

PERANAN INTERAKSI DALAM KOMUNIKASI MENURUT ISLAM

Oleh : Nashrillah MG

Abstrak

Interaksi merupakan suatu kaharusan bagi terwujudnya proses sosial dalam kehidupan manusia. Apabila interaksi terjadi berarti terjalinlah komunikasi antarsesama. Kendati komunikasi yang dimaksudkan tidak selamanya menyampaikan pesan verbal, bisa jadi yang terjadi adalah pertukaran pesan nonverbal, atau melalui pesan isyarat, bahasa tubuh (body language), dan tumbuhnya ikatan batin di antara sesama. Komunikasi itu diakui sebagai bagian yang tak terpisahkan dari proses sosial di antara sesama. Bahkan dalam Islam, interaksi tidak hanya berlaku di antara sesama manusia yang memiliki dimensi yang sama, tetapi juga dituntut melakukan interaksi dengan Tuhannya (tancendental interaction). Manusia juga berinteraksi dengan makhluk lain yang berbeda dimensi, seperti Nabi berhubungan dengan malaikat dan jin, atau bahkan syetan. Dalam kaitan ini interaksi juga bisa berjalan di antara dua dimensi yang berbeda. Interaksi antarsesama manusia bertujuan untuk saling mengenal (lita'arafu). Dari pengenalan itu akan muncul kompetisi untuk mendekatkan diri kepada Tuhan melalui karya-karya nyata yang diperbuatnya. Oleh karena itu, karya nyata yang membawa kedekatan kepada-Nya itulah yang paling mulia, yang disebut sebagai muttaqin.

Kata kunci: *interaksi, format interaksi, trancendental interaction, asosiatif, dan disasosiatif.*

Pendahuluan

Interaksi terjadi dalam pergaulan sehari-hari, dari lingkungan yang terkecil hingga ke lingkungan yang besar dan kompleks. Interaksi yang terjadi dalam lingkungan yang kecil

seperti di dalam keluarga dan di tempat kerja. Sedangkan interaksi yang berlangsung dalam lingkungan yang lebih besar dapat terjadi seperti di pasar dan di tempat-tempat keramaian lainnya di mana orang-orang yang ada di sana sangat banyak dan heterogen.

Interaksi dapat menjadi penentu kualitas pergaulan seseorang. Bila interaksi seseorang berjalan dengan baik, maka akan menguntungkan dirinya dan lingkungannya. Interaksi seperti ini akan membuahkan kerjasama dan atau konsensus. Sebaliknya, bila interaksi yang dibangun tidak berkualitas, maka bukan tidak mungkin yang terjadi adalah kevakuman dan tidak menghasilkan apa-apa. Justru yang terjadi adalah munculnya konflik atau bahkan konfrontasi.

Interaksi menyangkut hubungan antarindividu, individu dengan kelompok, dan/atau kelompok dengan kelompok. Tanpa adanya interaksi maka tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Di dalam Al Qur'an disebutkan bahwa Allah SWT menciptakan manusia dengan keragaman bangsa serta suku adalah dalam rangka saling kenal mengenal satu sama lain (*lita'arafu*) kesempurnaan fitrah seseorang bisa dilihat dari kemampuan ia berinteraksi dengan sesama manusia. Manusia merupakan makhluk sosial yang tak akan lepas dari sebuah keadaan yang bernama interaksi.

Firman Allah Swt. di dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat/49, ayat 13:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya:

"Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling

mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal” (Qs. *Al-Hujurāt*/49, ayat 13).

Begitu luasnya daratan serta lautan yang membentang dari timur hingga barat yang sebagiannya dihuni oleh manusia dengan ragam peradaban serta adat istiadat. Bermulanya peradaban suatu masyarakat tentu tidak terlepas dari adanya interaksi sosial yang terjadi di antara manusia, baik di antara anggota masyarakat dalam satu komunitas maupun interaksi yang terjadi dengan anggota masyarakat lain di luar komunitasnya (Muhammad As-Syayid Yusuf, 2007:99). Berdasarkan pemahaman demikian, maka interaksi menjadi sangat penting dalam rangka mewujudkan terjadinya proses sosial.

Proses sosial diartikan sebagai cara-cara berhubungan yang dapat dilihat jika individu dan kelompok-kelompok sosial saling bertemu serta menentukan sistem dan bentuk hubungan sosial. Apabila terjadi interaksi sosial, maka akan terjadi pula komunikasi, baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi di antara sesama merupakan salah satu upaya mencairkan suasana, terutama bila muncul pemahaman yang kurang tepat, atau bila di antara sesama muncul pula konflik. Konflik pada kenyataannya memang merupakan salah satu bentuk interaksi sosial yang disosiatif. Konflik biasanya banyak disebabkan karena perbedaan atau perbenturan kepentingan, dan bahkan nilai-nilai. Konflik merupakan peristiwa yang menyangkut perilaku manusia di dalam organisasi. Konflik dapat dilihat, dipelajari dari segi hubungan antar-individu ataupun kelompok-kelompok orang yang terlibat (Khomsahrial Romli, 2011:121). Oleh karena itu konflik dan konsensus menjadi isu penting dalam terminologi Antropologi sebagai pembahasan yang terkait dengan pola hubungan (interaksi) sesama. Hanya saja konsensus nilai yang melibatkan semua orang dipandang sebagai ilusi yang

dipertahankan ideologi yang menanggulangi perbedaan-perbedaan nyata di kalangan individu maupun kelompok (Achmad Fedyani Saifuddin, 2006: 340-345).

Nabi Saw. dalam banyak kesempatan juga telah memberikan petunjuk-petunjuknya kepada manusia, bagaimana ia berinteraksi dengan orang lain. Seperti hadis yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah yang berbunyi:

عن ابى هريرة رضى الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُقَلِّ خَيْرًا أَوْ لَيْسَتْ.
رواه الخمسة (أحمد و بخارى ومسلم ونسائ وابن حبان)

Artinya:

“Dari Abu Hurairah R.A. berkata: bersabda Rasulullah SAW: barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaknya ia berbuat baik terhadap tetangganya. Dan barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya ia menghormati tamunya. Dan barang siapa beriman kepada Allah dan hari maka hendaknya ia berkata baik atau (kalau tidak bisa) lebih baik diam’. (HR Ahmad, Buhari, Muslim, Nasa’i dan Ibn Hibban).

