



**MODUL PELATIHAN
FUNGSIONAL JABATAN FUNGSIONAL PENYULUH HUKUM**

TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS

Penulis :
Hasanudin, 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 2020**



**MODUL PELATIHAN
FUNGSIONAL JABATAN FUNGSIONAL PENYULUH HUKUM**

TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS

Penulis :
Hasanudin, S.H., M.H

Editor :
Fanilia Arly, S.Pd

**KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA RI.
BADAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA HUKUM DAN HAM
PUSAT PENGEMBANGAN DIKLAT FUNGSIONAL DAN HAM
DEPOK, 2020**

TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS

Penulis:
Hasanudin, S.H., M.H

ISBN : 978-623-95899-8-1

Editor:
Fanilia Arly, S.Pd

Diterbitkan oleh :
Pusat Pengembangan Diklat Fungsional Dan HAM
Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum Dan HAM
Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
Jalan Raya Gandul – Cinere, No. 4, Depok 16512
Telp. (021) 7540077, 7540124 Fax. (021) 7543709

Dicetak oleh :
CV. Alnindra Putra Perkasa - Depok

Cetakan Pertama, Desember 2020

Hak Cipta © dilindungi Undang-Undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun
tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya serta kerja keras Tim Penyusun dan Editor sehingga berhasil disusun Modul Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum.

Pejabat Fungsional Penyuluh Hukum memiliki peran penting dalam melakukan penyebarluasan norma dan peraturan perundang-undangan kepada masyarakat. Penyuluhan hukum dapat meningkatkan kesadaran hukum masyarakat apabila dilakukan secara berkesinambungan dengan metode yang menarik, mendidik dan dilakukan secara kreatif. Agar tujuan tersebut dapat tercapai maka dibutuhkan Pejabat Fungsional Penyuluh Hukum yang kompeten, profesional, dan berintegritas.

Mengingat pentingnya peran yang dimiliki oleh Penyuluh Hukum dalam upaya meningkatkan kesadaran hukum masyarakat perlu selaras dengan peningkatan kompetensi. Salah satu upaya yang dilakukan untuk terwujudnya peningkatan kompetensi Penyuluh Hukum adalah melalui Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum.

Untuk mencapai keberhasilan dan efektivitas penyelenggaraan Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum diperlukan modul yang berkualitas dan sesuai dengan kurikulum pelatihan yang telah disusun berdasarkan kebutuhan pengembangan kompetensi Pejabat Fungsional Penyuluh Hukum.

Diharapkan modul tersebut dapat memberikan ilmu yang bermanfaat bagi Pejabat Fungsional Penyuluh Hukum dalam melakukan tugas dan fungsinya. Di samping mempelajari modul secara menyeluruh, Peserta juga disarankan dapat mengembangkan pemahaman melalui sumber-

sumber belajar lain di luar modul. Semoga modul ini dapat bermanfaat dan membantu dalam proses pembelajaran, baik oleh peserta, widyaiswara, tenaga pengajar, atau fasilitator.

Harapan kami semoga melalui Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum dapat dihasilkan para lulusan Pejabat Fungsional Penyuluh Hukum yang memiliki kompetensi serta mampu melaksanakan tugas dan fungsinya secara profesional dan berintegritas.

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 ini serta Narasumber yang telah memberikan revidan masukan yang sangat bermanfaat untuk penyempurnaan Modul ini. Semoga Modul ini dapat bermanfaat bagi peserta, widyaiswara, tenaga pengajar, atau fasilitator Pelatihan Fungsional Penyuluh Hukum.

Depok, 10 November 2020

Kepala Pusat Pengembangan Pendidikan dan
Pelatihan Fungsional dan Hak Asasi Manusia,



Pocut Eliza, S.Sos.,S.H.,M.H.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Deskripsi Singkat	3
C. Manfaat Modul	4
D. Tujuan Pembelajaran	4
E. Materi Pokok dan Sub Materi Pokok	5
F. Petunjuk Penggunaan Modul	5
BAB II KONSEP MEDIA KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM	7
A. Menentukan Jenis Media	7
B. Prosedur Pemilihan Media	11
C. Penyuluh Hukum sebagai Komunikator	12
D. Komunikasi Sebagai Obyek Penyuluhan	18
E. Latihan	19
F. Rangkuman	19
G. Evaluasi	21
BAB III SEGMENTASI KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM	23
A. Pengertian	23
B. Jenis Segmentasi	25
C. Basis Segmentasi	31

D. Latihan.....	33
E. Rangkuman.....	34
F. Evaluasi.....	35
 BAB IV TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN	
HUKUM	37
A. Perencanaan Komunikasi Dialogis.....	37
B. Teknik dan Strategi.....	41
C. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja Pimpinan dan Bawahan.....	46
D. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja antar Sesama Pegawai	50
E. Hambatan Komunikasi Dialogis	52
F. Pemilihan Saluran Komunikasi	54
G. Latihan	55
H. Rangkuman	56
I. Evaluasi	57
 BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	59
B. Tindak Lanjut	60
KUNCI JAWABAN	61
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Media Penyuluhan Hukum	8
Gambar 2. Media Penyuluhan Dalam Bentuk Cetak	9
Gambar 3. Media Penyuluhan Dalam Bentuk Audio	9
Gambar 4. Media Penyuluhan Visual dan Audio Visual.....	9
Gambar 5. Media Penyuluhan berupa Objek Fisik atau Benda Nyata	10
Gambar 6. Memilih Media Partner yang Baik	11
Gambar 7. Pelatihan Motivasi kepada Penyuluh Hukum	13
Gambar 8. Penyuluhan Hukum Melalui Mobil Penyuluhan Keliling.....	14
Gambar 9. Segmentasi Audiens	24
Gambar 10. Segmentasi Sasaran	25
Gambar 11. Koordinasi Kegiatan Penyuluhan Hukum	39
Gambar 12. Strategi Komunikasi Dialogis.....	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Klasifikasi Media dan Alternatif Pemilihan Media.....	10
Tabel 2. Tujuan dan Kesulitan dalam Proses Komunikasi	38
Tabel 3. Hambatan Komunikasi	53
Tabel 4. Tipe Pendekatan Saluran komunikasi dengan Jenis Metode Penyuluhan	55

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, yang disampaikan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media penyuluhan. Jika kita renungkan, penyuluhan hukum ini bisa dikatakan sebagai salah satu bentuk komunikasi.

Komunikasi sendiri terambil dari kosa kata latin *communicatio* 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 maknayang berarti sama¹. Sedangkan secara istilah komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada pihak lain atau komunikan 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 seperti dalam bentuk media cetak dan televisi atau media lainnya seperti media elektronik dan internet yang di dalamnya banyak pilihan *platform* media sosial.

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

Secara umum dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan instrumen yang digunakan dalam rangka penyampaian informasi apa saja termasuk kegiatan penyuluhan hukum dan tidak dipungkiri 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 termasuk, kemampuan 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 secara umum dipahami merupakan gagasan yang ada pada diri seseorang yang diolah menjadi pesan kemudian pesan tersebut disampaikan dan mendapat tanggapan. Dari proses komunikasi itu, secara teknis pelaksanaannya, komunikasi dapat dirumuskan sebagai kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain.²

Bila melihat bentuknya, komunikasi penyuluhan hukum dapat digunakan dengan komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah. Namun pada praktiknya, komunikasi penyuluhan hukum dilakukan dua arah dimana di dalamnya ada proses dialog dan sifatnya yang interaktif. Komunikasi dua arah tersebut lazim dikenal dengan komunikasi dialogis, yakni sebuah proses penyampaian pesan antar pribadi maupun kelompok yang menunjukkan adanya sebuah

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

interaksi, sebuah hubungan yang terjadi melalui dialog. Ruang dialog yang terjadi kemudian berwujud pada respon terhadap sebuah perasaan, gagasan, emosi, serta informasi lainnya yang dilakukan secara langsung kepada mitra dialognya.

