

ETIKET-ESTETIKA DAN KOMUNIKASI YANG EFEKTIF¹

Oleh Prof. Dr. Farida Hanum²

Humas dan protokoler sering pula disebut sebagai PR (*Public Relation* Pemerintah). Jadi humas dan protokoler Pemerintah DIY dapat dikatakan sebagai PR dari institusi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. Fungsi utama PR adalah membangun citra atau image lembaga, sehingga fungsi humas dan protokoler adalah membangun citra dan image Pemerintah Daerah yang baik, produktif, dan humanis. Komunikasi dan manajemen menjadi dasar yang sangat fundamental dalam pekerjaan seorang PR. Komunikasi di dalam suatu organisasi akan berjalan dengan baik atau tidak sangat ditentukan oleh fungsi PR dalam organisasi tersebut. Dengan kata lain, seorang PR menjadi kunci keberhasilan dan keefektifan komunikasi di dalam organisasi. Dalam hal ini dapat dikatakan seorang yang bekerja di humas dan protokoler sangat berperan dalam keberhasilan dan keefektifan komunikasi di Pemda terutama dalam hubungannya dengan *stakeholder* (pihak yang dilayani), karena mereka pada dasarnya adalah PR Pemda.

Etiket

Untuk menjalankan fungsi PR maka humas dan protokoler harus memiliki etiket. Istilah etiket dengan etika sering diartikan sama. Sebenarnya tidak sama persis. Etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *ethis* yang dalam bentuk jamak *ta etha* yang mempunyai arti adat kebiasaan. Dalam bentuk jamak ini akhirnya terbentuk istilah “etika” yang oleh filsuf Yunani, Aristoteles (384-322 SM) sudah dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Secara etimologis (berdasar asal usul kata, etika berarti ilmu tentang adapt kebiasaan (K. Bartens, 1993: 4). Sedang dalam Kamus Bahasa Indonesia (Balai Pustaka, 1999) pemahaman yang agak berbeda tentang etika. Etika dipahami sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, dan tentang kewajiban dan akhlak. Jadi etika mengandung tiga arti, yaitu:

1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).
2. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut satu golongan masyarakat.

Adapun etiket berasal dari bahasa Perancis *etiquette* yang berarti surat undangan atau tata aturan yang tertulis pada kertas undangan (K. Bartens, 1993: 8). Bila kita lihat di dalam Kamus Bahasa Indonesia, etiket berarti: 1) secarik kertas yang bertuliskan nama, yang biasa diletakkan pada kartu undangan, kotak, atau produk; 2) aturan sopan santun pergaulan. Untuk pemakaian kata etiket bagi humas dan protokoler maka lebih cenderung arti yang kedua, yaitu tata karma,

¹ Disampaikan pada Acara Sosialisasi Perundang-undangan tentang Keprotokolan Angkatan II tahun 2009 di Gedung Pracimosono, Kepatihan, Yogyakarta.

² Dosen Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.

tata sopan santun, peraturan sopan santun dan tingkah laku yang baik yang berakibat menyenangkan bagi *stakeholder* atau masyarakat yang dilayani. Dengan demikian etiket menyangkut suatu perbuatan yang harus dilakukan manusia. Etiket dianggap sebagai salah satu cara yang tepat atau cara yang diharapkan dalam suatu komunitas ataupun lembaga. Etiket berlaku dalam berinteraksi dengan orang lain dan bersifat relatif, apa yang dianggap baik dalam suatu lingkungan belum tentu baik dalam lingkungan lain, sehingga etiket memerlukan kemampuan individu melihat suatu keadaan dan menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut, karena etiket erat kaitannya dengan pantas dan kurang pantas untuk dilakukan.

