (*informative communication*) karena tidak mudah untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang atau sejumlah orang.⁶

Hal penting dalam komunikasi ialah caranya agar pesan yang disampaikan komunikator dapat menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Dampak itu bisa berupa kognitif (menjadi tahu dan mengerti), afektif (tergerak hatinya dan menimbulkan perasaan tertentu misalnya perasaan iba, terharu sedih, gembira, marah dan sebagainya) dan behavioral (berupa perilaku atau tindakan).⁷

Kata empati (*empathy*) sendiri berasal dari kata *einfihlung* yang semula digunakan oleh seorang psikolog Jerman. Kata ini secara harfiah berarti merasa terlibat (*feeling into*).⁸ Empati (*empathy*) menurut Onong Uchjana Effendy adalah kemampuan memproyeksikan diri kepada orang lain. Dengan lain perkataan, empati adalah kemampuan menghayati perasaan orang lain atau merasakan sesuatu yang dirasakan orang lain.⁹

Empati didefinisikan sebagai kemampuan atau kecakapan untuk mengidentifikasi atau memahami—dengan cara seolah mengalami sendiri—perasaan, pikiran, atau sikap orang lain. Empati dihubungkan dengan ungkapan-ungkapan seperti "berjalan dengan memakai sepatu orang lain" atau "memandang dunia melalui mata orang lain".¹⁰ Empati secara signifikan memengaruhi kualitas kehidupan pribadi dan profesional manusia, terutama aktivitas-aktivitas yang terkait dengan hubungan sosial. Empati memfasilitasi komunikasi, kerjasama, sikap menghormati, dan sifat kasih sayang. Empati memberikan kekuatan untuk mengubah kondisi-kondisi negatif ketika seseorang berusaha meningkatkan interaksi-interaksi dengan orang lain. Empati bukan sekadar komponen penting, tetapi juga merupakan komponen paling mendasar dari sebuah *mindset* berdaya tahan.¹¹ Daniel Goleman menggambarkan empati sebagai sebuah ciri penting dari kecerdasan emosional dan itu dapat dipelajari. Empati tidak berarti bahwa seseorang setuju dengan orang lain, tetapi semata menunjukkan bahwa seseorang menghargai dan mendukung sudut pandang orang itu.

Empati,¹² menurut De Vito, memungkinkan Anda untuk memahami secara emosional dan intelektual mengenai sesuatu yang sedang dialami orang lain. Empati tidak akan terlalu bermakna jika Anda tidak mampu mengomunikasikan pemahaman empatik ini kembali kepada orang lain tersebut.

Seseorang lebih mudah untuk berempati terhadap orang-orang yang ide-idenya cocok dengannya dan bersikap kooperatif. Hal itu jauh lebih sulit untuk berempati pada saat seseorang bingung, marah, jengkel, atau kecewa pada orang lain.



Pentingnya empati atau merasa terlibat dalam komunikasi ini dihubungkan dengan pembahasan mengenai persepsi dan kemampuan dalam mendengarkan.¹³ Apapun tujuan yang hendak dicapai; keberhasilan pendidikan, sosial, atau profesi, bahkan untuk memelihara penghargaan diri seseorang, kemampuan mendengarkan sangat diperlukan.

Penyair sufistik Jalaluddin Rumi pernah berkata: "Karena untuk berbicara, orang harus lebih dulu mendengarkan, belajarlah bicara dengan mendengarkan". Ali kw. berkata: "Siapa yang paling baik mendengarkannya, dialah yang paling cepat memperoleh manfaat".

Dalam berkomunikasi, manusia sering mengalami atau menyaksikan orang-orang yang sepertinya mendengarkan, tetapi hakikatnya tidak mendengarkan. Menurut hasil penelitian, banyak terjadi kesalahpahaman, pertengkaran, atau kegagalan karena salah mendengarkan. Karena itu, perlu membiasakan untuk melatih pendengaran. Ada beberapa teknik mendengar yang baik: *Pertama*, belajar mendengarkan pembicaraan yang tidak menyenangkan hati. Mendengarkan pembicaraan yang mengenakan hati itu mudah, tidak perlu dilatih. Misalnya, kalau datang seseorang, kemudian memuji-muji, telinga langsung mendengarkan dengan baik, tetapi ketika seseorang datang dan memberi nasihat atau mengingatkan perbuatan yang salah, maka telinga segera menjadi disfungsi (kurang berfungsi). Dengan demikian, latihan pertama untuk melatih pendengaran ialah belajar mendengarkan pembicaraan yang tidak dikehendaki.

Kedua, belajar mendengarkan orang yang membicarakan tentang dirinya sendiri. Kalau ada orang yang membicarakan dirinya, itu kadang tidak menarik, tetapi menarik bagi orang yang berbicara. Oleh karena itu, perlu dihargai. Ketika mendengarkan secara aktif, berusaha memahami dan menyokong hal yang sedang dikomunikasikan orang lain. Sokongan tidak berarti kesepakatan, melainkan memahami tanpa meremehkan. Empati berarti mempunyai kesanggupan dapat meneliti dengan baik kesulitan-kesulitan yang dialami orang lain.