Dalam suatu riwayat juga diterangkan bahwa para pemuda Quraisy mencoba menguji Nabi Saw. dengan menjawabnya, maka mereka akan merasa yakin kalau Muhammad itu benar-benar seorang Nabi namun jika tidak berarti Muhammad benar-benar seorang pendusta. Atas pertanyaan tersebut, beliau menyatakan, “Aku akan menjawab tentang hal-hal yang kalian tanyakan,” tanpa diiringi dengan ucapan insya Allah. Setelah itu, Rasulullah pun menantikan turunnya wahyu hingga 40 hari lamanya. Selama itu pula Jibril tak kunjung datang sehingga membuat Nabi mulai resah. Dalam kondisi seperti itulah Jibril datang seraya membawa

surah al-Kahfi, yang sebagian isinya memperingatkan Nabi dan juga menerangkan berbagai kisah.

Teguran Allah yang berkaitan dengan janji tersebut dengan janji tersebut mempunyai korelasi dengan ayat berikutnya, yakni saat Musa berjanji untuk besabar juga diiringi dengan ucapan "Insyallah". Hubungan antara ayat yang menjelaskan mengenai transfer ilmu pengetahuan antara Musa dan Khaidir dengan ayat sebelumnya adalah hubungan yang berlawanan. Ayat sebelumnya menjelaskan tentang betapa keras kepala dan ingkarnya orang-orang musyrik atas petunjuk kebenaran yang disampaikan nabi-Nya, yang berlawanan dengan sikap Nabi Musa yang begitu keras hati untuk mendapatkan petunjuk kebenaran melalui ilmu.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa dalam Islam interaksi yang terjadi tidak hanya berlaku secara horizontal, tetapi juga secara vertikal, antara manusia dengan Tuhannya dan dengan makhluk lain yang dimensinya berbeda dengan manusia. Dimensi manusia dengan para malaikat dan jin tentu berbeda, namun dalam Islam hubungan di antara mereka dapat terjalin dengan baik, misalnya Nabi Saw. yang berhubungan dengan malaikat Jibril dalam hal penyampaian wahyu dari Allah Swt. Atau Nabi Sulaiman berhubungan dengan para jin dalam membangun istana yang megah di kerajaannya.

Pembahasan lebih lanjut akan dikemukakan tentang pengertian interaksi, syarat-syarat terjadinya interaksi, pentingnya interaksi, format (bentuk) interaksi, jenis interaksi, dan hubungan interaksi dengan komunikasi organisasi.

Pengertian Interaksi

Kata interaksi diambil dari bahasa Inggris *interact* artinya *act on each other* (aksi yang berlaku antara satu dengan lainnya). Dari kata ini muncul kata *interaction* yang memiliki dua arti, yaitu pertama; *interacting of two or more people, things; interacting upon each*

other (interaksi yang berlangsung antara orang atau sesuatu, dua atau lebih); kedua; (*comp*) *allowing a continuous two-way transfer of information between a computer and the person using it* (transfer informasi yang berlangsung secara terus-menerus antara komputer dengan orang yang menggunakannya) (AS Hornby, 1987:444)

Berdasarkan pengertian di atas, sepintas dapat dipahami bahwa interaksi itu adalah kegiatan yang berlangsung antara satu dengan lainnya, baik antara orang dengan orang maupun antara orang dengan sesuatu benda, seperti komputer, mobil, tumbuh-tumbuhan, maupun hewan. Tentu saja pengertian ini akan sangat berbeda bila dikaitkan dengan organisasi, keluarga, bangsa, ataupun negara. Ke dalam interaksi yang tersebut terakhir ini biasanya disebut dengan interaksi sosial.

Bonner menyebutkan bahwa interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu, yang dapat mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lainnya. Interaksi sosial merupakan hubungan antar individu yg menghasilkan helping mutualisme, serta saling mempengaruhi dalam upaya tercapainya perubahan perilaku dan perubahan kondisi menjadi lebih baik. Sedangkan Abu Ahmadi mengatakan interaksi sosial sebagai suatu hubungan antara 2 individu atau lebih, di mana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya (Abu Ahmadi, 2002:54). Sementara itu, Soeryono Soekanto menyebutkan interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinamis, menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Soeryono Soekanto, 2002:62)

Berangkat dari pengertian-pengertian yang telah dikemukakan, dapat dipahami bahwa interaksi sosial merupakan pola relasi-relasi sosial yang secara dinamis sengaja dibangun

dalam rangka saling mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki perilaku satu dengan lainnya yang pada gilirannya akan terbangun kerjasama atau konsensus, maupun konflik atau bahkan konfrontasi.

Syarat-Syarat Terjadinya Interaksi

Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis, menyangkut hubungan antara individu, antara kelompok maupun antara individu dengan kelompok. Paling tidak ada dua syarat terjadinya interaksi sosial:

1. Adanya kontak sosial (*social contact*), yang dapat berlangsung dalam tiga bentuk. Yaitu antarindividu, antarindividu dengan kelompok, antar kelompok. Selain itu, suatu kontak dapat pula bersifat langsung maupun tidak langsung.
2. Adanya komunikasi, yaitu seseorang memberi arti pada perilaku orang lain, perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan orang tersebut. Orang yang bersangkutan kemudian memberi reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang tersebut (Soeryono Soekanto, 2002:62)

Kata kontak berasal dari bahasa Latin *con* atau *cum* (artinya bersama-sama) dan *tango* (yang artinya menyentuh). Arti secara harfiah adalah bersama-sama menyentuh. Secara fisik, kontak baru terjadi apabila terjadinya hubungan badaniah. Sebagai gejala sosial itu tidak perlu berarti suatu hubungan badaniah, karena dewasa ini dengan adanya perkembangan teknologi, orang dapat menyentuh berbagai pihak tanpa menyentuhnya. Dapat dikatakan bahwa hubungan badaniah bukanlah syarat untuk terjadinya suatu kontak (Soeryono Soekanto, 2002:65)

Burhan Bungin menyebutkan kontak sosial dapat terjadi dalam 5 bentuk, yaitu:

- a. Dalam bentuk proses sosialisasi yang berlangsung antara pribadi orang per orang. Proses sosialisasi ini memungkinkan seseorang mempelajari norma-norma yang terjadi di masyarakatnya. Proses ini terjadi melalui proses objektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi.
- b. Antara orang per orang dengan suatu kelompok masyarakat atau sebaliknya.
- c. Antara kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lainnya dalam sebuah komunitas.
- d. Antara orang per orang dengan masyarakat global dunia internasional.
- e. Antara orang per orang, kelompok, masyarakat dan dunia global, di mana kontak sosial terjadi secara simultan di antara mereka (Burhan Bungin, 2008:56).