Tugas seorang PR ataupun pegawai humas dan protokoler sangat berkaitan dengan kehadiran orang lain, sehingga kontak sosial, komunikasi, dan interaksi merupakan hal yang dominant dilakukan dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Oleh sebab itu, PR, humas, dan protokoler dituntut untuk memiliki kepribadian yang menarik dan mampu melayani *stakeholder* dan masyarakat dengan sangat memuaskan. Untuk ini ada beberapa syarat yang harus dipenuhi seorang PR (Darmastuti, 2007: 10) dan juga harus dimiliki pegawai humas dan protokoler, yaitu:

1. Mampu berkomunikasi dan menjalin relasi. Kemampuan berkomunikasi dan menjalin relasi dengan orang lain sangat penting dimiliki, sebab pekerjaan PR adalah mengkomunikasikan, membangun relasi dan menciptakan imej yang positif tentang instansinya.
2. Mampu bersikap rendah hati. Ini merupakan syarat yang penting yang harus dimiliki agar komunikasi dapat dilakukan terhadap semua lapisan masyarakat tanpa membedakan pangkat dan derajat.
3. Mampu cepat menyesuaikan diri. Kemampuan cepat menyesuaikan diri benar-benar menjadi tuntutan kerja yang urgen karena pekerjaan PR selalu berhubungan dengan hal-hal yang baru dan sering cepat berubah. Oleh karena itu, seorang PR diharapkan dengan cepat dapat menyesuaikan diri dengan kondisi baru sehingga dapat menyampaikan misi yang dibawa.
4. Kemampuan menghadapi semua orang. Mampu menghadapi semua orang yang memiliki aneka ragam karakter dan latar belakang budaya dengan baik. Dalam melakukan fungsi PR, seorang pegawai yang bekerja di humas dan protokoler akan bertemu dengan orang yang berbeda karakter dan latar belakang budaya di mana dia berasal. Latar belakang karakter akan memunculkan bermacam-macam sikap dari komunikasi yang harus dihadapi, apakah itu seorang pemarah, seorang yang santun, seorang yang sabar atau seorang yang keras kepala. Sedangkan latar belakang budaya yang berbeda akan memunculkan perbedaan kebiasaan antara satu orang dengan orang lain yang disebabkan nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi landasan bertindak suatu budaya. Perbedaan nilai-nilai inilah yang seringkali menimbulkan *miscommunication*.
5. Memiliki integritas personal. Memiliki integritas personal baik dalam profesi maupun dalam kehidupan pribadi. Integritas personal ini dibutuhkan untuk membangun citra yang baik tentang PR atau personal yang bekerja di humas dan protokoler itu sendiri. kalau mereka

mempunyai citra yang kurang baik, mana mungkin dapat membangun citra yang baik institusi di mana mereka bekerja. Oleh sebab itu, membangun citra yang baik, produktif, humanis bagi lembaga Pemda harus dimulai dari dalam diri para pegawai. Pemda khususnya mereka yang bekerja sebagai humas dan protokoler.

6. Mampu berkomunikasi dengan baik. Kemampuan berkomunikasi dengan baik dan efektif merupakan hal yang pokok dalam pekerjaan sebagai PR ataupun humas dan protokoler, sebab pekerjaan mereka sehari-hari cenderung lebih banyak untuk mengkomunikasikan dan berkomunikasi dengan orang lain. Kemampuan berkomunikasi akan menunjang kelancaran dalam melayani *stakeholder* dan masyarakat luas. Selain itu *miscommunication* dapat dihindari. Dalam berkomunikasi harus memperhatikan dua hal, yaitu komunikasi verbal dan non verbal.
7. Mampu mengorganisir. Kemampuan mengorganisir merupakan syarat manajerial yang harus dimiliki oleh setiap PR. Untuk melakukan perencanaan dan melaksanakannya dalam kehidupan organisasi, seorang PR dituntut memiliki kemampuan dalam mengorganisir segala sesuatu baik yang berkaitan dengan informasi, acara, perjalanan, dan lain-lain, maupun yang berkaitan dengan orang untuk membentuk tim kerja, panitia, pengawalan, dan sebagainya.
8. Memiliki akses yang tinggi terhadap informasi. Diharapkan seorang yang bekerja sebagai PR, humas, protokoler adalah sumber informasi semua pihak, baik itu untuk pihak internal maupun pihak eksternal. Oleh sebab itu mereka dituntut untuk memiliki akses yang tinggi terhadap internet, mendengar berita dan berdiskusi dengan orang lain menjadi solusi untuk menambah wawasan dan pengetahuan sehingga memiliki akses yang tinggi terhadap informasi.
9. Memiliki imajinasi yang kuat. Memiliki imajinasi yang kuat dibutuhkan untuk membuat pesan yang kreatif yang menarik perhatian audien, sehingga pesan tersebut menjadi efektif, komunikatif, dan mengesankan para *stakeholder* (pemakai) dan masyarakat luas. Hal ini dapat membentuk imej yang sangat positif pada instansi atau pemda.

