

## MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK YANG EFEKTIF

Achmad Mucharam  
Email : achmucharam@gmail.com

Universitas Persada Indonesia Y.A.I

### Abstrak

Komunikasi serba hadir dalam kehidupan manusia dalam banyak konteks. Komunikasi bisa dilakukan siapa saja, kapan saja, dan kepada siapa saja, dengan beragam saluran, dan tujuan tertentu. Fenomena komunikasi publik, terutama dari kalangan elit, menjadi perhatian masyarakat karena banyak ketidakkonsistenan pesan yang disampaikan dengan kenyataan. Pemberitaan oleh media massa yang memuat narasi elit mengenai isu penundaan pemilu dan perpanjangan jabatan presiden, harga minyak goreng, toa masjid dan azan merupakan beberapa fenomena komunikasi publik yang menimbulkan kegaduhan di masyarakat. Secara umum dikatakan bahwa komunikasi publik yang dilakukan elit mengenai isu tersebut tidak terencana dan tidak terukur, sehingga menimbulkan efek yang tidak diharapkan bahkan merugikan. Komunikasi memang bisa dilakukan siapa saja, tapi komunikasi yang dilakukan seseorang, yang mempunyai pengaruh sosial yang kuat di masyarakat atau disebut elit, harus didukung kemampuan mengelola diri menjadi komunikator yang baik. Hal ini dikarenakan dalam komunikasi publik, sumber atau komunikator memiliki pengaruh yang besar karena memegang kendali yang kuat dalam penentuan dan pengemasan pesan dan bagaimana distribusi pesan tersebut. Kompetensi komunikasi menjadi aspek penting dalam membangun komunikasi publik yang efektif. Kompetensi komunikasi ditumbuhkan dengan kemampuan mengelola diri oleh komunikator. Secara operasional kompetensi komunikasi mempunyai dua dimensi, yaitu dimensi kecakapan (*ability*) pelaksanaan dan dimensi kualitas (*quality*) komunikasi. Sehingga pada intinya konsep kompetensi komunikasi mencakup keterampilan komunikasi dengan menampilkan kepatutan perilaku dan efektivitas dalam interaksi sosial dengan disertai tanggung jawab.

**Kata Kunci: Komunikasi Publik, kompetensi komunikasi.**

### Abstract

All-round communication is present in human life in many contexts. Communication can be done by anyone, at any time, and to anyone, with various channels and specific purposes. The phenomenon of public communication, especially from the elite, has become a public concern because there are many inconsistencies in the messages conveyed with reality. The news coverage by the mass media which contains many elites regarding the issues of delayed elections and the extension of the presidential term, the price of cooking oil, the prayer of the mosque and the call to prayer are some of the phenomena of public communication that cause uproar in the community. In general, elite communications on these issues were unplanned and unforeseen, resulting in unintended and even detrimental effects. Communication can indeed be done by anyone, but communication made by someone who has a strong social influence in society or the elite, must be supported by the ability to manage oneself to be a good communicator. This is because in public communication, the source or communicator has a great influence because he has strong control in communication and message packaging and how the message is distributed. Communication competence is an important aspect in building effective public communication. Communication competence is grown with the ability to manage yourself by the communicator. Operationally, communication has two dimensions, namely the implementation dimension (*ability*) of implementation and the quality dimension (*quality*). So in essence, the developed communication competencies include communication skills by displaying appropriateness and effectiveness in social interactions with responsibility.

**Keywords: Public Communication, communication competence.**

## PENDAHULUAN

Sepanjang tahun 2021 banyak isu yang muncul dalam pemberitaan di media massa terkait dengan narasi yang dikemukakan kalangan elit, termasuk pejabat pemerintah. Sebagaimana pemberitaan di media online Warta Ekonomi:” Mantan Menkes Terawan bilang, enjoy saja, makan yang cukup. Pak Luhut juga berujar covid datang dari mana? Batam? Menhub Budi malah berkata, kita kebal corona karena doyan nasi kucing” (Warta Ekonomi.co.id: Rabu, 28 Juli 2021).

