

STRATEGI KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM PENDIDIKAN KARAKTER

oleh

I Nyoman Rajeg Mulyawan^{i*}, I Gusti Lanang Rai Arsanaⁱⁱ

Fakultas Ilmu Pendidikan, IKIP PGRI Bali

e-mail: nyoman.rajeg.mulyawan@gmail.com*, lanangarsana@gmail.com

Abstrak

Pendidikan karakter mengajarkan kebiasaan cara berpikir dan berperilaku kepada peserta didik sehingga mereka mampu hidup dan bekerjasama dengan keluarga, masyarakat, negara. Untuk mencapai tujuan itu peran komunikasi menjadi sangat penting. Pendidik sebagai komunikator dalam pendidikan karakter menempati posisi strategis pula. Pendidik atau komunikator memiliki tugas merancang, melaksanakan sampai mengevaluasi proses dan hasil pendidikan karakter. Komunikator menentukan strategi yang tepat dalam memilih materi, menentukan metode pendidikan karakter serta menyesuaikan bahasa yang digunakan sesuai kondisi audiens. Berkaitan dengan tugas tersebut, pendidik harus memahami konsep dasar komunikasi pendidikan, seperti proses komunikasi, teknik komunikasi yang efektif, bentuk komunikasi, prinsip komunikasi, penggunaan metode yang tepat serta strategi yang tepat untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam pendidikan karakter.

Kata kunci; *komunikasi efektif, pendidikan karakter*

EFFECTIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN CHARACTER EDUCATION

Abstract

Character education teaches the habits of ways of thinking and behaving to students so that they are able to live and work with family, society, country. To achieve that goal the role of communication becomes very important. Educators as communicators in character education occupy strategic positions as well. Educators or communicators have the task of designing, carrying out to evaluate the process and results of character education. Communicators determine the right strategy in choosing the material, determine the method of character education and adjust the language used according to audience conditions. In connection with this task, educators must understand the basic concepts of educational communication, such as the process of communication, effective communication techniques, forms of communication, principles of communication, the use of appropriate methods and appropriate strategies to improve the effectiveness of communication in character education.

Keywords; *effective communication, character education*

PENDAHULUAN

Pendidikan diupayakan mengembangkan seluruh potensi peserta didik menjadi sebuah kompetensi sebagai bekal dalam hidupnya. Hakikat manusia sebagai makhluk individu, social dan berketuhanan juga dikembangkan secara seimbang melalui pendidikan secara berkelanjutan. Pendidikan yang merupakan internalisasi nilai-nilai berimplikasi pada pembentukan karakter peserta didik yang mengarah pada tingkah laku manusia. Dalam pembentukan karakter, sesungguhnya pendidikan tersebut sudah dimulai sejak masa kandungan, masa kanak-kanak, remaja hingga dewasa. Pembentukan karakter anak tidak terjadi secepat kilat, atau semudah membalikan telapak tangan, ada proses yang panjang yang dilewati sejalan dengan pertumbuhan dan perkembangannya. Mulai dari anak tersebut lahir, tumbuh dan berkembang ada pengaruh lingkungan baik di keluarga, sekolah dan pergaulan di masyarakat akan mewarnai karakter yang dimiliki. Pola asuh orang tua akan berpengaruh terhadap karakter anak, misalnya ada sikap dan perilaku orang tua yang negative maka hal tersebut akan dapat menjadikan anak rendah diri, minder, penakut atau bahkan menjadi agresif. Selama proses yang dialami anak dalam masa perkembangannya merupakan akumulasi pengalaman baik positif maupun negative yang dapat membentuk karakter dan dibawanya sampai ia dewasa. Mengutip pernyataan yang diungkapkan Dorothy Law Nollte (Doni, 2007): Jika anak dibesarkan dengan celaan, maka ia belajar memaki, jika anak dibesarkan dengan permusuhan maka ia belajar berkelahi, jika anak dibesarkan dengan cemoohan maka ia belajar rendah diri ... dst. Betapa besarnya pengaruh lingkungan keluarga terhadap perkembangan kepribadian anak.

Akhir-akhir ini bermunculan berbagai fenomena perilaku negative yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari pada anak dan remaja. Hal ini dapat dilihat melalui berita surat kabar, televise, banyak dijumpai kasus mulai dari anak usia dini seperti berbicara kurang sopan, sering meniru adegan kekerasan. Demikian juga anak remaja menunjukkan perilaku kekerasan, pemerkosaan, dan bahkan melakukan pembunuhan. Kondisi ini tentu sangat memperhatikan dan menarik perhatian semua pihak dengan serta merta mengajukan pertanyaan ada apa dengan

dunia pendidikan kita?. Sekalipun fenomena di atas adalah merupakan tanggung jawab bersama, namun dunia pendidikan mestinya mulai berbenah diri untuk dapat mengantisipasi dan merancang atau membuat strategi untuk dapat mengembangkan pendidikan karakter.