Etika

Etika seperti yang dikemukakan di depan adalah ilmu yang mempelajari yang benar dan yang salah. Etika tidak lagi mempersoalkan kondisi manusia itu, tetapi sudah mempertanyakan bagaimana seharusnya manusia itu bertindak. Fungsi praktis dari etika adalah memberikan pertimbangan dalam berperilaku.

Prinsip etika seperti inilah yang diterapkan dalam etika PR, humas, dan protokoler. Menurut Howard Stephenson (dalam Darmastuti, 2007), profesi PR adalah seni atau ketrampilan untuk memberikan pelayanan berdasarkan pendidikan atau keahlian tertentu dengan pengetahuan yang memadai dan sesuai dengan standar etika profesi.

Profesi PR lebih menekankan pada seni dalam memberi pelayanan, maka ketika bicara tentang etika PR, juga harus dilandaskan pada pelayanan. Ada beberapa prinsip-prinsip yang dapat digunakan untuk profesi ini, yaitu:

1. Profesi ini berhubungan dengan khalayak, maka tingkah laku secara pribadi mempengaruhi penghargaan pelaksanaan profesi. Tingkah laku yang ditunjukkan oleh seorang PR harus sesuai dengan etika profesi yang sudah disepakati (standar), demikian pula untuk humas protokoler ada standar baku dalam tugasnya.
2. Pelaksanaan tugas ke-PR-an (kehumasan dan keprotokoleran) harus sesuai dengan prinsip moral dan deklarasi HAM. Penghargaan terhadap setiap individu dan memanusiakan manusia menjadi satu hal yang urgen.
3. Menjunjung tinggi martabat manusia dan hak pribadi. Prinsip ini sangat terkait dengan prinsip kedua, segala keputusan dan tindakan yang dilakukan harus ditunjukkan untuk menghormati dan menjunjung tinggi martabat manusia.
4. Menumbuhkan komunikasi moral, psikologi, dan intelektual. Komunikasi yang dilakukan seorang PR (dalam hal ini juga humas dan protokoler) tidak hanya komunikasi yang dilakukan secara sembarangan, tetapi perlu pertimbangan dari segi moral, psikologi, dan intelektual. Siapa komunikannya menjadi suatu yang penting untuk menentukan bagaimana komunikasi yang harus dilakukan.
5. tingkah laku profesional, dapat dipercaya orang lain. Hal ini menyangkut kredibilitas dari seorang PR, humas, dan protokoler. Pekerjaan PR tidak ada artinya bila PR tersebut tidak dapat dipercaya oleh masyarakat. Untuk menjaga hal ini maka kejujuran dan kredibilitas menjadi suatu tuntutan.
6. Bertindak sesuai dengan kepentingan yang terkait, bukan kepentingan pribadi, tapi demi kepentingan instansi dan harus selalu diingat membawa nama baik lembaga tempat bertugas.
7. Menghindari penggunaan kata samar-samar. Ketika berkomunikasi usahakan menggunakan kata-kata yang jelas dan lugas untuk menghindari persepsi ganda dan perbedaan persepsi.
8. Dalam menjalankan tugas, hindari:
 - a. menutupi kebenaran
 - b. menyiarkan informasi tidak sesuai dengan fakta
 - c. usaha tidak etis/tidak jujur
 - d. cara/teknik yang tidak disadari sehingga tidak dapat dikontrol
9. Menciptakan pola komunikasi dan saluran komunikasi yang mengukuhkan ars bebas informasi

Estetika dan Citra Diri

Estetika menyangkut masalah keindahan dalam tindak komunikasi, keindahan yang dimaksud di sini adalah tampilan yang menarik dan enak dilihat dalam tindak komunikasi. Dalam pekerjaan seorang PR, estetika menjadi komponen yang sangat urgen dalam setiap tindak komunikasi yang dilakukan. Ketika menerima tamu, menjadi pembicara di depan publik, estetika menjadi urgensi supaya komunikasi tertarik dengan tindak komunikasi yang sedang dilakukan sehingga komunikasi menjadi efektif.