Dalam ilmu komunikasi, dikenal dengan komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi 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 bagi peserta pelatihan Jabatan Fungsional Penyuluh Hukum. Melalui modul ini diharapkan peserta memiliki pemahaman teknik komunikasi dialogis baik teori maupun praktis sebagai bahan yang perlu diintegrasikan dalam berkomunikasi kepada peserta penyuluhan hukum.

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.

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

C. Manfaat Modul

Melalui modul ini diharapkan peserta memiliki pengetahuan praktik komunikasi dialogis penyuluhan hukum peserta kegiatan penyuluhan hukum sekaligus menambah wawasan peserta dengan mempelajari bahan-bahan lain yang terkait dengan aspek dasar komunikasi.

D. Tujuan Pembelajaran

1. Hasil Belajar

Setelah mempelajari modul ini, peserta pelatihan diharapkan mampu menerapkan Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum.

2. Indikator Hasil Belajar

Indikator hasil belajardisusun berdasarkan tujuan pembelajaran dan pokok pembelajaran dalam silabus.

Adapun indikator hasil belajar modul ini adalah sebagai berikut:

Pokok Pelajaran 1 : Setelah mempelajari modul ini peserta diharapkan mampu menjelaskan konsep media komunikasi dialogis penyuluhan hukum;

Pokok Pelajaran 2 : Setelah mempelajari modul ini peserta pelatihan diharapkan mampu menentukan jenis komunikasi berdasarkan segmentasi;

Pokok Pelajaran 3 : Setelah mempelajari modul ini peserta diharapkan mampu menggunakan teknik komunikasi dialogis penyuluhan hukum.

E. Materi Pokok dan Sub Materi Pokok

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

1. Konsep Media Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum
 - a. Menentukan Jenis Media;
 - b. Prosedur Pemilihan Media;
 - c. Penyuluh Hukum Sebagai Komunikator;
 - d. Komunikasikan Sebagai Obyek Penyuluhan Hukum.
2. Segmentasi Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum
 - a. Pengertian Segmentasi;
 - b. Jenis Segmentasi;
 - c. Basis Segmentasi;
3. Teknik Komunikasi Dialogis Penyuluhan Hukum
 - a. Perencanaan Komunikasi Dialogis;
 - b. Teknik dan Strategi Komunikasi Dialogis;
 - c. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja Pimpinan dan Bawahan;
 - d. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja Antar Sesama Pegawai;
 - e. Hambatan Komunikasi Dialogis;
 - d. Pemilihan Saluran Komunikasi Dialogis.

F. Petunjuk Penggunaan Modul

Sebelum mengikuti materi diklat Komunikasi Dialogis, peserta pelatihan:

1. berlatar belakang sebagai Pejabat Fungsional Penyuluh Hukum;
2. telah mengikuti pelatihan menyusun peta penyuluhan hukum; dan
3. telah mengikuti pelatihan penyusunan program kegiatan penyuluhan hukum.

BAB II

KONSEP MEDIA KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM

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

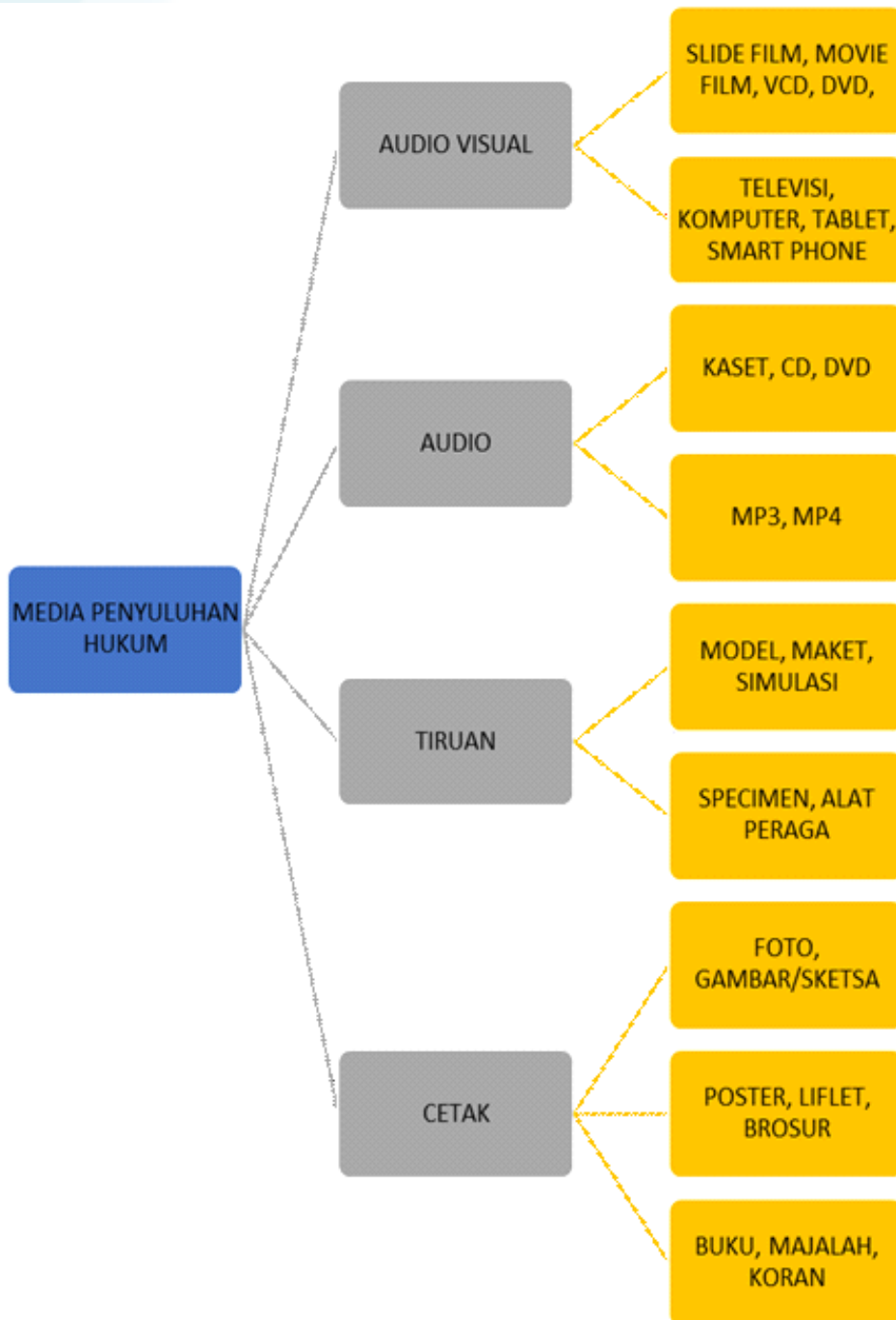
Dalam hal melaksanakan kegiatan penyuluhan hukum, banyak pilihan media yang bisa digunakan. Namun demikian yang menjadi penting adalah bukan pada banyak tidaknya media penyuluhan yang tersedia, tetapi bagaimana menyiapkan konsep komunikasi dialogis penyuluhan hukum sesuai dengan kebutuhan penggunanya.

