



**MODUL PELATIHAN FUNGSIONAL
PENYULUH HUKUM AHLI MADYA**

**TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS
PENYULUHAN HUKUM**

Penulis:

Hasanudin, S.H., M.H.

Elis Widyaningsih, S.H., M.H.



**KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA HUKUM DAN HAM
PUSAT PENGEMBANGAN DIKLAT FUNGSIONAL DAN HAM
DEPOK, NOVEMBER 2021**



MODUL PELATIHAN FUNGSIONAL PENYULUH HUKUM AHLI MADYA

TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM

Penulis:

Hasanudin, S.H., M.H.

Elis Widyaningsih, S.H., M.H.

Editor:

Raska Dwi Fajar, S.H.



BPSDM KUMHAM PRESS

MODUL PELATIHAN FUNGSIONAL PENYULUH HUKUM AHLI MADYA

TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM

Penulis:

Hasanudin, S.H., M.H.

Elis Widyaningsih, S.H., M.H.

ISBN : 978-623-5716-58-9

Editor:

Raska Dwi Fajar, S.H.

Penyunting:

Dr. Asep Kurnia

Desain Sampul dan Tata Letak

Sopi Ahyar

Penerbit :

BPSPDM KUMHAM Press

Jl. Raya Gandul No. 4 Kec. Cinere - Kota Depok

Telp. +62 217540123

Email humas.bpsdmkumham@gmail.com

Distributor Tunggal :

CV. Alnindra Putra Perkasa

Jl. KH. M. Usman No. 8B, Kukusan, Kota Depok

Email cv.alnindraputraperkasa@gmail.com

Cetakan Pertama, November 2021

Hak Cipta © dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA SAMBUTAN

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya Modul Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum Ahli Madya telah terselesaikan. Modul ini merupakan upaya yang dilakukan oleh Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum dan HAM dalam memenuhi kompetensi yang dibutuhkan oleh Penyuluh Hukum, guna meningkatkan kinerja individu maupun organisasi.

Modul Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum Ahli Madya ini merupakan strategi pendokumentasian *tacit* dan *explicit knowledge* yang merupakan bagian dari aset intelektual organisasi sehingga keberadaannya diharapkan dapat mendukung proses pembelajaran peserta secara mandiri, pengayaan materi pelatihan dan peningkatan kemampuan organisasi dalam konteks pengembangan kompetensi yang terintegrasi dengan pengembangan karir.

Modul Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum Ahli Madya ini dapat menjadi sumber belajar guna memenuhi hak dan kewajiban pengembangan kompetensi paling sedikit 20 Jam Pelajaran (JP) dalam 1 tahun bagi setiap pegawai. Hal ini sebagai implementasi amanat Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2017 tentang Manajemen Aparatur Sipil Negara (ASN).

Dalam kesempatan ini, Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum dan Hak Asasi Manusia menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak atas dukungan dan kontribusinya

dalam penyelesaian modul ini. Segala kritik dan saran sangat kami harapkan guna peningkatan kualitas Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum Ahli Madya ini. Semoga modul ini dapat berkontribusi positif bagi para pembacatan Aparatur Sipil Negara pemangku jabatan Penyuluh Hukum.

Selamat Membaca. Salam Pembelajar.

Depok, November 2021

Kepala Badan Pengembangan
Sumber Daya Manusia Hukum
dan Hak Asasi Manusia,



Ditandatangani secara elektronik oleh :

Dr. Asep Kurnia

NIP. 19661119 198603 1 001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara. Keaslian dokumen dapat dicek melalui tautan <https://bire.bssn.go.id/verifikasi>

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya serta kerja keras Tim Penyusun Modul dan Editor sehingga berhasil disusun Modul Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum Ahli Madya berjudul “Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum”.

Modul “Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum” merupakan salah satu implementasi dari Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum dan Hak Asasi Manusia sebagai *leading sector* dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Penyusunan modul ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pembelajaran yaitu memberikan kebebasan bagi para insan pembelajar untuk meningkatkan pengetahuan.

Dengan tersusunnya Modul “Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum” ini, diharapkan dapat membantu tenaga pengajar dalam menyusun desain pembelajaran yang dinamis, aktual dan interaktif serta dapat menambah pengetahuan dan pemahaman para Penyuluh Hukum dalam pelaksanaan tugas dan fungsi para peserta pelatihan.

Atas nama Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum dan Hak Asasi Manusia, kami mengucapkan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Tim Penyusun dan Editor yang telah bekerja keras menyusun Modul “Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum” ini serta Narasumber yang telah memberikan revidi dan masukan yang sangat bermanfaat untuk penyempurnaan Modul ini.

Semoga Modul ini dapat bermanfaat bagi peserta dan tenaga pengajar Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum Ahli Madya.

Depok, November 2021

Kepala Pusat Pengembangan Pendidikan
dan Pelatihan Fungsional Hukum dan HAM,



Ditandatangani secara elektronik oleh :

Hendra Ekaputra, A.Md.IP.,S.H.,M.H.

NIP. 19721224 199902 1 001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara. Keaslian dokumen dapat dicek melalui tautan <https://bsr.bssn.go.id/verifikasi>

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA SAMBUTAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Deskripsi Singkat.....	4
C. Manfaat Modul	4
D. Tujuan Pembelajaran	4
E. Materi Pokok dan Sub Materi Pokok	5
F. Petunjuk Penggunaan Modul	6
BAB II KONSEP KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM	7
A. Pengertian Komunikasi	7
B. Komunikasi Dialogis.....	9
C. Fungsi Komunikasi Dialogis Sebagai Peragaan Kegiatan PenyuluhanHukum	10
D. Latihan	12
E. Rangkuman	12
F. Evaluasi.....	13
G. Umpan Balik	14
BAB III KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM BERDASARKAN SEGMENTASI AUDIENS	15
A. Pengertian Segmentasi	15

B. Jenis Segmentasi	18
C. Basis Segmentasi	24
D. Perencanaan Konsep Bentuk Komunikasi	26
E. Hambatan Komunikasi Dialogis	31
F. Menangkal Informasi Hoax Melalui Komunikasi Dialogis	32
G. Strategi Komunikasi Dialogis	39
H. Latihan	44
I. Rangkuman	44
J. Evaluasi	45
K. Umpan Balik	46
 BAB IV TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS PERSONAL, ORGANISASI DAN <i>STAKEHOLDER</i>	47
A. Komunikasi Personal	48
B. Teknik Komunikasi Dialogis dengan <i>Stake Holder</i>	52
C. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja Pimpinan dan Bawahan	55
D. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja antar Sesama Pegawai	61
E. Latihan	65
F. Rangkuman	65
G. Evaluasi	66
H. Umpan Balik	67
 BAB V PENUTUP	69
A. Simpulan	69
B. Tindak Lanjut	71
 KUNCI JAWABAN	72
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Media Peraga.....	11
Gambar 2. Segmentasi Audiens.....	17
Gambar 3. Segmentasi Sasaran.....	17
Gambar 4. Koordinasi Kegiatan Penyuluhan Hukum.....	29
Gambar 5. Strategi Komunikasi Dialogis.....	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Tujuan dan Kesulitan dalam Proses Komunikasi	28
Tabel 2. Hambatan Komunikasi.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan penyuluhan hukum mempunyai peran yang sangat besar dalam rangka mengembangkan budaya hukum di masyarakat. Salah satu kegiatan penting dalam penyelenggaraan penyuluhan hukum adalah penyampaian informasi hukum dan pemahaman terhadap norma hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penyampaian tersebut disampaikan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media penyuluhan. Sehingga jika kita renungkan, penyuluhan hukum ini bisa dikatakan sebagai salah satu bentuk komunikasi.

Komunikasi sendiri diambil dari kosa kata latin yaitu *communication*. Secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus* yang memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ . Yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna yang berarti sama¹. Sedangkan secara istilah komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada pihak lain atau komunikasi dengan tujuan menyamakan pemahaman, persepsi dan tanggapan yang dibicarakan.

Dalam melaksanakan kegiatan penyuluhan hukum, berbagai jenis metode komunikasi dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan data dan informasi kepada masyarakat. Antara

¹ Effendy, Onong Uchjana, Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Grasindo. Rosdakarya (1990)

lain seperti dalam bentuk media cetak dan televisi atau media lainnya seperti media elektronik dan internet yang di dalamnya banyak pilihan *platform* media sosial.

Secara umum dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan instrumen yang digunakandalam rangka penyampaian informasi apa saja termasuk kegiatan penyuluhan hukum. Oleh karena itu tidak dipungkiri bahwa media memegang peran penting dalam tercapainya tujuan komunikasi. Selain itu, penguasaan metode dan gaya komunikasi juga menjadi faktor penting penyampaian informasi agar mudah diterima pesan yang disampaikan dengan efektif dan efisien. Dalam hal ini termasukkemampuan memahami gaya bicara dan teknik dialog.

Dua hal ini menjadi *point* penting memperjelas materi yang dipelajari, sehingga dapat membantu mempercepat terjadinya perubahan perilaku baik dalam bentuk pengetahuan, keterampilan dan sikap serta kelompok sasaran penyuluhan hukum. Tujuannya tidak lain adalah agar informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik dan mampu merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat objek penyuluhan hukum.

Komunikasi dipahami sebagai gagasan yang ada pada diri seseorang dan diolahmenjadi sebuah pesan yang kemudian disampaikan dan mendapat tanggapan.² Dariproses tersebut, kemudian diimplementasikan dalam pelaksanaannya dan dirumuskansebagai kegiatan dimana seorang komunikator menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain.

² Agus M.Hardjana, Komunikasi intrapersonal dan interpersonal (Yogyakarta: Kanisius Media) 2003. Hal 11

Dalam perspektif penyuluhan hukum, jika dilihat dari bentuknya, komunikasi dapat dilakukan dengan komunikasi satu arah maupun komunikasi dua arah. Namun pada praktiknya, komunikasi penyuluhan hukum dilakukan dua arah dimana di dalamnya ada proses dialog dan sifatnya yang lebih interaktif. Komunikasi dua arah tersebut lazim dikenal dengan komunikasi dialogis, yakni sebuah proses penyampaian pesan antar pribadi maupun kelompok yang menimbulkan sebuah interaksi yang terjadi melalui dialog. Dalam ruang dialog tersebut dapat ditemukan sebuah respon terhadap perasaan, gagasan, emosi, serta informasi lainnya yang dilakukan secara langsung kepada mitra dialognya.

Selanjutnya dalam ilmu komunikasi, dikenal dengan komunikasi antar pribadi. Komunikasi antarpribadi tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima, namun juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan ekspresi wajah yang diberikan.³ Penting bagi penyuluh hukum untuk menguasai aspek-aspek tersebut baik dari sisi teori maupun praktik, sebagai bekal dalam berkomunikasi kepada peserta penyuluhan hukum.

Modul ini merupakan modul yang berisi Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum bagi peserta pelatihan Jabatan Fungsional Penyuluh Hukum ahli Madya. Melalui modul ini diharapkan peserta memiliki pemahaman teknik komunikasi dialogis penyuluhan hukum baik teori maupun praktis sebagai bahan yang perlu diintegrasikan dalam berkomunikasi kepada peserta penyuluhan hukum maupun secara organisasi di tingkat provinsi.

³ <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-interpersonal>.

B. Deskripsi Singkat

Modul ini berisikan pembelajaran tentang teknik komunikasi dialogis yang dapat digunakan sebagai pengetahuan, pembelajaran serta praktik pada kegiatan penyuluhan hukum. Dalam modul ini akan dibahas pengetahuan dan teknis keterampilan penyuluh hukum mengoptimalkan kemampuan dialogisnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui materi yang mencakup konsep komunikasi dialogis penyuluhan hukum, komunikasi dialogis penyuluhan hukum berdasarkan segmentasi audiens, teknik komunikasi dialogis baik secara personal maupun organisasi dengan pemangku kepentingan.

C. Manfaat Modul

Melalui modul ini diharapkan peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan melaksanakan komunikasi dialogis secara organisasi dalam rangka kegiatan penyuluhan hukum di tingkat provinsi.

D. Tujuan Pembelajaran

1. Hasil Belajar

Setelah mempelajari modul ini, peserta pelatihan diharapkan mampu menerapkan Teknik Komunikasi Dialogis secara organisasi dalam rangka penyuluhan hukum di tingkat provinsi

2. Indikator Hasil Belajar

Setelah mempelajari modul Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum ini peserta diharapkan dapat:

- a. Menjelaskan konsep komunikasi dialogis penyuluhan hukum;
- b. Menentukan jenis komunikasi berdasarkan segmentasi *audies*;
- c. Menggunakan Teknik komunikasi dialogis baik secara personal maupun organisasi dengan *stakeholder*

E. Materi Pokok dan Sub Materi Pokok

Materi Pokok dan Sub Materi Pokok yang disajikan dalam modul ini terdiri dari:

1. Konsep Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum
 - a. Pengertian Komunikasi;
 - b. Pengertian Komunikasi Dialogis;
 - c. Fungsi Komunikasi Dialogis sebagai Peragaan dalam Kegiatan Penyuluhan Hukum;
2. Komunikasi Dialogis Berdasarkan Segmentasi Penyuluhan Hukum
 - a. Pengertian Segmentasi
 - b. Jenis Segmentasi;
 - c. Basis Segmentasi;
 - d. Perencanaan Konsep Bentuk Komunikasi Dialogis;
 - e. Hambatan Komunikasi Dialogis;
 - f. Menangkal Informasi Hoax secara Dialogis;
 - g. Strategi Komunikasi Dialogis
3. Teknik Komunikasi Dialogis, Personal, Organisasi dan *Stakeholder*.
 - a. Komunikasi Personal;
 - b. Teknik Komunikasi Dialogis dengan *Stakeholder*:

- c. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja Pimpinan dan Bawahan;
- d. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja antara Sesama Pegawai.