Dari pernyataan di atas dapat dinyatakan bahwa karakter seseorang akan diwujudkan dalam bentuk perilaku sesuai dengan pendidikan atau pengalaman yang diterimanya. Oleh karena demikian sangat penting diupayakan pendidikan itu dirancang secara sistemik, baik mengenai program, materi, media maupun kompetensi dari pendidik. Agar pendidikan karakter efektif dan dapat diterima dengan sempurna maka harus dirancang strategi komunikasi yang tepat dalam pelaksanaan pendidikan karakter. Terkait peranan komunikasi dalam pembentukan karakter, Hoirun Nisa(2016) menyatakan bahwa apabila komunikasi sudah menyatu dalam rutinitas seseorang maka otomatis akan berimplikasi secara langsung terhadap karakter diri sendiri melalui pembiasaan sehingga menjadi kebiasaan dan juga berdampak secara tidak langsung terhadap orang lain. Hal ini berarti bahwa para pihak yang terlibat dalam pendidikan khususnya para guru terlebih awal hendaknya memiliki karakter yang dapat dijadikan panutan oleh peserta didik. Demikian juga pendidik dalam berkomunikasi dengan peserta didik harus memiliki muatan nilai, mutu, terarah agar terjadi interaksi yang positif dalam pembentukan karakter peserta didik. Berkaitan dengan hal tersebut maka pertanyaan yang perlu dijawab, bagaimana pendidik mengupayakan komunikasi yang efektif dalam pendidikan karakter?.

PEMBAHASAN

1. Konsep Strategi Komunikasi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu (Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas). *J.R David* (Heri, 2012) mengatakan, dalam dunia pendidikan strategi diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Dari pernyataan tersebut dapat dicermati

bahwa strategi pembelajaran merupakan rencana tindakan (rangkaiian kegiatan) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan sumber daya dalam proses pembelajaran. Hal ini mengandung pengertian bahwa strategi baru sebatas pada proses penyusunan rencana (*planning*) belum sampai pada tindakan.

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berbagai pandangan tentang makna komunikasi, James Stoner (Wijaya, 1993) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. Schemerhorn menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima symbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka. Berkaitan dengan tujuan komunikasi Onong Uchyana (2004) menambahkan pengertian bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan untuk memberitahu, atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan ataupun tidak langsung melalui media tertentu. Sementara Rudy (2005) menambahkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, pesan, gagasan, atau pengertian dengan menggunakan lambing-lambang yang mengandung arti atau makna baik secara verbal maupun non verbal dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau kelompok lainnya dengan tujuan untuk mencapai pengertian atau kesepakatan bersama.

Dilihat dari tujuan dilakukannya komunikasi, Widjaja (1993) menyatakan bahwa komunikasi itu bertujuan untuk kepentingan informasi, sosialisasi, motivasi, debat atau diskusi, pendidikan, hiburan. Sementara Efendy mengklasifikasi tujuan komunikasi sebagai informative dan persuasive. Selanjutnya ditegaskan bahwa komunikasi persuasive lebih sulit dibandingkan pelaksanaan komunikasi informative karena komunikasi persuasive tidak mudah mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain dalam berbagai kesempatan dan tempat tertentu seperti di keluarga, sekolah dan masyarakat. Komunikasi persuasive memerlukan waktu lebih lama karena sasaran perubahan adalah perilaku. Sementara sasaran komunikasi informative adalah pengetahuan dan kesadarannya.

Strategi komunikasi bermuara pada terjadinya komunikasi yang efektif. Komunikasi efektif secara garis besar berarti menyampaikan sesuatu dengan cara yang tepat dan jelas sehingga informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh orang lain. Hal ini juga berarti bahwa segala konsep dalam bentuk pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dimaknai sama oleh komunikan. Setidaknya terdapat lima aspek yang perlu diperhatikan dalam membangun komunikasi yang efektif (Hoirun Nisa, 2016) yakni: kejelasan, ketepatan, konteks bahasa, alur, dan budaya. Kejelasan yang dimaksud adalah bahwa dalam komunikasi harus menggunakan bahasa yang jelas, tidak berbeli-belit sehingga dengan mudah dipahami oleh komunikan. Ketepatan dalam komunikasi dimaknai tentang kebenaran informasi yang disampaikan, termasuk juga penggunaan bahasa yang benar menurut kaidah bahasa Indonesia. Konteks bahasa penting diperhatikan, dimana, kapan, dengan siapa komunikasi tersebut dilakukan. Berkaitan dengan alur atau sistematika penyampaian pesan, bahasa dan informasi yang digunakan harus jelas sehingga pihak yang menerima informasi cepat tanggap. Budaya komunikan sangat penting diperhatikan dalam komunikasi verbal maupun nonverbal supaya tidak terjadi kesalahan persepsi.