Berikut penyiapan konsep yang layak untuk disiapkan :

A. Menentukan Jenis Media

Penentuan jenis media visual yang efektif untuk sosialisasi peraturan perundang-undangan merupakan langkah awal yang perlu dilakukan dalam perencanaan suatu pelatihan atau penyuluhan hukum. Paling tidak ada 6 (enam) pertanyaan yang perlu diajukan berkaitan dengan penentuan jenis media yang digunakan, antara lain siapa yang akan dilatih, apa yang diharapkan dan mampu dilakukan oleh peserta penyuluhan hukum, dimana pelatihan akan diadakan dan berapa lama, metode sosialisasi apa yang digunakan, media penyuluhan apa yang akan digunakan, bagaimana mengetahui efektifitas penyuluhan.

Jenis-jenis media penyuluhan hukum dapat digambarkan dalam gambar berikut:



Gambar 1. Media Penyuluhan Hukum

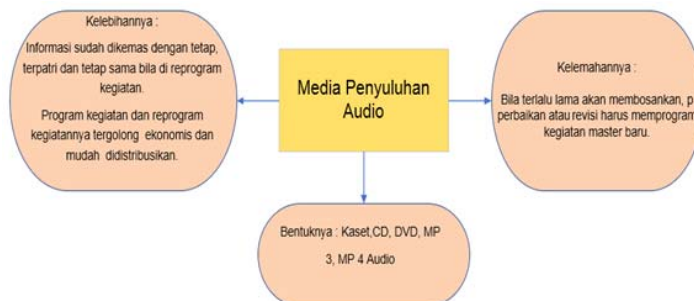
Berikut Diagram Komunikasi Dialogis berdasarkan karakteristik:

1. Media Penyuluhan Hukum Tercetak



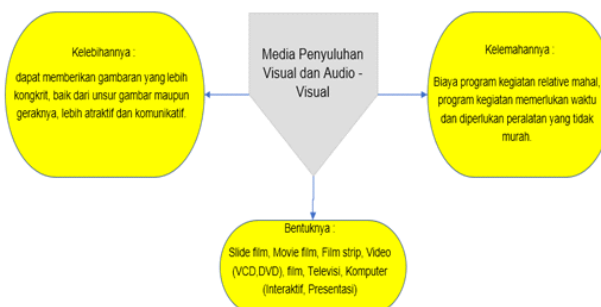
Gambar 2. Media Penyuluhan Dalam Bentuk Cetak

2. Media Penyuluhan Hukum dalam bentuk Audio



Gambar 3. Media Penyuluhan Dalam Bentuk Audio

3. Media Penyuluhan Hukum Dalam Bentuk Visual dan Audio Visual



Gambar 4. Media Penyuluhan Visual dan Audio Visual

4. Media Penyuluhan Hukum Dalam Bentuk Obyek Fisik atau Benda Nyata



Gambar 5. Media Penyuluhan berupa Objek Fisik atau Benda Nyata

Pemilihan media sesuai dengan aspek perilaku sasaran

Tabel 1. Klasifikasi Media dan Alternatif Pemilihan Media

Klasifikasi Media	Alternatif pemilihan media sesuai dengan aspek perilaku sasaran
	Sikap/Pengetahuan dan Keterampilan
Bentuk Visual	Maket Spesimen Sample/moster Pemodelan
Media Cetak	Brosur Folder Leaflet Peta Singkap Liputan Foto
Media proyeksi	Video TV Film Strip Film Slide Presentasi
Media rekam	Rekaman siaran radio atau televisi Rekaman dalam bentuk CD, DVD, Flash Disk

B. Prosedur PemilihanMedia

Prosedur pemilihan komunikasi dialogis perlu mendapat perhatian sebagai berikut:

- a. Tetapkan pesan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan sasaran yakni kebutuhan masyarakat.
- b. Rumuskan tujuan yang hendak dicapai yakni perubahan perilaku masyarakat dengan aspek pengetahuan keterampilan dan sikap.
- c. Lakukan pemilihan terhadap media penyuluhan yang tersedia, potensi lingkungan masyarakat yang dapat dimanfaatkan sebagai media penyuluhan dan penilaian terhadap tahap adopsi sasaran.
- d. Perhitungan biaya yang diperlukan untuk persiapan pembuatan atau pengadaan media penyuluhan.
- e. Tetapkan media penyuluhan sesuai dengan metode penyuluhan yang telah ditetapkan.
- f. Lakukan evaluasi pemilihan dan penggunaan metode

Evaluasi penting dilakukan untuk mengukur sejauh mana komunikasi dialogis yang telah dipilih dan digunakan. Dirasakan manfaatnya terhadap pemilihan bahan perbaikan dalam rangka meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan komunikasi dialogis pada periode berikutnya secara berkesinambungan.



Gambar 6. Memilih Media Partner yang Baik

Sumber : (blog.ub.ac.id)

C. Penyuluh Hukum sebagai Komunikator

Komunikator adalah individu atau kelompok masyarakat yang mengambil prakarsa atau sedang mengadakan komunikasi dengan individu atau dengan kelompok masyarakat menjadi sasarannya. Jadi komunikator merupakan sumber komunikasi yang sekaligus juga bertindak sebagai penyaji (Totok, 1982).

Seorang komunikator harus memiliki kredibilitas yang tinggi. Untuk menaikkan kredibilitas yang bisa menyangkut kecakapan, kepercayaan dan keahlian, maka dibutuhkan pola agar dapat membangun kredibilitas seseorang komunikator.

Menurut Parton (1996) Komunikator harus menguasai 4 keahlian dasar yaitu:

- a. Mendengar, memberi dan memberikan umpan balik;
- b. Menunjukkan ketegasan;
- c. Menangani konflik;
- d. Memecahkan masalah.

Sementara itu peran komunikator dapat juga dilihat dari dua sisi yakni:

- a. Etos komunikator, maksudnya adalah nilai diri seseorang yang merupakan paduan dari kognisi atau efektif, dan konasi. Faktor yang dapat menyebabkan adanya etos dalam diri seseorang adalah kesiapan, kesungguhan, kepercayaan, keramahan dan kesederhanaan.
- b. Sikap, maksudnya adalah suatu kesiapan kegiatan, suatu kecenderungan pada diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan menuju atau menjahui nilai-nilai sosial. Dalam meningkatkan kualitas tenaga penyuluh, stimulus yang dimaksud adalah dapat berupa memberikan pengetahuan kepada para tenaga penyuluh.

Dengan pengetahuan yang mereka dapatkan, reaksi yang didapat berupa meningkatnya pengetahuan tenaga penyuluh yang merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki. Tetapi penerima pengetahuan ini juga masih ditentukan oleh nilai baik dan buruk, positif dan negatif, menyenangkan dan tidak menyenangkan dari tenaga penyuluh itu sendiri. Penyuluh Hukum sebagai komunikator dalam sebuah kegiatan penyuluhan hukum adalah orang yang tugasnya menyampaikan pesan, apakah itu pesan pembangunan dalam artian yang lebih umum ataupun pesan yang sifatnya pribadi untuk mengubah perilaku khalayak. Tugas komunikator adalah berkomunikasi kepada komunikan.