F. Petunjuk Penggunaan Modul

1. Sebelum mengikuti mata pelatihan Teknik komunikasi dialogis penyuluhan hukum peserta wajib mengikuti mata pelatihan kode etik penyuluh hukum, strategi budaya hukum dan pengembangan program penyuluhan hukum terlebih dahulu.
2. Materi teknik komunikasi dialogis penyuluhan hukum menjadi prasyarat untuk mengikuti materi pembelajaran inti selanjutnya padapelatihan calon pejabat fungsional penyuluh hukum;
3. Dalam mempelajari modul ini, peserta pelatihan harus mempelajari bab mengenai konsep Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum, Komunikasi Dialogis Berdasarkan Segmentasi *Audiens* Penyuluhan Hukum, dan Teknik Komunikasi Dialogis Baik Secara Personal Maupun Organisasi Dengan Pemangku Kepentingansecara berurutan;
4. Metode pembelajaran yang digunakan dalam modul pelatihan ini yaitu ceramah interaktif, diskusi kelompok, latihan dan simulasi
5. Pahami setiap penjelasan dan kerjakan Latihan serta evaluasi yang ada dalam modul, apabila belum mengerti maka dapat dikonsultasikan kepada instruktur.

BAB II

KONSEP KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM

Setelah mempelajari Bab ini, peserta pelatihan diharapkan mampu menjelaskan tentang konsep komunikasi dialogis penyuluhan hukum

A. Pengertian Komunikasi

Dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidupnya, manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa terlepas dari berhubungan dengan orang lain. Hubungan antara manusia itu sendiri memerlukan suatu proses yang sering disebut komunikasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan berita atau pesan dari dua orang atau lebih supaya pesan yang dimaksud tersampaikan sesuai keinginan pemberi pesan. Komunikasi adalah studi ilmiah tentang pesan dan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga menghasilkan pesan yang punya efek terhadap penerima pesan. Ilmu Komunikasi juga merupakan kajian disiplin ilmu yang masih muda jika dibandingkan dengan ilmu lainnya seperti psikologi, ilmu sosial dan ekonomi.

Untuk mengetahui komunikasi sebagai proses yang berbeda dengan interpersonal dan intrapersonal communication, John R Bittner (1996) mengajak kita membayangkan menghadiri simposium dengan begitu banyak peserta dengan pembicara seorang Politisi terkenal, tanyakan pada diri anda apakah itu

berarti anda dan Pembicara berbicara langsung dan mengerti tentang apa yang pembicara sampaikan secara utuh, jawabannya tidak karena pembicara juga membutuhkan *gate keeper* (pelapis informasi/palang pintu) seperti jurnalist untuk menyampaikan informasi dari individu ke individu.

Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses pemindahan informasi antara dua orang manusia atau lebih dengan menggunakan simbol, setidaknya melibatkan dua partisipan yaitu pemberi dan penerima. Selain itu, akan lebih efektif apabila tercapai saling pemahaman, yaitu pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh penerima pesan dengan memperhatikan lima unsur yaitu pemberi pesan, pesan, media, penerima pesan, dan umpan balik.⁴

Seorang pemerhati komunikasi dan informasi Hermawan Kartajaya⁵ mengatakan kita sekarang berada dalam era yang disebut sebagai *era of over communicated society*. Masyarakat makin dibombardir oleh komunikasi dari berbagai arah. Dari pagi sampai malam, berapa banyak *message* yang dijejalkan ke kepala kita dari berbagai sumber dengan segala cara dan dari setiap sudut. Jelaslah, kita masuk ke dalam masyarakat yang *over communicated*.

⁴ http://sahabat-bimbingankonselingjakarta.blogspot.com/2011/08/komunikasi-dialogis-dalam-konseling_07.html, diunduh pada tanggal 6 September 2019, pukul 10.17 wib, Jakarta.

⁵ Hermawan Kartajaya (lahir 18 November 1947) adalah seorang pakar pemasaran berkewarganegaraan Indonesia. Ia pernah menjabat sebagai Presiden World Marketing Association dan oleh The Chartered Institute of Marketing yang berkedudukan di Inggris ia dinobatkan sebagai 50 Gurus Who Have Shaped The Future of Marketing, https://id.wikipedia.org/wiki/Hermawan_Kartajaya.

Saat perubahan terasa cepat maka perlu segera direspon. Bahwa sebuah perubahan perlu disikapi sebuah pendekatan adalah keharusan sebagai bagian dari usaha untuk menyamakan persepsi dalam sebuah komunikasi. Namun demikian, pendekatan legal formal semata tidaklah cukup dalam mensikapi perubahan yang sedemikian cepat ini, terutama dalam kegiatan penyuluhan hukum. Oleh karenanya dengan informasi yang sudah sudah *over loaded*, kegiatan penyuluhan hukum dituntut untuk mensosialisasikan hukum pada masyarakat.

B. Pengertian Komunikasi Dialogis

Komunikasi dialogis pada dasarnya merupakan salah satu bentuk komunikasi interaktif antara satu pihak dengan pihak lain melalui penciptaan suatu situasi dalam upaya untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam pembuatan keputusan secara tepat. Komunikasi dialogis merupakan bentuk komunikasi dua arah antara dua orang individu atau lebih dalam membahas suatu masalah tertentu dengan tujuan tertentu.

Dalam ruang lingkup penyuluhan hukum, Kompleksitas berbagai dimensi kehidupan yang semakin meningkat, menjadikan kebutuhan masyarakat akan wawasan dan pengetahuan dasar hukum semakin besar. Sementara itu kegiatan penyuluhan hukum berhadapan dengan berbagai macam keterbatasan, di antaranya:

1. keterbatasan jumlah dan kompetensi penyuluh hukum;
2. keterbatasan objek penyuluhan, baik dari segi pendidikan, maupun latar belakang dan kultur yang heterogen;
3. keterbatasan sarana dan waktu sosialisasi peraturan perundang-undangan bagi masyarakat.

Untuk itu, perlu ditentukan strategi komunikasi yang paling efektif dalam menyampaikan penyuluhan hukum. Salah satu metode yang dianggap tepat adalah komunikasi dialogis. Melalui komunikasi dialogis interaksi dan proses sosialisasi peraturan perundang-undangan berjalan terus walaupun tidak berhadapan langsung dengan sumber informasi.

Proses terjadinya komunikasi dialogis adalah terbentuknya sebuah dialog antara satu pihak dengan pihak lain dalam suatu situasi tertentu agar dicapai suatu pemahaman dan dapat membuat keputusan secara tepat. Untuk dapat melaksanakan komunikasi dialogis dengan baik, diperlukan penguasaan materi masalah yang akan dikomunikasikan dalam penyuluhan hukum.

Selain itu, diperlukan pula penguasaan berbagai keterampilan berkomunikasi secara efektif baik dalam penguasaan materi dan keterampilan yang kemudian diwujudkan dalam penampilan secara tepat dan efektif sesuai dengan metode yang diperlukan masyarakat sehingga mampu meningkatkan interaksi di lingkungannya.

C. Fungsi Komunikasi Dialogis Sebagai Peragaan Kegiatan Penyuluhan Hukum

Peragaan merupakan salah satu faktor penting dalam mencapai keberhasilan kegiatan penyuluhan hukum. Komunikasi dialogis yang bersifat *verbalistis* akan kurang berhasil. Peragaan berkaitan erat dengan penginderaan, peranan pengeinderaan sangat penting dalam proses sosialisasi peraturan perundang-undangan termasuk dalam kegiatan penyuluhan hukum.



Gambar 1. Media Peraga

(Sumber : Kominfo.jatimprov.go.id)

Sejalan dengan pandangan diatas, maka peranan komunikasi dialogis sebagai peragaan dalam kegiatan penyuluhan hukum sebagai berikut :

- a. Komunikasi Dialogis Mempertinggi Efektivitas Sosialisasi Peraturan Perundang-undangan.
Media yang bermuatan peragaan dapat menarik perhatian, memusatkan perhatian dan memberi kejelasan terhadap pesan yang disampaikan, mempermudah untuk dimengerti dan kesannya bertahan lama dalam ingatan.
- b. Meningkatkan Interaksi Masyarakat dengan Lingkungannya
Misalnya melalui media demonstrasi di masyarakat terkait sosialisasi peraturan perundang-undangan langsung dari lingkungannya dan hasilnya akan meyakinkan masyarakat terhadap pesan yang didemonstrasikan.

- c. **Meningkatkan Keterampilan**
Keterampilan hanya dapat dicapai melalui peragaan langsung tentang langkah- langkah kerja yang harus dilakukan. Masyarakat harus melakukannya sendiri sesuai dengan lembaran petunjuk kerja melalui komunikasi dialogis.

D. Latihan

Untuk memperkuat kemampuan peserta (dalam kelompok), silahkan diskusikan dengan kelompok terkait ;

1. Komunikasi dialogis mempertinggi efektivitas sosialisasi peraturan erundang-undangan.
2. Komunikasi dialogis meningkatkan interaksi masyarakat dengan lingkungannya.
3. Komunikasi dialogis meningkatkan keterampilan.

E. Rangkuman

Komunikasi mempunyai beberapa pengertian yang sering kita pahami, pengertian komunikasi yang pertama adalah penyampaian pesan dari sumber ke penerima melalui saluran tertentu, Pengertian komunikasi yang lainnya adalah usaha untuk menciptakan kesamaan pengertian antara sumber dan penerima.

Pengertian ini kiranya lebih tepat untuk melukiskan suatu proses komunikasi daripada kata-kata mengirim atau menerima. Karena penggunaan bersama tidak berarti bahwa seseorang melakukan sesuatu atau memberikan sesuatu kepada orang lain. Dalam

percakapan sehari-hari orang cenderung mengartikan komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi atau pesan antara dua individu atau lebih dengan efektif sehingga bisa dipahami dengan mudah.

F. Evaluasi

1. Bahwa sebuah usaha yang melukiskan suatu proses komunikasi daripada kata-kata mengirim atau menerima adalah salah satu dari pemahaman komunikasi untuk menciptakan ?
2. Bagaimana cara meningkatkan interaksi masyarakat dengan lingkungannya ?
3. Sebutkan 3 fungsi komunikasi dialogis ?
4. Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses pemindahan informasi antara dua orang manusia atau lebih dengan menggunakan simbol, setidaknya melibatkan dua partisipan yaitu pemberi dan penerima. Selain itu, akan lebih efektif apabila tercapai saling pemahaman. Bagaimana menurut pendapat anda ?
5. Bagaimana proses terjadinya komunikasi dialogis menurut anda ?

G. Umpan Balik

Silahkan kepada peserta untuk mengerjakan soal evaluasi dalam bab ini. Berikan nilai dan hitunglah jumlah nilai yang diperoleh berdasarkan kunci jawaban. Jika peserta dapat menjawab seluruh soal dengan benar maka peserta dianggap telah menguasai materi dalam bab ini. Dan jika jawaban benar belum mencapai minimal 3 soal berarti peserta perlu mengulang kembali mempelajari bab II modul ini dengan lebih baik.

BAB III

KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM BERDASARKAN SEGMENTASI AUDIENS

Setelah mempelajari Bab ini, peserta diharapkan mampu menjelaskan komunikasi dialogis penyuluhan hukum berdasarkan segmentasi audiens

A. Pengertian Segmentasi

Segmentasi adalah bagaimana cara kita memandang sasaran. Disebut sasaran kalau banyak penghuninya. Bisa juga disebut ceruk sasaran jika kelompok itu cukup unik, walau tidak terlalu besar ukurannya. Menurut Kotler, Kartajaya, Huan dan Liu (2003) menyatakan bahwa segmentasi adalah melihat sasaran secara kreatif, segmentasi merupakan seni mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di sasaran. Pada saat yang sama segmentasi merupakan pemahaman untuk memandang sasaran berdasarkan variabel geografis, demografis, psikografis dan perilaku.⁶

Berdasarkan pengertian diatas segmentasi memiliki peran penting dalam sebuah organisasi. Segmentasi tersebut memiliki peran penting karena beberapa alasan, yaitu :⁷

1. Segmentasi memungkinkan organisasi untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Dengan membagi

⁶ <http://duniapemasaranglobal.blogspot.com/p/teori-teori-pemasaran.html>

⁷ Ibid.

sasaran menjadi segmen-segmen akan memberikan gambaran bagi organisasi untuk menetapkan segmen mana yang akan dilayani.

2. Segmentasi merupakan dasar untuk menentukan komponen-komponen strategi. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan target sasaran akan memberikan acuan dalam penentuan positioning.
3. Segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan penyuluh lainnya, dengan memandang sasaran dari sudut yang unik dan cara yang berbeda dari yang dilakukan penyuluh lainnya.

Nina Rahmayanti seorang pengajar komunikasi dan manajemen Politeknik Piksi Ganesha Bandung menyebutkan, segmentasi sasaran merupakan salah satu cara yang dapat anda gunakan untuk lebih bisa memuaskan target sasaran anda dengan lebih efisien.⁸ Segmentasi ini tidak hanya berguna untuk memaksimalkan strategi tetapi menentukan sasaran penyuluhan hukum bahkan sebuah strategi penyuluhan hukum dimulai dari perencanaan penyuluhan hukum. Dengan populasi sasaran yang semakin banyak dan memiliki kebutuhan serta keinginan yang berbeda-beda, membuat adanya segmentasi sasaran sangat dibutuhkan. Dengan demikian, segmentasi sasaran adalah proses pengelompokkan target sasaran menjadi kelompok segmentasi berbeda dengan faktor pengelompokkan yang memiliki karakteristik tertentu.

⁸ Nina Rahmayanty, Teori-teori Pemasaran, 23 September 2020, <http://duniapemasaranglobal.blogspot.com/p/teori-teoripemasaran.html>, pukul 10.00 wib, Jakarta.



Gambar 2. Segmentasi Audiens

Gambar oleh Google (Dictio.id)

Jika dilihat dari sudut pandang penyuluhan hukum yang menghadapi tantangan globalisasi dimana teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat, identifikasi segmen membuka peluang mekanisme pelaksanaan penyuluhan hukum menjadi mudah menyusun rencana kegiatan penyuluhan hukum dan memberikan pelayanan maksimal serta kepuasan kepada khalayak atau sasaran penyuluhan hukum.