Dengan demikian, komunikasi empatik berarti mendengarkan dengan mata, telinga, dan hati Anda untuk memahami, berintuisi, dan merasa. Mendengarkan di sini adalah mendengarkan untuk mengerti, bukan untuk menjawab dan mendengarkan isi pembicaraan dan bukan siapa yang berbicara. Respon yang tepat juga menjadi kunci komunikasi empatik, maka berikanlah respon seperti baru pertama kali mendengarkan topik pembicaraan.

Kegagalan komunikasi salah satunya karena kurangnya kemampuan mendengarkan dengan empati. Oleh karenanya, Floyd (1985) yakin bahwa empati adalah "*the key to effective listening and therefore to communication*." Empati adalah kunci untuk mendengarkan secara efektif sehingga menghasilkan komunikasi yang efektif pula.

PENTINGNYA EMPATI DALAM KOMUNIKASI

Masalah empati mendapatkan tempat yang penting dalam dunia komunikasi. Empati adalah "modus dasar bagi komunikasi" yang penting bagi orang-orang dewasa.¹⁴

Komunikasi empatik¹⁵ merupakan salah satu keterampilan berkomunikasi untuk mendukung pencapaian tujuan komunikasi dari sisi persuasif maupun informatif. Banyak orang merasa yakin bahwa mereka berkomunikasi secara efektif. Namun, ketika orang lain tidak merespons dengan cara yang mereka kehendaki, mereka cenderung menyalahkannya. Anda mungkin pernah mendengar seseorang berkomentar: "Suami saya tidak pernah mendengarkan saya"; atau "Mereka benar-benar tidak memahami saya"; atau "Mereka sama sekali tidak mengindahkan saya ketika saya berusaha memberi tahu sesuatu pada mereka." Ketika orang lain tampaknya tidak mendengarkan pesan-pesan, maka sebagai seorang yang kritis harus bertanya: "Bagaimana saya mengubah cara saya dalam menyampaikan sesuatu agar orang lain lebih mau menerima apa yang saya katakan?"¹⁶

Menurut Carl Rogers, "kendala utama bagi komunikasi antarpribadi satu sama lain adalah kecenderungan alamiah kita untuk menghakimi, menilai, menyetujui atau membantah pernyataan orang lain ataupun pernyataan kelompok." Setiap kali melakukan komunikasi, sesungguhnya bukan hanya sekadar menyampaikan isi pesan, tetapi menentukan kadar hubungan interpersonal.



Ketika seseorang bertanya tentang nama Anda, ada banyak cara dalam pengungkapannya, dan itu menunjukkan kadar hubungan interpersonal di dalamnya berbeda. Misalnya, "sebutkan nama kamu? Siapa nama Anda? Bolehkah saya tahu siapa nama Bapak? Sudi kiranya Bapak berkenan menyebutkan nama Bapak?"

Kalimat-kalimat yang digunakan, sekali lagi bukan hanya menyampaikan isi, tetapi juga mendefinisikan hubungan interpersonal¹⁷. Pandangan bahwa komunikasi mendefinisikan hubungan interpersonal telah dikemukakan Ruesch dan Bateson (1951) pada tahun 1950-an. Gagasan ini dipopulerkan di kalangan ahli komunikasi oleh Watzlawick, Beavin, dan Jackson (1967) dalam buku *Pragmatics of Human Communication*. Perlahan-lahan, studi komunikasi interpersonal bergeser dari isi pesan pada aspek relasional.¹⁸

Komunikasi empatik atau komunikasi dengan empati berarti komunikasi yang dilandasi kesadaran untuk memahami dengan perasaan, kepedulian dan perhatian terhadap komunikan. Karena itu, dalam komunikasi empatik yang perlu diperhatikan adalah cara memahami orang lain. Jangan lakukan sebaliknya, yakni mengharapkan orang lain yang harus lebih dahulu memahami. Sikap ini tentu saja harus timbal balik, barulah kemudian akan muncul saling pemahaman. Dengan dasar berpikir ini, pihak-pihak yang saling berhubungan akan menerapkan komunikasi empatik sehingga tidak terlalu sulit untuk menumbuhkan sikap saling memahami dan saling menghormati dalam tindakan komunikasi.

KENDALA-KENDALA YANG DIHADAPI DALAM KOMUNIKASI EMPATIK

Semakin jelas seseorang memahami kendala-kendala untuk memiliki empati, maka semakin baik orang tersebut menghadapi kendala-kendala itu. Berikut ini empat rintangan dalam berempati.

1. Lingkungan Keluarga

Empati memang sulit bagi orang yang tumbuh dalam keluarga yang orangtuanya tidak punya empati. Dalam keluarga semacam itu, anak sering kali diberi tahu cara mereka harus berperasaan dan berpikir. Tentu saja, anak dari orangtua yang punya empati tidak serta-merta tumbuh menjadi orang yang bisa berempati. Ada banyak faktor yang turut memengaruhi kepribadian dan perilakunya. Namun, lebih mudah untuk memiliki rasa empati apabila seseorang dalam sehari-hari menyaksikan praktik empati dari orangtua dan orang-orang yang merawatnya.