Terdapat paling tidak empat faktor yang ada pada sumber yang dapat meningkatkan ketepatan komunikasi, yaitu: keterampilan berkomunikasi, sikap mental, tingkat pengetahuan, dan posisi dalam system social budaya. Keterampilan berkomunikasi merupakan salah satu faktor yang melekat pada diri seorang penyuluh.



Gambar 7. Pelatihan Motivasi kepada Penyuluh Hukum

Dalam komunikasi verbal diperlukan keterampilan berbicara dan menulis, mendengarkan dan membaca, dan berpikir serta bernalar. Komunikator yang berbicara dengan baik akan sangat menarik perhatian komunikan. Komunikator juga harus mampu menulis dan

membaca dengan baik, misalnya saat menyampaikan pesan dengan metode mengajar. Kemampuan dalam berpikir dan bernalar juga merupakan kemampuan yang harus dimiliki seorang komunikator dalam penyampaian pesannya. Keterampilan berkomunikasi yang dimiliki oleh seorang penyuluh sangat mempengaruhi penampilannya ketika sedang mengadakan komunikasi.

Sering dijumpai bahwa penampilan komunikator ditentukan oleh kredibilitas yang mereka miliki. Seseorang yang mempunyai gelar di bidang Hukum sering diasumsikan mempunyai kredibilitas yang tinggi dalam prioritas pekerjaan melakukan komunikasi. Di lain pihak orang yang berpengalaman juga mempengaruhi kredibilitas dalam sebuah komunikasi. Misalnya, petugas penyuluh yang sudah berpengalaman bekerja sebagai penyuluh akan lebih dipercayai sebagai penyuluh yang handal dibanding dengan orang yang belum pernah melaksanakan penyuluhan atau orang yang baru pertama sekali melaksanakan penyuluhan.

Soekarwati (2008) menyatakan dalam praktek komunikasi, komunikator yang mempunyai kredibilitas tinggi dalam melakukan komunikasi sosial sering ditentukan oleh berbagai faktor, antara lain:

- a. Latar belakang pendidikan, pengetahuan dan pengalaman.
- b. Karakter yang dimiliki.
- c. Cinta dan kebanggaan akan pekerjaan melakukan komunikasi yang diikuti ketekunan dalam melakukan pekerjaannya.
- d. Kepribadian yang ia miliki
- e. Tujuan melakukan komunikasi.
- f. Cara penyampaian. Penyampaian informasi dengan peraga, atau menggunakan gerak tangan atau alat lain sehingga mampu memikat pendengarnya.

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.

Penyuluh juga harus dapat membedakan konteks komunikasi yang berbeda, komunikasi yang dilakukan di kalangan khalayak yang memiliki strata yang berbeda dalam masyarakat akan memiliki perbedaan dalam hal pilihan kata-kata, saluran dan jenis pesan yang ingin digunakan dalam komunikasi. Bisa dipastikan bahwa penyuluhan yang dilakukan pada konteks strata sosial yang tinggi yang dalam masyarakat biasanya akan lebih formal dibanding dengan melakukan penyuluhan hukum dengan strata sosial yang lebih rendah. Seorang penyuluh hukum harus dapat memahami konteks tingkatan sosial masyarakat sehingga mampu melakukan penyuluhan hukum dengan tepat.

D. Komunikan Sebagai Obyek Penyuluhan

Setelah mengetahui hal yang harus dimiliki oleh seorang penyuluh hukum (komunikator), maka selanjutnya seorang penyuluh harus memperhatikan beberapa hal yang harus dimiliki oleh obyek penyuluhan (komunikan). Peran komunikan dalam komunikasi adalah sebagai penerima pesan. Dalam penyuluhan, komunikan adalah khalayak yang akan disuluh. Terdapat paling tidak empat faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi. Keempat faktor itu adalah keterampilan berkomunikasi, sikap, tingkat pengetahuan, dan system sosial budaya komunikan. Keterampilan berkomunikasi yang perlu dikuasai oleh penerima adalah keterampilan mendengarkan dan membaca, berbicara dan menulis, berpikir dan bernalar.

Subjek penyuluhan hukum dalam hal ini masyarakat biasanya tidak mengerti terhadap pribadi yang dimiliki seorang komunikan saat menyampaikan pesan dalam sebuah penyuluhan karena keterbatasan pengetahuan. Kebanyakan masyarakat justru belajar secara otodidak di dalam lingkungannya sendiri.



Gambar 8. Penyuluhan Hukum Melalui Mobil Penyuluhan Keliling

Indikasi timbulnya komunikasi dialogis adalah munculnya sikap terbaik yang lahir dari proses komunikasi yakni kesamaan makna maupun pemahaman antara komunikator dan komunikan. Timbulnya kesadaran partisipasi dalam komunikasi dan tidak hanya sebagai pendengar yang pasif, tetapi menjadi pendengar yang aktif dalam sebuah komunikasi. Peran komunikator dalam penyuluhan sebagai pendengar sangat besar. Peran komunikan ini terkait dengan perannya sebagai penerima pesan.

Komunikan harus mampu menjadi pendengar yang baik sehingga dapat memiliki makna yang dimaksud oleh komunikator yang dapat menghasilkan komunikasi yang efektif. Beberapa petunjuk untuk meningkatkan kemampuan mendengar (Nisbet, 1988 dalam Tubbs dan Moss, 1996):

- a. Menyediakan waktu
- b. Jangan keasikan dengan diri sendiri
- c. Bersiap untuk mendengarkan
- d. Bersabar
- e. Memperhatikan dengan baik
- f. Jangan bereaksi berlebihan terhadap pesan
- g. Focus pada isi pesan
- h. Jangan berpura-pura mendengarkan

Petunjuk ini tidak dimiliki sepenuhnya oleh khalayak yang akan disuluh, sehingga penyuluh berperan menyadarkan dengan mengajarkan petunjuk ini kepada komunikan, agar tercipta keadaan komunikan yang sangat mendukung terciptanya komunikasi yang efektif. Petunjuk ini juga harus dimiliki oleh seorang penyuluh untuk keefektifan mendengarkan. Namun, tidak semua khalayak tidak memiliki kemampuan mendengar yang baik, maka penyuluh harus mampu memetakan kemampuan subjek penyuluhan agar dapat menentukan kemampuan yang belum dimiliki komunikan dalam berkomunikasi yang baik.

Tingkat pengetahuan komunikan juga hal yang sangat mempengaruhi keefektifan komunikasi dari faktor komunikan. Dalam hal ini pengetahuan yang harus dimiliki oleh komunikan adalah tentang sumber komunikasi, bahasa yang digunakan dalam komunikasi, tulisan, isyarat yang dipergunakan komunikator dan pengetahuan dasar yang menyangkut materi penyuluhan. Semakin tinggi pengetahuan tentang materi atau isi pesan yang ditransformasikan dalam sebuah penyuluhan akan semakin tinggi keefektifan sebuah komunikasi penyuluhan. Dalam mendukung komunikasi efektif sebaiknya penyuluhan dimulai dari hal-hal yang diketahui oleh komunikan.