Untuk mengukur keefektifan komunikasi dapat ditandai proses dan hasil yang dicapai. Berkaitan dengan hal ini Widjaya (1993) menyebutkan beberapa komponen komunikasi yakni ada: sumber (*source*), komunikator (*communicator*), pesan (*message*), saluran (*channel*), komunikan (*communican*), dan hasil (*effect*). Berkaitan dengan hal tersebut maka strategi komunikasi di arahkan pada peningkatan kualitas sumber yang dijadikan acuan, peningkatan kemampuan komunikator, mengolah dan cara menyampaikan pesan, mengoptimalkan saluran komunikasi, melakukan pemahaman yang mendalam pada komunikan serta berupaya meningkatkan kualitas hasil atau efek komunikasi.

Indikator komunikasi efektif dilihat dari sumber yang digunakan seperti kredibilitas sumber tersebut, lama atau baru atau bahkan sudah usang. Sumber ini dapat berupa buku, orang dan lembaga, dalam menggunakannya harus jeli memilihnya. Jika salah memilih sumber akan berdampak pada kepercayaan publik, audiens dan komunikan secara khusus. Dalam pendidikan karakter telah

ditentukan bahan atau sumber acuan yang terdiri dari 18 nilai-nilai yang bersumber pada Pancasila dan budaya bangsa. Melalui Perpres no. 87/2017 tentang penguatan pendidikan karakter (PPK) maka nilai-nilai tersebut dikristalisasi menjadi nilai utama yakni: religiositas, nasionalis, kemandirian, gotong royong, dan integritas. Dengan demikian segala sumber yang digunakan dalam komunikasi harus mengacu pada nilai tersebut. Komunikator yang efektif dalam komunikasi (Widjaja, 1993:12) adalah komunikator yang: memiliki kredibilitas tinggi, terampil berkomunikasi, berpengetahuan luas, memiliki daya tarik, bersikap positif. Sementara Hoirun Nisa (2016) merinci komunikator yang efektif jika memiliki indikator: *credibility, capability, clarity, sympathy* dan *entusiasity*.

Cridibility atau tingkat kepercayaan merupakan citra diri dari komunikator karena prestasinya, atau kompetensi yang dimilikinya sehingga audiens begitu percaya kepada komunikator. Tingkat kepercayaan audiens kepada komunikator yang kredibilitasnya tinggi akan memudahkan menyerap segala informasi atau pesan yang disampaikan, audiens akan bersikap positif dan mengarahkan perilakunya sesuai pandangan komunikator. Ada tiga kawasan yang dapat dijadikan tolok ukur untuk menentukan kredibilitas komunikator (Hoiron Nisa (2016) yaitu kawasan teknologi, kawasan akademik dan kawasan humanistik. *Capability* dari seorang komunikator adalah merupakan kemampuan memadukan semua potensi yang dimiliki dalam menyampaikan pesan baik dalam komunikasi verbal maupun nonverbal. Komunikator yang memiliki kapabilitas tinggi akan mampu merancang komunikasi secara efektif dan efisien, cakap mengemukakan pikiran secara singkat, jelas dan padat. Mampu menyesuaikan isi pikirannya dengan tingkat kemampuan audiens merupakan kecakapan social sebagai penentu keefektifan sebuah komunikasi.

Kejelasan dan ketepatan ucapan (*clarity*) dari komunikator akan sangat mempengaruhi keberhasilan komunikasi. Penerapan komunikasi verbal banyak bertumpu pada *clarity*. Oleh karena itu komunikator perlu memperhatikan kejelasan ucapan dan perlu mengasah keterampilan teknik vokalnya.

Penampilan komunikator selama proses komunikasi dituntut memiliki simpati (*sympathy*). Pembicara yang mampu tampil simpatik selama proses komunikasi berlangsung akan mampu menarik perhatian audiens sehingga kepuasan akan dapat dirasakan kedua belah pihak antara komunikator dan komunikan. Sebuah pertanda penampilan simpatik dari komunikator dapat dilihat dari intensitas senyum, kontak mata, keramahan sikap, keceriaan wajah dan sebagainya.