Konten pesan komunikasi yang lain yang menggambarkan ‘berantakannya’ komunikasi publik elit berkaitan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat yang berlaku sejak 3-20 Juli 2021. Pernyataan yang tidak sebangun atau yang bisa dibilang berantakan ini berkaitan diperpanjang tidaknya PPKM Darurat. Dalam media online Eramuslim dinyatakan:”Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Menko PMK) Muhajir Effendy mengatakan, Presiden Joko Widodo telah memutuskan memperpanjang penerapan PPKM Darurat hingga akhir Juli 2021. Menko PMK mengatakan itu saat berkunjung ke Universitas GajahMada (UGM) Yogyakarta, Jumat 16/7” (eramuslim.com; 19 Juli 2021).

Namun berita itu langsung dibantah Jurubicara Kemenko Bidang Maritim dan Investasi, Jodi Mahardi, jumat malam. Dia mengatakan” Pemerintah belum memutuskan perpanjangan PPKM Darurat (Kontan dalam eramuslim.com; 19 Juli 2021).

Pernyataan lainnya dikemukakan oleh Tenaga ahli Utama pada Kantor Staf Presiden (KSP) Ali Mochtar Ngabalin, yang mengatakan keputusan resmi pemerintah terkait PPKM Darurat, akan diumumkan langsung oleh Presiden Jokowi 20juli 2021 (eramuslim.com; 19 Juli2021).

Ada pula pernyataan”kalau ada yang berbicara bahwa tidak terkendali keadaannya, sangat-sangat terkendali. Jadi yang bicara tidak terkendali itu bisa datang ke saya, nanti saya tunjukkan ke mukanya bahwa kita terkendali, jadi semua kita laksanakan,” ujar Luhut, Senin lalu (dalam Warta Ekonomi.co.id; 17 Juli 2021).Namun pada Kamis (17 Juli 2021) kemarin, Luhut menyebut bahwa kasus Covid-19 akibat varian Delta saat ini tidak terkendali. Ia mengatakan tingkat penularan varian Delta lebih dahsyat dari varian sebelumnya, yakni Alpha (Warta Ekonomi.co.id; 17 Juli 2021).

Pada tahun 2022 ini isu yang diangkat media massa banyak mengutip narasi dari elit. Isu mengenai toa masjid dan suara azan, penundaan pemilu dan perpanjangan jabatan presiden,serta harga minyak goreng menjadi trending topik di media, khususnya media online. Ada catatan yang diberikan pengamat mengenai pernyataan pemerintah, yang disampaikan Menteri Koordinator Bidang Ekonomi, terkait stabilitas harga minyak dan durasi berlakunya. Pertama, harga minyak goreng 14 ribu per liter di tingkat konsimen; kedua, berlaku selama enam bulan semenjadjk Desember 2021; ketiga, kebijakan tersebut baru akan dievaluasi Mei 2022 (eramuslim, 18 Maret 2022).

Begitu juga isu mengenai penundaan pemilu digaungkan oleh elit partai politik, antara lain Ketua Umum Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Golkar, Partai Amanat Nasional (PAN). Muhaimin Iskandar sebagai ketua PKB mengatakan bahwa aspirasi penundaan pemilu muncul dari kalangan pengusaha atau pelaku ekonomi di Indonesia (Tempo.co 8 Maret 2022).

Pemberitaan yang memuat narasi elit penguasa telah menyedot perhatian publik dengan berbagai komentar sehingga menimbulkan kebisingan. Harga minyak goreng belum bulan Mei sudah bergolak dan melambung. Pernyataan penundaan pemilu dan perpanjangan jabatan presiden juga tidak didukung data yang valid. Sehingga muncul kegaduhan di masyarakat, oleh karena itu banyak pihak yang mengatakan komunikasi publik pemerintah (elit) tidak bagus. Komunikasi publik yang dibangun pemerintah banyak disorot karena terkesan tidak terencana dengan baik. Baik dari segi siapa yang berbicara maupun yang dibicarakan seakan tidak ada koordinasi.