Semua faktor diatas berpengaruh dengan mempertimbangkan hubungan antara sumber dengan penerima ini dalam kaitannya dengan keadaan sistem sosial budaya dimana komunikasi sedang berlangsung. Status sosial komunikan, keanggotaannya dalam kelompok, dan aturan berperilaku mempengaruhi cara komunikan menerima dan menginterpretasikan pesan yang diterimanya. Komunikan juga harus mengetahui budaya komunikator, sehingga antara komunikator dan komunikan saling menyesuaikan diri, maka komunikasi yang partisipatif dapat tercipta. Bukan suatu hal yang mudah untuk merubah kebiasaan masyarakat yang telah membudi daya sejak lama. Walaupun kebiasaan tersebut dapat menimbulkan kerugian, namun paradigma masyarakat telah dicontohkan secara turun temurun. Oleh karena itu diperlukan strategi dalam proses sosialisasi atau penyuluhan Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional yang akan dijalankan guna mencapai suatu tujuan.

Dalam melakukan penyuluhan, faktor dalam penyampaian hal-hal yang disuluhkan adalah amat penting. Karena itu, penyuluhan harus mempersiapkan terlebih dahulu suatu design tau rencana penyuluhan tersebut, yang secara terinci dan spesifik menggambarkan hal-hal pokok berikut ini:

- a. Masalah yang dihadapi;
- b. Siapa yang akan disuluh;
- c. Tujuan (*objectivities*) yang hendak dicapai dari setiap kegiatan penyuluhan;
- d. Pengembangan pesan;
- e. Metode atau saluran yang digunakan;
- f. Sistem evaluasi yang telah terpasang didalam rencana keseluruhan kegiatan tersebut.

E. Latihan

1. Dari sekian banyak media dalam penggunaannya tidak ada satu mediapun yang terbaik, karena setiap jenis media mempunyai kelemahan. Bagaimana menurut pendapat anda?
2. Uraikan pemilihan media sesuai dengan perilaku sasarandalam bentuk pendapat dan narasi anda ?
3. Media penyuluhan berupa Objek fisik atau benda nyata mempunyai kelebihan. Sebutkan kelebihan yang dimaksud?
4. Sebuah kegiatan penyuluhan hukum perlu mempertimbangkan pemilihan media. Sebutkan faktor faktor apa saja yang menjadi pertimbangan tersebut ?
5. Bagaimana konsep komunikasi dialogis menurut saudara jika diimplementasikan dalam kegiatan penyuluhan hukum?
6. Dalam penyuluhan hukum yang dimaksud komunikan adalah?

F. Rangkuman

Media tidak dapat dipilih dan digunakan tanpa perhitungan yang jelas, tetapi harus dipilih dengan teliti. Tidak ada suatu mediapun yang dapat dipakai untuk mencapai semua tujuan, sehingga tidak mungkin semua diperlakukan dengan media yang sama. Dalam

pelaksanaan kegiatan penyuluhan hukum, pemilihan jenis media yang digunakan perlu dipertimbangkan pada kebersamaan antara metode, tujuan dan situasi serta kondisi. Sementara faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan media, antara lain tujuan perubahan yang akan dicapai oleh sasaran, karakteristik sasaran/peserta penyuluhan hukum, strategi komunikasi, isi pesan, biaya dan karakteristik wilayah.

Banyak ragam media atau jenis media yang dapat kita pilih dan kiat gunakan tergantung pada materi yang disajikan, keadaan/kebutuhan sasaran, situasi tempat mensosialisasikan peraturan perundang-undangan dan tentunya tergantung tujuan yang ingin dicapai. Ragam media penyuluhan yang kerap digunakan dapat dikelompokkan ke dalam empat kelompok besar, yaitu media penyuluhan tercetak, media penyuluhan audio, media penyuluhan audio visual dan objek fisik atau benda nyata. Dari sekian banyak media dalam penggunaannya tidak ada satu mediapun yang terbaik, karena setiap jenis media mempunyai kelemahan. Yang terbaik tentunya menggunakan kombinasi beberapa jenis media, sehingga dapat menutupi kelemahan media tersebut.

Dalam konteks pelaksanaan penyuluhan hukum, pemilihan jenis media yang digunakan perlu dipertimbangkan pada kebersamaan antara metode sosialisasi peraturan perundang-undangan, mengajar, tujuan dan situasi pelatihan. Beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan antara lain tujuan perubahan yang akan dicapai oleh sasaran, karakteristik sasaran/peserta didik, strategi komunikasi, isi pesan, biaya dan karakteristik wilayah.

G Evaluasi

1. Komunikasi dialogis pada dasarnya merupakan salah satu bentuk komunikasi.....
 - a. Interaktif
 - b. Edukatif
 - c. Komunikatif
 - d. Persuasif
2. Untuk dapat melaksanakan komunikasi dialogis dengan baik, diperlukan penguasaan di bawah ini, kecuali
 - a. Materi
 - b. Keterampilan Berbicara
 - c. Perlu pengarah
 - d. Komunikasi
3. Jika ditinjau dari pelaksanaan penyuluhan hukum maka fungsi komunikasi dialogis adalah sebagai berikut, kecuali:
 - a. Sebagai saluran komunikasi
 - b. Ruang pembelajaran
 - c. Sebagai alat peraga
 - d. Ruang media sosialisasi
4. Dibawahini yang tidak termasuk salah satu klasifikasi pemilihan media menurut aspek perilaku sasaran yaitu:
 - a. Media visual
 - b. Media cetak
 - c. Media Proyeksi
 - d. Media Internet
5. Media tidak dapat dipilih dan digunakan tanpa perhitungan yang jelas tetapi harus dipilih dengan....
 - a. Baik dan benar
 - b. Teliti

- c. Konsep yang benar
 - d. Tujuan yang jelas
6. Ada 6 pertanyaan umum yang perlu diajukan berkaitan dengan penentuan jenis media yang akan digunakan. Manakah yang di bawah ini bukan pertanyaan umum tersebut?
- a. Siapa
 - b. Bagaimana
 - c. Kenapa
 - d. Apa

BAB III

SEGMENTASI KOMUNIKASI DIALOGIS

PENYULUHAN HUKUM

Setelah mempelajari Bab ini, peserta diharapkan mampu menentukan jenis komunikasi berdasarkan segmentasi

A. Pengertian

Segmentasi adalah bagaimana cara kita memandang sasaran. Bisa disebut segmen 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.⁴

Berdasarkan pengertian diatas segmentasi memiliki peran penting dalam sebuah organisasi. Segmentasi tersebut memiliki peran penting karena beberapa alasan, yaitu :⁵

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

⁴ <http://duniapemasaranglobal.blogspot.com/p/teori-teori-pemasaran.html>

⁵ Ibid.

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 pergunakan untuk lebih bisa memuaskan target sasaran anda dengan lebih efisien.⁶ 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.



Gambar 9. 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 10. 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 pengelompokan 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 empat tolak ukur yang dapat digunakan dalam segmentasi perilaku:

1. 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.
2. 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.
3. 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 komunikan;

- 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, komunikasi 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 variabel. 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 menjangkau minat orang/komunikan menerima informasi penyuluhan hukum;

- b. mampu membuat penyuluhan hukum lebih diingat oleh orang/komunikan;
- c. mampu membuat penyuluhan hukum terlihat lebih menarik dan ada sesuatu nilai tambah;
- d. mampu mengangkat nilai pengetahuan hukum menjadi lebih tinggi.

D. Latihan

1. Salah satu alasan strategi diferensiasi pelaksanaan penyuluhan hukum adalah kemampuan seorang penyuluh hukum membuat penyuluhan hukum lebih hidup dan menarik. Silahkan kemukakan pendapat anda ?
2. Menurut anda, apa yang menjadi alasan seorang komunikan tertarik pada sebuah pesan yang disampaikan secara langsung?
3. Sampaikan pendapat anda, terkait tantangan penyuluhan hukum ditengah tatanan global dan perkembangan teknologi informasi?
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. Buatlah peta basis segmentasi menurut sesuai dengan tema penyuluhan hukum yang anda susun!
7. Apakah yang dimaksud dengan segmentasi dalam konteks komunikasi dialogis penyuluhan hukum?