Gambar 3. Segmentasi Sasaran

Sumber : (blog.sribu.com)

B. Jenis Segmentasi

1. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merupakan salah satu strategi segmentasi yang paling sederhana dan banyak digunakan. Penggunaan segmentasi tipe adalah ini untuk menentukan audiens yang tepat penyuluhan hukum. Segmentasi demografis, dapat dikelompokkan, berdasarkan:

- a) Usia, contohnya saja, orang dewasa dan remaja pasti memiliki ketertarikan dan kebutuhan yang berbeda. Dengan menargetkan dan menyesuaikan tema penyuluhan hukum atau layanan penyuluhan hukum serta strategi penyuluhan hukum berdasarkan kelompok usia.
- b) Jenis Kelamin
Jenis kelamin menjadi salah satu basis segmentasi sasaran yang paling penting. Kebutuhan, keinginan serta apa yang membuat mereka tertarik antara lelaki dan wanita sangat berbeda. Maka dari itu, penyuluh hukum harus membuat strategi yang berbeda untuk kelompok wanita serta laki-laki.
- c) Marital Status
Orang yang sudah menikah dan yang belum menikah pun juga pasti memiliki kebutuhan yang berbeda. Contohnya saja, orang yang sudah menikah mungkin akan lebih memprioritaskan *family car* daripada membeli mobil dengan dua pintu. Begitu juga dengan tipe komunikasi dan gaya bahasa untuk mengenalkan layanan penyuluhan hukum. Pasti harus berbeda.

d) Pekerjaan

Tipe pekerjaan juga mempengaruhi kebutuhan dan keinginan para pekerja. Penyuluh Hukum dapat mengelompokkan target sasaran Anda berdasarkan pekerjaannya.

e) Keluarga Besar

Jumlah atau besar keluarga seseorang juga akan mempengaruhi kebutuhan serta keinginan mereka. Apakah layanan penyuluhan hukum cocok untuk keluarga yang lebih kecil atau besar atau tidak ada pengaruhnya, semuanya tergantung kebutuhan dan perencanaan penyuluh hukum.

f) Agama

Ada juga pengelompokkan target sasaran atau segmentasi sasaran berdasarkan agamanya. Contohnya saja, jika Anda bergerak pada industri kuliner dan menjual daging tertentu yang tidak diperbolehkan untuk agama tertentu. Tentunya Anda harus menargetkan ke kelompok lain dengan komunikasi yang berbeda juga.

g) Pendidikan

Tingkat pendidikan serta lembaga pendidikan seseorang juga akan mempengaruhi *lifestyle* yang akan mempengaruhi kebutuhan dan ketertarikannya.

h) Jumlah Pendapatan

Jumlah pendapatan akan mempengaruhi daya beli seseorang. Hal ini juga akan menjadi salah satu faktor utama untuk menentukan segmentasi penyuluhan hukum. Penyuluh Hukum dapat mengelompokkan jumlah pendapatan apakah masuk kategori *high*, *middle* dan *low*.

Kombinasi dari semuanya memungkinkan terbentuknya kelas sosial. Di sebut kelas sosial karena segmentasi ini menghasilkan sekelompok orang yang lebih mudah melakukan proses sosialisasi satu sama lainnya. Karena itu, dalam penyuluhan hukum, segmentasi ini sangat penting, terutama dalam melihat kebutuhan informasi hukum dan metode bagi masing-masing kelas. Di samping itu, ada pula variabel jenis kelamin, usia, etnis, suku bangsa, agama dan lainnya. Pada intinya, situasi saat ini mendesak Penyuluhan Hukum untuk menggeser segmentasi geografis ke demografis; dari “dimana mereka” ke “Siapa mereka”.

2. Segmentasi Perilaku (Behavioral)

Segmentasi perilaku (*behavior segmentation*) adalah jenis segmentasi di mana pembagian target sasaran didasarkan pada pola kebiasaan sasaran audiens menghabiskan sumber daya seperti waktu dan biaya. Mereka biasanya berbeda dalam hal keinginan, sumber daya, sikap, dan aktivitas kegiatannya.

Penyuluh Hukum dapat menggunakan setiap variabel tersebut untuk membagi kelompok sasaran berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau tanggapan mereka terhadap kegiatan penyuluhan hukum. Segmentasi berdasarkan perilaku sasaran audiens yang dikelompokkan atas basis kebiasaan, penggunaan serta pola *decision making* (pengambilan keputusan) mereka. Segmentasi perilaku adalah tentang memahami audiens tidak hanya tentang siapa mereka, tetapi juga tentang apa yang mereka lakukan.

Berikut adalah tiga tolak ukur yang dapat digunakan dalam segmentasi perilaku:

- a. Orientasi penggunaan yakni didasarkan pada berapa banyak jumlah kegiatan penyuluhan hukum. Penyuluh Hukum sebagai pemangku kepentingan kegiatan penyuluhan hukum dapat membagi audiens menjadi kelompok berdasarkan jenis dan banyaknya pelaksanaan kegiatan penyuluhan hukum.
- b. Orientasi loyalitas, didasarkan pada tingkat retensi audiens, yang mana merupakan indikasi dari kesetiaan dan kepedulian masyarakat terhadap pemahaman hukum. Tingkat loyalitas tinggi memiliki tingkat retensi yang sangat tinggi dan tidak perlu terlalu khawatir untuk mendapatkan audiens dengan karakter yang lain.
- c. Berdasarkan manfaat yang dicari. Segmentasi ini didasarkan pada pertimbangan perbedaan manfaat yang dirasakan oleh audiens. Berorientasi pada kesempatan, audiens dapat memilih layanan penyuluhan hukum yang sesuai dengan kebutuhannya.

Tiga keuntungan utama pengelompokan audiens (komunikasikan) ke dalam segmen yang berbeda berdasarkan perilaku mereka:

- a. Adanya segmentasi perilaku memudahkan penyuluh hukum (komunikator) untuk memahami bagaimana memahami komunikasikan yang berbeda dan menyiapkan perencanaan yang baik. Komunikator dapat memilih waktu yang tepat dan secara efektif mempengaruhi komunikasikan;

- b. Informasi dari segmentasi yang dipilih memungkinkan komunikator menganalisis pola perilaku sejarah untuk memprediksi dan mempengaruhi perilaku komunikan yang disasar;
- c. Adanya segmentasi perilaku mendorong komunikator membuat keputusan yang lebih cerdas tentang cara terbaik menyiapkan waktu, biaya, dan sumber daya dengan mengidentifikasi segmen dan inisiatif sasaran komunikan yang mempunyai potensi untuk diberikan pemahaman hukum melalui kegiatan penyuluhan hukum.

Selain keuntungan ada beberapa kelemahan yang harus diperhatikan, diantaranya:

- a. Perilaku komunikan cenderung berubah seiring waktu dan tidak selalu dapat diprediksi dengan benar;
- b. Sebagian besar segmentasi perilaku didasarkan pada informasi kualitatif dan tidak sepenuhnya data kuantitatif. Oleh karena itu, kesuksesan strategi penyuluhan hukum akan sangat tergantung pada keakuratan data asumsi yang digunakan dalam proses menentukan segmentasi.

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis menggunakan basis gaya hidup yang mencakup aktivitas sehari-hari serta ketertarikan seseorang untuk membedakan kelompoknya. Segmentasi tipe ini juga biasanya melihat aspek psikologis dari komunikan, seperti apa dampak dari gaya hidup dan status sosialnya, karena bisa mempengaruhi aktivitas sehari-harinya, keinginannya, opininya, dan masih banyak lagi.

Banyak orang yang sama secara geografis dan demografis, namun ternyata tetap saja mereka memiliki *belief*, *value* dan attitude sendiri. Faktor internal itulah yang membuat mereka melakukan *screening* atau menyaring semua pilihan, anjuran atau rekomendasi dari luar diri mereka. Pendekatan psikografis ini berdasarkan perbedaan kriteria alat *screening* mereka, yakni sikap, minat dan pendapat. Ada pula yang menyebutkan gaya hidup sebagai kriterianya. Yang jelas, di sini manusia dibagi atas perilakunya. Pendekatan ini menggeser dari “siapa” ke “ mengapa”.

4. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis ini berarti mengelompokkan sasaran penyuluhan hukum berdasarkan lokasinya. Tipe segmentasi ini juga penting untuk dipertimbangkan karena masyarakat dari suatu negara ke negara lainnya, dari satu daerah ke daerah lainnya pasti memiliki perbedaan.

Dalam segmentasi ini, komunikan dibagi semata berdasarkan wilayah. Orang-orang yang ada di wilayah tersebut tidak dianggap sebagai makhluk individual yang unik, namun semata sekumpulan orang yang memiliki kebutuhan informasi hukum yang sama, permasalahan hukum yang sama. Salah satu yang perlu diperhatikan dari penentuan sasaran ini adalah jumlah penduduk, GDP (jumlah pendapatan penduduk) per kapita dan penyebaran penduduknya. Selain itu, bisa juga ditambahkan beberapa *variable*. Namun segmentasi secara geografis tidak bisa menjawab heterogenitas penduduk sebuah wilayah. Di samping itu, di jaman seperti ini manusia akan menjadi sangat *mobile* dari satu tempat ke tempat yang lain.

Bila dikaitkan dengan penyuluhan hukum, segmentasi yang dapat dituju untuk kegiatan penyuluhan hukum oleh Penyuluh Hukum perlu disiapkan sebuah konsep perencanaan yang matang. Dalam konteks ini, perencanaan yang baik tidak lepas dari tema penyuluhan hukum apa yang akan disampaikan. Tema ini kemudian diselaraskan dengan isu aktual dan karakter komunikan.

C. Basis Segmentasi

1. Target

Dalam pemahaman umum target itu sendiri merupakan sebuah sasaran terhadap siapa yang dituju. Ada 3 (tiga) kriteria yang harus dipenuhi komunikator pada saat mengevaluasi dan menentukan segmentasi mana yang akan dijadikan target, yaitu :

- a. Komunikator harus memastikan bahwa sasaran penyuluhan hukum mempunyai nilai besar dan akan cukup menguntungkan bagi program penyebarluasan informasi hukum.
- b. Strategi penentuan target itu harus didasarkan pada keunggulan kompetensi komunikator apakah komunikator memiliki kekuatan dan keahlian yang memadai untuk menguasai kelompok sasaran penyuluhan hukum yang dipilih sehingga memberikan nilai keuntungan mendapatkan informasi hukum.
- c. Target sasaran yang dibidik harus didasarkan pada situasi banyaknya pilihan menyampaikan informasi

hukum. Seorang Komunikator harus mempertimbangkan situasi banyaknya pilihan baik secara langsung atau tidak langsung yang dinilai mampu mempengaruhi daya tarik sasaran penyuluhan hukum.

2. Posisi

Posisi adalah kedudukan yang menimbulkan *image* atau citra yang terbentuk di benak komunikan dari sebuah komunikator. Posisi dianggap mampu menegaskan sebuah penilaian komunikator dihadapan komunikan, termasuk di dalamnya manfaat informasi yang disampaikan komunikator sehingga pesan yang disampaikan akan memberikan kesan mendalam dan selalu diingat.

Dengan kata lain sebagai usaha menempatkan sesuatu dalam pikiran orang dengan terlebih dahulu memberikan informasi tentang segala sesuatu seperti fasilitas, program yang diberikan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan bagaimana mempresentasikannya.

3. Diferensiasi

Salah satu basis segmentasi dalam penyuluhan hukum adalah strategi diferensiasi, yaitu strategi dimana penyuluhan hukum memiliki metode yang berbeda dan unik dibandingkan dengan penyuluhan yang lain. Mungkin banyak orang tidak memanfaatkan cara ini karena terkadang orang merasa ragu jika metode penyuluhannya berbeda dengan metode yang biasa dilakukan. Tetapi, ada juga yang merasa bahwa dengan adanya diferensiasi, maka penyuluhan hukum akan lebih tepat ke sasaran. Berikut beberapa alasan mengapa strategi

diferensiasi merupakan salah satu strategi yang ampuh dalam penyuluhan hukum:

- a. mampu menjangkit minat orang/komunikasikan menerima informasi penyuluhan hukum;
- b. mampu membuat penyuluhan hukum lebih diingat oleh orang/komunikasikan;
- c. mampu membuat penyuluhan hukum terlihat lebih menarik dan ada sesuatu nilai tambah;
- d. mampu mengangkat nilai pengetahuan hukum menjadi lebih tinggi.

D. Perencanaan Konsep Bentuk Komunikasi

Sebuah proses komunikasi yang baik perlu disesuaikan dengan perencanaan yang tepat seperti dalam aktivitasnya, komunikasi melibatkan pihak penyampai pesan, ide maupun gagasan; ada yang menerima atau mendengarkan pesan; ada pesan itu sendiri; ada media dan tentu ada respon balik berupatanggapan terhadap pesan. Secara ideal, tujuan komunikasi bisa menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan. Proses mencapai kesepakatan, lazimnya berlangsung secara bertahap. Karena itu, lebih awal kita perlu memperhatikan 5 (lima) tahapan proses komunikasi, yaitu:

1. Tahap membuat komunikasi mendengarkan apa yang kita katakan (atau melihat apa yang kita tunjukkan kepada mereka);

2. Tahap membuat komunikasi memahami apa yang mereka dengar atau lihat;
3. Tahap membuat komunikasi menyetujui apa yang telah mereka dengar (atau tidak menyetujui apa yang kita katakan, tetapi dengan pemahaman yang benar);
4. Tahap membuat komunikasi mengambil tindakan yang sesuai dengan maksud kita dan maksud kita bisa mereka terima;
5. Tahap memperoleh umpan balik dari komunikasi Tentu tidaklah mudah untuk membuat sebuah komunikasi berjalan dengan menghasilkan kesepakatan secara utuh sesuai tujuannya.

Karena, dalam berkomunikasi kita selalu dihadapkan pada kesulitan-kesulitan pokok dalam mencapai tujuan. Jadi proses perubahan sebagai efek komunikasi melalui tahapan yang dimulai dengan membangkitkan perhatian. Apabila perhatian komunikasi telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan minat, yang merupakan derajat yang lebih tinggi dari perhatian. Minat adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikasi, bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan, yakni keputusan untuk melakukan tindakan.