Seyogyanya mereka, para elit memahami posisinya dalam melakukan komunikasi kepada masyarakat. Mereka harus mampu membangun komunikasi publik yang efektif. Menurut Ruben dan Stewart (2014:390) situasi komunikasi publik salah satunya dicirikan dengan kontrol oleh sumber; sumber komunikasi memiliki kontrol tak terbatas terhadap penentuan pesan apa yang dibuat dan disebarluaskan.

Dengan demikian ada pengaruh yang besar dari komunikator dalam

berlangsungnya komunikasi publik. Komunikator memiliki kontrol yang besar dalam penentuan pesan yang dibuat dan disebarluaskan. Hal ini berarti komunikator harus benar-benar memperhatikan produksi pesan dan penyampaiannya.

Beberapa fenomena komunikasi publik yang dilakukan elit menunjukkan suatu tindak komunikasi yang dilakukan asal-asalan dan tidak adanya kemampuan berkomunikasi yang efektif. Dari uraian latar belakang tersebut maka menarik untuk didalami bagaimana membangun komunikasi publik yang efektif, terutama oleh kalangan elit, dalam memberikan informasi mengenai isu tertentu.

## **LANDASAN KONSEP**

### **A. Komunikasi**

Banyak ahli yang telah memberikan formulasi pengertian komunikasi. Keragaman pengertian komunikasi dari para ahli memberikan gambaran bahwa komunikasi itu menarik. Secara umum komunikasi dikatakan sebagai proses ketika seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain.

Secara konseptual pengertian komunikasi dikemukakan oleh Rogers dan Kincaid (dalam Cangara, 2004:19), komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Selain itu, menurut Bernard Berelson dan Gary A (dalam Mulyana, 2011:68), komunikasi sebagai proses transmisi gagasan, informasi, emosi, dan lainnya

melalui simbol, kata, gambar, grafik, dan lainnya. Proses transmisi tersebut yang dinamakan komunikasi.

Sedangkan menurut DeVito (2011:23) komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirimkan dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Pendapat lain dikemukakan Ruben dan Stewart yang melihat komunikasi dalam konteks aktivitas manusia. Mereka mengatakan “komunikasi manusia adalah proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat membuat dan menggunakan informasi untuk berhubungan satu sama lain dan dengan lingkungan” (Ruben dan Stewart: 2014:19)

Dari beberapa pendapat tersebut dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan sebuah proses, yaitu rangkaian peristiwa ketika dua orang atau lebih saling bertukar informasi, dalam konteks hubungan antarpribadi, kelompok, organisasi, dan masyarakat sehingga mengarah pada saling pengertian diantara mereka, meski kadang terjadi distorsi, namun terbuka peluang adanya umpan balik.

Oleh karena itu berdasarkan pengertian komunikasi yang dikemukakan para ahli tersebut dapat diidentifikasi beberapa unsur komunikasi, yaitu:

1. Satu orang atau seseorang mengirimkan pesan, biasanya disebut komunikator.

2. Seseorang, kelompok, publik atau massa, biasanya disebut komunikan
3. Pesan yang dipertukarkan
4. Efek atau pengaruh
5. Umpan balik
6. Gangguan (Noise)

Dalam proses komunikasi, unsur gangguan, dianggap sebagai unsur yang disfungsi. Artinya, unsur tersebut memberikan konsekuensi-konsekuensi yang tidak relevan dengan keseluruhan unsur yang ada dalam suatu sistem tindak komunikasi. Jadi ketika komunikasi dilihat sebagai suatu sistem maka unsur-unsurnya merupakan satu kesatuan yang memberi konsekuensi-konsekuensi yang relevan dalam mencapai tujuan komunikasi. Oleh karena itu, perlu diantisipasi munculnya gangguan oleh pelaku komunikasi agar tindak komunikasi yang dilakukan bisa berhasil.

