

KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM PENDIDIKAN KARAKTER

Hoirun Nisa*

Abstract

Communication becomes a system in a process of character education. It means that character education is influenced by the quality of built communication. An effective communication has rules, requirements, principles and universal strategies so that now the existence is significant enough to be implemented in character education. Various model of communication which come from either Al-Qur'an and Hadist or from thought of communication experts, depend on the educators' quality in putting their function and responsibility. This article discusses that problem by analyzing model and form of modern communication, combining with the communication principles in Al-Qur'an and Hadits, and its relation with character education. The result shows that educator factor becomes the dominant factor in character education.

Keywords; *Modern communication, Islamic concept, Character education, Educator.*

Abstrak

Komunikasi menjadi sistem dalam proses pendidikan karakter. Artinya, pendidikan karakter dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang terjalin. Komunikasi yang efektif memiliki ketentuan, syarat, prinsip dan strategi yang universal sehingga eksistensinya hingga saat ini cukup signifikan diaplikasikan dalam pendidikan karakter. Berbagai bentuk model, bentuk komunikasi baik yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadith, maupun dari pemikiran pakar komunikasi, semuanya terletak pada kualitas pendidik dalam menempatkan fungsi dan tanggung jawabnya. Tulisan ini menguraikan masalah tersebut dengan menganalisis model dan bentuk komunikasi modern, dipadukan dengan prinsip komunikasi di dalam Al-Qur'an dan Hadith, serta relasinya jika dikaitkan dengan pendidikan karakter. Hasilnya, faktor pendidik tetap menjadi faktor dominan di pendidikan karakter.

Kata Kunci; *komunikasi modern, konsep Islam, pendidikan karakter, pendidik*

A. Pendahuluan

Allah menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling sempurna dibandingkan makhluk lainnya. Manusia tercipta dengan membawa 3 unsur; jasmani, ruhani dan nafsani. Dinamika ketiga unsur tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor intern, semisal faktor genetik pada unsur jasmani, dan faktor ektern/lingkungan. Ketiga unsur akan membentuk sifat/watak/karakter/kepribadian yang muncul pada perilaku sehari-hari, apakah perilaku positif maupun negatif.

Pendidikan yang merupakan internalisasi nilai pada proses perkembangan manusia memiliki implikasi pada pembentukan karakter yang mengarah pada tingkah laku manusia, mulai dari masa kandungan, anak-anak, remaja hingga dewasa. Dengan

kata lain, karakter seseorang tampak pada perilaku ekuivalen dengan pendidikan yang diterimanya. Oleh karena itu, pendidikan harus dikemas sedemikian rupa, baik bahan maupun pengelolaannya agar terbentuk karakter yang baik dan seseorang dapat berperilaku dengan baik pula. Agar pendidikan dapat diterima dengan sempurna, maka harus ada media yang tepat yang dapat menyampaikan semua pesan yang bermuatan nilai pendidikan. Media tersebut adalah komunikasi.

Komunikasi menjadi bagian rutinitas manusia. Dari hasil penelitian, 90% dalam 24 jam aktivitas manusia adalah komunikasi.¹ Logikanya, apabila komunikasi tersebut sudah menyatu dalam rutinitas seseorang maka otomatis akan berimplikasi secara langsung

*Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Ibnu Sina, Malang.

¹Onong Uchyana Efendi, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 7-8

terhadap karakter diri sendiri melalui pembiasaan sehingga menjadi kebiasaan dan juga berdampak secara tidak langsung terhadap orang lain, apakah dalam proses yang cepat ataupun lambat tergantung pada intensitas dan efektifitas komunikasi yang terjalin.

Melihat signifikansinya, maka komunikasi pendidikan harus memiliki muatan nilai, mutu, terarah, tepat dan sebagainya. Dengan kata lain, komunikasi dalam pendidikan karakter harus efektif sehingga terbentuk pribadi yang sesuai dengan tujuan pendidikan itu sendiri, sebagaimana termaktub dalam UU No 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 3, yang menyebutkan bahwa pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk karakter serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Hal serupa juga sesuai dengan tujuan Pendidikan Islam yang dirumuskan oleh Muhammad Oemar al-Toumy al-Syaibany, yaitu untuk mempertinggi nilai-nilai akhlak hingga mencapai tingkat *akhlak al-karimah*.²

Al-Qur'an yang menjadi sumber dari segala ilmu pengetahuan juga mengungkap term-term komunikasi. Dalam perspektif ilmu komunikasi, eksistensi Al-Qur'an sebagai petunjuk dan pedoman hidup bagi manusia merupakan pesan (*massage*) yang Allah sampaikan kepada manusia lewat Malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad dan umat manusia. Harold Lasswell menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan; *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*,³ maka proses turunnya wahyu (Qur'an) tersebut merupakan proses komunikasi karena di dalamnya mengandung unsur-unsur komunikasi, yaitu ; komunikator, pesan, media, komunikan dan efek/infact.

²Mohammad Oemar al-Toumy al-Syaibany, *Filsafat Pendidikan Islam*, terj. Hasan Langgulung, (Jakarta: Bulan Bintang, 1979).

³Onong Uchyana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 29-30

Dalam hal ini, komunikatornya adalah Allah, pesannya berupa wahyu Al-Qur'an, medianya Malaikat Jibril lewat berbagai bentuk baik langsung bertemu Nabi Muhammad, lewat suara, cahaya dan bentuk lainnya, komunikannya adalah Nabi Muhammad dan manusia secara umum, dan efeknya adalah perubahan pemahaman dan sikap Nabi Muhammad dan manusia pada umumnya.

Mengingat Al-Qur'an merupakan firman Allah, maka eksistensinya dapat dijadikan pedoman bagi manusia. Manusia dapat memperoleh pengetahuan dan keilmuan melalui ayat-ayat Qauliyah yang bersumber dari al-Qur'an, salah satunya adalah bagaimana merumuskan dan mengemas sebuah pengetahuan tentang komunikasi yang mampu membentuk karakter manusia. Dalam tulisan ini, Al-Qur'an dan Hadith juga kami jadikan sebagai sumber pada pembahasan di samping sumber dari pemikiran yang lain.

B. Konsep Komunikasi Efektif

1. Pengertian Komunikasi Efektif

Secara etimologi, komunikasi dari bahasa Latin yaitu *communicatio* artinya pemberitahuan, memberi bahagian, pertukaran di mana si pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya. Kata kerjanya adalah *communicara* yang berarti bermusyawarah, berunding dan berdialog. Jadi komunikasi berlangsung apabila orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna *communis in meaning*, mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.⁴

Sedangkan pengertian komunikasi menurut istilah, beberapa ahli memberikan batasan-batasan sebagai berikut, (1) Oncong menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, ataupun tidak langsung secara media. Dari pengertian tersebut jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, di mana seseorang

⁴Onong Uchyana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, hlm. 3

menyatakan sesuatu kepada orang lain. (2) James A.F. Stones menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses di mana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. (3) John R. Schemerhorn Cs dalam bukunya berjudul *Managing Organization Behavior*, mengatakan bahwa komunikasi dapat diartikan sebagai proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka.⁵

Adapun definisi komunikasi efektif, secara garis besar berarti menyampaikan sesuatu dengan cara yang tepat dan jelas sehingga informasi yang kita sampaikan dapat dengan mudah dimengerti oleh orang lain. Komunikasi efektif menjadi salah satu hal penting di mana komunikator dapat menyampaikan pesannya secara baik dengan menggunakan media yang tepat dan dapat diterima oleh sasaran yang tepat.