Tabel 1. Tujuan dan Kesulitan dalam Proses Komunikasi

T U J U A N	K E S U L I T A N
MENDENGAR	Orang Sulit memusatkan perhatian pada kata yang tertulis dan terucap untuk waktu yang lama
	Orang kurang memiliki perhatian pada apa yang bagi mereka tampak kurang penting
MEMAHAMI	Orang memiliki asumsi berdasarkan pengalaman masalalunya
	Orang sering tidak memahami jenis bahasa yang dipakai pembicara
	Orang lebih mudah salah mengerti saat mereka mendengar tanpa melihat
	Orang sering sudah menarik kesimpulan padahal kita belum selesai bicara
MENYETUJUI	Orang sering curiga terhadap orang lain yang membujuk mereka
	Orang Tidak suka jika dibukti bersalah
BERTINDAK	Tidak mudah bagi orang untuk mengubah kebiasaan mereka
	Orangmerasatakutakanakbat dari pengambilan tindakan yang keliru
	Banyak orang tidak suka mengambi lkeputusan
UMPAN BALIK	Beberapa orang sering sengaja menyembunyikan reaksi dan apa yang sesungguhnya mereka pikirkan
	Penampilan dapat bersifat memperdaya, anggukan
	kepala tidak selalu tanda setuju dan mengerti, karena bisa digunakan untuk menutupi ketidak tahuan atau keragu-raguan

Selain melalui pendekatan di atas, maka seseorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku apabila dirinya terdapat faktor-faktor kredibilitas dan *attractiveness*. Rogers (1983) mengatakan kredibilitas adalah tingkat di dimana komunikator dipersepsi sebagai suatu kepercayaan dan kemampuan oleh penerima.



Gambar 4. Koordinasi Kegiatan Penyuluhan Hukum

Hovland (dalam *Krech*, 1982) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya tinggi akan lebih banyak memberi pengaruh kepada perubahan sikap dalam penerimaan pesan daripada jika disampaikan oleh komunikator yang tingkat kredibilitasnya rendah. *Rakhmat* (1989) mengatakan dalam berkomunikasi yang berpengaruh terhadap komunikan bukan hanya apa yang disampaikan, tetapi juga keadaan komunikator secara keseluruhan.

Jadi ketika suatu pesan disampaikan, komunikan tidak hanya mendengarkan apa yang dikatakan tetapi ia juga memperhatikan siapa yang mengatakan. Selanjutnya Tan (1981) mengatakan kredibilitas sumber terdiri dari dua unsur, yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian diukur dengan sejauhmana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang benar, sedangkan kepercayaan dioperasionisasikan sebagai persepsi komunikan tentang sejauhmana komunikator bersikap tidak memihak dalam penyampaian pesan. Dari variabel kredibilitas dapat ditentukan dimensi-dimensinya yaitu:

- a. keahliankomunikator (kemampuan,kecerdasan, pengalaman, pengetahuan, dansebagainya)
- b. kepercayaan komunikator (kejujuran, keikhlasan, keadilan, dansebagainya).

Demikian juga mengenai daya tarik adalah berkenaan dengan tingkat mana penerima melihat sumber sebagai seorang yang disenangi dalam bentuk peranan hubungannya yang memuaskan. Effendy (1983) mengatakan daya tarik adalah komunikator yang dapat menyamakan dirinya dengan orang lain, apakah idiologi, perasaan. Demikian juga Tan (1981) mengatakan daya tarik adalah diukur dengan kesamaan, familiaritas, dan kesukaan. Kesamaan meliputi pandangan, wawasan, ide, atau gagasan. Familiaritas meliputi empati, simpati, dan kedewasaan. Kesukaan meliputi frekuensi, ketepatan, keteladanan, dan kesopanan.

E. Hambatan Komunikasi Dialogis

Ketika berkomunikasi, kita pasti memiliki persepsi tertentu pada pendengar begitu pula sebaliknya. Kekeliruan yang sering terjadi dalam berkomunikasi adalah ketika seseorang menyampaikan informasi dengan ukurannya sendiri. Ini harus dihindarkan karena komunikasi senantiasa melibatkan orang lain. Ahli komunikasi berpesan jika akan berhasil, maka rumusan kunci yang harus dipegang adalah "*Knowyouraudience!*" ketahuilah siapa yang anda ajakberkomunikasi. Mengetahui komunikannya, berarti mengenali situasi dan kondisi sang komunikannya (dalam hal ini peserta penyuluhan), termasuk juga mengenali hambatan yang lazim berlangsung dalam proses komunikasi.

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu tercapainya komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi dapat mempersulit dalam mengirim pesan yang jelas, mempersulit pemahaman terhadap pesan yang dikirimkan, serta mempersulit dalam memberikan umpan balik yang sesuai.⁹ Seorang Penyuluh Hukum, tentunya tahu seberapa kuat hambatan yang berpotensi mengintervensi proses komunikasi. Itulah mengapa, seorang penyuluh hukum tidak saja berperan sebagai pengajar, tetapi juga sebagai pendidik dan psikolog bagi *audiences* atau pesertanya.

⁹ <https://pakarkomunikasi.com/author/ambar>

Tabel 2. Hambatan Komunikasi

JENIS HAMBATAN	DESKRIPSI
Fisik	Hal yang menyangkut ruang fisik, lingkungan
Biologis	Hambatan karena ketidak sempurnaan anggota tubuh
Intelektual	Hambatan yang berhubungan dengan kemampuan Pengetahuan
Psikis	Hambatan yang menyangkut faktor kejiwaan
Kultural	Hambatan yang berkaitan dengan nilai budaya

Menyikapi hambatan di atas, kita bisa berkreasi dengan bantuan sarana teknologi pembelajaran. Saranaitu berfungsi meminimalkan keterbatasan kita sebagai manusia. Banyak temuan teknologi yang bisa mendorong efektifnya proses penyuluhan.

F. Menangkal Informasi Hoax Secara Dialogis

Bagi sebagian besar masyarakat frasa “*hoax*” terdengar akrab ditelinga sejak ramainya pesta kontestasi pemilihan umum beberapa tahun yang lalu. Sekarang, *hoax* menjadi definisi umum terhadap sebuah informasi yang tidak benar, palsu dan cenderung menyesatkan. Informasi demikian jika didiamkan tentu menjadi *boomerang* sehingga perlu dilakukan pelurusan terhadap subtansi/materi informasi yang dianggap *hoax*.

Informasi hoax diidentifikasi sebagai usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya, memutarbalikkan fakta untuk mempercayai sesuatu, padahal sebenarnya informasi tersebut tidak benar. Beberapa faktor penyebab informasi hoax seperti pengalihan isu, adanya kepentingan, minim informasi dan kurangnya penegakkan hukum.

Banyaknya berita *hoax* didominasi oleh akun-akun di media sosial yang baru bermunculan. Akun-akun yang menyebarkan berita *hoax* ini tentu akan banyak mencuri perhatian masyarakat, sehingga penyebaran berita melalui akun ini akan cepat dan efektif. Hal ini dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang menginginkan benefit berupa materi maupun kepentingan untung menjatuhkan citra suatu komunitas maupun perseorangan.

Kurangnya informasi yang digunakan untuk membuat berita tersebut menyebabkan perbedaan antara fakta kejadian dan informasi yang didapat oleh masyarakat luas. Selain itu, kurangnya penegakkan hukum merupakan salah satu penyebab terjadinya banyak berita *hoax* beredar, karena kurangnya pengawasan dan penindakan terhadap oknum yang menyebarkan maupun menciptakan berita *hoax* tersebut.¹⁰

Dalam kurun 5 tahun terakhir, internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat indonesia, bisa dikatakan internet tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat dan menjelma menjadi sebuah kebutuhan primer bagi masyarakat indonesia.

¹⁰ <https://hmt.mining.itb.ac.id/maraknya-berita-hoax-yang-tersebar-di-indonesia/>, dikutip pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 13.40, Jakarta.

Dewasa ini komputer telah memasuki hampir seluruh bidang masyarakat, dari kalangan perguruan tinggi sampai sekolah menengah bahkan sampai dapur-dapur rumah tangga computer telah menyumbangkan jasanya.¹¹ Kedatangannya telah membuat dunia tersendiri yang dikenal sebagai dunia maya ataupun dunia komunikasi berbasis komputer yang menawarkan realitas baru berbentuk tidak langsung atau tidak nyata.¹²

Internet telah membentuk masyarakat dengan kebudayaan baru, masyarakat yang tidak lagi dihalangi oleh batasan-batasan teritorial antar negara yang dahulu ditetapkan sangat *rigid* sekali masyarakat baru dengan kebebasan beraktifitas dan berkreasi yang sempurna. Namun dibalik semua itu, internet juga melahirkan kekerasan-kekerasan baru diantaranya, muncul kejahatan yang lebih canggih dalam bentuknya “*cyber crime*” hal ini ditandai dengan pesatnya situs-situs porno dalam berbagai tampilan atau tempat penyebaran kabar bohong (*hoax*) yang paling efektif.¹³

Berkembangnya informasi *hoax* dewasa ini banyak ditemukan dalam media social. Sifatnya yang mudah menyebar dan menjamurnya pilihan media social menjadi jaminan kemudahan mengakses informasi bagi masyarakat. Namun demikian bila tidak dilakukan penyaringan yang tepat, informasi yang mengandung *hoax* mempunyai potensi menciptakan keresahan di masyarakat. Selain itu, kondisi demikian dapat menyebabkan *chaos* hingga menyebabkan perilaku menjadi tidak tertib hukum,

¹¹ Eko Nugroho, Pengenalan Komputrer, (Andi offset: Yogyakarta,1990),hal 3.

¹² Agus Raharjo, Cybercrime Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi,(PT Citra Aditya Bakti: Bandung, 2002),hal 20.

¹³ <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9135/4/BAB%20I.pdf>, dikutip pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 12.50, Jakarta.

mudah menyalahi dan menghakimi orang lain dan tentu menjadi opini liar bahkan dapat mengancam keamanan dan ketertiban negara.

Terhadap informasi yang mengandung *hoax* tersebut, diperlukan sebuah usaha menghadang/meng-*menangkal* melalui sebuah komunikasi dialogis untuk meluruskan informasi yang mengandung *hoax*. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meng-*menangkal* informasi/berita *hoax* itu seperti :

1. Menemukan ciri ciri informasi yang mengandung *hoax*;

Informasi yang mengandung *hoax* seringkali menggunakan judul *boombastis* dan cenderung provokatif. Jika menemukan judul provokatif, sebaiknya lakukan perbandingan atau referensi berupa informasi yang serupa dari media lainnya, apakah materi informasi tersebut serupa ataukah tidak. Sehingga mendapat *second opinion* untuk mendapatkan kesimpulan yang berimbang.

2. Saring sebelum sharing;

Begitu mendapatkan informasi yang menjadi *trending topic* pada media sosial, jangan langsung *reaktif* atau gegabah. Jangan pula hanya karena alasan ingin terlihat *update* maka kemudian langsung menyebarkan informasi. Hal ini perlu dilakukan untuk mencegah manakal informasi tersebut ternyata tidak benar. Disarankan untuk melakukan cek dan ricek Kembali informasi tersebut dari lembaga yang memiliki kapasitas penanganan isu/informasi tersebut. Pilih konten informasi yang bermanfaat dan memberikan nilai positif dan kritis terhadap sebuah informasi sangat diperlukan sehingga tidak menelan mentah-mentah informasi yang beredar.

3. Mengutamakan logika;

Menyadari bahwa kita hidup dalam dunia informasi dan komunikasi yang serba cepat tentu mau tidak mau harus mengikuti perkembangan dan dinamika yang terjadi di masyarakat. Terhadap demikian, potensi berita mengandung *hoax* tidak bisa dihindari.

Menurut kata benda, *hoax* berarti lelucon, cerita bohong, kenakalan, olokan. Sementara menurut kata kerja, *hoax* adalah membohongi, mempermainkan, menipu, memperdaya, memperdayakan. Semua pengertian ini memang mengarahkan *hoax* sebagai kepalsuan yang negatif.¹⁴

Hoax yang disebarluaskan dapat mempengaruhi persepsi negatif penerima informasi. Persepsi negatif tersebut akan memiliki dampak negatif pula pada pihak-pihak lain. *Hoax* pada dasarnya merupakan masalah dalam berpikir dan berlogika yang digunakan. Pada akhirnya, logika baik adalah alat yang dapat digunakan dalam mengatasi dan memerangi *hoax*.

Logika adalah ilmu yang mengutamakan kelurusan dan ketepatan dalam berpikir. Hal ini menjadi sangat penting karena logika dapat membawa banyak manfaat bagi manusia. Manfaat logika dalam perkembangan pemikiran manusia antara lain: pertama, membantu setiap orang yang mempelajari logika untuk berpikir secara rasional, kritis, lurus, tepat, tertib, metodis, dan koheren; kedua, meningkatkan kemampuan berpikir secara abstrak, cermat, dan objektif;

¹⁴ <https://www.kompasiana.com/nuninglistia/586eea8fef7e614c048b4567/gunakan-logika-untuk-melawan-hoax>, diunduh pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 15.30, Jakarta.

ketiga, menambah kecerdasan dan meningkatkan kemampuan berpikir secara tajam dan mandiri; keempat, meningkatkan cinta akan kebenaran dan menghindari kekeliruan serta kesesatan.¹⁵

Logika berpikir yang baik adalah dasar untuk melanjutkan komunikasi yang baik. Penyebaran hoax dapat ditangkal dengan menjadikan berpikir baik sebagai suatu kebiasaan mutlak yang harus dimiliki manusia.

Logika berpikir baik dapat digunakan untuk mengutamakan kebenaran dapat diartikan sebagai cinta akan kebenaran. Sikap ini sangat fundamental bagi orang yang mau memiliki logika baik. Sikap mengutamakan kebenaran ini senantiasa menggerakkan seseorang untuk mencari, mengusut, dan meningkatkan mutu penalarannya. Selain itu, sikap mengutamakan kebenaran ini akan menghindarkan seseorang dari segala aspek yang dapat mengganggu penalarannya. Sikap mengutamakan kebenaran ini adalah tuntutan alamiah manusia untuk merealisasikan manusia menurut keluhuran keinsanannya. Hal ini mengartikan bahwa suatu kepicikan apalagi kesengajaan penyempitan perspektif hakikatnya tidak sesuai dengan keluhuran insani seorang manusia. Orang yang mengutamakan kebenaran akan memiliki kecenderungan untuk tidak begitu saja menerima sesuatu sebagai suatu hal yang benar karena senantiasa terbiasa dengan kepatuhan pada kebenaran-kebenaran yang telah ditemukan oleh orang lain.¹⁶

¹⁵ Hoax Dan Logika Bahasa: Fenomena Niat Baik Dimanfaatkan Untuk Tipu Muslihat, Rufus Goang Swaradesy, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2020.