Ada juga yang mengemukakan unsur-unsur komunikasi seperti unsur-unsur tersebut tanpa unsur gangguan tapi ada unsur yang lain yaitu media dan lingkungan. Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima atau sebaliknya. Sedangkan lingkungan atau situasi menunjukkan faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi, yang mencakup lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu (Cangara, 2004:23-24)

## B. Fungsi Komunikasi

Suatu tindak komunikasi yang dilakukan diarahkan untuk memenuhi fungsi tertentu. Menurut Effendy (2008:81) fungsi komunikasi meliputi:

- a. Menginformasikan (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi menginformasikan menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan dalam rangka memberi informasi mengenai sesuatu hal kepada khalayak. Ini merupakan fungsi elementer atau mendasar dari suatu tindak komunikasi. Pesan-pesan komunikasi diarahkan untuk menginformasikan atau memberitahukan sesuatu kepada komunikan.

Fungsi mendidik dari suatu tindak komunikasi merupakan penanaman nilai-nilai atau norma sosial yang perlu diketahui oleh khalayak. Melalui fungsi ini khalayak bisa belajar mengenai sesuatu dari dalam lingkungannya sehingga mereka mempunyai dasar untuk berperilaku.

Sedangkan fungsi menghibur manakala pesan-pesan komunikasi diarahkan untuk memberi hiburan bagi khalayak. Pesan-pesan yang diarahkan untuk menghibur biasanya dikemas sedemikian rupa sehingga bisa menimbulkan perasaan tertentu pada diri

khalayak, seperti rasa senang, rasa suka dan rasa terhibur .

Fungsi mempengaruhi maksudnya komunikasi bisa mempengaruhi pengetahuan, pemahaman, sikap, dan perilaku manusia. Dengan fungsi mempengaruhi ini, pesan-pesan komunikasi bisa mempengaruhi komunikan atau khalayak menjadi tahu atau paham (efek kognitif) mengenai suatu isu atau persoalan tertentu. Selain itu, pesan-pesan komunikasi juga bisa mempengaruhi sikap seseorang, yang mencakup suka-tidak suka, setuju-tidak setuju, dan perasaan-perasaan lain mengenai pokok persoalan yang disajikan dalam komunikasi. Terakhir, pesan-pesan komunikasi bisa mempengaruhi perilaku komunikan, sehingga memunculkan tindakan-tindakan sesuai yang disarankan komunikator.

### C. Tujuan Komunikasi

Setiap tindakan yang disengaja cenderung mempunyai tujuan tertentu. Begitu juga dengan komunikasi, sebagai suatu tindakan yang disengaja mempunyai tujuan tertentu, (Effendy, 2008:45) yaitu:

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- b. Mengubah opini / pendapat / pandangan (*to change the opinion*)
- c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

d. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Komunikasi dikatakan mempunyai tujuan mengubah sikap, pendapat, perilaku atau masyarakat ketika pesan yang disampaikan diorientasikan untuk hal tersebut. Tujuan komunikasi tersebut bisa dicapai manakala tindakan komunikasi yang dilakukan komunikator melalui pesan-pesan yang disampaikannya dengan formulasi pesan yang sesuai kerangka referensi dan bidang pengalaman komunikan atau khalayak.

#### D. Komunikasi Publik

Komunikasi publik sering pula disebut sebagai komunikasi dengan banyak orang. Prosesnya bisa secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung maksudnya seorang komunikator komunikasi publik berbicara tanpa perantara atau media kepada khalayak yang besar. Sedangkan secara tidak langsung menunjukkan komunikator menggunakan media sebagai sarana penyampaian pesan untuk menjangkau khalayaknya.

Komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar (Cangara, 2014:34).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi publik merupakan komunikasi yang terjadi antara seorang komunikator dengan sejumlah

khalayak. Biasanya jumlah khalayak cukup besar, sehingga dikatakan publik. Dalam prosesnya, komunikasi publik bisa secara langsung atau tidak langsung (bermedia). Dengan demikian situasi tatap muka dalam komunikasi publik, dengan kemajuan teknologi saat ini, bisa melalui media.