2. Menyembunyikan Kekecewaan atau Kemarahan

Kebanyakan orang menilai diri sendiri punya empati. Empati lebih kentara ketika orang lain berperilaku dan bersikap sesuai dengan preferensi. Misalnya, orang lebih mudah untuk berempati kepada temannya yang bersikap dan berperilaku baik kepadanya. Namun, apabila sikap temannya tidak sesuai dengan keinginannya, maka sering kurang berempati kepadanya.

Dalam hal ini, jauh lebih sulit untuk berempati ketika tindakan teman, kerabat, dan kolega tidak sesuai dengan harapan orang tersebut. Rasa marah dan kecewa yang tersembunyi dapat meredupkan empati dan membutuhkan dari dampak negatif perkataan serta perbuatan seseorang. Ketika marah atau kecewa, seseorang jarang berhenti sejenak untuk merenungkan pertanyaan-pertanyaan berikut: Bagaimana orang ini menggambarkan diri saya sekarang, ketika saya membentaknya? Apakah cara saya mengatakan atau melakukan sesuatu bisa membuat orang lain benar-benar mau mendengarkan dan merespons saya?

Secara teoretis, tim peneliti di rumah sakit *Lehigh Valley Pennsylvania*, Amerika Serikat, menemukan bahwa orang yang gampang marah, menyimpan perasaan bermusuhan, suka bersikap sinis, dan agresif, berkaitan erat dengan peningkatan kematian akibat penyakit infark jantung.¹⁹

3. Membuat Asumsi tentang Motivasi Orang Lain

Disadari atau tidak, seseorang sering menilai motif perilaku orang lain berupa prasangka negatif.²⁰ Menurut Baron dan Byrne (1994), yang dikutip Sarlito, prasangka adalah sikap yang negatif terhadap kelompok tertentu atau seseorang. Hal ini semata-mata karena keanggotaannya dalam kelompok tertentu.²¹ Prasangka juga tidak selalu salah dan irasional. Ia dapat juga positif. Hanya saja, prasangka yang positif biasanya tidak menimbulkan masalah dalam hubungan sosial. Perasaan empati



berkurang bila prasangka (negatif) muncul dalam komunikasi. Hal ini akan mendistorsi hubungan dan mengakibatkan rusaknya komunikasi.

4. Terlalu Berempati²²

Salah satu keberatan yang kadang terdengar jika terlalu berempati adalah menjadi mudah dimanfaatkan oleh orang lain. Orangtua menyuarakan keberatan ini terkait dengan anak-anak mereka. Para majikan menyuarakannya terkait dengan karyawan. Para suami menyuarakannya terkait dengan istri. Sementara itu, para istri menyuarakannya terkait dengan suami.

Sikap empati sering dirancukan dengan sikap mengalah, tidak jujur mengutarakan perasaan, tidak tegas atau tidak terus terang. Orang yang empati tidak menahan diri dari memberikan umpan balik kepada orang lain atau menahan diri dari menetapkan batasan-batasan yang tepat.

Menurut Goleman, Boyatzis dan McKee, empati bukanlah sikap sentimental "saya oke, kamu oke." Hal itu tidak berarti bahwa setiap komunikator memakai perasaan orang lain dan berusaha menyenangkan setiap orang. Hal itu akan menjadi pengalaman yang mengerikan dan akan menutup berbagai kemungkinan tindakan yang seharusnya dilakukan. Sebaliknya, empati berarti mempertimbangkan secara mendalam perasaan orang lain dan kemudian membuat keputusan-keputusan cerdas yang berhasil merespons perasaan-perasaan itu.²³

SIKAP SUPORTIF DAN DEFENSIF DALAM KOMUNIKASI EMPATIK

Salah satu faktor yang menumbuhkan hubungan sosial yang baik dalam komunikasi empatik adalah sikap suportif, yakni sikap yang mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Orang bersikap defensif bila ia tidak menerima, tidak jujur, dan tidak empatik. Orang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami pesan orang lain. Komunikasi defensif dapat terjadi karena faktor-faktor personal (ketakutan, kecemasan, harga diri yang rendah, pengalaman defensif, dan sebagainya) atau faktor-faktor situasional.

Pada kaitan ini, Jack R. Gibb menyebut enam perilaku yang menimbulkan perilaku suportif yaitu sebagai berikut.

1. Evaluasi

Evaluasi artinya penilaian terhadap orang lain, baik memuji maupun mengecam. Dalam mengevaluasi, seseorang cenderung mempersoalkan nilai dan motif orang lain. Bila seseorang menyebutkan kelemahan orang lain, mengungkapkan betapa jelek perilakunya, dan meruntuhkan harga dirinya, maka akan melahirkan sikap defensif.