Ada juga yang menyebut kontak sosial terjadi dalam 3 bentuk saja, yaitu:

- a. Adanya orang perorangan. Kontak sosial ini adalah apabila anak kecil mempelajari kebiasaan dalam keluarganya. Proses demikian terjadi melalui sosialisasi, yaitu suatu proses dimana anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat dimana dia menjadi anggota.
- b. Ada orang perorangan dengan suatu kelompok manusia atau sebaliknya. Kontak sosial ini misalnya adalah seseorang merasakan bahwa tindakan-tindakannya berlawanan dengan norma-norma masyarakat atau apabila suatu partai politik memaksa anggota-anggotanya menyesuaikan diri dengan ideologi dan programnya.
- c. Antara suatu kelompok manusia dengan kelompok manusia lainnya. Umpamanya adalah dua partai politik mengadakan kerja sama untuk mengalahkan parpol yang ketiga di pemilihan umum. (<http://shindohjourney.wordpress.com/>)

seputar-kuliah/sosiologi-komunikasi-proses-sosial-dan-interaksi-sosial/.)

Terjadinya suatu kontak tidaklah semata-mata tergantung dari tindakan, tetapi juga tanggapan terhadap tindakan tersebut. Kontak sosial yang bersifat positif mengarah pada suatu kerja sama, sedangkan yang bersifat negatif mengarah pada suatu pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan suatu interaksi sosial.

Suatu kontak dapat bersifat primer atau sekunder. Kontak primer terjadi apabila yang mengadakan hubungan langsung bertemu dan berhadapan muka. Kontak sekunder memerlukan suatu perantara. Sekunder dapat dilakukan secara langsung. Hubungan-hubungan yang sekunder tersebut dapat dilakukan melalui alat-alat telepon, telegraf, radio, dan sebagainya.

Adanya komunikasi sebagai syarat terjadinya interaksi dapat dipahami bahwa komunikasi itu memang memiliki arti yang sangat penting. Pesan komunikasi yang disampaikan akan ditafsirkan yang memunculkan pada perilaku orang lain (yang berwujud pembicaraan, gera-gerak badaniah atau sikap), perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Orang yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain tersebut.

Dengan adanya komunikasi tersebut, sikap-sikap dan perasaan suatu kelompok manusia atau perseorangan dapat diketahui oleh kelompok lain atau orang lainnya. Hal itu kemudian merupakan bahan untuk menentukan reaksi apa yang dilakukannya.

Selain kontak sosial dan komunikasi sebagai prasyarat terjadinya interaksi sosial, tindakan sosial juga diyakini sebagai bagian yang tak terpisahkan dari prasyarat itu. Menurut Max Weber, tindakan sosial adalah tindakan seorang individu yang

dapat mempengaruhi individu-individu lainnya dalam masyarakat (<http://stikunsap.forumotion.net/t6-interaksi-sosial-dalam-hubungan-antar-manusia>)

Tindakan sosial dapat dibedakan menjadi 4 macam yaitu:

- a. Tindakan Rasional Instrumental, yaitu tindakan yang dilakukan dengan memperhitungkan kesesuaian antara cara dan tujuan. Contoh: Bekerja keras untuk mendapatkan nafkah yang cukup.
- b. Tindakan Rasional Berorientasi Nilai, yaitu tindakan-tindakan yang berkaitan dengan nilai-nilai dasar dalam masyarakat. Contoh: Tindakan-tindakan yang bersifat *religio-magis*.
- c. Tindakan Tradisional, yaitu tindakan yang tidak memperhitungkan pertimbangan rasional. Contoh: Berbagai macam upacara\tradisi yang dimaksudkan untuk melestarikan kebudayaan leluhur.
- d. Tindakan Ofektif, yaitu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh seorang\ kelompok orang berdasarkan perasaan/emosi.

Di sisi lain, terjadinya interaksi sosial yang saling mempengaruhi antar anggota dan antar kelompok baik dalam masyarakat maupun di dalam organisasi didasarkan pada nilai-nilai, norma-norma yang diyakini oleh orang-orang atau anggota di dalam organisasi atau masyarakat itu. Salah satu nilai atau norma yang diyakini oleh masyarakat adalah bersumber dari ajaran agama yang dianutnya. Agama di sini dapat dilihat sebagai nilai-nilai yang diyakini, oleh masyarakat dan dapat dilihat sebagai faktor yang mendorong terjadinya interaksi sosial yang dilakukan antara sesama pemeluk agama dan antar pemeluk agama. Karena agama dilihat sebagai gejala sosial yang dicerminkan oleh adanya interaksi sosial yang dilakukan oleh para penganutnya, maka agama mempunyai berbagai fungsi, yaitu:

- a. Fungsi solidaritas sosial. Agama berfungsi sebagai perekat sosial dengan menghimpun para pemeluknya untuk secara

teratur melakukan berbagai ritual yang sama dan melengkapi mereka dengan nilai-nilai yang sama yang di atasnya di bangun suatu komunitas yang sama.

- b. Fungsi pemberian makna hidup. Agama menawarkan suatu *theodicy* yang mampu memberikan terhadap persoalan-persoalan *ultimate* dan eternal yang dihadapi manusia mengenai keberadaan dunia ini. Dengan fungsi ini, Agama mengajarkan bahwa hiruk-pikuk kehidupan di dunia ini mempunyai arti yang lebih panjang dan lebih dalam dari batas waktu kehidupan di dunia sendiri, karena adanya kelanjutan hidup di akhirat kelak.
- c. Fungsi kontrol sosial. Nilai-nilai dan norma-norma yang penting dalam masyarakat di pandang mempunyai daya paksa yang lebih kuat dan lebih dalam apabila juga di sebut dalam kitab-kitab suci Agama. Dengan fungsi ini, bagi pemeluk suatu Agama maka nilai dan norma agamanya itu akan di bantu memelihara kontrol sosial dengan mengendali-kan tingkah laku pemeluknya.
- d. Fungsi perubahan sosial. Agama memberikan inspirasi dan memudahkan jalan terjadinya perubahan sosial. Agama memberikan inspirasi dan memudahkan jalan terjadinya perubahan sosial. Nilai-nilai agama memberikan standarisasi moral mengenai bagaimana sejumlah pengaturan masyarakat yang ada itu harus diukur dan bagaimana seharusnya.
- e. Fungsi dukungan psikologi. Agama memberikan dukungan psikologis kepada pemeluknya ketika ia menghadapi cobaan atau guncangan hidup. Pada saat-saat goncang seperti kematian anggota keluarganya, agama menawarkan sejumlah aturan dan prosedur yang sanggup menstabilisasikan kehidupan jiwanya. Bukan hanya dalam sosial kematian dan kesedihan, dalam siklus kehidupan lainnya pun yang lebih mengembirakan seperti kelahiran, dan perkawinan, agama

menawarkan cara imbang dalam menghadapinya (M.Zainuddin Daulay, 2003:128-129).