¹⁶ *ibid*

Dan sepertinya, menghadapi kepalsuan dengan kebenaran yang sudah pasti ada dalam nalar kita adalah senjata paling ampuh untuk melumpuhkan *hoax*.

4. Segera lakukan klarifikasi;

Pengguna media sosial yang menyebarkan informasi dari suatu sumber dan diketahui kemudian mengandung *hoax* sebaiknya segera melakukan klarifikasi.

5. Ikut serta dalam diskusi dalam grup anti *hoax*;

Di grup diskusi yang diikuti, netizen mencoba mencari kepastian dengan meminta informasi atau bahkan konfirmasi/klarifikasi terhadap berita *hoax* atau bukan. Hal ini dilakukan untuk melihat pendapat anggota grup sejauhmana informasi yang beredar apakah termasuk *hoax* atau tidak. Dengan begitu, diharapkan terjadi umpan balik dan semua anggota dapat berpartisipasi memerangi *hoax*.

6. Periksa Fakta;

Perhatikan keberimbangan sumber berita. Jika hanya ada satu sumber, pembaca tidak bisa mendapatkan gambaran yang utuh. Hal lain yang perlu diamati adalah perbedaan antara berita yang dibuat berdasarkan fakta dan opini. Fakta adalah peristiwa yang terjadi dengan kesaksian dan bukti, sementara opini adalah pendapat dan kesan dari penulis berita sehingga memiliki kecenderungan untuk bersifat subyektif.¹⁷

¹⁷ Dikutip dari Kompas.com melalui laman <https://tekno.kompas.com/read/2017/01/09/12430037/begini.cara.mengidentifikasi.berita.hoax.di.internet?page=all>, yang dikutip pada tanggal 6 Oktober 2021, pukul 09.00 wib, Jakarta.

7. Cermati Alamat Situs;

Untuk informasi yang diperoleh dari website atau mencantumkan link, cermatilah alamat URL situs dimaksud. Apabila berasal dari situs yang belum terverifikasi sebagai institusi pers resmi misalnya menggunakan domain blog, maka informasinya bisa dibilang meragukan. Menurut catatan Dewan Pers, di Indonesia terdapat sekitar 43.000 situs di Indonesia yang mengklaim sebagai portal berita. Dari jumlah tersebut, yang sudah terverifikasi sebagai situs berita resmi tak sampai 300. Artinya terdapat setidaknya puluhan ribu situs yang berpotensi menyebarkan berita palsu di internet yang mesti diwaspadai.¹⁸

8. Menfaatkan layanan pengaduan hoax;

Manfaatkan layanan pengaduan yang disediakan oleh layanan penyedia jasa informasi/berita untuk memerangi berita hoax dengan baik apabila ditemukan beredarnya informasi yang tidak sesuai di media social.

G. Strategi Komunikasi Dialogis

Teknik komunikasi digunakan supaya komunikasi antar manusia terjalin secara efektif. Pengertian teknik adalah suatu cara yang digunakan untuk melakukan sesuatu hal. Sedangkan pengertian komunikasi adalah penyampaian informasi dari komunikator ke komunikan melalui media tertentu. Maka pengertian teknik komunikasi adalah suatu cara yang digunakan dalam

¹⁸ Ibid.

menyampaikan informasi dari komunikator ke komunikan dengan media tertentu. Dengan adanya teknik ini diharapkan setiap orang dapat secara efektif melakukan komunikasi satu sama lain dan secara tepat menggunakannya.

Beberapa teknik dalam komunikasi dialogis penyuluhan hukum :

1. Ucapan yang jelas dan idenya tidak ada makna ganda, utuh.
2. Berbicara dengan tegas, tidak berbelit-belit;
3. Memahami betul siapa yang diajak bicara, hadapkan wajah dan badan, pahami pikiran lawan bicara;
4. Menyampaikan tidak berbelit-belit, tulus dan terbuka;
5. Sampaikan informasi dengan bahasa penerima informasi;
6. Menyampaikan dengan kemampuan dan kadar akal penerima informasi;
7. Sampaikan informasi dengan global dan tujuannya baru detailnya;
8. Berikan contoh nyata, lebih baik jadikan anda sebagai model langsung;
9. Sampaikan informasi dengah lembut, agar berkesan, membuat sadar dan menimbulkan kecemasan yang mencerahkan;
10. Kendalikan *noise* dan carilah umpan balik untuk meyakinkan informasi anda diterima. Contoh dengan bertanya atau menyuruh mengulangnya.

Selain itu ada beberapa hal yang menjadi prinsip teknik berkomunikasi/bicara yang baik :

1. Berbicara Efektif

Berbicara efektif artinya tidak bertele-tele, tidak berputar-putar untuk menyampaikan suatu poin pembicaraan. Cepat, tepat, lugas dan dapat dimengerti oleh lawan bicara kita. Berbicara efektif membuat lawan bicara kita akan fokus pada setiap hal yang kita sampaikan dan dapat mempengaruhi langsung ke dalam pikirannya.

2. Berbicara Penuh Motivasi

Komunikasi yang terjalin dan sampai kepada lawan bicara haruslah yang bersifat mendorong. Hal ini terlebih ketika yang berbicara adalah orang yang memiliki jabatan lebih tinggi daripada lawan bicaranya, seperti bos kepada anak buahnya. Motivasi yang dimaksud adalah adanya dorongan/ penyemangat dalam kata-kata yang diucapkan agar lawan bicara tergerak untuk melakukan sesuatu dengan baik dan sungguh-sungguh berdasarkan pengarahan yang sudah diberikan.

3. Berbicara Untuk Mendapat Perhatian

Pembicaraan yang membosankan dan bertele-tele tentu akan membuat lawan bicara atau pendengar mengabaikan kata-kata kita. Dalam teknik berkomunikasi/bicara perlu diperhatikan tema/materi yang akan kita sampaikan pada lawan bicara agar membuat mereka tetap fokus dengan kita. Ada baiknya untuk memperhatikan siapa lawan bicara kita agar materi yang kita sampaikan tepat sasaran, selain itu usahakan penyampaiannya dilakukan dengan gaya yang menarik. Temukan materi yang belum pernah pendengar tahu

dan selipkan hal-hal unik untuk menarik perhatian lawan bicara.

4. Berbicara Melalui Keinderaan

Agar tema/materi yang kita sampaikan meninggalkan bekas dalam pikiran lawan bicara maka kita bisa menguatkan komunikasi kita dengan ekspresi indera yang meyakinkan. Gerak tangan, tatapan mata, senyuman, atau kernyitan dahi akan menambah kesan tentang tema yang kita sampaikan. Hal ini juga agar lawan bicara mengerti bahwa tema yang kita bicarakan adalah hal yang penting dan patut untuk didengar.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya, (Effendy, 2009). Dengan demikian strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi. Untuk menguatkan strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan bagian yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan yang dirumuskan, yaitu *who says what in which channel to whom with what effect*. Rumus di atas tampaknya sederhana, tetapi jika dikaji lebih jauh, pertanyaan “efek apa yang diharapkan” secara implisit mengandung pertanyaan lain yang perlu dijawab dengan seksama, yaitu : *When* (Kapan

dilaksanakannya), *How* (Bagaimana melaksanakannya), *Why* (Mengapa dilaksanakan demikian). Tambahan pertanyaan tersebut dalam strategi komunikasi sangat penting, karena pendekatan terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi. Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Dalam hal ini ada beberapa aspek yang harus diperhatikan.

Strategi Komunikasi dalam penyuluhan hukum dapat ditempuh melalui:

1. *Interpersonal*: Bisa dilakukan pada lingkungan terdekat misalnya tetangga (baik perempuan, laki-laki, maupun anak-anak). Biasanya pada forum atau kesempatan informal, misal pada saat bertamu, cangkrukan, di sasaran, arisan, saat menunggu anak di sekolah, dan sebagainya. Media Massa (Radio, Televisi, Media Cetak, Internet), bisa berupa acara talkshow, membuat iklan layanan masyarakat, siraman rohani (disisipkan materi hukum), acara campursari, yang ada di media yang bersangkutan.
2. *Reference Group/Kelompok Strategis*; melibatkan dan mengundang kelompok/komunitas dalam kegiatan penyuluhan tertentu misalnya, ibu-ibu PKK, Kelompok Tani/Nelayan/Pedagang Sasaran, Kader Lingkungan, Kelompok Pengajian, siswa sekolah dsb)
3. *Reference Individual*; dengan menghadirkan pakar/ahli hukum di bidang atau materi hukum tertentu dalam penyuluhan. Bisa juga dalam kegiatan ini dengan menghadirkan testimony (cerita pengakuan) dari korban atau orang yang pernah mengalami perkara hukum yang dimaksud.

H. Latihan

Untuk memperkuat kemampuan peserta (dalam kelompok), silahkan diskusikan dengan kelompok terkait ;

1. Jenis segmentasi.
2. Basis segmentasi.
3. Perencanaan konsep komunikasi dialogis penyuluhan hukum.
4. Hambatan komunikasi dialogis penyuluhan hukum.
5. Strategi komunikasi dialogis penyuluhan hukum di tingkat provinsi.

I. Rangkuman

Dampak dari globalisasi dan arus informasi yang begitu deras membuat media sebagai corong komunikasi kian menjamur dan marak tumbuh dalam wujud yang selalu berubah-ubah mengikuti trend kekinian. Efeknya, orang cenderung mencari informasi menurut keinginannya dan memenuhi tuntutan kebutuhan informasi mereka tentang diri mereka maupun lingkungan mereka. Di luar itu, kebebasan informasi membuat masyarakat kian banjir informasi. Jika tidak diatur sedemikian rupa, informasi yang masuk berubah menjadi sesuatu yang dapat menjerat ke dalam ranah hukum.

Demikian halnya dengan penyuluhan hukum, informasi hukum apapun, bahkan yang sangat penting bagi masyarakat, suka tidak suka, harus bersaing dengan ribuan informasi lain. Ibarat masuk ke supermarket, informasi yang disampaikan melalui kegiatan penyuluhan hukum harus bersaing dengan sekian ribu jenis pilihan item informasi lainnya untuk menarik perhatian khalayak,

sedangkan masing-masing item tersebut berteriak mengatakan diri mereka yang paling penting. Oleh karenanya perlu ditentukan segmentasi audiens ketika melakukan olah komunikasi dialogis.

Tidak ada satupun produk di dunia ini yang semuanya diinginkan atau dibutuhkan masyarakat. Menentukan segmentasi penyuluhan hukum tentunya membuat penyuluh hukum lebih mengenal target sasarannya dan menjadi lebih fokus pada kelompok masyarakat serta dapat meningkatkan kepuasan layanan penyuluhan hukum secara lebih signifikan. Penyuluh Hukum dapat lebih mempersonalisasi usaha sosialisasi agar lebih sesuai dengan masing-masing segmentasi. Segmentasi sasaran juga dapat memecahkan satu masalah utama dalam sosialisasi, yaitu untuk menciptakan lebih banyak metode untuk mendukung sebuah program perubahan terkait kegiatan penyuluhan hukum.

J. Evaluasi

1. Apa yang anda ketahui tentang pemahaman terhadap definisi teknik komunikasi. Ungkapkan pendapat anda ?
2. Sampaikan pendapat anda, terkait tantangan penyuluhan hukum ditengah tatanan global dan perkembangan teknologi informasi ?
3. Sebutkan langkah-langkah menangkal informasi/berita *hoax* yang anda ketahui ?
4. Faktor audiens menjadi satu hal yang sangat penting bagi seorang komunikator agar pesan mudah diterima dan dipahami dengan baik dan tepat. Sebagai seorang penyuluh hukum, apa yang harus anda lakukan ?

5. Menurut saudara, faktor apa yang menentukan berhasilnya seorang komunikator mendapatkan apresiasi dari komunikan?
6. Apakah yang dimaksud dengan segmentasi dalam konteks komunikasi dialogis penyuluhan hukum ?

K. Umpan Balik

Silahkan kepada peserta untuk mengerjakan soal evaluasi dalam bab ini. Berikan nilai dan hitunglah jumlah nilai yang diperoleh berdasarkan kunci jawaban. Jika peserta dapat menjawab seluruh soal dengan benar maka peserta dianggap telah menguasai materi dalam bab ini. Dan jika jawaban benar belum mencapai minimal 3 soal berarti peserta perlu mengulang kembali mempelajari bab III modul ini dengan lebih baik.

BAB IV

TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS PERSONAL, ORGANISASI DAN STAKEHOLDER

Setelah mempelajari Bab ini, peserta diharapkan mampu menggunakan teknik komunikasi dialogis baik secara personal, mau pun organisasi dengan stakeholder

Secara umum komunikasi merupakan sebuah usaha menyampaikan pesan, informasi, ide, pemikiran dan lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung yang memiliki makna untuk mengubah sikap dan perilaku serta pemahaman orang lain. Pemahaman itu menempatkan komunikasi sebagai kontrol sosial yang menimbulkan berupa rangsangan untuk mengubah pola pikir dan pola tingkah laku masyarakat. Hal ini sejalan dengan tugas seorang penyuluh hukum yang juga seorang komunikator untuk menyebarluaskan informasi hukum dan peraturan perundang-undangan kepada masyarakat guna terwujudnya budaya hukum dan masyarakat sadar hukum.

Terhadap tugas ini, langkah berikutnya adalah bagaimana seorang penyuluh hukum menggunakan teknik-teknik sebuah komunikasi sebagai bagian dari langkah strategis yang menjadi landasan utama kompetensi dasar yang harus dimiliki penyuluh hukum manakala dikaitkan dengan perannya sebagai agen perubahan sosial yang disusun sebagai usaha untuk memberikan pemahaman hukum kepada masyarakat agar mampu mengikuti pemikiran hukum yang berkembang sebagaimana strategi yang ditujukan untuk mencapai kondisi social yang diinginkan.