Kebalikan dari evaluasi adalah deskripsi. Deskripsi artinya penyampaian perasaan dan persepsi tanpa menilai. Pada evaluasi, umumnya menggunakan kata-kata sifat (salah, ngawur, bodoh dan ungkapan lainnya yang negatif). Pada deskripsi, biasanya, seseorang menggunakan kata-kata kerja misalnya: "Anda seringkali berpindah dari satu persoalan ke persoalan lain"; atau "Anda tidak mengikuti perkembangan terakhir dalam bidang ini". Sebenarnya, hal ini dapat dievaluasi pada gagasan, bukan pada pribadi (walaupun banyak orang merasa dirinya diserang ketika gagasannya dipersoalkan). Deskripsi dapat terjadi juga ketika seseorang mengevaluasi gagasan orang lain, "merasa" bahwa dia menghargai diri mereka (menerima mereka sebagai individu yang patut dihargai).

2. Kontrol

Perilaku kontrol artinya berusaha untuk mengubah orang lain, mengendalikan orang perilakunya, mengubah sikap, pendapat, dan tindakannya. Melakukan kontrol berarti mengevaluasi orang lain sebagai orang yang jelek sehingga perlu diubah.

Dalam hal ini, setiap orang tidak ingin didominasi orang lain. Orang ingin menentukan perilaku yang dia senangi. Oleh karena itu, kontrol orang lain akan dia tolak. Untuk mengatasi masalah ini, perlu adanya orientasi masalah dengan mengkomunikasikan keinginan untuk bekerja sama dan mencari pemecahan masalah. Solusi konkretnya, mengajak orang lain bersama-sama untuk menetapkan tujuan dan memutuskan cara mencapainya.²⁴

3. Strategi



Strategi adalah penggunaan tipuan-tipuan atau manipulasi untuk memengaruhi orang lain. Seseorang menggunakan strategi bila orang lain menduga ada motif-motif tersembunyi. Lawan dari strategi adalah spontanitas, yaitu sikap jujur dan dianggap tidak menyelimuti motif yang terpendam.

4. Netralitas

Netralitas adalah sikap impersonal—memperlakukan orang lain tidak sebagai personal, melainkan sebagai objek. Bersikap netral bukan berarti objektif, melainkan menunjukkan sikap tak acuh serta tidak menghiraukan perasaan dan pengalaman orang lain. Kebalikan sifat ini adalah sikap empati. Tanpa empati, orang seakan-akan "mesin" yang hampa perasaan dan tanpa perhatian.

5. Superioritas

Superioritas artinya sikap menunjukkan diri lebih tinggi atau lebih baik daripada orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual, kekayaan, atau kecantikan. Superioritas akan melahirkan sikap defensif. Sifat sebaliknya adalah bersikap merasa sama atau setara dan tidak menggurui. Dengan persamaan, manusia mengomunikasikan penghargaan dan rasa hormat kepada perbedaan pandangan dan keyakinan.

6. Kepastian

Orang yang memiliki kepastian bersifat dogmatis, ingin menang sendiri, dan melihat pendapatnya sebagai kebenaran mutlak yang tidak dapat diganggu-gugat. Dalam hal ini, harus dikembangkan sikap provisionalisme, yakni kesediaan untuk meninjau kembali pendapat, untuk mengakui bahwa pendapat manusia adalah tempat kesalahan. Dengan demikian, wajar juga kalau satu saat pendapat dan keyakinannya bisa berubah.

Selain sikap suportif, sikap yang perlu dikembangkan dalam komunikasi empatik adalah sikap terbuka. Sikap terbuka (*open-mindedness*) amat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi yang empatik. Lawan dari sikap terbuka adalah dogmatik. Orang dogmatis bersikap tertutup. Ciri-ciri orang dogmatis adalah: *Pertama, menilai pesan berdasarkan motif pribadi.* Setiap pesan akan dievaluasi berdasarkan desakan dari dalam diri individu. Rokeach menyebut desakan ini, antara lain, kebiasaan, kepercayaan, petunjuk perseptual, motif ego irasional, hasrat berkuasa, dan kebutuhan untuk membesarkan diri. Orang dogmatis sukar menyesuaikan dirinya dengan perubahan lingkungan.

Kedua, berpikir simplistik. Bagi orang dogmatis, kalau tidak salah, maka benar. Dunia dibagi dua; yang pro (sudah pasti benar), dan yang kontra (di mana segala kejelekan berada).

Ketiga, berorientasi pada sumber. Bagi orang dogmatis, yang paling penting adalah orang yang berbicara, bukan hal yang dibicarakan. Hal ini terikat sekali pada otoritas yang mutlak.

Keempat, mencari informasi dari sumber sendiri. Orang dogmatis hanya mempercayai sumber informasi mereka sendiri, dan kurang memerhatikan sumber-sumber lainnya yang tidak sejalan dengan pemahaman dan keyakinannya.

Kelima, secara kaku mempertahankan dan membela sistem kepercayaannya. Orang dogmatis tidak tahan hidup dalam suasana inkonsisten. Ia menghindari kontradiksi atau benturan gagasan. Informasi yang tidak konsisten akan ditolak, didistorsi, atau tidak dihiraukan sama sekali.