Patut dicatat bahwa nilai-nilai atau norma-norma agama mempengaruhi pola interaksi seseorang dengan lainnya. Biasanya apabila nilai dan norma agama yang dianut relatif homogen, maka pola interaksi yang dibangun akan lebih cair. Sebaliknya bila nilai dan norma agama yang dianut berbeda akan membuat sekat tersendiri ketika terjadi interaksi. Kendati demikian, agama tidak berdiri sendiri untuk menentukan seseorang melakukan interaksi dengan orang lain yang berbeda agama dengannya.

Bila agama tidak serta merta menjadi penghalang dalam berinteraksi, maka nilai-nilai universal yang ada di dalam agama-agama menjadi alasan untuk selalu saling memahami, menghormati, dan toleran. Dengan kesadaran itu, maka interaksi pun terjalin satu sama lain di antara orang-orang yang berbeda agama, bukan saja dalam lingkup organisasi, tetapi juga dalam lingkup yang lebih luas, pergaulan dalam berbangsa dan bernegara bahkan dalam kancah pergaulan internasional.

Pentingnya Interaksi

Interaksi sosial merupakan kunci dari semua kehidupan sosial, karena tanpa interaksi sosial tak akan mungkin ada kehidupan bersama. Oleh karena itulah interaksi sosial disebut sebagai faktor utama dalam kehidupan sosial. Dalam interaksi sosial, setiap individu tidak bersifat pasif, tetapi bersifat aktif, di mana ia berusaha mempengaruhi, menguasai, mengubah dalam batas-batas kemungkinannya. Demikian juga dalam berinteraksi, seseorang berfungsi sebagai obyek dan subyek sekaligus. Sebab bila hanya sebagai subyek saja, atau obyek saja, maka pergaulan tidak akan terjadi. Pergaulan baru akan terjadi apabila ada *take and give* dari masing-masing individu yang berinteraksi (Ahmadi, 2002:55).

Seseorang akan menjadi terasing (*isolation*) bila tidak berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itulah disebutkan bahwa kehidupan terasing yang sempurna ditandai dengan ketidakmampuan untuk mengadakan interaksi sosial dengan pihak-pihak lain. Kehidupan terasing dapat disebabkan karena secara badaniah seseorang sama sekali diasingkan dari hubungan dengan orang-orang lain. Padahal perkembangan jiwa seseorang banyak ditentukan oleh pergaulannya dengan orang lain. Terasingnya seseorang dapat pula disebabkan oleh karena cacat pada salah satu inderanya. Dari beberapa hasil penelitian, ternyata bahwa kepribadian orang-orang mengalami banyak penderitaan akibat kehidupan yang terasing karena cacat indera itu. Orang-orang cacat tersebut akan mengalami perasaan rendah diri, karena kemungkinan-kemungkinan untuk mengembangkan kepribadiannya seolah-olah terhalang dan bahkan sering kali tertutup sama sekali (<http://shindohjourney.wordpress.com/seputar-kuliah/sosiologi-komunikasi-proses-sosial-dan-interaksi-sosial/>).

Pada masyarakat berkasta, dimana gerak sosial vertikal hampir tak terjadi, terasingnya seseorang dari kasta tertentu (biasanya warga kasta rendah), apabila berada di kalangan kasta lainnya (kasta yang tertinggi), dapat pula terjadi (<http://shindohjourney.wordpress.com/seputar-kuliah/sosiologi-komunikasi-proses-sosial-dan-interaksi-sosial/>). Interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Interaksi sosial antara kelompok-kelompok manusia terjadi antara kelompok tersebut sebagai suatu kesatuan dan biasanya tidak menyangkut pribadi anggota-anggotanya.

Interaksi sosial antara kelompok-kelompok manusia terjadi pula di dalam masyarakat. Interaksi tersebut lebih mencolok ketika terjadi benturan antara kepentingan perorangan dengan kepentingan kelompok. Interaksi sosial hanya berlangsung antara pihak-pihak apabila terjadi reaksi terhadap dua belah pihak. Interaksi sosial tak akan mungkin terjadi apabila manusia mengadakan hubungan yang langsung dengan sesuatu yang sama sekali tidak berpengaruh terhadap sistem syarafnya, sebagai akibat hubungan termaksud.

Dalam berinteraksi tentu tidak boleh saling menyalahkan dan menyudutkan satu dengan lainnya, sekalipun berbeda keyakinan, agama, bahkan negara atau suku bangsa masing-masing. Al-Quran juga menganjurkan agar mencari titik singgung dan titik temu antar pemeluk agama. Al-Quran menganjurkan agar dalam interaksi sosial, bila tidak ditemukan persamaan hendaknya masing-masing mengakui keberadaan pihak lain, dan tidak perlu saling menyalahkan.

Firman Allah Swt. dalam Al-Qur'an surat Ali Imran/3, ayat 64:

قُلْ يَتَاهَلِ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ
وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا
فَقُولُوا أَشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ ﴿١٤﴾

Artinya:

Katakanlah, "Wahai Ahl Al-Kitab, marilah kepada satu kalimat kesepakatan yang tidak ada perselisihan diantara kami dan kamu, bahwa tidak kita sembah kecuali Allah, dan tidak kita persekutukan Dia dengan sesuatupun, dan tidak (pula) sebagian kita menjadikan sebagian yang lain sebagai Tuhan

selain Allah." Jika mereka berpaling (tidak setuju), katakanlah kepada mereka, "Saksikanlah (akuilah eksistensi kami) bahwa kami adalah orang-orang Muslim" (QS Ali 'Imran/3: 64).

Format Interaksi

Format atau bentuk-bentuk interaksi sosial dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok, yaitu berdasarkan efek atau tujuan, jumlah pelaku, dan proses terjadinya.

A. *Interaksi berdasarkan efek atau tujuannya*, yakni interaksi dengan proses asosiatif dan proses yang disosiatif.

Proses asosiatif dapat terbagi atas bentuk kerja sama, akomodasi, dan asimilasi (Bungin, 2008:58-63). Kerja sama merupakan suatu usaha bersama individu dengan individu atau kelompok-kelompok untuk mencapai satu atau beberapa tujuan. Akomodasi dapat diartikan sebagai suatu keadaan, di mana terjadi keseimbangan dalam interaksi antara individu-individu atau kelompok-kelompok manusia berkaitan dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat. Usaha-usaha itu dilakukan untuk mencapai suatu kestabilan. Sedangkan asimilasi merupakan suatu proses di mana pihak-pihak yang berinteraksi mengidentifikasi dirinya dengan kepentingan-kepentingan serta tujuan-tujuan kelompok (Bungin, 2008:58-63). Bentuk interaksi yang berkaitan dengan proses disosiatif ini dapat terbagi atas bentuk persaingan, kontravensi, dan pertentangan (Bungin, 2008:58-63). Persaingan merupakan suatu proses sosial, di mana individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing, mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan. Bentuk kontravensi merupakan bentuk interaksi sosial yang sifatnya berada antara persaingan dan pertentangan. Sedangkan pertentangan merupakan suatu proses sosial di mana individu atau kelompok berusaha untuk memenuhi tujuannya dengan jalan

menantang pihak lawan yang disertai dengan ancaman dan kekerasan.