E. 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.

F. Evaluasi

1. Di bawah ini adalah basis segmentasi, kecuali ...
 - a. Posisi
 - b. Diferensiasi
 - c. Kondisi
 - d. Sasaran
2. Jenis segmentasi yang paling banyak digunakan adalah..
 - a. Segmentasi geografis
 - b. Segmentasi demografis
 - c. Segmentasi perilaku
 - d. Segmentasi psikografis
3. Strategi targetting didasarkan pada keunggulan...
 - a. Kompatible
 - b. Kompetitif
 - c. Komparasi
 - d. Komunikatif
4. Segmentasi perilaku cenderung mendorong seorang komunikator membuat keputusan cerdas melalui kondisi di bawah ini, kecuali...
 - a. Waktu
 - b. Biaya
 - c. Sumber daya
 - d. Relasi
5. Salah satu tolok ukur segmentasi perilaku di bawah ini adalah:
 - a. Berorientasi materi
 - b. Berorientasi loyalitas
 - c. Berorientasi pesanan
 - d. Berorientasi visi dan misi

BAB IV

TEKNIK KOMUNIKASI DIALOGIS PENYULUHAN HUKUM

Setelah mempelajari Bab ini, peserta diharapkan mampu menggunakan teknik komunikasi dialogis penyuluhan hukum

A. Perencanaan Komunikasi Dialogis

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.

Tabel 2. Tujuan dan Kesulitan dalam Proses Komunikasi

TUJUAN	KESULITAN
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 masa lalunya
	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 terbukti bersalah
Bertindak	Tidak mudah bagi orang untuk mengubah kebiasaan mereka
	Orang merasa takut akan akibat dari pengambilan tindakan yang keliru
	Banyak orang tidak suka mengambil keputusan
Umpan balik	Beberapa orang sering sengaja menyembunyikan reaksi dan apa yang sesungguhnya mereka pikirkan
	Penampilan dapat bersifat memperdaya, angguhan
	kepala tidak selalu tanda setuju dan mengerti, karena bisa digunakan untuk menutupi ketidak tahuan atau keragu-raguan



Gambar 11. Koordinasi Kegiatan Penyuluhan Hukum

Jadi proses perubahan sebagai efek komunikasi melalui tahapan yang dimulai dengan membangkitkan perhatian. Apabila perhatian komunikan 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 komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan, yakni keputusan untuk melakukan tindakan.

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.

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 sejauh mana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang benar, sedangkan kepercayaan dioperasionalisasikan sebagai persepsi komunikan tentang sejauhmana komunikator bersikap tidak memihak dalam penyampaian pesan. Dari variabel kredibilitas dapat ditentukan dimensi-dimensinya yaitu:

- a. keahlian komunikator (kemampuan, kecerdasan, pengalaman, pengetahuan, dan sebagainya)
- b. kepercayaan komunikator (kejujuran, keikhlasan, keadilan, dan sebagainya).

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, dsb. 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.

B. Teknik dan Strategi

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.

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 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 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 *whosays 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).

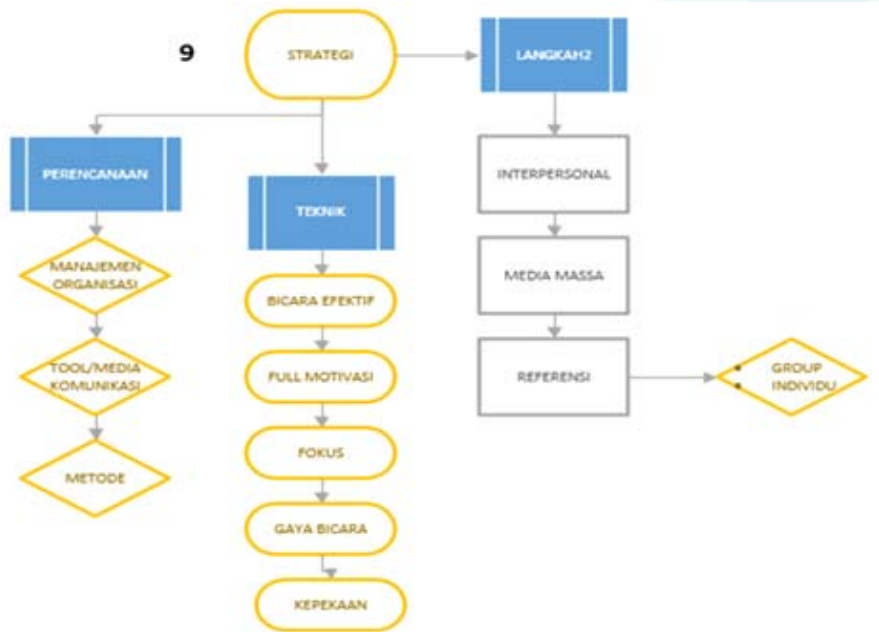
Tambahan pertanyaan tersebut dalam strategi komunikasi sangat penting, karena pendekatan terhadap efek yang diharapkan dari suatu kegiatan komunikasi. Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Dalam hal ini ada beberapa aspek yang harus diperhatikan.

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, dsb, 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 ybs.
2. Reference Group/Kelompok Strategis; melibatkan dan mengundang kelompok/komunitas alam 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.

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.



Gambar 12. Strategi Komunikasi Dialogis

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 kebutuhantadi, yang layak bagi situasi kelompok di mana sasaran berada pada saat ia gerakan 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.

Cara penyampaian pesan dapat 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.

Untuk itu sebuah pesan perlu melihat kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan tanggapan sesuai dengan yang kita kehendaki, seperti :

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan dengan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan.
- b. Pesan harus menggunakan lambang yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dengan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.

Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan untuk menyarankan beberapa cara memperoleh kebutuhan tersebut.

C. Teknik Komunikasi Dialogis Hubungan Kerja Pimpinan dan Bawahan

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. Dengan komunikasi yang baik, modal kuat untuk menyelesaikan tugas yang diamanatkan oleh pimpinan.

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.

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 :

1. Perintah, perintah merupakan penugasan kepada bawahan tentang hal yang harus dilaksanakan atau yang harus dikerjakan atau dapat juga bersifat larangan;
2. 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;
3. 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.

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, 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.

Ketidakpahaman 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 kerjaan. 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. Walaupun 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, dll. 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. 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 "*Know your audience!*" ketahuilah siapa yang anda ajak berkomunikasi. Mengetahui komunikasi, berarti mengenali situasi dan kondisi sang komunikan (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.⁷

Seorang Penyuluh Hukum, tentunya tahu seberapa kuat hambatan yang berpotensi menginterferensi proses komunikasi. Itulah mengapa, seorang penyuluh hukum tidak saja berperan sebagai pengajar, tetapi juga sebagai pendidik dan psikolog bagi *audiences* atau pesertanya.