Agar komunikasi interpersonal melahirkan hubungan yang baik, dogmatisme harus digantikan dengan sikap terbuka. Bersama-sama dengan sikap percaya dan sikap suportif, sikap terbuka mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai, dan paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal.²⁵

Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert, ada empat tanda orang yang memiliki konsep diri negatif.²⁶

Pertama, ia peka terhadap kritik. Orang ini sangat tidak tahan kritik yang diterimanya, dan mudah marah atau naik pitam. Bagi orang ini, koreksi sering kali dipersepsi sebagai usaha untuk menjatuhkan harga dirinya. Dalam komunikasi, orang yang memiliki konsep diri negatif cenderung menghindari dialog²⁷ yang terbuka, dan bersikeras mempertahankan pendapatnya dengan berbagai justifikasi atau logika yang keliru.

Kedua, responsif sekali terhadap pujian. Buat orang seperti ini, segala macam embel-embel yang menunjang harga dirinya menjadi pusat perhatiannya.



Ketiga, mereka bersikap hiperkritis terhadap orang lain. Ia selalu mengeluh, mencela, atau meremehkan apapun dan siapapun. Mereka tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain.

Keempat, cenderung merasa tidak disenangi orang lain. Ia merasa tidak diperhatikan. Karena itulah, ia bereaksi pada orang lain sebagai musuh sehingga tidak melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan. Ia tidak akan pernah mempersalahkan dirinya, tetapi akan menganggap dirinya sebagai korban dari sistem sosial yang tidak beres.

Kelima, orang yang konsep dirinya negatif, bersikap pesimis terhadap kompetisi seperti terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi. Ia menganggap tidak akan berdaya melawan persaingan yang merugikan dirinya.

Sementara itu, orang yang memiliki konsep diri positif ditandai dengan lima hal: 1) Ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah; 2) Ia merasa setara dengan orang lain; 3) Ia menerima pujian tanpa rasa malu; 4) Ia menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat; dan 5) Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya.

Dalam kenyataan, tidak ada orang yang sepenuhnya berkonsep diri negatif atau positif, tetapi untuk efektivitas komunikasi empatik, sebaiknya seseorang memperoleh tanda-tanda konsep diri positif.

PRINSIP-PRINSIP KOMUNIKASI EMPATIK

Agar komunikasi berjalan efektif, para pelaku komunikasi harus memperhatikan dan menerapkan prinsip komunikasi empatik, yaitu: *Pertama*, prinsip adalah keseluruhan, bukan sebagian. Tiga orang buta sedang berdiri mengelilingi seekor gajah dan mencoba memberikan gambaran mengenai Sang Gajah. Orang buta pertama yang memegang ekor gajah mengatakan gajah itu kurus dan panjang. Orang buta kedua yang memegang telinga gajah mengatakan gajah itu berkulit tipis dan lentur. Orang buta ketiga yang memegang perut kaki gajah mengatakan gajah itu berkulit keras, dan berbentuk bulat. Kejadian itu harus dimaknai sebagai keseluruhan, bukan dipisah-pisah.

Kedua, moral. Cobalah terlebih dahulu mencari informasi yang selengkap-lengkapnyanya sebelum memberikan komentar. Jika hanya memiliki sepecegal informasi, maka jangan langsung membentuk opini dan menyatakan pendapat berdasarkan informasi yang belum lengkap tersebut. Untuk masalah ini, yang perlu dilakukan adalah melengkapi informasi yang ada dengan banyak bertanya kepada pihak-pihak yang terlibat, sebelum mengambil keputusan dan mengkomunikasikan keputusan yang kita ambil. Cara lain adalah aktif mencari informasi tambahan yang diperlukan sehingga mendapat gambaran yang lebih lengkap terhadap sesuatu yang akan kita komunikasikan.

Ketiga, berusaha mengerti, baru dimengerti. Seorang manager pemasaran produk elektronik berteknologi tinggi sedang menawarkan produknya kepada calon pelanggan. Supaya terkesan canggih, dalam menjelaskan spesifikasi produk yang ditawarkan, manajer menggunakan istilah-istilah teknis yang berhubungan dengan produk elektronik tersebut. Dia juga langsung menjelaskan pilihan unggulan dari produk ini serta mendemokan penggunaan produk tersebut. Namun demikian, karena bahasa yang digunakan terlalu canggih bagi calon pembeli, serta produk yang didemokan ternyata bukan produk yang dibutuhkan calon pembeli, maka bisa dibayangkan hal yang terjadi kemudian: calon pelanggan tidak mau membeli produk yang ditawarkan.

Kenapa terjadi kegagalan seperti itu? Stephen Covey dalam buku *7 Habits of Highly Effective People* mengatakan bahwa dalam berkomunikasi ada baiknya untuk terlebih dahulu mencoba mengerti, sebelum menuntut untuk dimengerti. Dengan mengerti duduk permasalahan yang sebenarnya, serta mengerti lawan bicara, akan lebih mudah bagi memahami sesuatu yang dikomunikasikan orang tersebut, dan akan lebih mudah pula bagi untuk memberikan pendapat, masukan yang mudah dimengerti lawan bicara. Dalam kasus di atas, jika manajer terlebih dahulu mencoba mengerti calon pembeli (apakah calon pembeli cukup paham dengan istilah teknis?) dan kebutuhan calon pembeli, maka dalam mengkomunikasikan produk yang akan dijualnya bisa menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami, dan memulai dengan pendekatan solusi bagi calon pembeli, bukannya solusi yang diasumsikan dibutuhkan oleh calon pembeli tersebut.