Untuk tahapan proses-proses asosiatif dan disosiatif Mark L. Knapp menjelaskan tahapan interaksi sosial untuk mendekatkan dan untuk merenggangkan. Tahapan untuk mendekatkan meliputi tahapan memulai (*initiating*), menjajaki (*experimenting*), meningkatkan (*intensifying*), menyatupadukan (*integrating*) dan mempertalikan (*bonding*). Sedangkan tahapan untuk merenggangkan meliputi membeda-bedakan (*differentiating*), membatasi (*circumscribing*), memacetkan (*stagnating*), menghindari (*avoiding*), dan memutuskan (*terminating*).

Pendekatan interaksi lainnya adalah pendekatan “dramaturgi” menurut Erving Goffman. Melalui pendekatan ini Erving Goffman menggunakan bahasa dan khayalan teater untuk menggambarkan fakta subyektif dan obyektif dari interaksi sosial. Konsep-konsepnya dalam pendekatan ini mencakup tempat berlangsungnya interaksi sosial yang disebut dengan *social establishment*, tempat mempersiapkan interaksi sosial disebut dengan *back region/backstage*, tempat penyampaian ekspresi dalam interaksi sosial disebut *front region*, individu yang melihat interaksi tersebut disebut *audience*, penampilan dari pihak-pihak yang melakukan interaksi disebut dengan *team of performers*, dan orang yang tidak melihat interaksi tersebut disebut dengan *outsider*.

Erving Goffman juga menyampaikan konsep *impression management* (manajemen kesan) untuk menunjukkan usaha individu dalam menampilkan kesan tertentu pada orang lain. Konsep *expression* untuk individu yang membuat pernyataan dalam interaksi. Konsep ini terbagi atas *expression given* untuk pernyataan yang diberikan dan *expression given off* untuk pernyataan yang terlepas. Serta konsep *impression* untuk individu lain yang memperoleh kesan dalam interaksi.

B. Interaksi berdasarkan jumlah pelakunya terdiri dari interaksi interpersonal, kelompok kecil, dan publik (Arni Muhammad, 2011:158).

1. Interaksi interpersonal

Interaksi interpersonal berarti interaksi antara individu dengan individu lainnya. Individu yang satu memberikan pengaruh, rangsangan\stimulus kepada individu lainnya. Wujud interaksi bisa dalam bentuk berjabat tangan, saling menegur, bercakap-cakap, bahkan mungkin juga bertengkar.

Komunikasi interpersonal sendiri memiliki arti komunikasi dalam diri sendiri. Ini dikarenakan, di dalam setiap manusia memiliki unsur-unsur di dalam sebuah proses komunikasi seperti sumber, pesan, saluran, penerima dan balikan (efek atau *feed back*).

Menurut Wenburg dan Wilmart, sebuah persepsi individu tidak dapat dicek oleh orang lain tetapi semua atribut pesan atau media perantara pesan yang digunakan, ditentukan oleh masing-masing individu. Sehingga persepsi seseorang memiliki peranan penting didalam mengartikan pesan yang diterima oleh komunikan.

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa, komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara dua orang individu yang hasil dari proses pertukaran informasi tersebut bisa langsung diketahui.

Dalam konteks dimensi-dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi, komunikasi interpersonal ini dapat dimasukkan ke dalam kelompok komunikasi internal. Komunikasi internal dalam organisasi dapat berupa vertikal maupun horizontal/lateral (Romli, 2011:6). Komunikasi vertikal dapat berupa komunikasi yang bersifat 1) *top down (downward)*, di mana komunikasinya berasal dari atas ke bawah. Wujudnya biasanya berupa perintah (komando), dan 2) *bottom up (upward)*, di mana saluran komunikasinya berlangsung dari bawah ke atas.

Wujudnya biasanya berbentuk saran/sumbang pendapat/partisipasi pendapat atau kritik. Komunikasi yang bersifat horizontal/lateral adalah komunikasi yang berlangsung antara sesama pimpinan, dan atau antara sesama karyawan. Wujudnya adalah pesan-pesan yang bersifat koordinatif, sebab berlangsung dalam jenjang yang setara/sama (Romli, 2011:11).

Menurut Redding sebagaimana dikutip Arni Muhammad, terdapat pembagian di dalam sebuah proses komunikasi interpersonal, yaitu interaksi intim, percakapan sosial, interogasi/pemeriksaan, dan wawancara (Muhammad, 2011:159).

Interaksi intim merupakan proses komunikasi yang terjadi di antara teman baik, pasangan, keluarga, dan orang lain yang memiliki ikatan emosional yang kuat. Kekuatan dari komunikasi jenis ini ditentukan oleh kuat tidaknya hubungan antara individu yang sedang melakukan komunikasi. Percakapan sosial Merupakan proses percakapan yang bertujuan untuk menyenangkan lawan bicara dengan cara yang sederhana seperti sedikit berbicara. Interogasi/pemeriksaan merupakan sebuah proses komunikasi dimana seseorang yang menanyakan sebuah informasi kepada lawan bicara yang berada didalam sebuah kontrol emosional yang bersifat memaksa atau menuntut. Sedangkan wawancara merupakan proses komunikasi yang terjadi antara dua orang yang berbentuk komunikasi tanya jawab (Muhammad, 2011:159).

Komunikasi interpersonal di dalam organisasi sangat penting. Hal tersebut telah banyak dikemukakan oleh para sarjana dibidangnya, demikian juga dijelaskan dalam literatur-literatur terkenal. R. Wayne Pace mengutip beberapa pendapat yang mengemukakan tentang pentingnya komunikasi interpersonal di dalam organisasi, seperti pendapat Lynch (1977), Norton (1978), dan Sypher (1980). Dari pendapat-pendapat yang dikutip, Pace kemudian mengambil sikap bahwa pentingnya komunikasi

interpersonal dalam organisasi terutama terlihat dalam dua hal, yaitu membantu menggambarkan gaya berkomunikasi di dalam organisasi sehingga suasana berkomunikasi di dalam organisasi lebih cair dan efektif dan berpotensi untuk melakukan komunikasi dalam bentuk yang lainnya, seperti pada komunikasi kelompok dan publik (R. Wayne Pace, 1983:110-111).