Banyak sekali factor yang mempengaruhi komponen estetika. Selain pemilihan bahasa yang tepat serta komunikasi verbal yang sesuai dengan komunikan, komunikasi non verbal mempunyai peran yang sangat besar untuk menciptakan keindahan dalam berkomunikasi. Kesungguhan dan kejujuran komunikator dalam menyampaikan suatu pesan dapat dibaca dari komunikasi non verbal yang dia lakukan. Beberapa factor yang mempengaruhi estetika dalam berkomunikasi (Devito, 1997), yaitu:

1. Kontak mata

Kontak mata kelihatannya merupakan hal yang sederhana dan dapat dilakukan oleh semua orang. Kenyataannya, tidak semua orang berani melakukan kontak mata ketika mereka melakukan tindak komunikasi. Rasa tidak percaya diri dan takut menghadapi lawan bicaranya seringkali menjadi satu alasan mengapa orang tidak melakukan kontak mata. Kenyataan ini merupakan satu hal yang sangat fatal apabila dilakukan oleh seorang PR. Komunikasi akan menjadi efektif apabila ada kontak mata di antara partisipasi komunikasi. Masing-masing partisipan akan merasa penting dan diperhatikan dalam tindak komunikasi tersebut apabila ada kontak mata dari partisipan lainnya. Jadi kontak mata merupakan urgensi yang harus dilakukan oleh seorang PR, humas, dan protokoler.

2. Ekspresi wajah

Ekspresi wajah merupakan faktor yang mempengaruhi estetika dalam berkomunikasi. Ekspresi wajah akan mempertegas dan memperjelas pesan verbal yang disampaikan. Pesan sedih, gembira atau marah dapat dipertegas melalui ekspresi wajah. Melalui ekspresi wajah ini seseorang dapat menjadi komunikator yang menarik dan tidak membosankan dalam tindak komunikasi.

3. Postur

Postur mempunyai peranan yang sangat besar dalam komponen estetika. Cara komunikator duduk, cara komunikator berdiri serta postur tubuh lainnya sangat mempengaruhi pesan yang disampaikan. Seorang komunikator yang sedang berbicara tentang permasalahan yang sangat serius, tetapi dilakukan dengan duduk menyandarkan punggung di kursi, jelas menunjukkan postur tubuh yang tidak tepat. Komunikan yang diajak berkomunikasi menjadi tidak simpati dan pembicaraan yang serius akan berubah menjadi santai. Perubahan ini terjadi karena kesan santai yang diciptakan oleh komunikator melalui cara duduknya.

4. Gestur

Gestur merupakan gerakan tubuh kita. Gerakan tubuh yang tepat dan tidak berlebih-lebihan akan membantu menciptakan keindahan dalam tindak komunikasi yang dilakukan oleh seorang PR, humas, dan protokoler. Sebaliknya, apabila gerakan tubuh ini terlalu berlebihan justru akan mengganggu komunikasi. Anggukan kepala, lambaian tangan, gerakan tangan merupakan gestur yang sering dilakukan dan akan meminimalkan kebosanan ketika gerakan-gerakan ini dilakukan secara tepat.

Faktor-faktor di atas sangat mempengaruhi estetika dalam berkomunikasi dan bila ini dapat dilakukan dengan baik akan membawa citra diri yang positif dan menawan yang selalu akan diingat oleh orang yang pernah terlibat dalam komunikasi. Selain itu citra diri positif juga dapat diperkuat dengan kemampuan berkomunikasi yang efektif, sehingga bias dikatakan sebagai PR profesional.

Membangun Komunikasi yang Efektif

Komunikasi efektif dapat diartikan sebagai penerimaan pesan oleh komunikasi atau *receiver* sesuai dengan pesan yang dikirim oleh *sender* atau komunikator, kemudian komunikasi memberi respon yang positif sesuai dengan yang diharapkan. Jadi komunikasi efektif itu terjadi apabila terdapat aliran informasi dua arah antara komunikator dan komunikasi dan informasi tersebut saling direspon sesuai dengan harapan pelaku komunikasi tersebut.