Keempat, diagnosa sebelum respon. Bapak Salim pergi ke dokter mata. Kepada dokter, Pak Salim mengeluh ia tidak bisa menggunakan matanya untuk membaca. Dokter memeriksa mata Pak Salim, lalu memintanya membeli kaca mata yang sesuai dengan resep yang diberikan. Seminggu kemudian, Pak Salim kembali ke dokter mata yang sama. Ia mengeluh walaupun sudah membeli dan menggunakan kaca mata yang disarankan dokter, ia tetap tidak bisa membaca. Dokter menjadi bingung. Setelah diselidiki lebih jauh, ternyata permasalahannya bukan pada ukuran kaca mata, tetapi pada Bapak Salim sendiri karena Bapak Salim buta huruf.

Dalam hal ini, walaupun dokter menyarankan menggunakan kaca mata yang paling canggih sekalipun, Pak Salim tetap tidak akan bisa membaca. Di sini, moral yang dapat dipelajari dari anekdot ini adalah, sebelum memberikan pendapat, masukan atau jawaban, diagnosis terlebih dahulu secara teliti permasalahan yang dihadapi lawan bicara. Setelah menemukan akar permasalahannya, akan lebih mudah untuk membantu memberikan jawaban, solusi ataupun masukan yang diperlukan lawan bicara.

Kelima, keyakinan. Jika seseorang tersesat dan bertanya kepada orang yang ditemui di jalan tentang alamat, orang tersebut memberikan informasi tetapi ia tidak terlihat yakin akan informasi yang diberikannya. Apa yang akan dilakukan? Apakah akan mengikuti petunjuk yang diberikan orang tersebut?

Jika seseorang pergi ke toko obat, dan si Penjual menawarkan obat yang diperlukan. Akan tetapi, ketika ditanya apakah obat tersebut manjur, si Penjual tidak memberikan jawaban yang meyakinkan. Apakah akan dibeli obat yang ditawarkan tersebut? Jawaban dari kedua situasi di atas kemungkinan besar adalah "tidak." Pada dasarnya, manusia akan cenderung lebih percaya kepada orang yang memiliki dan menunjukkan keyakinan diri tinggi. Dengan demikian, jika berkomunikasi, pastikan hal yang dikomunikasikan benar-benar dikuasai dengan baik, dan benar-benar diyakini kebenarannya.

Jika sudah yakin, maka akan lebih mudah untuk meyakinkan orang lain. John Maxwell dalam buku *Mengembangkan Kepemimpinan di Sekeliling Anda* mengatakan pentingnya lebih memfokuskan perhatian pada orang yang diajak berkomunikasi, bukannya pada diri sendiri. Dengan memberikan fokus perhatian kepada orang lain, maka mereka akan merasa dipedulikan.

Kalau orang merasakan memang memberikan perhatian, kepedulian, dan rasa hormat kepada mereka ketika berbicara ataupun menyampaikan pendapat, maka mereka akan juga bersedia mendengarkan dengan penuh perhatian sesuatu yang dikomunikasikan kepada mereka.

Dengan memfokuskan perhatian kepada orang lain, manusia bisa lebih mudah memahami lawan bicaranya (apa keinginan mereka, apa permasalahan mereka, apa yang mereka perlukan dari kita). Jika telah dipahami mereka, tentunya bisa dikomunikasikan hal yang kiranya dapat menarik perhatian mereka, dan sesuatu yang kiranya mau mereka terima, beli, ataupun dukung.

Keenam, kontak mata. Kontak mata merupakan bagian yang penting dalam berkomunikasi. Dengan melibatkan kontak mata dengan orang yang diajak bicara, hal ini memberi kesan dan pesan kepada orang tersebut bahwa sungguh-sungguh terhadap sesuatu yang dikomunikasikan. Kesungguhan ini akan mendorong lawan bicara memperhatikan dengan seksama apapun yang komunikasikan. Mereka juga lebih percaya karena kesungguhan yang diperlihatkan sehingga akan lebih mudah bagi mereka memberikan dukungan ataupun memberikan jawaban "Ya", atau melakukan apapun yang dianjurkan kepada mereka.

Ketujuh, senyuman. Jika berpapasan dengan orang lain (yang tidak kenal sama sekalipun) di lift, di tangga, ataupun di koridor kantor, cobalah sapa orang tersebut (dengan mengucapkan: Selamat Pagi, Selamat Siang, atau sekadar sapaan sederhana "Hai") dan berilah senyuman hangat. Hampir bisa dipastikan orang tersebut akan tersenyum kembali.

Senyuman, menurut Maxwell, memang merupakan senjata yang paling ampuh yang dapat digunakan untuk membuka komunikasi. Senyuman yang tulus dan hangat dapat mengatasi berbagai hambatan dalam komunikasi (misalnya: ketegangan, kecurigaan, kemarahan, kecemburuan).



Senyuman merupakan indikasi adanya emosi positif terhadap orang yang diajak berkomunikasi. Jika lawan bicara merasa memang "suka" berkomunikasi dengannya, maka akan lebih mudah bagi orang tersebut menerima masukan, pendapat, ataupun solusi yang kepadanya.