Pendapat lain dikemukakan oleh Ruben dan Stewart (2014:389) yang menyatakan:

“Berbeda dengan bentuk-bentuk komunikasi yang lebih pribadi dan perseorangan, komunikasi publik dan komunikasi massa merujuk pada situasi dimana pesan yang dibuat, disebarkan ke sejumlah penerima yang relatif besar dan dalam keadaan yang relatif impersonal”.

Pandangan Ruben dan Stewart tersebut menempatkan komunikasi publik sebangun dengan komunikasi massa, yaitu pada tataran pesan yang dikonstruksi atau dikemas ditujukan bukan kepada pribadi-pribadi tertentu tapi untuk banyak orang. Sehingga pesan disebarkan untuk khalayak yang besar dan tersebar serta bersifat impersonal. Meski demikian ada ciri yang berbeda komunikasi publik dengan komunikasi massa, dimana komunikasi publik dicirikan berbicara di depan publik atau debat publik tidak selalu menggunakan media massa, sedangkan komunikasi massa pasti melibatkan media massa dalam prosesnya.

Lebih lanjut Ruben dan Stewart (2014:390) mengatakan bahwa situasi komunikasi publik dicirikan sebagai berikut:

1. Khalayak; umumnya sejumlah besar orang terlibat dalam suatu peristiwa komunikasi
  2. Impersonal; sumber seringkali tidak mengetahui keseluruhan peserta secara pribadi
  3. Direncanakan, dapat diprediksi, dan resmi; proses komunikasinya direncanakan, dapat diprediksi, dan/atau diformalkan.
  4. Kontrol oleh sumber; sumber komunikasi memiliki kontrol tak terbatas terhadap penentuan pesan apa yang dibuat dan disebarluaskan.
  5. Interaktivitas yang terbatas (feedback terbatas); anggota khalayak memiliki sarana yang terbatas untuk bisa memberi reaksi terhadap sumber pesan atau terhadap pesan yang diterimanya.
  6. Sentralitas sumber; sumber memiliki kemudahan dan akses langsung kepada seluruh penerima pesan.
4. Pesan yang disampaikan tidak berlangsung secara spontanitas, tapi terencana dan dipersiapkan lebih awal.

#### F. Membangun Komunikasi Publik yang efektif

Setelah diketahui bahwa komunikasi publik mempunyai ciri-ciri yang spesifik maka kita perlu memahami aktivitas komunikasi publik. Dalam sebuah aktivitas komunikasi publik, maka komunikator (antara lain) perlu melakukan analisis khalayak dan adaptasi serta membuat argumen.

Menurut Ruben dan Steward, komunikasi publik yang efektif selalu melibatkan pertimbangan audiens. Informasi paling mendasar yang perlu diperoleh mengenai audiens adalah kondisi geografis mereka (2014:394). Hal ini sebagaimana pandangan umum dalam komunikasi, yaitu komunikasi yang efektif didasarkan pada kemampuan komunikator mengenal khalayaknya.

Dengan mengenal khalayak maka komunikator akan fokus dalam merencanakan pesan yang akan disampaikan, saluran yang digunakan, dan sebagainya. Kondisi sosiodemografis khalayak mencakup pendidikan, latar belakang budaya, usia, dan sebagainya. Pendidikan biasanya berkaitan dengan tingkat kemampuan khalayak dalam menerima dan memahami pesan. Oleh karena itu dengan kemampuan analisis khalayak, maka komunikator akan merancang pesan yang sesuai dengan karakteristik khalayaknya.

Sedangkan menurut Cangara (2014:34) ciri-ciri komunikasi publik sehingga berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya adalah:

1. Penyampaian pesan berlangsung secara kontinu
2. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya
3. Interaksi antara sumber dengan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas.