A. Komunikasi Personal

Komunikasi personal atau komunikasi pribadi merupakan komunikasi seputar diri sendiri. Aktivitas dalam komunikasi jenis ini dapat dilihat dari kegiatan seperti perenungan, perencanaan, dan penilaian pada diri kita sendiri. Kegiatan demikian merupakan bentuk dari sebuah umpan balik yang menjadi landasan terhadap tanggapan, motivasi, dan komunikasi dengan orang-orang atau beberapa faktor yang ada di sekitar lingkungannya.

Dalam komunikasi secara formal, setiap individu membutuhkan kemampuan dan keahlian dalam berkomunikasi. Orang yang mempunyai keahlian komunikasi akan mengutarakan sesuatu dengan efektif. Komunikasi yang efektif tentunya ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik.

Melihat fungsinya komunikasi personal bisa dilakukan dengan komunikasi verbal yakni komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan oral atau lisan maupun secara tulisan.

Beberapa teknik dalam komunikasi :

1. Ucapan yang jelas dan idenya tidak ada makna ganda, utuh. Setiap orang yang berkomunikasi ingin agar semua yang disampaikan dapat dipahami secara penuh oleh pendengar atau pembacanya. Dalam berkomunikasi lisan, terkadang apa yang diucapkan seseorang tidak persis sama dengan apa yang diartikan si pendengar. Bahkan sering terjadi pengertian si pendengar menyimpang jauh dari maksud si pembicara. Hal semacam ini harus dihindari;

2. Berbicara dengan tegas, tidak berbelit-belit. Suatu waktu manusia mengalami apa yang dinamakan takut untuk menunjukkan apa yang ada di dalam diri mereka. Dampaknya adalah membuat komunikasi justru tidak berjalan dengan lancar bahkan berputar-putar dengan prologue panjang yang tidak perlu. Dapat dipastikan dengan kondisi seperti itu justru tidak menunjukkan cara bicara tegas. Oleh karena itu, cara bicara tegas diperlukan karena tidak selamanya manusia harus berputar-putar terlebih dahulu untuk menunjukkan apa yang mereka rasakan.
3. Memahami betul siapa yang diajak bicara, hadapkan wajah dan badan, pahami pikiran lawan bicara karena dalam proses komunikasi, ada pendengar dan pembicara. Keduanya harus seimbang, untuk mencapai komunikasi efektif;
4. Menyampaikan pesan tidak berbelit-belit, tulus dan terbuka. Hal demikian perlu dilakukan mengingat seringkali seseorang saat berkomunikasi biasa berbicara panjang lebar dan tidak penting, bahkan mutar sana-sini dan tidak langsung ke pokok permasalahan, tentunya akan membuat orang yang diajak bicara merasa bosan bahkan merasa jengkel. Hal seperti ini perlu dihindari;
5. Sampaikan informasi dengan bahasa penerima informasi. Cara ini bisa dilakukan dengan mempertimbangkan bahasa kearifan lokal;
6. Menyampaikan dengan kemampuan dan kesesuaian insting penerima informasi yakni disesuaikan dengan pola perilaku dan reaksi yang terjadi pada penerima informasi;

7. Sampaikan informasi dengan global dan tujuannya baru detailnya. Setiap informasi sebaiknya disampaikan secara keseluruhan tidak terputus-putus sesuai dengan tujuan yang ingin diraih;
8. Berikan contoh nyata, lebih baik jadikan anda sebagai model langsung. Menyampaikan pesan sebaiknya juga diberikan contoh yang mudah dipahami oleh penerima pesan. Bahasa yang sederhana dan perumpamaan yang mudah disampaikan dapat menjadi contoh sekaligus ketertarikan penerima pesan memahami sebuah pesan;
9. Sampaikan informasi dengan lembut, agar berkesan, membuat sadar dan menimbulkan kecemasan yang mencerahkan;
10. Kendalikan noise dan carilah umpan balik untuk meyakinkan informasi anda diterima. Contoh dengan bertanya atau menyuruh mengulangnya.

Selain itu ada beberapa hal yang menjadi prinsip teknik berkomunikasi/bicara yang baik :

1. Berbicara Efektif;
Berbicara efektif artinya tidak bertele-tele, tidak berputar-putar untuk menyampaikan suatu poin pembicaraan. Cepat, tepat, lugas dan dapat dimengerti oleh lawan bicara kita. Berbicara efektif membuat lawan bicara kita akan fokus pada setiap hal yang kita sampaikan dan dapat mempengaruhi langsung ke dalam pikirannya.
2. Berbicara Penuh Motivasi
Komunikasi yang terjalin dan sampai kepada lawan bicara haruslah yang bersifat mendorong. Hal ini terlebih ketika yang

berbicara adalah orang yang memiliki jabatan lebih tinggi daripada lawan bicaranya, seperti bos kepada anak buahnya. Motivasi yang dimaksud adalah adanya dorongan/penyemangat dalam kata-kata yang diucapkan agar lawan bicara tergerak untuk melakukan sesuatu dengan baik dan sungguh-sungguh berdasarkan pengarahan yang sudah diberikan.

3. Berbicara Singkat Untuk Mendapat Perhatian.

Pembicaraan yang membosankan dan bertele-tele tentu akan membuat lawan bicara atau pendengar mengabaikan kata-kata kita. Dalam teknik berkomunikasi/bicara perlu diperhatikan tema/materi yang akan kita sampaikan pada lawan bicara agar membuat mereka tetap fokus dengan kita. Ada baiknya untuk memperhatikan siapa lawan bicara kita agar materi yang kita sampaikan tepat sasaran, selain itu usahakan penyampaiannya dilakukan dengan gaya yang menarik. Temukan materi yang belum pernah pendengar tahu dan selipkan hal-hal unik untuk menarik perhatian lawan bicara.

4. Berbicara Melalui Keinderaan

Agar tema/materi yang kita sampaikan meninggalkan bekas dalam pikiran lawan bicara maka kita bisa menguatkan komunikasi kita dengan ekspresi indera yang meyakinkan. Gerak tangan, tatapan mata, senyuman, atau kernyitan dahi akan menambah kesan tentang tema yang kita sampaikan. Hal ini juga agar lawan bicara mengerti bahwa tema yang kita bicarakan adalah hal yang penting dan patut untuk didengar.

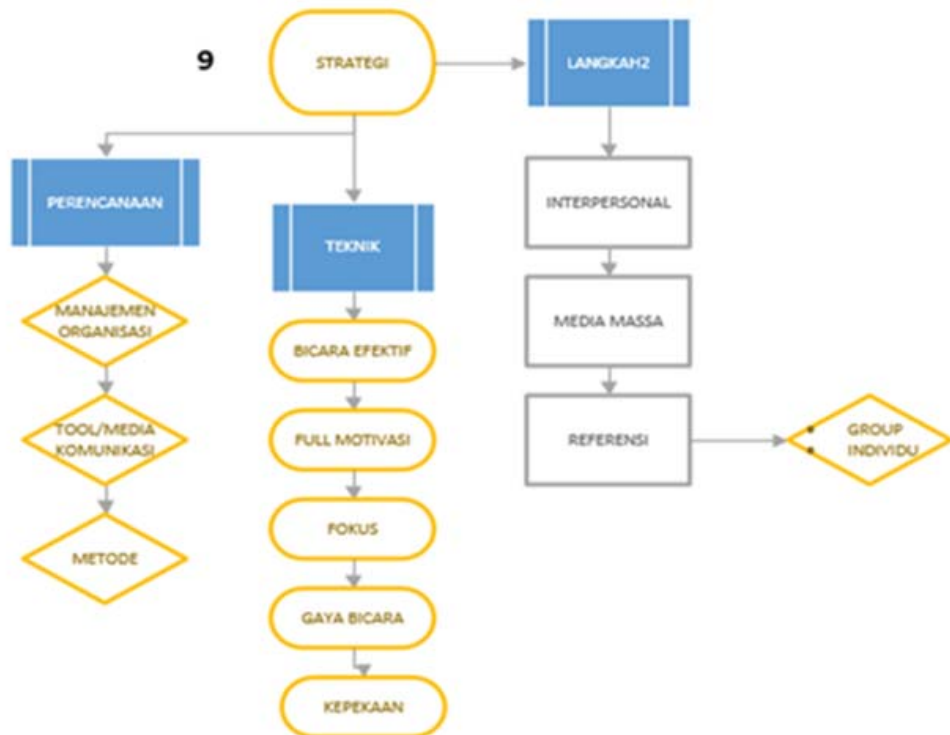
B. Teknik Komunikasi Dialogis dengan Stake Holder

Berikutnya adalah bagaimana seorang penyuluh hukum mampu mengidentifikasi audiens dan kemudian memahami keadaan mereka, adalah salah satu kunci keberhasilan perencanaan komunikasi dialogis penyuluhan hukum. Pertanyaannya kemudian adalah bagaimana cara mengidentifikasi audiens? Komunikasi yang efektif bukan berarti harus menjangkau semua target atau sasaran yang akan disuluh saja karena faktanya memang sulit dan butuh kreatifitas Penyuluh Hukum. Akan lebih efektif jika kita sebagai Penyuluh Hukum bisa membidik orang-orang tertentu yang sangat berpengaruh dalam pembuatan keputusan publik seperti pemerintah, tokoh masyarakat, para pakar, pengusaha berpengaruh.

Mereka-mereka ini selalu punya pengaruh untuk membuat publik melakukan sesuatu. Siapa orang lain yang bisa membantu kita mencapai tujuan komunikasi itu?

Selain para *decision maker*, ada juga sekelompok orang lain yang juga berperan dalam mengembangkan jaringan penyampaian pesan dan kita harus temukan orang-orang itu. Kemudian bagaimana cara terbaik untuk mencapai mereka. Untuk itu, harus bisa memastikan pesan-pesan bisa diterima, jika perlu berikan mereka produk media kegiatan penyuluhan hukum yang telah memuat pesan-pesan atau kampanye budaya hukum dan kesadaran hukum masyarakat. Tentunya, masyarakat sebagai strata sosial yang selalu berhubungan dengan sesamanya akan mengutamakan gaya komunikasi dialogis, apakah itu disiapkan khusus tersendiri ataukah mengalir dan terkoneksi dengan orang disekelilingnya.

Bila dilihat dari bentuknya, ada komunikasi yang bersifat verbal dan ada pula yang bersifat non verbal. Komunikasi verbal terjadi ketika berbicara dengan orang lain sedangkan non verbal terjadi melalui perantara atau media penghubung. Komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi yang paling umum digunakan.



Gambar 5. Strategi Komunikasi Dialogis

Dalam strategi komunikasi mengenai isi pesan tentu sangat menentukan efektivitas komunikasi. Effendy, (1981) mengatakan bahwa agar komunikasi yang dilancarkan dapat lebih efektif, maka pesan yang disampaikan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
4. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia bergerak untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Siregar (1985) memberikan pengertian pesan adalah setiap wujud *signal* yang dapat merangsang atau menyentuh penerima dan menciptakan efek berupa pengenalan dan pengertian. Menurut pesan dapat berupa *signal* terdengar, terlihat, teraba, tercium, terkecap.

Dari sini dapat diketahui bahwa sifat pesan dapat dikenali dari indra penerima yang menangkap *signal* tersebut. Sebagai upaya meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tenaga penyuluh, maka secara konseptual materi yang diberikan kepada penyuluh hukum disesuaikan dengan kondisi lapangan yang dihadapi sesuai dengan bentuk dan perilaku masyarakat. Cara penyampaian pesan yang umum biasanya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal. Bahasa verbal adalah penyampaian yang menggunakan bahasa. Bahasa merupakan alat yang paling vital dalam komunikasi. Pemahaman terhadap bahasa adalah fungsinya

sebagai alat yang sangat berarti bagi penyampaian informasi. Bahasa dijadikan sebagai alat untuk mengungkapkan gagasan dan apabila ada kesamaan dalam memahami gagasan tersebut maka akan ada kesepakatan di antara orang-orang yang sedang berkomunikasi. Sementara itu non verbal merupakan sebuah proses komunikasi di mana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Untuk itu sebuah pesan perlu melihat kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan tanggapan sesuai dengan yang kita kehendaki, seperti :

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan dengan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikannya.
2. Pesan harus menggunakan lambang yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dengan komunikannya, sehingga sama-sama mengerti. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikannya untuk menyarankan beberapa cara memperoleh kebutuhan tersebut.

C. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja Pimpinan dan Bawahan

Hubungan kerja antara pimpinan dan bawahan terjadi pada suatu ruang lingkup organisasi yang sama dan mempunyai pola komunikasi yang berbeda. Dalam proses komunikasi dapat dilihat menjadi bentuk pola-pola yang khas melihat dari bagaimana alur proses komunikasi tersebut. Bentuk pola komunikasi sendiri lebih

menekankan pada jaringan arah aliran informasi, yang terjadi dalam menyampaikan informasi keseluruhan bagian organisasi dan menerima kembali informasi tersebut.

Menurut Joseph A. Davito yang dikutip oleh Abdullah Masmuh dalam buku “Komunikasi Organisasi Dalam Persepektif Teori Dan Praktek” menyebutkan bahwa terdapat 5 bentuk aliran pola komunikasi yang terdapat di dalam sebuah arah jaringan informasi di dalam sebuah organisasi yaitu:

1. Pola lingkaran

Dalam pola ini semua anggota organisasi dapat berkomunikasi dengan anggota yang lainnya, mereka mempunyai kekuatan untuk memengaruhi kelompoknya, namun tidak memiliki pimpinan yang jelas.¹⁹ Dalam setiap pelaksanaan tugas suatu organisasi tentu diantara sesama rekan kerja membutuhkan komunikasi. Komunikasi dalam hal ini adalah komunikasi dalam rangka pelaksanaan tugas pekerjaan. Terjalannya komunikasi dialogis menunjukkan adanya hubungan interaksi sesama profesi. Komunikasi yang baik menjadi modal kuat untuk menyelesaikan tugas yang diamanatkan oleh pimpinan.