Kedelapan, saling menyukai. Nasihat yang cenderung diterima; musuh atau kawan? Pendapat siapa yang cenderung lebih didukung: orang yang tidak kenal sama sekali atau orang yang sudah sangat kenal dengan baik, pembicaraan siapa yang lebih cenderung dipercaya: orang yang dihormati dan menghormati kita atau orang yang membenci? Intinya, komunikasi akan efektif, jika orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut saling menyukai. John C. Maxwell juga memiliki pendapat yang sama. Maxwell berpendapat menyukai orang lain yang diajak berkomunikasi merupakan awal kemampuan berkomunikasi yang efektif.²⁸

Jika berjumpa dengan seseorang dan reaksinya bermusuhan, afek (emosi) yang akan ditimbulkan pada diri kita adalah marah, sedangkan jika reaksi awalnya menghargai dan menyenangkan, dan emosi yang ditimbulkan adalah positif.²⁹

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa ketika menjumpai seseorang yang disukai, dia terlihat sebagai orang yang menarik. Hal ini karena aspek terpenting dari perasaan menyenangkan adalah harapan yang memperkuat perasaan terhadapnya.³⁰ Komunikasi baru dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikasi. Dapat dinyatakan pula bahwa komunikasi akan lebih efektif bila para komunikasi saling menyukai. Seorang yang dikatakan berhasil dalam komunikasi empatik adalah seorang yang sanggup menumbuhkan dan memperkuat rasa harga diri komunikasi. Kata-kata kunci yang bisa dijadikan pedoman dalam komunikasi empatik adalah memahami, kepedulian, penghargaan, dan perhatian terhadap orang lain.

PENUTUP

Kemampuan manusia dalam berkomunikasi secara empatik, sudah mulai terkikis dari individu-individu dalam masyarakat kontemporer. Kemampuan komunikasi empatik perlu dibangkitkan kembali untuk memperbaiki berbagai kegagalan komunikasi, baik antarpribadi, kelompok, organisasi, sosial maupun komunikasi antarbudaya yang tak jarang telah menyulut kesalahpahaman, sikap saling menghakimi, saling menyalahkan, Jika hal ini dibiarkan, maka akan memunculkan konflik, bahkan kekerasan yang dapat mengancam hubungan sesama warga bangsa yang heterogen.

Kegagalan dalam berkomunikasi salah satunya diakibatkan oleh kurangnya kemampuan dalam mendengarkan dengan empati. Oleh karenanya, Floyd (1985), yakin bahwa empati adalah *"the key to effective listening and therefore to communication."* Empati merupakan kunci untuk mendengarkan secara efektif sehingga menghasilkan komunikasi yang efektif.

Adapun dalam membangun komunikasi empatik, komunikator harus mampu memahami, memiliki kepedulian dan penghargaan serta perhatian terhadap orang lain.

ENDNOTE

¹ Para ahli teori cenderung menanggapi konflik sebagai aspek alamiah manusia, yang tidak dengan sendirinya bersifat destruktif. Bagi Hocker dan Wilmot (1991), "konflik adalah suatu proses alamiah yang melekat pada sifat semua hubungan yang penting dan dapat diatasi dengan pengelolaan konstruktif lewat komunikasi". Lihat Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss, *Human communication, Prinsip-prinsip Dasar* (Bandung: PT remaja Rosdakarya, 1996), hal. 221.

² Onong Uchjana effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, Cet-ix, 1995), hal. 9.

³ *Ibid.*, hal. 13.

⁴ *Ibid.*

⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, Cet-xv, 2000), hal. 8.

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 5.

⁷ Onong, *Dinamika Komunikasi*, hal. 7.

⁸ Lihat Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication*, edisi ke-7 (New York: McGraw-Hill, 1994), hal. 173.

⁹ Onong, *Dinamika Komunikasi*, hal. 13.