Sedangkan menurut Ruben dan Steward membangun argumen atau persuasi adalah upaya memenangkan atau meyakinkan audiens agar mereka setuju terhadap posisi pendapat tertentu atau agar mereka melakukan serangkaian tindakan (2014:396)

Dengan pandangan tersebut kita ketahui bahwa dalam komunikasi publik, komunikator memegang kendali proses komunikasi. Sebagaimana salah satu ciri komunikasi publik yang dikatakan Ruben dan Steward bahwa dalam komunikasi publik, kontrol oleh sumber, yaitu sumber komunikasi memiliki kontrol tak terbatas terhadap penentuan pesan apa yang dibuat dan disebarluaskan.

Dengan posisi yang kuat seorang komunikator dalam proses komunikasi publik maka kemampuan menganalisis khalayak dan membangun argumen yang kuat menjadi fondasi keberhasilan komunikasi publik. Pada dasarnya kemampuan menganalisis khalayak dan membangun argumen termasuk bagian dari kompetensi komunikasi.

Kompetensi komunikasi mengacu kepada kemampuan Anda untuk berkomunikasi secara efektif (Spitzberg dan Cupach dlm DeVito, 2011:26). Selanjutnya deVito mengatakan kompetensi ini mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (konteks) dalam mempengaruhi kandungan (content) dan bentuk pesan komunikasi. Misalnya, pengetahuan bahwa suatu topik

mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu, tetapi mungkin tidak bagi pendengar dan lingkungan yang lain. Pengetahuan tentang tata cara perilaku nonverbal, juga merupakan bagian dari kompetensi komunikasi (2011:26).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kompetensi komunikasi berkaitan dengan kemampuan kita dalam membangun komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif adalah tercapainya tujuan komunikasi kita yaitu diterima dan bahkan diberikannya respons dari pesan yang kita sampaikan.

Selanjutnya deVito mengatakan bahwa kompetensi yang dimiliki seorang komunikator menunjukkan pengetahuan yang dimilikinya berkaitan dengan konteks yang ada termasuk karakteristik khalayak sehingga dia mampu mengelola konten pesan dan bentuk pesan yang tepat dan baik.

Pandangan lain dikemukakan oleh Hardjana (2003:90) yang melihat dalam konteks interpersonal dimana kompetensi komunikasi adalah tingkat dimana perilaku kita dalam komunikasi interpersonal sesuai dan cocok dengan situasi dan membantu kita mencapai tujuan komunikasi interpersonal yang kita lakukan dengan orang lain. Selanjutnya dikatakan



(2003:91) dengan kompetensi komunikasi maka:

1. Perilaku komunikasi kita, baik verbal maupun nonverbal, dapat tepat sesuai dengan peraturan-peraturan komunikasi interpersonal yang berlaku.
2. Membantu kita mencapai tujuan komunikasi kita.

Sedangkan pada bagian lain Hardjana (2016: 134) mengatakan istilah kompetensi komunikasi adalah konsep yang muncul dalam perspektif pragmatik atau perspektif perilaku. Selanjutnya dikatakan bahwa kompetensi komunikasi secara khusus digunakan oleh Barnard (dalam Hardjana, 2016:134) dalam arti penguasaan keterampilan dan teknik-teknik (*communication techniques*) yang menghasilkan efisiensi.

McCroskey (dalam Hardjana, 2016:135) membuat konsepsi tentang kompetensi komunikasi sebagai “kompetensi komunikasi tidak hanya berarti keterampilan untuk melakukan tindakan-tindakan komunikasi secara tepat, tetapi terutama juga pemahaman atas perilaku, dan pengetahuan untuk menentukan pilihan perilaku-perilaku tepat yang dibutuhkan untuk situasi komunikasi tertentu”.

Hardjana (2016:135) memberikan penjelasan mengenai konsepsi kompetensi

komunikasi dari McCroskey sebagai berikut:

1. Keterampilan komunikasi adalah keterampilan dalam teknik pengungkapan pesan (*encoding*), penguraian makna pesan (*decoding*) verbal dan nonverbal secara tepat, sehingga tidak menimbulkan banyak distorsi dalam interaksi sosial.
2. Pemahaman atas perilaku adalah pengertian tentang tindakan komunikasi dalam kaitannya dengan latar situasi (*context*), seperti norma, aturan, dan nilai.
3. Pengetahuan untuk menentukan pilihan perilaku tepat adalah pilihan tindakan yang sesuai untuk tujuan yang hendak dicapai komunikasi, seperti membangun relasi dan interaksi sosial lebih lanjut.