Komunikasi dikatakan efektif apabila terdapat aliran informasi dua arah antara komunikator dan komunikan dan informasi tersebut sama-sama direspon sesuai dengan harapan kedua pelaku komunikasi tersebut. Setidaknya terdapat lima aspek yang perlu dipahami dalam membangun komunikasi yang efektif, yaitu;

- a. Kejelasan, bahwa dalam komunikasi harus menggunakan bahasa dan mengemas informasi secara jelas, sehingga mudah diterima dan dipahami oleh komunikan.
- b. Ketepatan, ketepatan atau akurasi ini menyangkut penggunaan bahasa yang benar dan kebenaran informasi yang disampaikan.
- c. Konteks, maksudnya adalah bahwa bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan keadaan dan lingkungan di mana komunikasi itu terjadi.
- d. Alur, bahasa dan informasi yang akan disajikan harus disusun dengan alur atau sistematika yang jelas, sehingga pihak yang menerima informasi cepat tanggap.
- e. Budaya, dalam berkomunikasi harus menyesuaikan dengan budaya orang

yang diajak berkomunikasi, baik dalam penggunaan bahasa verbal maupun non-verbal, agar tidak menimbulkan kesalahan persepsi.

2. Indikator Komunikasi Efektif

Untuk melengkapi penjelasan komunikasi efektif, berikut ini akan diuraikan beberapa indikator komunikasi efektif sebagai berikut.

a. Komunikator yang efektif

Seseorang yang piawai dalam melakukan komunikasi lazim disebut dengan komunikator efektif. Berdasarkan teori yang ada, seorang komunikator baru disebut efektif jika memiliki indikator; *credibility, capability, clarity, sympathy dan enthusiasm*.

Credibility, maksudnya citra diri. Hal ini berkaitan dengan prestasi, spesifikasi keilmuan, kompetensi, pengalaman dalam bidang yang ditekuni, nama baik, jasa-jasa dalam bidang tertentu, temuan, popularitas, serta dedikasinya terhadap profesi yang ditekuni. Bagi pembicara yang belum banyak dikenal *audience*, atau karena jam terbang masih terbatas, MC atau moderator perlu memperkenalkan/membacakan *curriculum vitae*-nya. Pengenalan ini perlu, karena pendengar akan lebih mengenal pembicara sehingga lebih *appreciate* dan tergerak untuk mendengarkan ceramahnya. Pada saat inilah, audien diam-diam mempertimbangkan, akan mendengarkan dengan sungguh-sungguh, ala kadarnya, atau tidak usah sama sekali.

Membangun kredibilitas atau citra diri berarti membangun kesuksesan penampilan. Tingkat kesuksesan pembicara sangat relatif, tetapi setidaknya-tidaknya ada tiga kawasan, yang dapat dijadikan tolok ukur: yakni kawasan teknologi, kawasan akademik dan kawasan humanistik. Kredibilitas sang pembicara dalam pandangan *audience* dibangun berdasarkan kesan yang diperoleh melalui penampilan sang pembicara ditinjau dari ketiga kawasan tersebut di atas. Di samping itu, kredibilitas juga dapat dibangun berdasarkan informasi tentang pembicara yang diperoleh audien baik dari MC/moderator maupun dari sesama *audience*.

⁵Onong Uchyana Efendi, *Dinamika Komunikasi*, hlm. 4-5

Capability. Seorang pembicara efektif dituntut memiliki kecakapan atau kemampuan memadai. Tidak harus pintar sekali, tetapi memadai cukup dalam beberapa hal diantaranya; 1). Kecakapan mengemukakan pikiran secara singkat, jelas, tetapi padat sehingga dapat meyakinkan *audience* dengan mudah. Untuk membina kecakapan ini, perlu melakukan beberapa upaya antara lain; membuat persiapan yang matang dan mengemas materi pembicaraan secara sistematis, runtut dan logis. 2). Kecakapan mempertahankan pikiran atau pendapat, dalam forum pertemuan yang bersifat dialogis atau komunikasi dua arah seperti dalam diskusi atau seminar. 3). Kemampuan mengkoordinasikan dan mengkombinasikan secara tepat komunikasi verbal dan non verbal.

Clarity, dapat dideskripsikan sebagai kejelasan dan ketepatan ucapan. Penerapan komunikasi verbal banyak bertumpu pada *clarity*. Sebagai komunikator, seorang pembicara handal dituntut mampu mengkomunikasikan pesan atau formasi kepada *audience*. Vokal sebagai media pengungkapan ekspresi merupakan media penyampaian informasi melalui pengucapan. Sampai atau tidaknya penyampaian pesan dari seorang pembicara, banyak ditentukan oleh keterampilan penguasaan teknik vokalnya. Keterampilan tersebut sangat dipengaruhi tingkat kejelasan penyampaian materi atau pesan.

Sympathy. Penampilan simpatik seorang pembicara merupakan buah dari perpaduan serasi antara ketulusan, kesabaran dan kegembiraan. Pembicara yang mampu tampil simpatik sepanjang ceramahnya akan merasa puas dan memuaskan audien. Materi pembicaraan disampaikan dengan cara simpatik, sehingga diikuti dengan penuh antusias dan akhirnya dapat dipahami dengan jelas. Sementara pembicara mendapatkan kepuasan batiniah, karena melihat wajah-wajah yang penuh antusiasme dan puas dengan apa yang didapatkan darinya.

Indikator penampilan simpatik seorang pembicara dapat dideteksi melalui intensitas senyum, kontak mata, keramahan sikap, keterbukaan penampilan, serta keceriaan wajah. Bagi pembicara yang memiliki *open face*, tidak terlalu sulit baginya untuk bersikap simpatik. Tetapi seorang pembicara yang termasuk kategori *neutral face* memerlukan usaha, dan bagi pemilik *close face* dituntut kerja keras dalam berlatih.

Enthusiasy, orang Indonesia menyebut istilah di atas dengan antusiasme. Audien cenderung lebih menyenangi pembicara yang tampil antusias, yang tercermin dari semangat tinggi, gerak lincah, penampilan energik, stamina yang fit dan wajah berseri-seri. Audien tidak menyukai pembicara yang tampil tanpa antusiasme, misalnya terlihat loyo, lesu, letih, letoy dan lemas. Apalagi wajahnya melankolis, mengesankan sendu, sedih, nampak tertekan, tidak berbahagia atau tampil terpaksa.