Tabel 3. Hambatan Komunikasi

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

⁷ <https://pakarkomunikasi.com/author/ambar>

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

F. Pemilihan Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi dalam penyuluhan hukum diartikan sebagai media yang digunakan untuk meneruskan pesan dari penyuluh kepada khalayak sebagai subjek penyuluhan. Dalam komunikasi tatap muka, indera penglihatan, pendengaran, dan perabaan adalah tiga indera yang paling sering menerima rangsangan atau pesan penyuluhan. *Rogers* dan *Shoemaker* dalam *Machmud* menyatakan bahwa saluran interpersonal memungkinkan terjadinya komunikasi efektif. Hal ini dimungkinkan oleh dua alasan utama.

Pertama, komunikasi interpersonal memberikan pertukaran komunikasi dua arah, di mana individu atau partisipan komunikasi dapat menjamin adanya kejelasan atau bisa memberikan tambahan informasi tentang inovasi dari orang lainnya secara langsung melalui suatu jaringan komunikasi. Kedua, komunikasi interpersonal mampu membujuk individu untuk membentuk atau merubah sikap secara kuat, khususnya sikap positif dan mau mengadopsi inovasi. Saluran komunikasi ini adalah saluran komunikasi tatap muka yang dapat meningkatkan umpan balik yang sangat mendukung dalam penciptaan komunikasi partisipatif. Dalam komunikasi penyuluhan saluran yang lazim digunakan adalah saluran tatap muka yang sangat mendukung terjadinya komunikasi penyuluhan yang efektif.

Komunikasi tatap muka merupakan komunikasi bersaluran banyak. Dalam waktu yang bersamaan, penyuluh mengolah informasi penyuluhan dengan sejumlah saluran yang berbeda. Secara umum, semakin banyak saluran yang digunakan dalam komunikasi, semakin banyak jumlah rangsangan komunikasi yang disampaikan.

Semakin banyaknya rangsangan komunikasi, makna pesan yang ingin disampaikan oleh penyuluh akan semakin sama dengan yang diinterpretasikan oleh subjek penyuluhan. Seorang penyuluh juga perlu mempertimbangkan tipe pendekatan sebagai saluran komunikasi yang dilakukan dengan jenis metode penyuluhan yang sangat mempengaruhi keefektifan penyampaian pesan penyuluhan.

Tabel 4. Tipe Pendekatan Saluran komunikasi dengan Jenis Metode Penyuluhan

Tipe Pendekatan	Jenis Penyuluhan
Per-Orangan	Demonstrasi (Demonstrasi hasil, demonstrasi cara, demplot, demonstrasi area)
Per-Orangan dan Kelompok	Ceramah umum, diskusi, informasi dari surat kabar, siaran radio dan TV, pameran, karyawisata, widyawisata, dan demonstrasi.
Massal	Informasi dari surat kabar, majalah, poster, leaflet siaran radio dan TV
Massal dan Kelompok	Ceramah Umum, Diskusi, informasi dari kelompok, majalah Poster, leaflet, siaran radio dan TV, pameran dan Widyawisata

G. Latihan

1. Perintah merupakan penugasan kepada bawahan tentang hal yang harus dilaksanakan atau yang harus dikerjakan atau dapat juga bersifat larangan, sementara 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, sebaliknya pujian pada umumnya diberikan apabila pegawai mencapai keberhasilan yang luar biasa.

Jika anda seorang pimpinan atau atasan sedang melakukan dialog dengan bawahan karena sebuah perintah, teguran atau pujian, apa yang anda lakukan, Silahkan simulasikan bentuk kegiatan dialog tersebut dengan menggunakan aplikasi video gadget anda, maksimal 30 detik dan hasilnya dikirim ke fasilitator !

2. Komunikasi kelompok perlu diberikan batasan yang jelas, mengapa demikian ? Jelaskan !
3. Hambatan apa yang dialami ketika sasaran fokus “mendengar” pada sebuah proses komunikasi, jelaskan ?
4. Praktekan teknik komunikasi berbicara yang baik. Simulasikan bentuk kegiatan dalam aplikasi video gadget anda, maksimal 30 detik dan hasilnya dikirim ke fasilitator ?
5. Sebagai makhluk sosial, manusia mangandalkan komunikasi sebagai suatu sarana untuk mendapat koneksi dengan komunikan. Bagaimana menurut pendapat anda ?

G Rangkuman

Keterampilan berbicara biasanya diajarkan oleh orang tua kepada anak-anaknya ataupun melalui budaya yang ada di dalam budayanya yang mengajarkan bagaimana cara mendengarkan dan berbicara yang baik. Dari keadaan ini peran komunikator sangat besar dalam mengubah perilaku mendengarkan, berbicara yang terstruktur, membaca dan menulis, serta berpikir dan bernalar yang logis dalam pelaksanaan budaya sadar hukum ataupun saat berkomunikasi tentang hukum. Seperti halnya pada sumber, maka sikap terhadap diri sendiri, terhadap sumber, dan terhadap materi atau isi komunikasi juga mempengaruhi keefektifan komunikasi.

Dalam hal ini, bagaimana komunikan menerjemahkan pesan yang disampaikan oleh komunikator ditentukan oleh sikapnya terhadap

diri sendiri, terhadap sumber dan sikap terhadap isi pesan. Komunikasikan sebagai penerima pesan harus memiliki sikap yang positif dalam menilai kemampuan diri sendiri, menerima secara jujur ketidakmungkinan apabila pesan yang diterimanya kurang jelas atau tidak dimengerti sama sekali dan mengkomunikasikan keadaan mereka kepada komunikator, sehingga tidak menghasilkan kesalahan dalam menangkap pesan penyuluhan dengan baik. Kejujuran ini perlu diwujudkan dengan melontarkan pertanyaan pertanyaan sesuai dengan hal yang kurang dimengerti.

H. Evaluasi

1. Untuk menjaga privasi komunikasi, apa yang anda lakukan agar komunikasi berlangsung baik dan mengalir ? kalimat yang tepat di bawah ini adalah
 - a. jaga privasi
 - b. hindari ketersinggungan
 - c. jaga jarak
 - d. simpan rahasia
2. Komunikasi dialogis tidak selalu diartikan dengan bahasa verbal, gerak atau tingkah laku tetapi bisa dalam bentuk lain. Bentuk yang dimaksud adalah..
 - a. senyum dan keramahan
 - b. senyum dan jaga privasi
 - c. jaga privasi dan ramah
 - d. mendengar seperlunya
3. Sikap apa yang harus didahulukan jika ditemukan dalam dunia kerja menurut anda ? sebutkan !
 - a. Berikan senyum
 - b. Kasih solusi
 - c. Jujur
 - d. Buat catatan

4. Dalam komunikasi verbal diperlukan keterampilan berbicara, menulis, mendengar, membaca, dan berpikir serta Kata yang tepat adalah ?
 - a. bernalar
 - b. bertindak
 - c. bersikap
 - d. bertanya
5. Pendekatan strategi komunikasi tergantung pada Kata yang tepat adalah ?
 - a. Perencanaan
 - b. Situasi dan kondisi
 - c. Pengalaman
 - d. Keahlian dan keterampilan

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Komunikasi dialogis penyuluhan hukum memerlukan sebuah konsep perencanaan yang baik dengan memanfaatkan sarana dan media yang tepat. Media apapun yang digunakan, pada prinsipnya harus dapat meningkatkan efektivitas dan kelancaran proses sosialisasi peraturan perundang-undangan terutama dalam memperjelas materi yang dipelajari sehingga dapat mempercepat terjadinya perubahan perilaku (pengetahuan, keterampilan dan sikap) dikalangan kelompok sasaran. Dalam kaitannya dengan penyuluhan hukum, banyak media yang dapat dijadikan alat sosialisasi peraturan perundang-undangan. Penggunaan media, bukan pada banyak tidaknya media penyuluhan yang tersedia, tetapi bagaimana merencanakan dan membuat media visual dalam kegiatan penyuluhan yang sesuai dengan kebutuhan para penggunanya.