Sementara itu menurut William C. Schutz, terdapat tiga kebutuhan dasar yang mendasari manusia melakukan kegiatan komunikasi interpersonal di dalam organisasi, yaitu kebutuhan akan kasih sayang, kebutuhan untuk diikutsertakan, dan kebutuhan akan kekuasaan atau control (Muhammad, 2011:161-164).

Adapun tujuan komunikasi interpersonal, baik yang bersifat disengaja maupun yang bersifat tidak disengaja, antara lain menemukan diri sendiri, menemukan dunia luar, membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti, berubah sikap dan tingkah laku, untuk bermain dan kesenangan, dan untuk membantu (Muhammad, 2011:165-167).

Patut dicatat ternyata komunikasi atau bahkan hubungan interpersonal yang terjalin di dalam organisasi tidak terlepas dari adanya kekuasaan (*power*). Di dalam sebuah organisasi, kekuasaan memiliki berbagai jenis dan berubah-ubah dari orang ke orang dan dari situasi ke situasi. Menurut David McClelland, kebutuhan akan kekuasaan merupakan salah satu kebutuhan yang tersembunyi (Romli, 2011:91).

Dimana menurut French dan Raven membedakan kekuasaan menjadi lima tipe, yaitu:

- *Reward power* adalah kekuasaan yang diperoleh dari atas dasar pemberian hadiah atau *reward* kepada orang lain.
- *Coersive power* adalah kekuasaan yang bersifat paksaan, melibatkan kemampuan untuk mengontrol yaitu kemampuan dari pengirim pesan menggunakan hukuman jika orang yang

menerima pesan tidak menuruti atau mematuhi suatu permintaan. Kekuasaan ini juga berkaitan dengan persepsi penerima mengenai ancaman sebagai kenyataan dan dapat dipaksakan.

- *Legitimate power* adalah kekuasaan yang berdasarkan atas hukum seperti yang dinyatakan dari norma-norma atau nilai-nilai yang ada didalam organisasi yang memberikan hak kepada individu atau kelompok untuk menentukan tingkah laku tertentu.
- *Referent power* adalah sebuah keinginan yang datang dari bawahan untuk mengidentifikasi atau menyenangkan atasan. *Referent point* berbeda dengan kekuasaan yang bertipe memaksa, karena bisa terjadi tanpa disadari baik oleh atasan maupun bawahan karena berdasarkan suka rela.
- *Skill power* adalah kekuasaan yang dipilih berdasarkan kemampuan atau keahlian didalam bidang tertentu yang dimiliki oleh seorang individu (Muhammad, 2011:178-181)

2. Interaksi kelompok kecil

Kelompok kecil dapat dipahami sebagai suatu kumpulan individu yang dapat saling mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain, dan berkomunikasi tatap muka. Sebagaimana Stoner, Freeman dan Gilbert juga menjelaskan bahwa kelompok merupakan kumpulan dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan saling memengaruhi untuk suatu tujuan tertentu yang dipahami bersama (*two or more people who interact and influence each other toward a common purpose*) (Muhammad, 2011:281)

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kelompok memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Beranggotakan lebih dari satu orang, hal itu berarti ada keragaman sifat dari orang-orang yang ada, kendati setelah

berada di dalam kelompok satu sama lain membaaur di antara sifat-sifat yang saling berbeda tersebut.

- b. Orang-orang yang ada di dalam kelompok tersebut saling berinteraksi satu dengan lainnya, sehingga tercipta hubungan baik secara personal maupun dalam kaitannya dengan kelompoknya.
- c. Kendati memiliki keragaman sifat dan pola hubungan melalui interaksi yang dibangun tetapi mengarah kepada satu tujuan yang telah disepakati bersama di dalam kelompok tersebut.

Berangkat dari pengertian kelompok yang dikemukakan di atas, di mana di dalamnya terdapat interaksi sesama, maka tentu sangat berkaitan dengan tujuan-tujuan komunikasi. Adapun tujuan komunikasi kelompok kecil ada dua, yaitu tujuan personal dan tujuan yang berhubungan dengan pekerjaan.

Tujuan Personal. Alasan seseorang di dalam mengikuti sebuah kelompok dapat dibedakan ke dalam empat kategori utama, yaitu:

- Hubungan sosial, yakni agar dapat bergaul dengan orang lain.
- Penyaluran, yakni memberikan kemungkinan untuk menyalurkan perasaan, seperti perasaan kecewa, takut, keluhan, harapan maupun keinginan.
- Kelompok terapi, di mana biasanya digunakan untuk membantu orang menghilangkan sikap-sikap atau tingkah laku dalam beberapa aspek kehidupan.
- Belajar, yakni alasan untuk belajar dari orang lain yang lebih berpengalaman.

Tujuan yang Berhubungan dengan Pekerjaan. Komunikasi kelompok kecil sering digunakan untuk menyelesaikan dua tugas umum, yaitu :

- Pembuatan keputusan, di mana orang-orang berkumpul bersama-sama dalam kelompok untuk membuat keputusan mengenai sesuatu.

- Pemecahan masalah, di mana di dalam sebuah organisasi, adanya kelompok kecil bisa menjadi cara terbaik di dalam memecahkan suatu permasalahan.

Paling tidak ada 7 (tujuh) karakteristik dari komunikasi kelompok kecil yang membuatnya unik dari bermacam konteks komunikasi lainnya, yaitu:

- a. Mempermudah pertemuan ramah tamah. Bukti menunjukkan bahwa bila orang datang bersama-sama mereka cenderung untuk berlomba. Perlombaan semacam ini dapat menyehatkan orang dalam kelompok kalau dikontrol dan dalam spirit kerja sama.
- b. Personality kelompok. Tiap-tiap *personality* anggota dapat dan dipengaruhi oleh *personality* anggota lain dan sebaliknya menentukan *personality* kelompok.
- c. Kekompakan. Kekompakan yaitu daya tarikan anggota kelompok satu sama lain dan keinginan mereka untuk bersatu. Kekompakan didasarkan kepada kebutuhan tiap-tiap individu tetap dalam kelompok dan kemampuan kelompok memberikan tiap individu dengan beberapa macam keuntungan atau hadiah.
- d. Komitmen terhadap tugas.
- e. Besarnya kelompok. Kelompok janganlah terlalu besar dan jangan terlalu kecil. Besar kelompok yang sesuai tidak lebih dari 3 orang dan tidak lebih besar dari 9 orang. Komposisi kelompok yang baik adalah terdiri dari 5 orang, dimana merupakan jumlah yang paling efektif dalam pembuatan tugas-tugas intelektual, analisis, maupun informasi penilaian dan pembuatan keputusan berkenaan dengan tindakan administrative yang tepat. Jika suatu kelompok begitu kecil, kekecilan itu mungkin membatasi ide dan informasi yang timbul. Jika kelompok terlalu besar, kebesaran itu mungkin membatasi informasi tiap orang untuk didiskusikan.