Enthusiasia atau antusiasme merupakan semangat yang ditampilkan oleh komunikator. Dalam komunikasi hal ini perlu dijaga oleh komunikator. Hal ini berlangsung jika komunikator tetap semangat, penampilan energik, gerak lincah, stamina yang fit dan wajah berseri-seri. Untuk dapat tampil seperti ini tentu komunikator tetap harus memelihara kesehatannya. Tetapi memang ada tipe kepribadian komunikator yang tampak tidak antusias dalam komunikasi sekalipun kondisi mereka dalam keadaan sehat seperti tipe kepribadian melankolis.

Selain faktor pembicara, komunikasi yang efektif dapat dilihat dari segi pesan yang disampaikan. Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan komunikator. Pesan yang disampaikan harus memenuhi syarat seperti: harus dipersiapkan dengan baik sesuai kebutuhan; menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak; pesan tersebut harus menarik minat serta menimbulkan kepuasan audiens (Widjaja, 1993:15). Ciri-ciri pesan yang efektif menurut (Hoirun Nisa, 2016) yakni: dari segi bahasa menggunakan istilah yang diartikan sama oleh kedua belah pihak; pesan yang dipertukarkan harus spesifik; pesan harus berkembang secara logis tidak boleh terpotong-potong; pesan tersebut harus objektif, akurat dan actual; pesan disampaikan secara ringkas. Semua hal tersebut diupayakan untuk menghindari terjadinya miskomunikasi. Komunikator yang piawai selalu menggunakan contoh sesuai kondisi audidien, tujuannya agar pesan yang disampaikan betul-betul dapat dimengerti dan dipahami.

Faktor media dalam komunikasi menjadi bagian yang tidak boleh dikesampingkan. Media merupakan alat bantu atau perantara dalam penyampaian

pesan. Penggunaan media sangat ditentukan oleh pesan apa yang akan disampaikan serta sasaran komunikasi (audiens) dan jumlah publik yang hendak dicapai. Menurut Alan R. Denis dkk (1999) efektivitas suatu media komunikasi 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. Ada beberapa dimensi yang dapat dipertimbangkan untuk menentukan efektivitas suatu media menurut A. Denis (1999): kecepatan 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 dikirim (*rehearsability*); dan sejauh apa sebuah pesan dapat dikaji ulang atau diolah kembali dalam konteks komunikasi yang terjadi (*reprocessability*). Dari dimensi tersebut dapat dijadikan landasan dasar untuk mengukur keefektifan suatu media. Dukungan media dalam penyampaian sebuah gagasan akan sangat tergantung kebutuhan di lapangan. Widjaja (1993) menyarankan dalam pemilihan media didahului dengan mempertimbangkan dua hal yakni pesan apa yang akan disampaikan dan jumlah publik yang hendak dicapai. Senada dengan hal ini Hoirun Nisa (2016) mendeskripsikan karakteristik media yang efektif dengan mempertimbangkan: kebutuhan luasnya jangkauan dan kecepatan penetrasi; kebutuhan pemeliharaan memori (seperti untuk diingat jangka waktu lama); kebutuhan jangkauan khalayak yang selektif; kebutuhan jangkauan khalayak local; kebutuhan frekuensi tinggi (seperti radio). Media komunikasi yang efektif adalah media yang dapat mengaktifkan seluruh indera audiens baik mengenai penglihatan, pendengarannya termasuk juga indera yang lainnya. Dalam pengembangan media, pendidik atau komunikator harus mempertimbangkan berbagai komponen seperti tujuan yang akan dicapai, materi/pesan, metode yang digunakan serta karakter audiens.

Tingkat keefektifan komunikasi jika dilihat dari penerima pesan (komunikan) dapat ditandai dengan kualitas pemahaman terhadap materi yang diterimanya. Ada komunikan yang mampu sampai taraf mengenali pesan yang

diterimanya, ada komunikan yang sudah memahami isi pesan dan ada komunikan yang sudah mampu mengevaluasi isi pesan. Ada variasi tingkat kemampuan menerima pesan dari audiens disebabkan karena ada variasi tingkat kemampuan dan latarbelakang yang berbeda baik dari segi pengalaman dan budaya masing-masing, serta kebutuhan dan tingkat keseriusan audiens dalam penyelenggaraan komunikasi. Berkaitan dengan hal tersebut, komunikator penting untuk melakukan hal-hal: pemetaan terhadap calon audiens baik jumlah maupun tingkat kemampuan serta pengalamannya; menggunakan variasi media karena berbeda individu berbeda pula cara atau gaya menangkap pesan, ada yang auditif, ada yang lebih gampang menangkap materi secara visual dan sebagainya.