Selanjutnya berdasarkan pandangan McCroskey maka Fisher dan Adam menyatakan bahwa kompetensi komunikasi memuat dua jenis dimensi komunikasi, yakni dimensi kecakapan (*ability*) pelaksanaan dan dimensi kualitas (*quality*) komunikasi (dalam Hardjana, 2016:135).

Hardjana (2016:136) pun memberikan pendapat bahwa inti dalam konsep kompetensi komunikasi adalah keterampilan komunikasi yang

mencerminkan kepatutan perilaku dan efektivitas interaksi sosial yang disertai tanggung jawab.

Tentunya penting dipahami mengenai tanggung jawab sehingga dengan demikian ketika seseorang mempunyai kompetensi komunikasi maka ia berkomunikasi secara bertanggung jawab. Komunikasi yang dilakukan bukan untuk membohongi, menyesatkan, atau bahkan memfitnah serta melakukan diskriminasi khalayak yang menjadi sasaran penyampaian pesan.

Berdasarkan penjelasan konsepsi kompetensi komunikasi tersebut maka dapat dipahami bahwa dalam komunikasi publik yang dilakukan memerlukan suatu kompetensi komunikasi seorang komunikator. Ketika seorang komunikator komunikasi publik memiliki kompetensi komunikasi maka dia akan terampil dalam berkomunikasi, yaitu dalam teknik pengungkapan pesan (*encoding*), penguraian makna pesan (*decoding*) verbal dan nonverbal secara tepat, sehingga tidak menimbulkan banyak distorsi dalam interaksi sosial.

Selain itu pemahaman atas perilaku adalah pengertian tentang tindakan komunikasi dalam kaitannya dengan latar situasi (*context*), seperti norma, aturan, dan nilai. Dengan demikian komunikator komunikasi publik akan bersikap dan

berperilaku sesuai norma, aturan, dan nilai yang hidup di dalam masyarakat. Sehingga perilaku komunikasinya dapat diterima khalayak.

Pengetahuan untuk menentukan pilihan perilaku tepat adalah pilihan tindakan yang sesuai untuk tujuan yang hendak dicapai dalam komunikasi, seperti membangun relasi dan interaksi sosial lebih lanjut. Dengan pengetahuan tersebut berarti komunikator memiliki kemampuan menentukan tindak komunikasi yang tepat, apakah perilaku komunikasi informatif, persuasif, edukatif dan sebagainya.

Berarti komunikator komunikasi publik harus memiliki kecakapan (*ability*) pelaksanaan komunikasi dan kualitas (*quality*) komunikasi. Kecakapan pelaksanaan komunikasi dilihat dari teknik pengungkapan pesan (*encoding*). Proses pengungkapan pesan (*encoding*) akan menunjukkan kecakapan komunikator dalam menggunakan simbol-simbol yang tepat untuk mendeskripsikan motif komunikasinya. Selain itu juga harus memiliki kecakapan dalam penguraian makna pesan (*decoding*) verbal dan nonverbal secara tepat. Pesan verbal dan nonverbal saling melengkapi dalam suatu proses komunikasi sehingga aktivitas *decoding* harus dilakukan dengan baik agar makna pesan verbal dan nonverbal tersebut saling mendukung atau menguatkan,

sehingga tidak menimbulkan banyak distorsi atau gangguan yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi.