Untuk dapat tampil antusias atau gairah tinggi, seorang pembicara harus memiliki fisik sehat serta hati yang gembira. Sulit rasanya membayangkan seorang pembicara yang sedang tidak enak badan atau sakit, dapat tampil prima penuh antusiasme. Jangankan dalam keadaan sakit, dalam keadaan sehat pasca sakit pun seorang pembicara masih membutuhkan proses adaptasi, sebelum dapat tampil energik penuh antusiasme.

b. Pesan yang Efektif

Pesan yang efektif memiliki ciri-ciri, antara lain:

- 1) Penggunaan istilah yang diartikan “sama”, antara pengirim dan penerima pesan merupakan aturan dasar untuk mencapai komunikasi yang efektif. Kata-kata yang samar artinya (mempunyai lebih dari satu makna) dapat menimbulkan kebingungan dan salah pengertian.
- 2) Pesan yang dipertukarkan harus spesifik. Maksudnya, pesan yang disampaikan harus jelas sehingga si penerima pesan dapat menerima dan mengulangi dengan benar.
- 3) Pesan harus berkembang secara logis dan tidak boleh terpotong-potong.

- 4) Objektif, akurat dan aktual. Pengirim informasi harus berusaha menyampaikan pesan seobjektif mungkin.
- 5) Pesan disampaikan seringkasan dan seoriginal mungkin serta harus berusaha untuk menghilangkan kata yang tidak relevan.

c. Media yang Efektif

Karakteristik media penyampaian terdiri dari;

- 1) Kebutuhan luasnya jangkauan dan kecepatan penetrasi. Apabila pesan yang akan disampaikan menargetkan khalayak yang lebih luas, maka TV dan radio dengan jangkauan dan kecepatan penetrasi tinggi menjadi pilihannya.
- 2) Kebutuhan pemeliharaan memori. Apabila pesan yang ingin disampaikan tingkat kebutuhan yang tinggi untuk diingat, maka media seperti spanduk, poster, baliho, billboard dapat menjadi pilihan karena akan menampilkan pesan yang sama dalam waktu yang relatif lama.
- 3) Kebutuhan jangkauan khalayak yang selektif. Pesan yang ditujukan untuk target tertentu maka koran atau surat kabar tertentu dapat menjadi pilihan, misalnya koran otomotif atau koran lowongan kerja.
- 4) Kebutuhan jangkauan khalayak lokal. Apabila pesan yang ingin disampaikan bersifat lokal, maka media lokal dapat menjadi salah satu pilihannya.
- 5) Kebutuhan frekuensi tinggi. Apabila pesan yang ingin disampaikan membutuhkan media dengan frekuensi tinggi maka radio ataupun media luar ruang dapat menjadi salah satu pilihannya.

Alan R. Dennis dan Joseph S. Valacich menyatakan dalam teorinya terkait media sinkronisitas (*media synchronicity*), bahwa efektivitas suatu media ditentukan berdasarkan sejauhmana suatu media dapat mendukung proses sinkronisitas di antara beberapa individu untuk bekerjasama dalam kegiatan yang sama, dan pada waktu yang sama untuk mencapai kesamaan tujuan.

Kapasitas media sendiri dapat diamati dari beberapa dimensinya yang akan mempengaruhi proses komunikasi tersebut, antara lain; seberapa cepat suatu media mendukung proses komunikasi dua arah (*immediacy of feedback*), banyaknya cara penyampaian beragam informasi (*symbol variety*), banyaknya pesan dari beberapa sumber yang dapat diakomodir secara simultan (*parallelism*), kemampuan yang memungkinkan pengirim menyunting pesan sebelum dikirimkan (*rehearsability*), dan sejauh apa sebuah pesan dapat dikaji ulang atau diolah kembali dalam konteks komunikasi yang terjadi (*reprocessability*). Dengan menganalisa dimensi-dimensi tersebut, efektivitas suatu media akan ditentukan berdasarkan dimensi mana yang dianggap paling penting dalam suatu konteks komunikasi.⁶

Dengan berbagai kemajuan teknologi komunikasi sekarang ini, hampir semua media komunikasi, baik yang tradisional maupun digital dapat digunakan secara bergantian oleh kaum profesional dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan masing-masing. Dimensi yang secara teoritis dipaparkan oleh Dennis dan Valacich.

Dengan demikian kombinasi penggunaan beragam media komunikasi, baik yang tradisional maupun digital, pada dasarnya menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari pada masa sekarang ini. Sedangkan efektivitas dari masing-masing media komunikasi tersebut akan ditentukan oleh masing-masing penggunaannya berdasarkan dimensi apa yang dianggap paling penting dalam sebuah konteks komunikasi.

d. Penerima Pesan/Audien

Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila sang penerima pesan memahami dan melakukan apa yang terdapat pada isi pesan. Ukuran keberhasilan dalam penyampaian informasi adalah apakah komunikan itu sendiri memahami pesan yang disampaikan.

⁶A. Denis and J. Valacich, "Rethinking Media Richness; Towards A Theory of Media Synchronicity", Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on Systems Science, 1999.

Pada saat ini, konsep audien merujuk pada sekumpulan orang yang terbentuk sebagai akibat atau hasil dari kegiatan komunikasi yang dilakukan dan jumlahnya besar (atau mungkin tidak terbatas), ada yang tidak saling mengenal satu sama lain dan dengan karakteristik yang heterogen. Dalam hal ini, tingkat pemahaman seseorang bisa berbeda-beda tergantung beberapa faktor, contohnya latar belakang pendidikan, usia ataupun status sosial.

e. Efek

Pertanyaan mengenai efek komunikasi ini dapat mempersoalkan 2 hal, yaitu apa yang ingin dicapai dengan hasil komunikasi tersebut dan apa yang dilakukan orang sebagai hasil dari komunikasi. Akan tetapi perlu diingat, bahwa kadang-kadang tingkah laku seseorang tidak hanya disebabkan oleh faktor hasil komunikasi tetapi juga dipengaruhi faktor lain.

3. Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Pendidikan

Menurut pendapat Gurnitowati dan Maliki (2003) yang dikutip oleh Warsita,⁷ terdapat dua bentuk komunikasi, yaitu;

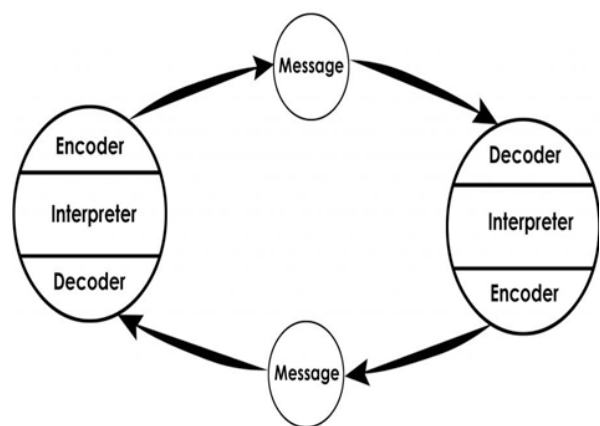
- a. Komunikasi lisan/komunikasi verbal. Dalam komunikasi lisan, informasi disampaikan secara lisan atau verbal melalui apa yang diucapkan dari mulut atau dikatakan, dan bagaimana mengatakannya. Informasi yang disampaikan secara lisan, melalui ucapan kata-kata atau kalimat disebut dengan berbicara yang dapat digunakan untuk mengungkapkan perasaan dan gagasan.
- b. Komunikasi nonlisan/komunikasi nonverbal. Komunikasi ini menggunakan isyarat (*gestures*), gerak-gerik (*movement*), sesuatu barang, cara berpakaian, atau sesuatu yang dapat menunjukkan perasaan (*expression*) pada saat terpenting misalnya sakit, gembira, atau stres. Komunikasi ini mempunyai beberapa fungsi yaitu: a) pengulangan pesan yang disampaikan (*repetition*); b) pertentangan penyangkalan

- dari suatu pesan (*contradiction*); c) pengganti dari pesan (*substitution*); d) melengkapi pesan verbal (*complementing*); dan e) penekanan atau menggaris-bawahi pesan (*accenting*).

C. Model-Model Komunikasi

Model adalah gambaran atau persamaan aspek-aspek tertentu dari peristiwa, struktur-struktur atau sistem kompleks yang dibuat dengan menggunakan simbol-simbol atau objek, dengan berbagai cara sehingga menyerupai sesuatu yang dibuat model tersebut. Model komunikasi berfungsi untuk mempermudah mempelajari dan menganalisis komunikasi. Berikut adalah model-model komunikasi menurut para ahli beserta contoh:⁸

1. Model Komunikasi Osgood-Schramm



Penjelasan: 1) Model komunikasi melingkar (*circular*); 2) *Encoder* - Siapa yang *encoding* atau mengirim pesan (sumber pesan); 3) *Decoder* - siapa yang menerima pesan; 4) *Interpreter* - Orang yang mencoba untuk memahami (analisis, melihat) atau menafsirkan. Terjadi antara dua orang. Setiap orang bertindak baik sebagai pengirim dan penerima dan karenanya menggunakan interpretasi. Hal ini bersamaan terjadinya dengan pengkodean, menafsirkan dan *decoding*. Dari pesan mulai dan berakhir, ada interpretasi yang sedang berlangsung. Keuntungan dari model komunikasi Osgood-Schramm:

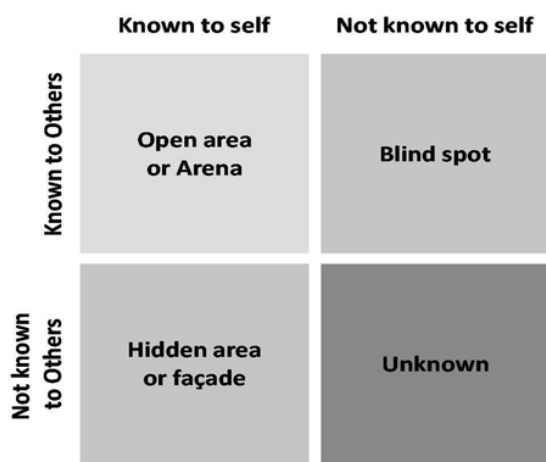
- a. Pemodelan dinamis menunjukkan bagaimana situasi bisa berubah.

⁷Bambang Warsita, *Teknologi Pembelajaran; Landasan & Aplikasinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 100.

⁸R. West. & H. L. Turner, *Introducing Communication Theory; Analysis and Application*, The McGraw-Hill Companies, Inc, 2012.

- b. Menunjukkan informasi yg berlebihan merupakan bagian penting dalam komunikasi.
 - c. Tidak ada pemisah antara pengirim dan penerima, pengirim dan penerima adalah orang yang sama.
 - d. Komunikasi diasumsikan melingkar.
 - e. Umpan sebagai ciri utama.
- Kelemahan model komunikasi Osgood-Schramm adalah model ini tidak berbicara tentang kebisingan semantik.

2. Model Komunikasi Johari Window



Model *Johari window* digunakan untuk meningkatkan persepsi individu pada orang lain. Model ini didasarkan pada dua pemikiran, yaitu;

- a. Kepercayaan dapat diperoleh dengan mengungkapkan informasi diri kepada orang lain.
- b. Mempelajari diri sendiri dari masukan orang lain.
- c. Setiap orang diwakili oleh model ini melalui empat kuadran atau kaca jendela. Setiap kaca jendela menandakan pribadi informasi, perasaan, motivasi dan apakah informasi yang diketahui atau tidak diketahui diri sendiri atau orang lain dalam empat sudut pandang.

Penjelasan;

- a. **Area terbuka.** Informasi tentang sikap, perilaku, emosi, perasaan, keterampilan dan pandangan akan dikenal diri sendiri maupun oleh orang lain.

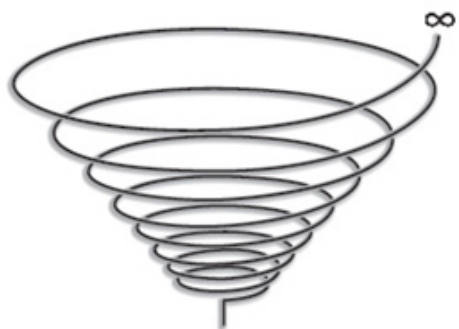
Daerah di mana semua komunikasi terjadi dan menjadi arena lebih besar, lebih efektif dan dinamis dalam menjalin hubungan komunikasi.

- b. **Blind spot.** Informasi tentang diri diketahui orang lain dalam kelompok tetapi kita sendiri tidak mengetahui. Orang lain mungkin menafsirkan sendiri berbeda dari yang anda harapkan. *Blind spot* akan berkurang dalam komunikasi yang efisien manakala diri mencari umpan balik dari orang lain.
- c. **Hidden area.** Informasi yang diketahui diri sendiri tapi orang lain tidak mengetahui informasi anda. Informasi pribadi yang enggan untuk diungkapkan; perasaan, pengalaman masa lalu, ketakutan, rahasia, dll. Kita menyimpan beberapa perasaan dan informasi rahasia karena akan mempengaruhi hubungan dan dengan demikian daerah tersembunyi harus dikurangi dengan memindahkan informasi ke daerah terbuka.
- d. **Unknown Area.** Informasi yang tidak diketahui diri sendiri dan orang lain; informasi, perasaan, kemampuan, bakat, pengalaman masa lalu traumatis atau peristiwa yang tidak dapat diketahui untuk seumur hidup. Orang akan menyadari sampai ia menemukan kualitas tersembunyi dan kemampuan atau melalui pengamatan orang lain. Komunikasi yang terbuka juga merupakan cara yang efektif untuk mengurangi daerah yang tidak diketahui sehingga komunikasi makin efektif.