Setelah mendapatkan konsep perencanaan yang matang, penyuluh hukum sebagai seorang komunikator, perlu menetapkan segmentasi audiens/sasaran. Penetapan segmentasi ini membantu memudahkan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Tidak itu saja, terhadap segmentasi yang sudah ditetapkan tentunya pelaksanaan komunikasi harus menyesuaikan siapa yang diajak bicara dan dengan cara apa menyampaikan pesan, sehingga komunikator mampu menangkap dan memahami pesan dengan baik dan benar.

Oleh karenanya seorang komunikator perlu mempunyai keterampilan berupa teknik komunikasi dialogis. Dengan teknik yang mumpuni dan didukung kompetensi komunikator, tidak sulit menyampaikan pesan kepada masyarakat sepanjang sesuai dengan kaidah-kaidah yang ditetapkan.

B. Tindak Lanjut

Dengan strategi komunikasi dialogis penyuluhan hukum integrasi perpaduan dari perencanaan dan evaluasi penyuluhan hukum diyakini mampu memetakan kondisi dan fakta di lapangan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi dialogis penyuluhan hukum harus dapat menunjukkan bagaimana melakukannya secara taktis dan praktis melalui pendekatan serta tergantung pada situasi dan kondisi. Selanjutnya yang tidak kalah penting adalah minat dimana perlu ada proses kelanjutan dan perhatian yang menjadi titik tolak bagi timbulnya hasrat untuk melakukan penyuluhan hukum. Hanya ada hasrat saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan, yakni keputusan untuk melakukan tindakan.

Untuk menghadirkan media yang demokratik-partisipasi sebagai jawaban terhadap momentum keterbukaan dan demokratisasi, akan agak sulit dikembangkan jika kultur komunikasi tidak direkonstruksi kearah yang lebih cocok dengan kondisi sekarang.

Oleh karenanya orientasi komunikasi yang bersifat monolog harus diganti kearah komunikasi dialogis. Dalam proses komunikasi dialogis orientasi komunikasi tidak lagi menitik beratkan: “penyampaian pesan kepada” tetapi proses “penyampaian pesan bersama orang lain”, Artinya, komunikasi untuk saling melakukan transaksi secara seimbang guna menciptakan makna realitas secara bersama-sama.

KUNCI JAWABAN

BAB II

LATIHAN

1. Komunikasi dialogis mempunyai peranan sangat penting dalam kegiatan/aktivitas sehari-hari terutama dalam kegiatan penyuluhan hukum dan sebagai instrumen yang mampu mencairkan kompleksitas berbagai dimensi kehidupan yang semakin meningkat dinamikanya.
2. Tidak dapat disangsikan lagi, penguasaan komunikasi dialogis yang baik melalui perencanaan yang matang, pemilihan metode dan penentuan kelompok sasaran serta strategi yang tepat adalah langkah pasti terjadinya hubungan komunikasi dan interaksi menjadi lancar.
3. Komunikasi dialogis pada dasarnya merupakan salah satu bentuk komunikasi interaktif antara satu pihak dengan pihak lain melalui penciptaan suatu kondisi dalam upaya untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan secara tepat. Penciptaan kondisi ini harus didukung dengan penguasaan perencanaan, pemilihan metode, peta target sasaran dan keterampilan komunikasi dialogis.
4. Manfaat dari perencanaan komunikasi dialogis dari sudut pandang penyuluhan hukum, komunikator dapat membuat konsep design sebuah komunikasi sesuai dengan target sasaran yang dilengkapi dengan metode menurut kebutuhan sekaligus mengukur keberhasilan yang dicapai dan hambatan yang ditemui dalam implementasinya.
5. Dalam kaitannya dengan penyelenggaraan penyuluhan hukum, banyak media yang bisa dijadikan pilihan dan digunakan. Dengan kondisi yang sedemikian banyak pilihan, perlu sebuah

perencanaan dan pembuatan media visual dalam kegiatan penyuluhan yang sesuai dengan kebutuhan para penggunanya, seperti menentukan jenis media dan pemilihan prosedur media.

6. Khalayak yang akan disuluh.

EVALUASI

1. A
2. C
3. B
4. D
5. A
6. C

BAB III

LATIHAN

1. Penyuluhan hukum sudah selayaknya dibuat hidup dan menarik. Penyuluhan hukum yang dilakukan monoton dan apa adanya akan menimbulkan kebosanan. Rasa yang bosan menimbulkan hilangnya ketertarikan terhadap materi/tema penyuluhan hukum yang disampaikan. Alih alih berharap pesan yang disampaikan dapat diterima, sebaliknya menjadi tidak dipahami masyarakat. Oleh karenanya perlu sebuah pengemasan kegiatan yang tepat dengan memperhatikan target sasaran, metode dan media yang mampu mendukung penyuluhan hukum lebih hidup dan menarik.
2. Sederhana, mudah dipahami, medianya menarik dan gaya/ metode penyampaian sesuai target sasaran yang dibutuhkan.

3. 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.
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 komunikasi dengan cara mendengar, menyampaikan pesan dengan kearifan, mampu memahami, bertindak dan menghidupkan suasana serta ada umpan balik.
6. Menyusun Peta Basis Segmentasi menurut pendapat peserta.
7. Segmentasi adalah bagaimana cara kita memandang sasaran penyuluhan hukum

EVALUASI

1. C
2. B
3. B
4. D
5. B

BAB IV

LATIHAN

1. Praktek komunikasi dialogis hubungan kerja atasan dan bawahan dalam bentuk perintah, teguran dan pujian.
2. Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga individu dari tujuan yang sudah ditentukan atau diketahui sebelumnya, seperti berbagai informasi pemeliharaan diri, pemecahan masalah yang anggota-anggotanya dapat meningkatkan karekteristik pribadi anggota kelompok lainnya dengan tepat. Komunikasi kelompok perlu diberi batasan yang jelas, hal ini supaya dalam memahaminya tidak terjadi tumpang tindig dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Interkasi, saling bertukar ide atau informasi dalam situasi tatap muka merupakan bagian dari komunikasi kelompok. Adanya interaksi dalam sebuah kelompok menimbulkan dinamika dalam internal kelompok.
3. Sulit memusatkan perhatian, tidak konsentrasi.
4. Praktek teknik komunikasi/berbicara yang baik.
5. Komunikasi mengandung makna sebagai sarana memberikan informasi. Pertukaran informasi bisa terjadi sebagai salah satu

tujuan dari interaksi sosial sehingga ada koneksi antara komunikator dan komunikan. Bentuk komunikasi ini sering dikenal sebagai komunikasi interpersonal atau sebagai komunikasi antar pribadi yang dilakukan antara satu orang dengan orang lain baik secara individu per individu, individu kepada kelompok atau antar kelompok.

EVALUASI

1. B
2. A
3. C
4. A
5. B

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.
- 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, CetakanI, 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 :

Pusat Pengembangan Diklat Fungsional Dan HAM
Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Hukum Dan HAM
Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia
Jalan Raya Gandul – Cinere, No. 4, Depok 16512
Telp. (021) 7540077, 7540124 Fax. (021) 7543709

ISBN 978-623-95899-8-1