2. Pola roda.

Dalam pola roda disini memiliki pimpinan yang jelas, sehingga kekuatan pimpinan berada pada posisi sentral dan berpengaruh dalam proses penyampaian pesannya yang mana semua informasi yang berjalan harus terlebih

¹⁹ Abdullah Masmuh, Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori Dan Praktek (malang: UPT penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, 2008), hal. 58

dahulu disampaikan pada pimpinan.²⁰ Peran pimpinan dalam sebuah organisasi menjadi sangat penting menentukan arah dan kebijakan tujuan organisasi. Sebuah komunikasi antara pimpinan dan bawahan biasanya lebih banyak dalam bentuk perintah. Ia dikatakan berhasil apabila perintah yang disampaikan dapat dimengerti oleh pihak yang melaksanakannya.

3. Pola Y

Pola Y juga memiliki pimpinan yang jelas dalam proses aliran informasi. Semua anggota yang terlibat di dalamnya dapat mengirimkan dan menerima pesan dengan yang lainnya.²¹ Menurut Wursanto (1987: 49) bahwa :

“Petunjuk merupakan pernyataan pihak pimpinan yang memberikan tuntutan kepada para pegawai dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Petunjuk merupakan pegangan para pegawai dalam menyelenggarakan tugas pekerjaannya, khususnya pekerjaan yang bersifat operasional. Selain itu, komunikasi ke bawah dapat dilakukan melalui bentuk petunjuk.”

Selanjutnya Wursanto (1987:50-52) mengemukakan bahwa komunikasi ke bawah dapat dilakukan melalui bentuk, seperti:

- a. Perintah, perintah merupakan penugasan kepada bawahan tentang hal yang harus dilaksanakan atau yang harus dikerjakan atau dapat juga bersifat larangan;

²⁰ Ibid

²¹ Ibid

- b. Teguran, teguran disampaikan dalam hal-hal seperti perintah tidak dilaksanakan, pekerjaan tidak selesai pada waktunya, menyimpang dari prosedur yang telah ditentukan dan terjadi banyak kesalahan dalam banyak pekerjaan;
- c. Pujian, pujian pada umumnya diberikan apabila pegawai mencapai keberhasilan yang luar biasa.

Oleh karenanya, seorang pimpinan harus memperhatikan apabila memberikan perintah disampaikan dengan bahasan yang mudah, lugas dan dimengerti sehingga pegawai atau bawahan mampu menerjemahkan bahasa perintah kedalam tindak laku dari perintah. Harapannya pekerjaan dapat dilaksanakan dengan efektif, efisien dan tujuan tercapai.

4. Pola rantai

Pola rantai memiliki lima tingkatan yang disebut dengan komunikasi ke atas (upward) yang aliran informasinya terjadi dari atas dan kebawah begitu juga sebaliknya.²²Pola komunikasi rantai adalah komunikasi yang dilakukan oleh anggota kelompok organisasi, komunikasi yang dimaksud adalah satu anggota hanya dapat menyampaikan pesan kepada anggota di sebelahnya, kemudian anggota yang menerima pesan akan melanjutkan dengan anggota lainnya lagi dan seterusnya. Dalam pola komunikasi ini, penerima pesan terakhir yang disampaikan oleh pemimpin cenderung tidak menerima pesan yang akurat. Indikasinya adalah tidak adanya umpan balik yang disampaikan.

²² Ibid

5. Pola bintang

Pola semua saluran/bintang merupakan gabungan dan pengembangan dari pola lingkaran yang mana terjadi intraksi timbal balik antara anggota komunikasi tanpa mengenal siapa yang menjadi pimpinan sentralnya.²³

Pola komunikasi ini adalah merupakan jaringan semua saluran sehingga dapat saling berinteraksi satu sama lain dengan sesama anggota baik dalam menyampaikan informasi dan dapat melakukan timbal balik ke sesama anggota.

Peran seorang pimpinan kepada bawahan dalam organisasi begitu penting terhadap pemahaman pelaksanaan tugas. Sehingga pimpinan dan bawahan perlu menjalin komunikasi yang didasari dalam bentuk dialogis.

Berikutnya adalah terkait dengan perhatian atasan kepada bawahannya dan sebaliknya pemahaman bawahan terhadap terhadap tugas yang diberikan oleh atasannya.

1. Perhatian Yang Diberikan Atasan Kepada Bawahan

Perhatian yang diberikan pimpinan kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas menjadi indikator hubungan komunikasi dialogis yang sehat. Perhatian menjadi pemicu semangat bawahan untuk melaksanakan tugas dengan baik dan terukur. Perhatian dapat diberikan dalam bentuk pujian, reward dan pembinaan.

Untuk memicu semangat bekerja, sebaiknya pimpinan menghargai prestasi bawahannya dalam bentuk pujian,

²³ Ibid

reward maupun pembinaan yang mampu meningkatkan kompetensi dan kapasitas pegawai. Selain itu, perhatian juga dapat diberikan dalam bentuk pembinaan karir maupun disiplin kerja atau dapat juga dalam bentuk penghargaan seperti kenaikan pangkat, kenaikan jabatan, bonus atau naik gaji.

Pada umumnya setiap karyawan bekerja untuk mencapai apa yang menjadi keinginan atau tujuan pribadi sedangkan organisasi dibentuk dan dijalankan adalah karena adanya tujuan bersama yang ingin dicapai.

Adanya komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan dapat menimbulkan rasa tanggung jawab yang menimbulkan moral kerja karyawan terletak pada komunikasi. Oleh karenanya seorang pimpinan harus selalu memberikan perhatian kepada bawahan sebagai dasar ikatan hubungan kerja yang profesional.

2. Pemahaman Bawahan Terhadap Tugas Yang Diberikan Atasan

Terkait dengan pelaksanaan tugas dalam suatu roda organisasi, satu hal yang harus diingat bahwa tugas yang diberikan merupakan perintah atasan. Dalam satu pemahaman, bahwa tidak setiap bawahan mampu menerjemahkan instruksi yang diberikan atasan. Tingkat pemahaman seorang pegawai terhadap bidang tugas yang diberikan kepadanya dapat menentukan berhasil tidaknya ia melaksanakan tugas. Tingkat pemahaman ini secara langsung dipengaruhi oleh daya pikir serta ide dan kreatifitas seorang dalam memformulasikan setiap tugas yang diberikan

kepadanya. Seorang pegawai harus mampu memahami apa yang menjadi tugasnya dengan berbagai cara dan metode, sekalipun dengan bertanya kepada atas jika tidak memahami perintah. Pegawai yang kurang memahami tugas dan perintah, meski ia tetap mengerjakannya biasanya terkesan mengugurkan kewajiban dan hasil yang dicapai biasanya tidak sesuai ekspektasi.

Ketidakhahaman menerjemahkan perintah cenderung disebabkan oleh faktor pengalaman jam terbang seorang pegawai dalam melaksanakan tugas yang diberikan sesuai ruang lingkup yang diinginkan pimpinan. Untuk itu seorang pegawai perlu membuat catatan perihal hambatan terhadap kemajuan pelaksanaan tugas dari pimpinan. Catatan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan yang dapat disampaikan kepada pimpinan. Dengan demikian, ada koreksi yang perlu dilakukan untuk memotong hambatan dan menemukan jalan yang tepat atau metode pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan kompetensi pegawai. Sehingga hasil pekerjaan yang menjadi target dapat dilaksanakan dengan baik.

D. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja antar Sesama Pegawai

Perkembangan sebuah organisasi tidak sekadar ditentukan oleh banyaknya program kegiatan yang dikerjakan. Tetapi dibalik itu semua juga ada elemen penting yang membuat organisasi menjadi tumbuh dengan sehat, yaitu hubungan antara pegawainya. Dalam bahasa umum dikenal Sumber Daya Manusia ini adalah investasi yang tak ternilai dalam organisasi.

Untuk menciptakan hubungan atau relasi yang baik antar pegawai atau rekan kerja belum tentu semudah yang diperkirakan. Sudah pasti dalam organisasi ada satu dua pegawai yang punya sikap negatif kepada sesama rekan kerjanya. Alhasil sikap itu kadang mempengaruhi kinerja tim atau organisasi pada umumnya. Bahkan bisa berakibat putusnya hubungan kerja.

Untuk itu sebagai pegawai tentu ingin menjalin hubungan yang baik dengan semua rekan kerja. Karena adanya hubungan yang baik ini dapat memberikan kenyamanan dalam bekerja dan tentu harmonis menjadi dambaan semua pihak. Akan berbeda jika ada rekan kerja yang menjadi tidak suka dengan sikap rekannya, diyakini sangat mengganggu dan mempengaruhi kinerja organisasi. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk dapat menjaga hubungan kerja yang harmonis dalam sebuah organisasi, khususnya sesama pegawai atau rekan kerja yakni perlu sebuah komunikasi. Komunikasi dalam bentuk dialogis tidak selalu diartikan dengan bahasa verbal, gerak atau tingkah laku tetapi bisa dilakukan dalam bentuk lain seperti :

1. Berikan senyum dan keramahan.
Biasakan untuk bersikap ramah dengan sesama rekan kerja. Tebarkan senyuman kepadanya dan selalu sapa ketika bertemu. Hal ini bisa dilakukan ketika jam kerja maupun di luar jam kerja. Salam dan sapa sederhana ini mampu menambah keakraban anda dengan rekan-rekan kerja.
2. Selalu jujur dan katakan apa adanya.
Dalam dunia kerja sudah pasti ada masalah dengan rekan kerja, tentunya yang berhubungan dengan pekerjaan. Itu tidak apa, sudah biasa. Tetapi yang terpenting adalah selalu jujur

kepada rekan kerja. Kalau ada masalah atau sekadar komunikasi biasa, tetap jujur dan bicara apa adanya.

3. Jadilah pendengar yang baik.

Ada kalanya rekan kerja meminta waktu kepada teman lainnya untuk mendengarkan keluh kesahnya seputar pekerjaan atau hal lainnya. Jika ingin menjalin relasi yang baik, jadilah pendengar yang baik untuk rekan kerja. Dengarkan apa yang disampaikan dengan tulus. Kalaupun itu tidak sesuai dengan pandangan, tetaplah menjadi penengah. Berikan bantuan sebisa dan semampunya. Ini sebagai bentuk etika dan pribadi yang baik kepada rekan kerja. Suatu saat nanti, nilai itu akan kembali sesuai perbuatan dan orang akan menaruh hormat dan respek karena telah membantunya. Tetap hormat menghormati tanpa pandang bulu.

4. Hindari membentuk kelompok yang berpotensi menjadi kompetitor tidak sehat.

Di organisasi itu ada banyak pegawai yang berlatar belakang berbeda, baik agama, suku, usia, dan lain lain. Ketika dalam bekerja, tetaplah menghormati perbedaan itu dan jangan sampai menjadikan perbedaan itu untuk mengkotak-kotakan dalam hal kerja. Misalnya saja ada pegawai baru, tetap hargai apa yang ia kerjakan, kalau pun ada salah, tidak perlu dimaki/disindir. Justru sebagai senior harus membantunya untuk bisa bekerja dengan baik. Saling menghormati ini sangat penting untuk menciptakan hubungan harmonis antara pegawai.

5. Jaga privasi

Dalam bekerja hindari jangan sampai menyinggung masalah privasi kepada rekan kerja, apalagi sampai

membicarakannya kepada rekan kerja lainnya. Jelas itu sangat tidak baik. Urusan privasi ini biarkan menjadi ranah masing-masing orang. Berbeda jika memang diminta untuk mendengarkan masalahnya dan membantunya. Tetapi ingat jangan sampai itu juga dibicarakan kepada rekan kerja lain. Biarkan itu jadi rahasia berdua.

6. Makan bersama.

Untuk menjaga keharmonisan antar pegawai, sebisa mungkin jika sempat mengajak rekan kerja untuk makan bersama, entah itu makan siang atau selepas pulang kerja. Tetapi waktu makan siang adalah waktu yang tepat. Kalau mau mengajak makan siang, jangan sampai pilih-pilih orang. Coba ajak yang lainnya juga agar tidak ada kecemburuan.

7. Selingi dengan humor.

Ketika sedang bekerja atau istirahat, biasanya akan saling melontarkan humor-humor. Itu hal baik, karena dengan humor dapat membuat suasana menjadi menyenangkan. Tetapi ingat, jangan sampai humor malah membuat salah satu pegawai sakit hati karena humornya kebablasan. Jadi perlu dijaga dan diperhatikan batasannya. Lakukan semua itu dengan tulus bukan karena paksaan. Karena kalau hanya paksaan dan supaya membuat orang lain senang, maka hasilnya juga tidak baik.

E. Latihan

Untuk memperkuat kemampuan peserta (dalam kelompok), silahkan simulasikan dengan kelompok terkait ;

1. Komunikasi personal.
2. Teknik komunikasi dengan *stakeholder*.
3. Teknik komunikasi dialogis hubungan kerja pimpinan dan bawahan.
4. Teknik komunikasi dialogis hubungan kerja sesama pegawai.

F. Rangkuman

Maka dalam konteks komunikasi dialogis komunikasi verbal maka sangat penting disiapkan agar tersusun kata-kata yang menjadi sebuah informasi dan dapat dimengerti, berguna serta menarik bagi orang lain. Komunikasi yang jelas akan membuat lawan bicara memperhatikan dan menghargai apa yang kita bicarakan.

Selain itu ada juga komunikasi non verbal adalah setiap informasi atau pesan yang dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistik. Komunikasi nonverbal menjadi penting mengingat di dalamnya terkandung makna jauh lebih penting daripada apa yang kita katakan. Proses komunikasinya tidak menggunakan kata-kata dalam penyampaian pesan.

Teknik komunikasi digunakan supaya komunikasi antar manusia terjalin secara efektif. Pengertian teknik adalah suatu cara yang digunakan untuk melakukan sesuatu hal. Sedangkan pengertian komunikasi adalah penyampaian informasi dari komunikator ke

komunikasikan melalui media tertentu. Maka pengertian teknik komunikasi adalah suatu cara yang digunakan dalam menyampaikan informasi dari komunikator ke komunikan dengan media tertentu. Dengan adanya teknik ini diharapkan setiap orang dapat secara efektif melakukan komunikasi satu sama lain dan secara tepat menggunakannya.