3. Model Komunikasi Spiral atau Uhelik

Frank Dance (1967) menggambarkan proses komunikasi dengan menggunakan spiral. Dance percaya bahwa pengalaman komunikasi bersifat kumulatif dan dipengaruhi oleh masa lalu. Dance mencatat bahwa pengalaman saat ini tak terelakkan mempengaruhi masa depan seseorang. Komunikasi, oleh karena itu, dapat dianggap sebagai proses yang berubah dari waktu ke waktu dan di antara makna.

Seluruh proses membutuhkan beberapa waktu untuk mencapai puncak. Seperti proses helix, proses komunikasi dimulai sangat lambat dan dan kecil. Komunikator berbagi informasi hanya dengan sebagian kecil dari dalam sebuah hubungan sosial, secara bertahap berkembang menjadi tingkat berikutnya tetapi akan memakan waktu lama untuk mencapai dan memperluas batas-batasnya ke tingkat berikutnya. Kemudian komunikator melakukan lebih banyak berbagi informasi diri.



D. Komunikasi Efektif dalam Al Qur'an

Komunikasi efektif dalam Al-Qur'an yang dimaksud dalam tulisan ini adalah rumusan-rumusan prinsipil dalam melakukan interaksi atau hubungan dengan orang lain yang telah disinyalir dalam Al-Qur'an. Istilah prinsip, kaidah ataupun etika komunikasi dalam Al-Qur'an mencakup cara komunikasi yang efektif yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadith. Pesan-pesan yang disampaikan meliputi seluruh ajaran Islam; akidah (iman), syariah (Islam) dan akhlak (ihsan).

Bila mengkaji isi Al-Qur'an yang berhubungan dengan komunikasi, akan ditemukan ada sekian banyak term atau kata yang berhubungan dengan komunikasi. Di antara perkataan yang menerangkan aktifitas komunikasi dalam al-Qur'an yaitu, *qaraa* berarti membaca dalam surat An-Nahl 98, *baligh* dalam Surat Al-Maidah ayat 67 berarti menyampaikan, *bashir* dalam Surat An-Nisa' ayat 138 berarti mengabarkan, *qul* dalam Surat Al-Ikhlash ayat 1 berarti katakanlah, *Da'a* dalam Surat al-Imron ayat 104 berarti menyeru, *tawāsau* dalam Surat al-Ashr ayat

3 berarti berpesan-pesan, *saala* dalam Surat al-Maidah ayat 4 berarti bertanya, dan term-term lain yang bisa digali lebih jauh dalam al-Qur'an. Namun dalam tulisan ini akan dibatasi pada term *al-qaul* atau *qaulan* yang ada dalam al-Qur'an. Berikut ini al-Quran memberikan enam prinsip atau model dalam berkomunikasi efektif dengan orang lain, yaitu:

1. *Qaulan Sadīda*

Qaulan Sadīda berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar dan tegas, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dari segi substansi, komunikasi harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta. Seperti firman Allah:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَيْلِفُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. (QS. An-Nisa: 9)

Perkataan *Qaulan Sadīda* diungkapkan al-Quran dalam konteks pembicaraan mengenai wasiat. Menurut beberapa ahli tafsir seperti Hamka, Al-Ṭabari, Al-Baghawi, Al-Maraghi dan Al-Buruswi, bahwa *Qaulan Sadīda* dari segi konteks ayat mengandung makna kekhawatiran dan kecemasan seorang pemberi wasiat terhadap anak-anaknya yang digambarkan dalam bentuk ucapan-ucapan yang lemah lembut (halus), jelas, jujur, tepat, baik dan adil. Lemah lembut artinya cara penyampaian menggambarkan kasih sayang yang diungkapkan dengan kata-kata yang lemah lembut. Jelas mengandung arti terang sehingga ucapan itu tak ada penafsiran lain. Jujur artinya transparan, apa adanya, tak ada yang disembunyikan.

Tepat artinya pada sasaran, sesuai yang ingin dicapai, dan sesuai pula dengan

situasi dan kondisi. Baik sesuai dengan nilai-nilai, baik nilai moral-masyarakat maupun ilahiyah. Sedangkan adil mengandung arti isi pembicaraan sesuai dengan kemestiannya, tidak berat sebelah atau memihak.

2. Qaulan Ma'rūfa

Kata *Qaulan Ma'rūfa* disebutkan Allah dalam QS. An-Nisa'; 5 dan 8, QS. Al-Baqarah; 235 dan 263, serta Al-Ahzab; 32.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَاصْوُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”. (QS. An-Nisa'; 5)

Secara bahasa arti *ma'rūfa* adalah baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Ucapan yang baik adalah ucapan yang diterima sebagai sesuatu yang baik dalam pandangan masyarakat lingkungan penutur. Dengan kata lain, menurut beberapa ahli, baik ahli tafsir seperti Hamka dan Al-Buruswi maupun pendapat ahli lainnya, bahwa *qaulan ma'rūfa* mengandung arti perkataan yang baik, yaitu perkataan yang sopan, halus, indah, benar, penuh penghargaan, dan menyenangkan, serta sesuai dengan kaidah, hukum dan logika. *Qaulan Ma'rūfa* juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (maslahat).

3. Qaulan Balīgha

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ
فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”. (QS. Annisaa: 63)

Qaulan Balīgha diartikan sebagai pembicaraan yang fasih atau tepat, jelas maknanya, terang, serta tepat mengungkapkan

apa yang dikehendakinya, komunikatif atau juga dapat diartikan sebagai ucapan yang benar dari segi kata. Apabila dilihat dari segi sasaran atau ranah yang disentuhnya dapat diartikan sebagai ucapan yang efektif.

Agar komunikasi tepat sasaran, gaya bicara dan pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mereka. Ketika berkomunikasi dengan orang awam tentu harus dibedakan dengan saat berkomunikasi dengan kalangan cendekiawan. Berbicara di depan anak TK tentu harus tidak sama dengan saat berbicara di depan mahasiswa. Dalam konteks akademis, kita dituntut menggunakan bahasa akademis. Saat berkomunikasi di media massa, gunakanlah bahasa jurnalistik sebagai bahasa komunikasi massa (*language of mass communication*). Seperti disebutkan dalam Al-Qur'an; “Tidak kami utus seorang rasul kecuali ia harus menjelaskan dengan bahasa kaumnya” (QS. Ibrahim; 4).

4. Qaulan Maysūra

وَإِنَّمَا تَعْرِضُ عَنْهُمْ ائْتِيََاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا
مَّيْسُورًا

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas”. (QS. Al-Isra: 28).