Aspek-aspek Komunikasi Efektif

Ada 5 aspek yang harus dipahami dalam membangun komunikasi yang efektif (Endang dan Maliki, 2003), yaitu:

1. Kejelasan (*clarity*)

Bahasa maupun informasi yang disampaikan harus jelas, sehingga mudah dipahami dan tidak menimbulkan interpretasi ganda ataupun salah.

2. Ketepatan (*Accuracy*)

Informasi yang disampaikan betul-betul akurat artinya informasi tersebut benar dan tepat.

3. Konteks (*context*)

Bahasa dan informasi yang disampaikan harus sesuai dengan keadaan dan lingkungan di mana komunikasi itu terjadi.

4. Alur (*flow*)

Alur bahasa dan informasi harus runtut, karena akan sangat berarti dalam menjalin komunikasi yang efektif.

5. Budaya (*culture*)

Aspek ini tidak saja menyangkut bahasa dan informasi, tetapi juga tata krama atau etika. Misalnya: cara bersalaman, memberi hormat, ada perbedaan antara etnis satu dengan yang

lain. Orang Sunda bersalaman dengan dua tangan, orang Jepang memberi hormat dengan badan sangat membungkuk, dan sebagainya.

Strategi Membangun Komunikasi Efektif

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menciptakan suatu komunikasi yang efektif, antara lain:

1. Ketahui mitra bicara (*audience*)

Kita harus sangat sadar dengan siapa kita bicara, maka sebelumnya ada baiknya kita mengetahui lebih dahulu.

2. Ketahui tujuan

Tujuan kita berkomunikasi akan sangat menentukan cara kita menyampaikan informasi. Misalnya, saat kita menjadi presenter cara penyampaian informasi akan sangat berbeda dengan saat kita memberikan pengumuman ataupun menjadi MC. Bahasa yang digunakan, informasi, dan penjelasan-penjelasan yang dilakukan ketika kita berkomunikasi, akan sangat berbeda.

3. Perhatikan konteks

Konteks di sini bisa berarti keadaan atau lingkungan pada saat berkomunikasi. Dalam hal ini pilihan kata, intonasi suara, bahasa tubuh (*body language*), dan *timing*, sangat berperan untuk mendukung komunikasi itu sesuai konteks.

4. Pelajari kultur

Kultur atau budaya, *habit* atau kebiasaan orang atau masyarakat perlu dipelajari sehingga wawasan kita lebih luas agar tidak mudah terjadi *misscommunication*.

5. Pahami bahasa

“Bahasa menunjukkan bangsa” artinya bahasa dapat menjadi ciri atau identitas suatu bangsa. Berbicara identitas berarti berbicara harga diri atau kebanggaan. Dengan memahami bahasa orang lain berarti berusaha menghargai orang lain. Mungkin bahasa yang kita pahami tidak banyak, tetapi untuk kata-kata kunci memang perlu dipahami oleh seorang PR, humas dan protokoler. Misalnya, kata terima kasih, selamat pagi/siang/malam, selamat jalan, setuju, bagus, dan sebagainya. Untuk memperjelas pesan yang hendak disampaikan di dalam berkomunikasi, gunakan kalimat-kalimat yang sederhana dan mudah dipahami.

Bila apa yang telah dipaparkan di atas dapat dilaksanakan dengan baik, maka seorang PR ataupun pegawai humas dan protokoler dapat menjadi seorang PR yang profesional dan mengesankan. Apalagi hal tersebut didukung oleh cara penampilan yang rapi, bersih, dan serasi, maka akan memberi citra diri yang sangat positif.

Referensi

- Bartens, K. 1993. *Etika: Seri Filsafat Atmajaya 15*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi kedua. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rini Damastuti. 2007. *Etika PR dan E-RP*. Yogyakarta: Gava Media.
- Endang Lestari, dan M.A. Maliki. 2003. *Komunikasi Yang Efektif*. LAN-RI
- Joseph, A. Devito. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books.