- f. Norma Kelompok. Norma kelompok adalah aturan dan pedoman yang digunakan oleh kelompok itu sendiri maupun beberapa factor eksternal diluar kelompok. Salah satu bentuk norma kelompok adalah membimbing dan mengkoordinasikan anggota kelompok agar kelompok dapat mencapai tujuannya.
- g. Saling tergantung satu sama lain. Keterikatan adalah salah satu bentuk kenyataan dalam semua karakteristik kelompok lainnya, tanpa adanya keterikatan tidak akan ada kelompok. Keterikatan dibangun berdasarkan keinginan tiap individu untuk meletakkan dibawah keinginan dan tujuan individual untuk menyelesaikan tujuan kelompok.

Setiap orang memiliki perannya masing-masing di dalam kelompok. Namun demikian, bila diidentifikasi, ada 2 peranan utama dari anggota kelompok yaitu peranan tugas dan peranan untuk pemeliharaan. Peranan tugas berhubungan dengan penyelesaian tujuan yang segera dari kelompok, seperti membuat keputusan, menyelesaikan masalah atau merencanakan suatu proyek. Brune dan Sheats merinci tugas dalam komunikasi kelompok yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan.

- a. Tingkah laku tugas
 - Mengambil inisiatif, seperti menentukan apakah masalah yang akan dibahas, menentukan aturan dalam komunikasi kelompok dan mengembangkan ide.
 - Memberikan dan mencari informasi misalnya bertanya atau memberikan pendapat
 - Mencari dan memberikan pendapat seperti bertanya dan memberikan pendapat
 - Mengelaborasi dan menjelaskan, seperti memberikan informasi tambahan tentang saran dan ide tertentu

- Orientasi dan ringkasan, seperti meninjau kembali pokok-pokok penting dalam usaha memberikan pengarahan/ bimbingan dalam diskusi.
 - *Mentes consensus*, misalnya mengecek apakah kelompok sudah siap untuk membuat suatu keputusan.
- b. Tingkah laku pemeliharaan
- Mengharmoniskan kelompok seperti menyelesaikan perbedaan dan mengurangi ketegangan komunikasi kelompok, kadang-kadang dengan membuat humor.
 - Mencari jalan tengah, seperti menawarkan jalan tengah pada isu atau perubahan posisi.
 - Memberikan sokongan dan semangat seperti menghargai, setuju, menerima kontribusi yang lain.
 - Menjaga lalu lintas komunikasi seperti, mempermudah interaksi diantara anggota.
 - Menentukan standard tes seperti pengecekan kemajuan kelompok, persaan orang, norma kelompok, kesukaran menilai jalnnya komunikasi kelompok.

3. Komunikasi Publik

Komunikasi publik banyak dijumpai dalam suatu organisasi, seperti memorandum karyawan, advertensi, dan lain-lain. Komunikasi publik mempunyai peranan tertentu dalam organisasi yang tidak kalah pentingnya.

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Kualitas yang membedakan komunikasi organisasi publik dengan komunikasi sebelumnya adalah:

- a. Komunikasi publik berorientasi kepada si pembicara. Si pembicaralah yang mendominasi suatu hubungan.

- b. Pada komunikasi publik melibatkan sejumlah besar penerima pesan. Pesan komunikasi publik dimaksudkan untuk menarik banyak orang, beratus bahkan berjuta-juta orang.
- c. Pada komunikasi publik kurang terdapat interaksi antara pembicara dengan si pendengar apabila pendengarnya berjumlah banyak.
- d. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi publik lebih umum supaya dapat dipahami oleh pendengar.

Interaksi komunikasi publik dapat dimasukkan ke dalam kelompok komunikasi eksternal di dalam alur proses komunikasi dalam organisasi. Komunikasi organisasi yang berlangsung secara eksternal biasanya dilakukan oleh pimpinan dalam kaitannya dengan fungsi hubungan masyarakat (*humas/public relations*). Wujud konkret komunikasi ini dapat berupa pemberian informasi (*informatif*), baik melalui pidato, ceramah, seminar, dan sebagainya yang berlangsung secara tatap muka, maupun tanpa tatap muka, seperti tulisan pada majalah, surat kabar, *press release*, film, brosur, *leaflet*, poster, *banner*, dan sejenisnya (Romli, 2011:7).

Tujuan utama dilakukannya komunikasi publik adalah untuk memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi misalnya mengenai aktivitas organisasi dan hasil produksi organisasi. Selain itu komunikasi publik juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat di luar organisasi seperti pemakai jasa organisasi, pemakai hasil produksi organisasi dan masyarakat pada umumnya. Komunikasi publik juga dapat digunakan untuk memberikan hiburan kepada sejumlah orang seperti menceritakan pengalaman yang menyenangkan kepada banyak orang.

Berdasarkan tujuan komunikasi publik di atas, maka komunikasi publik menjadi penting dalam rangka menjalin hubungan dengan lingkungan luar organisasi, terutama harus berhubungan dengan badan-badan yang berpengaruh kepada

kehidupan organisasi seperti badan pemerintahan, pemakai jasa atau hasil produksi organisasi, leveransir dan badan lainnya.

Dengan informasi yang disampaikan kepada publik, maka diharapkan dapat mengubah sikap publik terhadap informasi yang diberikan misalnya bertambah kepercayaan orang atau kesan baik terhadap organisasi tersebut. Dengan bertambah baiknya kesan orang akan hasil produk atau jasa organisasi akan memperbaiki pemasaran hasil produksi dan menambah kepercayaan pemberi dana atau badan pemerintah untuk meningkatkan bantuannya terhadap organisasi tersebut.

Pentingnya organisasi menggunakan komunikasi organisasi publik adalah:

- a. untuk menciptakan, memperkuat dan mendefinisikan kembali citra mereka terutama dimata para publiknya;
- b. mempengaruhi legislatif dan isu-isu lain yang penting bagi organisasi mereka;
- c. mempromosikan produk-produk atau jasa-jasa yang diproduksinya;
- d. mengkomunikasikan dengan pihak publik internal dan eksternal (<http://imaginativecenda.blogspot.com/2011/06/bentuk-interaksi-dalam-komunikasi.html>)

Hal-hal yang disampaikan dalam komunikasi organisasi, di antaranya adalah hal-hal berupa presentasi orientasi, presentasi untuk latihan pekerjaan tertentu, laporan status, laporan kepada dewan pengurus, rapat-rapat umum, presentasi pemasaran, presentasi memotivasi, presentasi penerimaan karyawan, dan pendekatan tim.