Dalam terjemahan Kemertian Agama, ditafsirkan; “apabila kamu tidak dapat melaksanakan perintah Allah seperti yang tersebut dalam ayat 28, maka katakanlah kepada mereka perkataan yang baik agar mereka tidak kecewa lantaran mereka belum mendapat bantuan dari kamu. dalam pada itu kamu berusaha untuk mendapat rezki (rahmat) dari Tuhanmu, sehingga kamu dapat memberikan kepada mereka hak-hak mereka.

Menurut bahasa, *qaulan maysūra* artinya perkataan yang mudah. Adapun para ahli tafsir seperti Al-Ṭabari dan Hamka mengartikan bahwa *qaulan maysūra* sebagai ucapan yang membuat orang lain merasa mudah, bernada lunak, indah, menyenangkan, halus, lemah lembut dan bagus, serta memberikan rasa

optimis bagi orang yang diajak bicara. Mudah artinya bahasanya komunikatif sehingga dapat dimengerti dan berisi kata-kata yang mendorong orang lain untuk tetap mempunyai harapan. Ucapan yang lunak adalah ucapan yang menggunakan ungkapan dan diucapkan dengan pantas atau layak. Sedangkan yang lemah lembut adalah ucapan yang baik dan halus sehingga tidak membuat orang lain kecewa atau tersinggung.

5. Qaulan Layyina

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Maka sampaikanlah baginya dengan perkataan yang lemah lembut, agar mereka senantiasa mengingat Allah atau agar mereka takut kepada-Nya”. (QS Thaha ayat 44).

Qaulan Layyina dari segi bahasa berarti perkataan yang lemah lembut. Secara lebih jelas bahwa qaulan layyina adalah ucapan baik yang dilakukan dengan lemah lembut sehingga dapat menyentuh hati yang diajak bicara. Ucapan yang lemah lembut dimulai dari dorongan dan suasana hati orang yang berbicara. Apabila berbicara dengan hati yang tulus dan memandang orang yang diajak bicara sebagai saudara yang dicintai, maka akan lahir ucapan yang bernada lemah lembut. Dengan kelemahan-lembutan itu maka akan terjadi sebuah komunikasi yang akan berdampak pada terserapnya isi ucapan oleh orang yang diajak bicara sehingga akan terjadi tak hanya sampainya informasi tetapi jua akan berubahnya pandangan, sikap dan perilaku orang yang diajak bicara.

6. Qaulan Karīma

Dari segi bahasa qaulan karīma berarti perkataan mulia. Perkataan yang mulia adalah perkataan yang memberi penghargaan dan penghormatan kepada orang yang diajak bicara.

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۚ إِنَّمَا يُبَلِّغَنَّ
عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ
لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu

berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”. (QS. Al-Isra: 23).

Dalam hal ini bisa juga diartikan mengucapkan kata “ah” kepada orang tua tidak dibolehkan oleh agama apalagi mengucapkan kata-kata atau memperlakukan mereka dengan lebih kasar daripada itu. Dari sekian pengertian dan penjelasan makna qaulan di atas, maka konstruksi prinsip-prinsip komunikasi efektif dalam Al-Qur’an seperti diuraikan sebelumnya mengandung ucapan (komunikasi) yang memiliki nilai; 1) kebenaran, 2) kejujuran, 3) keadilan, 4) kebaikan, 5) lurus, 6) halus, 7) sopan, 8) pantas, 9) penghargaan, 10) khidmat, 11) optimis, 12) indah, 13) menyenangkan, 14) logis, 15) fasih, 16) terang, 17) tepat, 18) menyentuh hati, 19) selaras, 20) mengesankan, 21) tenang, 22) efektif, 23) lunak, 24) dermawan, 25) lemah lembut, 26) rendah hati.

Lebih lanjut, apabila kita tinjau dari segi derajatnya, maka akan kita urutkan menjadi *karīma* atau mulia, *ma’rūfa* atau baik, *layyina* atau lemah lembut, *baligha* atau tepat, *maysūra* atau mudah, dan *sadīda* atau benar.

E. Hubungan Komunikasi dan Pendidikan Karakter

Komunikasi berlaku dalam kehidupan sehari-hari yang mencakup segala bidang, salah satunya adalah pendidikan. Pendidikan tidak bisa berjalan tanpa dukungan komunikasi, bahkan pendidikan hanya bisa berjalan melalui komunikasi. Dengan kata lain, tidak ada perilaku pendidikan yang tidak dilahirkan oleh komunikasi. Semuanya membutuhkan komunikasi yang sesuai dengan bidang daerah yang di sentuh.⁹

Sudah disepakati juga bahwa fungsi umum komunikasi ialah informatif, edukatif, persuasif

⁹M. Yusuf Pawit, *Komunikasi Instruksional*, (Jakarta; Bumi Aksara, 2010), hlm. 1

dan rekreatif (*entertainment*). Maksudnya, komunikasi berfungsi memberi keterangan, memberi fakta yang berguna bagi segala aspek kehidupan manusia. Di samping itu, komunikasi juga berfungsi mendidik masyarakat dalam menuju pencapaian kedewasaan mandiri.¹⁰ Di sinilah komunikasi memiliki keterkaitan yang signifikan dengan pendidikan, khususnya dalam pendidikan karakter. Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Dalam mewujudkan usaha pendidikan, maka diperlukan komunikasi pendidikan. Di sekolah berlangsung hubungan komunikasi, interaksi pendidikan antara para siswa dan guru untuk mewujudkan tujuan pendidikan.

Pendidikan pada hakekatnya memiliki dua tujuan, yaitu membantu manusia untuk menjadi cerdas dan pintar (*smart*) dan membantu mereka menjadi manusia yang baik (*good*). Dengan demikian, komunikasi direncanakan secara sadar untuk tujuan-tujuan pendidikan, tujuan mengubah perilaku pada pihak sasaran, karena itu ia memerlukan waktu. Dalam menjalani waktu itulah terjadi proses komunikasi, proses saling berbagi informasi antara dua pihak.¹¹

Dalam pendidikan Islam, tujuan pendidikan adalah membentuk akhlak yang mulia. Tujuan tersebut identik dengan nilai-nilai yang mendasari misi Rasulullah SAW, yaitu menyempurnakan akhlak yang mulia. Inilah yang saat ini dikenal dengan istilah pendidikan karakter. Pendidikan karakter merupakan suatu proses yang membantu menumbuhkan, mengembangkan, mendewasakan, membentuk kepribadian seseorang yang merupakan karakter atau ciri khas dari orang tersebut. Proses tersebut dilakukan secara sadar dan

sistematis, sehingga terbentuk kepribadian yang digunakan sebagai landasan untuk cara pandang, berpikir, bersikap dan bertindak. Komunikasi sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari seseorang.