- ¹⁰ Robert Brooks, Ph.D dan Sam Goldstein, Ph.D, *The Power of Resilience*, McGraw-Hill, 2004. diterjemahkan oleh Burhan Wirasubrata, *Rahasia Tahan Banting, Memandu Anda Menjadi Pribadi Tangguh dan Mudah Sukses*, (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2009), hal. 121-122.
- ¹¹ *Ibid.*
- ¹² Bandingkan dengan simpati. Simpati berarti menempatkan diri secara imajinatif pada posisi orang lain. Dalam empati, tidak menempatkan diri pada posisi orang lain; ikut serta secara emosional dan intelektual dalam pengalaman orang lain; berempati artinya membayangkan diri pada kejadian yang menimpa orang lain. Dengan empati, seseorang berusaha melihat seperti orang lain melihat, merasakan seperti orang lain merasakannya. Lihat Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hal. 132-133.
- ¹³ Idi Subandy Ibrahim, *Simanya Komunikasi Empatik, Krisis Budaya Komunikasi dalam Masyarakat Kontemporer* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal. xxiv.
- ¹⁴ Pearce dan Newton, 1963, hal. 52.
- ¹⁵ Komunikasi yang empatik (*Empathetic Communication*) bisa juga dinamakan sebagai "Mind Reading" atau membaca pikiran. Biasanya istilah itu diartikan sebagai membaca pikiran orang lain, walaupun sebenarnya yang kita baca adalah pikiran kita sendiri. Kita membaca pikiran orang lain melalui pikiran kita sendiri. *We read other people's minds through our own minds*. Tidak ada yang kita baca selain pikiran kita sendiri di dunia ini. Segala sesuatu yang kita lihat, kita rasakan, kita dengar, kita baca, kita pahami... segalanya itu melalui pikiran kita sendiri. Tidak ada sesuatupun yang datang begitu saja tanpa melalui saringan di kepala kita yang kita kenal sebagai jaringan otak. Lihat Leonardo Rimba, <http://www.mail-archive.com/>
- ¹⁶ Robert Brooks, Ph.D dan Sam Goldstein, Ph.D, *The Power of*, hal. 32-33.
- ¹⁷ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hal. 119.
- ¹⁸ *Ibid.*
- ¹⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, Cet ke-9, 2007), hal. 23.
- ²⁰ Dalam al-Qur'an, manusia diingatkan agar jangan terlalu banyak berprasangka karena sebagian prasangka itu adalah dosa. Lihat QS. al-Hujurat [49]:12.
- ²¹ Saritto, *Psikologi Sosial*, hal. 267.
- ²² Lihat Robert Brooks, Ph.D dan Sam Goldstein, Ph.D, *The Power of*, hal. 133-145.
- ²³ Daniel Goleman, Richard Boyatzis, dan Annie McKee, *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence* (Boston: Harvard Business School Press, 2002), hal. 50.
- ²⁴ Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, hal. 134-135.
- ²⁵ *Ibid.*, hal. 136-138.
- ²⁶ Dalam psikologi, orang yang memiliki konsep diri negatif cenderung mengalami gangguan mental. Sementara kesehatan mental dipahami sebagai kemampuan individu dalam penyesuaian terhadap diri sendiri dan terhadap lingkungan sosialnya, lihat Abdul Mujib dan Jusuf Mudzakir, *Nuansa-nuansa Psikologi Islami* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 133.
- ²⁷ Dialog mengisyaratkan kemampuan memahami bahasa mitra dialog, bukan hanya bahasa sebagai medium komunikasi, namun juga bahasa dengan makna yang lebih dalam lagi, yakni keinginan, aspirasi, harapan, kepentingan, cita-cita, ketakutan, kekhawatiran yang dirasakan mitra dialog. Martin Buber memandang dialog sebagai inti komunikasi dan eksistensi manusia. Menurut Buber, dialog merupakan hubungan saya-Anda, yaitu manusia dengan manusia yang ditandai dengan: kebersamaan, keterbukaan hati, kelangsungan, kejujuran, spontanitas, keterusterangan, tidak manipulatif, kerukunan, intensitas, dan cinta kasih dalam arti bertanggung jawab kepada orang lain. Lihat Deddy Mulyana, *Nuansa-nuansa Komunikasi, Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet. ketiga, 2005), hal. 81.
- ²⁸ <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/mandiri/2004/0831/man01.html>
- ²⁹ Saritto Wirawan sarwono, *Psikologi Sosial, Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: Balai Pustaka, Cet kedua, 1999), hal. 199.
- ³⁰ David J. Leberman, *Get Anyone To Do Anything, Rahasia Psikologi dalam Menyasati Segala Situasi*, St. Martin's Griffin, New York, 2001, Alih Bahasa Supriyanto Abdullah (Yogyakarta: Ikon Teralitera, 2002), hal. 20.

DAFTAR PUSTAKA

- David J. Leberman. 2001. *Get Anyone to Do Anything, Rahasia Psikologi dalam Menyasati Segala Situasi*, St. Martin's Griffin, New York. Alih Bahasa Supriyanto Abdullah. Yogyakarta: Ikon Teralitera.
- Effendy, Onong Uchjana. 1995. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- . 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim, Idi Subandy Simanya. 2004. *Komunikasi Empatik, Krisis Budaya Komunikasi dalam Masyarakat Kontemporer*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.



- Goleman, Daniel Richard Boyatzis dan Annie McKee. 2002. *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*. Boston: Harvard Business.
- <http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/mandiri/2004/0831/man01.html>
- Leonardo Rimba, <http://www.mail-archive.com/>
- Mulyana, Deddy. 2005. *Nuansa-nuansa komunikasi, Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- . 2007. *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Mujib, Abdul dan Mudzakir Jusuf. 2002. *Nuansa-nuansa Psikologi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sam Goldstein. Robert Brooks. 2004. *The Power of Resilience*, McGraw-Hill.
- Sylvia Moss, Stewart L. Tubbs-, 1996. *Human Communication, Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarnoff, Dorothy. 1997. *Speech Can Change Your Life* diterj. oleh Sumarjinah. Jakarta: Delapratasa.
- Sarwono, Sariito Wirawan. 1999. *Psikologi Sosial, Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Wirasubrata, Burhan. 2009. *Rahasia Tahan Banting, Memandu Anda Menjadi Pribadi Tangguh dan Mudah Sukses*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.