Seorang pimpinan sebagai si pembicara atau komunikator organisasi selayaknya menapaki langkah-langkah dalam mempersiapkan suatu presentasi komunikasi publik berdasarkan analisis pendengar, yaitu:

- a. Menentukan siapa orang yang menjadi pendengarnya. Pembicara hendaknya dapat mempelajari berapa besarnya pendengar dan latar belakang demografis dan psikologis mereka. Setelah itu baru memilih topik yang diduga disukai oleh pendengar.
- b. Mengumpulkan data tentang pendengar.
- c. Menulis suatu paper posisi yang menjelaskan bagaimana reaksi pendengar menurut pikirannya terhadap pembicaraan, berdasarkan informasi yang dia peroleh.
- d. Berdasarkan informasi pada paper posisi membuat garis-garis besar presentasinya.
- e. Bila lebih banyak informasi yang tersedia hendaknya terus menerus merevisi garis-garis besar dari pembicaraan. Sifat fleksibel adalah merupakan kunci dari proses perencanaan.

C. *Interaksi berdasarkan proses terjadinya*, seperti imitasi, identifikasi, sugesti, motivasi, simpati, dan empati.

a. Imitasi

Imitasi adalah pembentukan nilai melalui dengan meniru cara-cara orang lain. Imitasi merupakan suatu tindakan sosial seseorang untuk meniru sikap, tindakan, atau tingkah laku dan penampilan fisik seseorang. Contoh: Seorang anak sering kali meniru kebiasaan-kebiasaan orang tuanya.

b. Identifikasi

Identifikasi adalah menirukan dirinya menjadi sama dengan orang yang ditirunya. Identifikasi merupakan keinginan sama atau identik bahkan serupa dengan orang lain yang ditiru (idolanya).

Contoh: Seorang anak laki-laki yang begitu dekat dan akrab dengan ayahnya suka mengidentifikasikan dirinya menjadi sama dengan ayahnya.

c. Sugesti

Sugesti dapat diberikan dari seorang individu kepada kelompok. Kelompok kepada kelompok kepada seorang individu. Sugesti merupakan rangsangan, pengaruh, atau stimulus yang diberikan seseorang kepada orang lain sehingga ia melaksanakan apa yang disugestikan tanpa berfikir rasional. Contoh: Seorang remaja putus sekolah akan dengan mudah ikut-ikutan terlibat “Kenalan Remaja”. Tanpa memikirkan akibatnya kelak.

d. Motivasi

Motivasi juga diberikan dari seorang individu kepada kelompok. Contoh: Pemberian tugas dari seorang guru kepada muridnya merupakan salah satu bentuk motivasi supaya mereka mau belajar dengan rajin dan penuh rasa tanggung jawab.

e. Simpati

Perasaan simpati itu bisa juga disampaikan kepada seseorang /kelompok orang atau suatu lembaga formal pada saat-saat khusus. Simpati merupakan suatu sikap seseorang yang merasa tertarik kepada orang lain karena penampilan, kebijaksanaan atau pola pikirnya sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh orang yang menaruh simpati. Misalnya apabila perasaan simpati itu timbul dari seorang perjaka terhadap seorang gadis/sebaliknya kelak akan menimbulkan perasaan cinta kasih/kasih sayang.

f. Empati

Empati itu dibarengi perasaan organisme tubuh yang sangat dalam. Empati merupakan proses ikut serta merasakan sesuatu yang dialami oleh orang lain. Proses empati biasanya ikut serta merasakan penderitaan orang lain. Contoh jika kita melihat orang celaka sampai luka berat dan orang itu kerabat kita, maka perasaan empati menempatkan kita seolah-olah ikut celaka.

Penutup

Interaksi merupakan suatu hal yang alami, bahkan menjadi kemestian melakukannya bagi setiap orang. Demikian juga halnya dengan organisasi, di mana orang-orang di dalamnya satu sama lain harus saling berinteraksi.

Bila suatu organisasi tidak cakap dalam melakukan interaksi, baik secara internal maupun eksternal, maka organisasi itu menjadi organisasi yang eksklusif, bahkan sulit melampaui batas-batas organisasi yang mapan dan maju. Tidak ada organisasi yang mapan dan besar yang di dalamnya tidak terbangun interaksi yang baik. Semua organisasi memiliki hubungan ke dalam ke sesama anggota organisasi, dan ke luar, masyarakat dan lingkungannya.

Interaksi organisasi yang berlangsung dan dijalankan menurut kebutuhannya di dalam situasi dan kondisi yang mendukung ke arah pengembangannya.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu. *Psikologi Sosial Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Daulay, M. Zainuddin. "Peta Kerukunan Umat Beragama Di Indonesia", dalam Departemen Agama RI Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Puslitbang Kehidupan Beragama Bagian Proyek Peningkatan Pengkajian Kerukunan Hidup Umat Beragama. Jakarta: Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Puslitbang Kehidupan Beragama Bagian Proyek Peningkatan Pengkajian Kerukunan Hidup Umat Beragama Departemen Agama RI, 2003.

- Hornby, AS. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English-Revised and update*. New York: Oxford University Press, 1987.
- Muhammad, Arni. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Pace, R. Wayne. *Organizational Communication: Foundations for Human Resource Development*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1983.
- Romli, Khomsahrial. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo, 2011.
- Saifuddin, Achmad Fedyani. *Antropologi Kontemporer: Suatu Pengantar Kritis Menuju Paradigma*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Soekanto, Soeryono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press, 2002.
- Sule, Erni Tisnawati. & Saefullah, Kurniawan. *Pengantar Manajemen Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- [http://imaginativecenda.blogspot.com/2011/06/bentuk-interaksi- dalam komunikasi.html](http://imaginativecenda.blogspot.com/2011/06/bentuk-interaksi-dalam-komunikasi.html), diakses tanggal 24/03/2014 pukul 16.38 WIB.
- <http://shindohjourney.wordpress.com/seputar-kuliah/sosiologi-komunikasi-proses-sosial-dan-interaksi-sosial/>, diakses tanggal 24/04/2014 pukul 13.14 WIB.
- [http://stikunsap.forumotion.net/t6-interaksi-sosial-dalam-hubungan-antar manusia](http://stikunsap.forumotion.net/t6-interaksi-sosial-dalam-hubungan-antar-manusia), diakses tanggal 24/04/2014 pukul 13.29 WIB.