Berbicara tentang pendidikan, khususnya pendidikan karakter maka banyak unsur yang terkait, di antaranya yang sangat mengikat adalah pendidik, peserta didik, kurikulum/isi/materi, media, metode dan lingkungan. Setiap unsur memiliki kriteria tersendiri, namun semua kriteria tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang disampaikan baik lisan maupun non lisan. Berikut penjelasannya;

1. *Pendidik*. Pendidik adalah sosok yang menjadi poros utama dalam pendidikan, sehingga banyak dari pakar pendidikan yang memberikan kriteria bagi seorang pendidik. Menurut Nashi Ulwan, ada 5 kriteria yang harus dimiliki bagi pendidik (takwa, ikhlas, berilmu, santun & lemah lembut, tanggung jawab). Menurut Abdul Rahman Al-Nahlawi, ada 10 kriteria bagi pendidik. Jelasnya, pendidik harus dapat menjadikan dirinya sebagai sosok teladan para peserta didiknya.¹²

Kriteria pendidik tersebut memberikan sinyal bahwa pendidik harus menjadi komunikator yang handal. Penguasaan dan penyampaian materi yang bermuatan nilai, serta penciptaan suasana yang kondusif religius harus dapat dilakukan oleh pendidik dalam proses pendidikan. Pengetahuan terhadap psikologi peserta didik juga menjadi syarat pendidik agar proses bimbingan lebih efektif dan efisien. Singkatnya, pendidik harus menjadi komunikator yang efektif agar proses bimbingan, motivasi dan pembentukan karakter dengan memberikan pengetahuan, internalisasi nilai moral kepada peserta didik dapat terjalin baik.

¹⁰M. Yusuf Pawit, *Komunikasi Instruksional*, hlm. 3-10

¹¹M. Yusuf Pawit, *Komunikasi Instruksional*, hlm. 27

¹²Jalaluddin, *Teologi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 126-127

2. *Peserta didik.* Peserta didik menjadi tujuan dan sasaran utama pendidikan karakter. Pemahaman peserta didik terhadap ilmu pengetahuan, penghayatan nilai-nilai, serta perkembangan mental dari peserta didik adalah ukuran keberhasilan seorang pendidik dalam membangun komunikasi pendidikan karakter, baik melalui komunikasi verbal maupun non verbal, langsung maupun tidak langsung. Menurut pendidikan Islam, pembentukan kepribadian memerlukan proses terus menerus sepanjang hayat, mulai masa dalam kandungan hingga akhir hayat. Namun, dalam pelaksanaan pendidikan formal, proses pendidikan didasarkan pada jenjang usia dan perkembangan mental peserta didik. Dengan demikian, maka bentuk komunikasi masing-masing masa mulai dari kandungan, memasuki jenjang pendidikan formal hingga akhir hayat harus sesuai dan dilakukan secara berkesinambungan dan terus menerus, karena pendidikan karakter membutuhkan proses yang lama dan disitulah komunikasi juga berperan aktif bagi peserta didik.
 3. *Materi.* Materi pendidikan karakter lebih difokuskan pada penanaman nilai-nilai akhlak pada ranah kognitif, afektif dan psikomotorik dan diinternalisasikan selama proses perkembangan mental peserta didik. Penanaman nilai pada masing-masing ranah membutuhkan komunikasi yang tepat agar secara konseptual materi dapat disampaikan dan dipahami oleh peserta didik. Demikian juga nilai-nilai dalam materi dapat diterima dan menjadi sebuah prinsip bagi peserta didik sehingga mudah untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
 4. *Media.* Media merupakan bentuk riil dari sebuah komunikasi. Dalam pendidikan karakter, media yang paling komunikatif dan efektif adalah keteladanan. Keteladanan memfungsikan seluruh anggota tubuh untuk mengkomunikasikannya sesuai dengan isi materi yang diberikan baik secara teori/konseptual maupun praktek.
 5. *Lingkungan.* Lingkungan memiliki komponen yang sangat kompleks dalam pendidikan karakter. Lingkungan menjadi sumber ilmu, metode, komunikator, dan masih banyak lagi unsur yang lain, yang semuanya beraneka ragam bentuk. Hal ini menyebabkan lingkungan menjadi faktor yang sangat berpengaruh cepat bagi pendidikan karakter peserta didik, karena komunikasi yang terjalin sangat kuat sehingga mudah untuk diterima.
- Di dalam pelaksanaan pendidikan formal (pendidikan melalui sekolah), tampak jelas adanya peran komunikasi yang sangat menonjol. Proses belajar mengajarnya sebagian besar terjadi karena proses komunikasi, baik yang berlangsung secara intra-persona maupun secara antar-persona.¹³
1. Intra-persona, yaitu komunikasi yang terjadi di dalam individu itu sendiri, tampak pada kejadian berpikir, mempersepsi, mengingat dan mengindra. Hal demikian dijalani oleh setiap anggota sekolah bahkan oleh semua orang.
 2. Antar-persona, ialah bentuk komunikasi yang berproses dari adanya ide atau gagasan informasi seseorang kepada orang lain. Dosen yang memberi kuliah, berdialog, bersambung rasa, berdebat, berdiskusi, dan sebagainya adalah sebagian besar dari contoh-contohnya.
- Tanpa keterlibatan komunikasi tentu segalanya tidak bisa berjalan. Komunikasi di sini adalah terutama yang terjadi pada kegiatan mengajar dan belajar, pada kegiatan tatap muka maupun pada kegiatan lainnya. Hal itu hanya dimungkinkan melalui kemampuan berkomunikasi untuk mentransfer makna di antara individu. Aktifitas kelompok mustahil ada tanpa ada sarana bertukar pengalaman dan sikap. Komunikasi melibatkan semua simbol batin, sarana penyampaian simbol dan untuk menjaga simbol-simbol itu. Untuk mencapai, memahami,

¹³M. Pawit Yusup, *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Intruksional*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), hlm. 53.

dan mempengaruhi orang lain, seseorang harus berkomunikasi. Pentingnya komunikasi digaris bawahi oleh kenyataan bahwa; “tindakan seseorang didasari oleh apa yang diketahui atau apa yang dianggapnya diketahui”.¹⁴

Dari penjelasan singkat di atas, memberikan pemahaman bahwa antara komunikasi dan pendidikan karakter menjadi satu sistem yang mengikat kuat satu sama lain dan memiliki dampak yang saling bertautan.

F. Penggunaan Komunikasi yang Efektif dalam Pendidikan Karakter

Dalam pendidikan khususnya pembelajaran, tidak terlepas dari komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Untuk menciptakan proses komunikasi yang efektif, pendidik harus memahami konsep dasar komunikasi pendidikan, antara lain mengenai proses komunikasi pendidikan, teknik berkomunikasi secara efektif, bentuk komunikasi, prinsip komunikasi, komunikasi lisan dan tertulis, metode yang tepat dalam komunikasi pendidikan, strategi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam pendidikan, serta hambatan yang seringkali muncul dalam komunikasi pendidikan yang berasal dari peserta didik maupun pendidik itu sendiri.