Sedangkan kualitas komunikasi yang dimaksud berkaitan kemampuan komunikator dalam menjalin dan memelihara hubungan yang baik dengan pihak yang menjadi sasaran komunikasi, sehingga menentukan baik buruknya komunikasi yang dilakukan seseorang dengan pihak lain (individu, kelompok, atau massa). Salah satu pendekatan untuk melihat kualitas komunikasi adalah pendekatan humanistik. Menurut DeVito (2011:285) karakteristik kualitas komunikasi dalam pendekatan humanistic adalah keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

Keterbukaan menunjukkan komunikasi yang dibangun didasarkan kemauan pelaku komunikasi untuk menyampaikan apa yang ingin disampaikan. Artinya, komunikator komunikasi publik harus berbicara apa adanya, terbuka dengan segala data dan fakta yang menyertai komunikasi yang dilakukan. Rasa empati penting dibangun komunikator karena dengan empati menunjukkan komunikator mengenal khalayaknya dan berusaha untuk menjadi seperti khalayak sehingga pesan yang diproduksi dan disampaikan bisa diterima dengan baik. Sikap mendukung ditunjukkan oleh kemauan komunikator tidak

menganggap remeh respons dari khalayak. Sedangkan sikap positif menunjukkan komunikator mempunyai prasangka baik pada khalayak, sehingga bagaimanapun respons khalayak harus disikapi dengan bijak. Kesetaraan menunjukkan baik komunikator maupun komunikan atau khalayak mempunyai peran yang setara dalam keberhasilan komunikasi.

Dengan demikian membangun komunikasi publik yang efektif, khususnya oleh para elit, harus didasarkan kompetensi komunikasi komunikator karena komunikator atau sumber mempunyai kontrol yang besar dalam menentukan dan menyebarluaskan pesan. Pada akhirnya dengan kompetensi komunikasi yang dimiliki komunikator maka keterampilan komunikasi yang bersangkutan mencerminkan kepatutan perilaku dan efektifitas interaksi sosial yang disertai tanggung jawab. Memberi penekanan pada tanggung jawab dalam berkomunikasi, maka ketika seseorang mempunyai kompetensi komunikasi maka ia akan berkomunikasi secara bertanggung jawab. Begitu pula yang seharusnya ada pada diri elit ketika dia melakukan tindak komunikasi publik. Komunikasi yang dilakukan bukan untuk membohongi, menyesatkan, atau bahkan bukan untuk memfitnah serta melakukan diskriminasi khalayak yang menjadi sasaran

penyampaian pesan. Sehingga tidak menimbulkan kebisingan dan kegaduhan di masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Komunikasi sebagai sebuah aktivitas untuk mengartikulasikan kepentingan tertentu harus dilakukan dengan memperhatikan faktor tertentu. Apalagi bagi kalangan elit atau mereka yang mempunyai pengaruh, mereka harus memiliki kemampuan sehingga tindak komunikasi yang dilakukan mencapai tujuan.

Kemampuan tersebut adalah kompetensi komunikasi. Dengan kompetensi komunikasi yang dimiliki maka komunikator komunikasi publik memiliki kecakapan tindakan dan kualitas komunikasi yang baik. Oleh karena itu, para komunikator (elit) harus menumbuhkan dan meningkatkan kompetensi komunikasinya agar mampu membangun komunikasi publik yang efektif.

## **REFERENSI :**

Cangara, Hafied; 2004, Pengantar Ilmu Komunikasi, PT RajaGrafindo Persada, 2016, Jakarta.

DeVito, Joseph; 2011, Komunikasi Antarmanusia, alihbahasa Agus Maulana, Karisma, Pamulang, Tangerang Selatan

Effendy, Onong Uchjana; 2008, Ilmu-Teori-dan Filsafat Komunikasi, CitraAditya Bakti, Bandung

Hardjana, Andre; 2016, Komunikasi Organisasi-Strategi dan Kompetensi, PT Kompas Media Nusantara, Jakarta

Hardjana, Agus; 2003, Komunikasi Interpersonal dan Intrapersonal, Kanisius, Jakarta.

Mulyana, Deddy. 2014. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ruben, Brent D. Dan Lea P. Stewart;2014, Komunikasi dan Perilaku Manusia, Penerjemah Ibnu Hamad, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Sumber lain:

Warta Ekonomi.co.id; 17 & 28 Juli 2021

eramuslim.com; 19 Juli 2021 & 18 Maret 2022

Tempo.co.id: 8 Maret 2022