G. Evaluasi

1. Menjadi pendengar yang baik merupakan bentuk etika dan pribadi yang baik kepada rekan kerja. Perilaku semacam ini membantu lawan bicara memberikan Suatu saat nanti, nilai itu akan kembali sesuai perbuatan dan orang akan menaruh hormat dan respek karena telah membantunya. Termasuk ke dalam bentuk jenis komunikasi dialogis apakah yang dimaksud dalam pernyataan di atas ?
2. Peran seorang pimpinan kepada bawahan dalam organisasi begitu penting terhadap pemahaman pelaksanaan tugas. Oleh karenanya dibutuhkan sebuah interaksi yang menjembatani keduanya akan pemahaman dan bahasa yang dimaksud. Bagaimana menurut pendapat anda ?
3. Sebuah pesan dapat disampaikan secara verbal maupun non verbal, jelaskan pernyataan yang dimaksud!
4. Sebutkan teknik komunikasi yang anda ketahui dengan singkat dan jelas ?
5. Sebutkan macam-macam bentuk aliran pola komunikasi yang anda ketahui ?

H. Umpan Balik

Silahkan kepada peserta untuk mengerjakan soal evaluasi dalam bab ini. Berikan nilai dan hitunglah jumlah nilai yang diperoleh berdasarkan kunci jawaban. Jika peserta dapat menjawab seluruh soal dengan benar maka peserta dianggap telah menguasai materi dalam bab ini. Dan jika jawaban benar belum mencapai minimal 3 soal berarti peserta perlu mengulang kembali mempelajari bab IV modul ini dengan lebih baik.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidupnya, manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa terlepas dari berhubungan dengan orang lain. Hubungan antara manusia itu sendiri memerlukan suatu proses yang sering disebut komunikasi.

Komunikasi adalah studi ilmiah tentang pesan dan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga menghasilkan pesan yang punya efek terhadap penerima pesan. Ilmu Komunikasi juga merupakan kajian disiplin ilmu yang masih muda jika dibandingkan dengan ilmu lainnya seperti psikologi, ilmu sosial dan ekonomi.

Proses komunikasi sendiri tidak melulu terjadi satu arah saja tetapi komunikasi juga dapat dilakukan secara dua arah atau interaktif dengan kata lain ada proses dialog dan hampir semua jenis komunikasi berjalan secara dialogis. komunikasi dialogis dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan antarpersonal (antara satu orang dengan orang lain) yang menunjukkan adanya interaksi.

Bagi seorang penyuluh hukum secara tidak langsung harus memiliki kemampuan dasar komunikasi yang baik untuk menunjang tugasnya dalam penyuluhan hukum, sehingga informasi yang disampaikan kepada khalayak masyarakat mewujudkan komunikasi penyuluhan yang efektif.

Seorang penyuluh agar memiliki kredibilitas saat melaksanakan penyuluhan harus memiliki latar belakang pendidikan di bidang penyuluhan, memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang penyuluhan. Penyuluh juga harus memiliki karakter yang rela menyuluh, cinta dan bangga akan penyuluhan, memiliki kepribadian yang empatik, memiliki tujuan dan memiliki cara penyampaian yang menarik.

Sikap mental akan mempengaruhi komunikasi dalam berkomunikasi. Sikap mental berhubungan dengan rasa percaya diri. Dalam membentuk sikap mental yang baik dalam berkomunikasi seorang komunikator harus percaya diri. Selain percaya diri, komunikator juga harus menguasai pesan yang akan disampaikan, sehingga komunikator benar-benar siap dalam melakukan penyuluhan. Sikap mental yang baik dapat dibentuk dari latihan berbicara di depan umum dengan latihan di depan cermin. Tingkat pengetahuan, meliputi pengetahuan penyuluh mengenai materi atau isi komunikasi, ciri-ciri penerima, cara-cara berkomunikasi. Pengetahuan tentang materi menentukan ketepatan komunikasi. Posisi dalam sistem sosial budaya mempengaruhi ketepatan komunikasi. Penyuluh memiliki posisi berbeda dalam sistem sosial masyarakat karena berasal dari luar sistem masyarakat.

B. Tindak Lanjut

1. Berbekal hasil belajar pada modul Teknik komunikasi dialogis selanjutnya peserta dapat menerapkan teknik komunikasi dialogis dalam menjalankan tugas dan fungsi sehari-hari selaku Pejabat Fungsional Penyuluh Hukum Ahli Madya sesuai dengan ruang lingkup tugasnya
2. Apabila peserta telah mampu menjelaskan dan memberikan pandangan sebagaimana dalam latihan dan evaluasi pada keseluruhan dalam modul ini, berarti peserta telah menguasai mata pelatihan teknik komunikasi dialogis dengan baik. Namun, jika peserta masih ragu dengan pemahaman mengenai materi yang dijelaskan, maka peserta masih perlu membaca lebih banyak lagi referensi khususnya yang terkait dengan materi teknik komunikasi dialogis penyuluhan hukum.

KUNCI JAWABAN

BAB II

Evaluasi

1. Kesamaan terhadap pengertian antara sumber dan penerima.
2. Melalui media demonstrasi di masyarakat terkait dengan sosialisasi peraturan perundang-undangan di lingkungan masyarakat secara langsung, seperti halnya pelaksanaan kegiatan simulasi
 - a. Sebagai Saluran Komunikasi
 - b. Sebagai Media Sosialisasi Penyuluhan Hukum
 - c. Sebagai Peragaan Kegiatan Penyuluhan Hukum
3. Pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh penerima pesan dengan memperhatikan lima unsur yaitu pemberi pesan, pesan, media, penerima pesan, dan umpan balik.
4. Untuk dapat melaksanakan komunikasi dialogis dengan baik, diperlukan penguasaan materi masalah yang akan dikomunikasikan dalam penyuluhan hukum.
5. Yakni pada saat terbentuknya sebuah dialog antara satu pihak dengan pihak lain dalam suatu situasi tertentu agar dicapai suatu pemahaman dan dapat membuat keputusan secara tepat. Untuk dapat melaksanakan komunikasi dialogis dengan baik, diperlukan penguasaan materi/bahan komunikasi.

BAB III

Evaluasi

1. Teknik komunikasi digunakan supaya komunikasi antar manusia terjalin secara efektif. Pengertian teknik adalah suatu cara yang digunakan untuk melakukan sesuatu hal. Sedangkan pengertian komunikasi adalah penyampaian informasi dari komunikator ke komunikan melalui media tertentu. Maka pengertian teknik komunikasi adalah suatu cara yang digunakan dalam menyampaikan informasi dari komunikator ke komunikan dengan media tertentu. Dengan adanya teknik ini diharapkan setiap orang dapat secara efektif melakukan komunikasi satu sama lain dan secara tepat menggunakannya.
2. Penyuluhan hukum saat ini dihadapi pada pilihan banyak jenis dan ragam media yang tersebar baik cetak maupun elektronik. Terhadap hal ini organisasi pengampu penyuluhan hukum perlu memilih sebuah media yang tepat sebagai sarana menyampaikan pesan kepada masyarakat, ketepatan pemilihan jenis media tersebut sangat mempengaruhi ketertarikan target sasaran penyuluhan hukum. Tidak itu saja organisasi pengampu penyuluhan hukum harus memperhatikan dan mempertimbangkan aspek aspek lain yang dibutuhkan seperti, nama baik media, kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan masyarakat terhadap sebuah media, ragam dan fiturnya menarik dan lain sebagainya. Karenanya penyuluhan hukum harus mempunyai instrumen yang mampu mendukung pemilihan jenis media yang tepat dan sesuai kebutuhan sehingga tidak terjebak dan salah memilih media.

3. Menemukanenali ciri ciri informasi yang mengandung hoax, saring sebelum *sharing*, mengutamakan logika, segera klarifikasi, ikut grup anti *hoax*, periksa data dan fakta, cermati laman informasi/website tersebut.
4. Menyusun peta kelompok sasaran (audiens) kemudian menerapkannya dalam perencanaan penyuluhan hukum, dan penerapannya didukung sebuah metode dan media yang menarik termasuk di dalamnya keterampilan komunikator (gaya) menyampaikan pesan yang diinginkan.
5. Mampu menjawab ekspektasi komunikan dengan cara mendengar, menyampaikan pesan dengan kearifan, mampu memahami, bertindak dan menghidupkan suasana serta ada umpan balik.
6. Segmentasi adalah bagaimana cara kita memandang sasaran penyuluhan hukum.

BAB IV

Evaluasi

1. Komunikasi dialogis dalam bentuk sikap/perilaku
2. Pimpinan dan bawahan perlu menjalin komunikasi yang didasari dalam bentuk dialogis. Hal ini penting dilakukan terutama menyangkut perhatian atasan kepada bawahannya dan sebaliknya pemahaman bawahan terhadap terhadap tugas yang diberikan oleh atasannya. Adanya komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan dapat menimbulkan rasa tanggung jawab yang menimbulkan moral kerja

karyawan meningkat. Oleh karenanya seorang pimpinan harus selalu memberikan perhatian kepada bawahan sebagai dasar ikatan hubungan kerja yang profesional.

3. Jawab : Cara penyampaian pesan yang umum biasanya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal. Bahasa verbal adalah penyampaian yang menggunakan bahasa. Bahasa merupakan alat yang paling vital dalam komunikasi. Pemahaman terhadap bahasa adalah fungsinya sebagai alat yang sangat berarti bagi penyampaian informasi. Bahasa dijadikan sebagai alat untuk mengungkapkan gagasan dan apabila ada kesamaan dalam memahami gagasan tersebut maka akan ada kesepakatan di antara orang-orang yang sedang berkomunikasi. Sementara itu non verbal merupakan sebuah proses komunikasi di mana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.
4. Bicara jelas dan tidak ada makna ganda, tidak berbelit, memahami betul siapa yang diajak bicara, Sampaikan informasi dengan mempertimbangkan bahasa kearifan lokal, pesan disampaikan dengan perilaku yang baik, tidak terputus-putus, berikan contoh, sampaikan dengan penuh kelembutan dan kendalikan suara.
5. Pola lingkaran, pola roda, pola Y, pola rantai dan pola bintang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alat Peraga dalam Penyuluhan Hukum. Departemen Hukum. Jakarta, 1982.
- Agus M.Hardjana, Komunikasi intrapersonal dan interpersonal (Yogyakarta: Kanisius Media) 2003. Hal 11
- . Buku 1 Media Visual dalam Pelatihan dan Penyuluhan. Pusat Manajemen Pengembangan SDM Hukum. Ciawi, 2001.
- . Buku 2 Media Visual dalam Pelatihan dan Penyuluhan. Pusat Manajemen Pengembangan SDM Hukum. Ciawi, 2001.
- Garnadi, A., Penggunaan Visual Aid dalam Penyuluhan Hukum, Direktorat Penyuluhan Hukum, Jakarta, 1997.
- Hasanudin, Modul *E Learning* Teknik Komunikasi Dialogis, Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Hukum dan HAM, Depok, 2020.
- Hasanudin, Modul Pelatihan Teknik Komunikasi Dialogis, Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Hukum dan HAM, Depok, 2019.
- Sadiman, A.S., Cv. Rajawali Citra, Media Pendidikan, Jakarta, 1990.
- Sudjana, N. dan A. Rivai, Media Pengajaran, Sinar Baru, Bandung, 1990.
- Padmo, S, Komunikasi dialogis dan komunikasi, Departemen Hukum, Jakarta, 2000.

Widodo, S dan Nuraeni, Komunikasi dialogis, Cetakan I, Universitas Terbuka, Jakarta, 2006.

John E. Kennedy dan R Dermawan Soemanegara, Sasaraning Communication (Takti dan Strategi), BIP, Jakarta, 2009.

B.S. Wibowo. 2002. Sharpening our concept and tool, Kiat praktis manajemen, Jakarta : PT Syaamil Cipta Media, 22 September 2020 <http://manajemenkomunikasi.blogspot.com/2007/11/komunikasi-efektif-1.html>

Pascal., Teknik Teknik Komunikasi, 22 September 2020, <http://situliatsitucoment.blogspot.com/2010/02/informative-communication-komunikasi.html>

Suwardi Lubis, Komunikasi Dialogis Landasan Masyarakat Demokratis, 22 September 2020, <https://media.neliti.com/media/publications/264625-komunikasi-dialogis-landasan-masyarakat-efc5e25a.pdf>

Direktori Training Indonesia, Teknik Berkomunikasi Yang Baik, 22 September 2020, <http://direktoritraining.com/teknik-berkomunikasi-yang-baik/>

Nina Rahmayanty, Teori-teori Pemasaran, 23 September 2020, <http://duniapemasaranglobal.blogspot.com/p/teori-teori-pemasaran.html>

Putri Rosaliana, Pengertian Komunikasi Pemasaran Serta Segmentasi Targeting Positioning dan Diferensialnya, 23 September 2020, <https://putryrosaliana.wordpress.com/2012/10/09/pengertian-komunikasi-pemasaran-serta-segmentasi-targeting-positioning-dan-diferensiasinya/>

Rumah Biaglala, Strategi Komunikasi Yang Efektif, 24 September 2020, <http://id.scribd.com/doc/27268937/Strategi-Komunikasi-yang-Efektif>

Oejank, Bimbingan Konseling Jakarta, Komunikasi Dialogis Dalam Konseling, 24 September 2020, http://sahabat-bimbingankonselingjakarta.blogspot.com/2011/08/komunikasi-dialogis-dalam-konseling_07.html

Kinozuke, Basic Advertising, 24 September 2020, <http://basic-advertising.blogspot.com/2009/07/bauran-dan-proses-komunikasi-pemasaran.html>

Ambar, Kelebihan dan Kekurangan Komunikasi Interpersonal, 24 September 2020, <https://pakarkomunikasi.com/author/ambar>

Ambar, Komunikasi Interpersonal, 24 September 2020, <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-interpersonal>.



Diterbitkan oleh :
BPSDM KUMHAM Press
Jalan Raya Gandul – Cinere, No. 4, Depok 16512
Telp. (021) 7540123

ISBN 978-623-5716-58-9