Komunikasi dikatakan efektif apabila terdapat aliran informasi dua arah antara komunikator dan komunikan dan informasi tersebut sama-sama direspon sesuai dengan harapan kedua pelaku komunikasi tersebut. 5 unsur dalam komunikasi harus terpenuhi dalam pendidikan dan masing-masing memenuhi syarat dan prinsip yang berlaku, agar keefektifan komunikasi terlaksana sehingga pendidikan karakter mencapai tujuannya. Model komunikasi yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadith dapat dijadikan sumber termasuk dari hasil pemikiran para pakar komunikasi untuk mempercepat proses pendidikan. Secara operasional dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pendidik sebagai Komunikator

Dalam pendidikan karakter, para pendidik harus mempersiapkan diri secara keilmuan, mental dan spiritual terlebih dahulu. Pendidikan ini bukan perkara mudah karena arah dari pendidikan karakter adalah pembentukan sesuatu di dalam diri manusia yang selalu mengalami dinamika sehingga membutuhkan proses lama dan intensif. Oleh karena itu, kriteria sebagai pendidik yang komunikatif harus dapat dimiliki secara profesional, di antara kriteria tersebut antara lain; kriteria sebagai pendidik dan komunikator. Kedua kriteria tersebut pada dasarnya memiliki ketentuan yang sama arah.

Kriteria sebagai pendidik:

- a. Memiliki sifat *robbani* (Ali Imron; 79)
- b. Menyempurnakan sifat *robbani* dengan keikhlasan
- c. Sabar
- d. Memiliki kejujuran (Al-Shaf; 2)
- e. Meningkatkan wawasan pengetahuan (Ali Imran; 79)
- f. Menguasai variasi dan metode mengajar
- g. Bersikap tegas, mampu mengontrol diri (Fushshilat; 6)
- h. Memahami dan menguasai psikologis anak
- i. Menguasai fenomena kehidupan (Al-Fatihah; 7)
- j. Bersifat adil /objektif terhadap peserta didik.¹⁵

2. Materi sebagai Pesan dalam Komunikasi

Materi yang diberikan harus bertahap sesuai dengan kebutuhan perkembangan peserta didik, tingkat usia/jenjang pendidikan, dan memuat nilai-nilai akhlak Islam yang mengarah pada pembentukan akhlak. Secara garis besar, unsur-unsur dalam materi mengandung ketauhidan/aqidah, keagamaan/ilmu syari'at, pengembangan manusia sebagai kholifah, dan pengembangan diri sebagai hamba Allah. Setiap materi yang disusun seyogyanya mengandung kelima unsur tersebut dengan porsi yang sesuai kebutuhan dan dengan metode penyampaian yang tepat sehingga menjadi lebih efektif.

¹⁴Dedy Djamiludin Malik, *Komunikasi Persuasif*, (Bandung; Remaja Rosdakarya, 1994), hlm. 126-127

¹⁵Abdurrahman Al-Nahlawi, *Teologi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hlm. 125

3. Alat Pendidikan sebagai Media Komunikasi
Media dalam pendidikan karakter harus komunikatif, efektif dan efisien, selaras dengan bentuk materi yang disampaikan, tingkat usia dan kemampuan peserta didik. Bentuk media yang digunakan dalam pendidikan karakter tidak terbatas pada penggunaan yang berbentuk fisik baik tradisional maupun modern seperti gambar/slide, media elektronik, media cetak, namun juga media yang berbentuk non fisik seperti tindakan, perbuatan, nasehat, bimbingan, dan yang paling efektif adalah keteladanan.

Media keteladanan memposisikan pendidik sebagai sentral. Sikap, perbuatan, ucapan, cara berfikir, apapun yang tampak pada pendidik akan dilihat, dianalisa, ditiru oleh peserta didik dan akan berdampak terhadap perkembangannya. Peserta didik adalah cermin para pendidiknya. Oleh karena itu, pendidik haruslah mereka yang memiliki kepribadian baik agar pendidikan karakter menjadi efektif

4. Peserta Didik sebagai Audien

Peserta didik terdiri dari beragam usia, tingkat kedewasaan, keilmuan, kecerdasan dan sebagainya. Oleh karena itu, ada klasifikasi peserta didik dari masing-masing aspek dan pendidik harus mampu melihat, mengamati, merasakan, serta menilai perbedaan tersebut untuk menemukan sebuah media, metode dan moment yang tepat dalam penyampaian materi. Misalnya, masa anak usia 0-6 tahun; pembentukan kebiasaan yang diterapkan melalui kegiatan bermain dan bergurau yang membangun, masa 6-9 tahun; bimbingan pada pembentukan kecerdasan intelektual dan seterusnya.

5. Hasil sebagai Efek Komunikasi

Untuk mengetahui apakah proses komunikasi dalam pembentukan karakter berdampak pada peserta didik, maka banyak cara yang dilakukan antara lain; 1) Memberikan evaluasi yang mengarah pada ranah kognitif, afektif maupun psikomotoriknya; 2) Melakukan penilaian pada etika peserta didik;

3) Memberikan stimulus-stimulus terkait dengan perkembangan mentalnya apakah ada peningkatan atau belum, dan masih banyak lagi cara-cara lain. Namun perlu diketahui hasil dari proses pendidikan karakter bukan menjadi hasil akhir karena pendidikan karakter selalu berlangsung seiring perubahan kehidupan peserta didik. Dari hasil pemikiran penulis di atas, penerapan komunikasi pada pembentukan karakter akan lebih efektif dan efisien apabila prinsip dan model yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadith dapat diprioritaskan oleh pendidik, sebagai sumber sentral kepewahasaan pendidik dalam mengelola komunikasi yang dijalinnya.

G. Kesimpulan

Komunikasi menjadi sistem dalam proses pendidikan karakter. Artinya, pendidikan karakter dipengaruhi oleh kualitas komunikasi yang terjalin. Komunikasi yang efektif memiliki ketentuan, syarat, prinsip dan strategi yang universal sehingga eksistensinya hingga saat ini cukup signifikan diaplikasikan dalam pendidikan karakter. Berbagai bentuk model, bentuk komunikasi baik yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadith, maupun dari pemikiran pakar komunikasi, semuanya terletak pada kualitas pendidik dalam menempatkan fungsi dan tanggung jawabnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Denis, A. and J. Valacich, "Rethinking Media Richness: Towards A Theory of Media Synchronicity". Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on Systems Science, 1999.
- Efendi, Onong Uchyana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- . *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.

- Jalaluddin, *Teologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Malik, Dedy Djamiludin. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994.
- Al-Nahlawi, Abdurrahman. *Teologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Pawit, M. Yusuf. *Komunikasi Instruksional*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- al-Syaibany, Mohammad Oemar al-Toumy. *Filsafat Pendidikan Islam*. terj. Hasan Langgulung, Jakarta: Bulan Bintang, 1979.
- Warsita, Bambang. *Teknologi Pembelajaran; Landasan & Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- West, R. & H. L. Turner, *Introducing Communication Theory; Analysis and Application*. The McGraw-Hill Companies, Inc. 2012.