Keberhasilan komunikasi tidak hanya berhenti pada tataran pengetahuan komunikan setelah berlangsungnya komunikasi, tetapi keberhasilan itu dapat dilihat dari segi efek komunikasi. Efek adalah hasil dari suatu komunikasi yang dapat berupa perubahan sikap dan tingkah laku sesuai harapan komunikator yang dirumuskan ke dalam tujuan komunikasi. Perubahan sikap dapat diukur dengan skala sikap, sementara perubahan perilaku dapat diukur dengan mengamati langsung perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian strategi yang dapat dilakukan berkaitan dengan peningkatan efek komunikasi yakni: pembelajaran berbasis kompetensi; pembelajaran berpusat pada peserta didik; pendekatan pembelajaran secara kelompok atau individual; metode yang digunakan lebih banyak menuntut keaktifan peserta didik (seperti metode tugas dan diskusi); pelaksanaan evaluasi secara komprehensif; melakukan refleksi diri terhadap proses dan hasil yang dicapai.

Jika dilihat dari segi proses, komunikasi efektif jika telah melalui 4 tahapan (Widjaja, 1993:21) yakni: pengumpulan fakta (*fact finding*); membuat perencanaan (*planning*); pelaksanaan komunikasi (*communicating*); dan melaksanakan evaluasi (*evaluation*). Tujuan komunikasi akan dapat dicapai secara maksimal apabila materi (pesan) berupa fakta telah dikumpulkan secara memadai untuk mendukung tercapainya tujuan. Demikian juga perencanaan dibuat secara matang melalui analisis program baik mengenai materi, metode serta media yang akan digunakan. Dalam pelaksanaan komunikasi hendaknya mengacu pada

rencana yang telah dibuat dengan improvisasi mengacu pada situasi dan kondisi, baik mengenai perhatian (*attention*), rasa ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), keputusan (*decision*) dan tindakan (*action*) dari audiens (Widjaja, 1993:21).

Berkaitan dengan penyusunan rencana dan pelaksanaan komunikasi dalam pendidikan karakter, penentuan metode komunikasi merupakan hal penting dilakukan. Penentuan metode sangat tergantung pada sasaran, materi, saluran komunikasi, dan program yang ada pada suatu sekolah. Ada beberapa metode komunikasi yang dapat diterapkan pada pendidikan karakter yakni: pada pendekatan pembelajaran secara langsung, terutama dalam pembelajaran di kelas metode yang digunakan seperti ceramah, penugasan, diskusi, tanya jawab, curah pendapat, bercerita, simulasi (sosiodrama dan sebagainya; melalui pembiasaan metode yang digunakan seperti, metode tugas, modeling; melalui keteladanan metode yang digunakan seperti sosiodrama dan bermain peran; melalui nasehat; melalui reward dan punishment. Satu metode hanya efektif untuk beberapa materi atau pesan yang disampaikan. Oleh karena itu strategi pemilihan metode amat penting dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif.

Komunikasi akan dapat mencapai tujuan sesuai dengan yang diharapkan jika memenuhi beberapa persyaratan seperti: adanya keterbukaan para pihak yang berkomunikasi, empaty, dukungan, perasaan positif dan kesamaan (Thomas Gordon, 2002). Keterbukaan yang dimaksud adalah kemampuan untuk membuka atau mengungkapkan pikiran, perasaan dan reaksi kita kepada orang lain. Keterbukaan juga berarti perwujudan sikap dan perasaan bertoleransi dalam komunikasi yaitu dengan sejujurnya mengungkapkan kata-kata dalam berkomunikasi. Empaty adalah suatu perasaan individu yang merasakan sama seperti yang dirasakan orang lain. Dengan demikian melalui simpaty semua pihak yang berkomunikasi merasa mendapat perhatian dan penghargaan sehingga merasa bebas mengungkapkan perasaan dan kemauannya. Sementara dukungan dalam komunikasi akan dapat membantu individu lebih bersemangat dalam melakukan aktivitas untuk meraih tujuan yang diharapkan. Dukungan ini dapat ditunjukkan dengan: bersedia membuka kesempatan untuk berbicara kepada orang

lain; mendengarkan secara aktif apa yang dibicarakan pasangan bicara; berusaha menetralkan konflik yang pernah terjadi (Thomas Gordon, 2002). Perasaan positif juga sangat berperan dalam mencapai kesuksesan komunikasi dimana perasaan positif ini merupakan perwujudan nyata dari suatu pikiran, terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Berpikir positif tentang orang lain akan mendorong terjalinnya komunikasi dengan lebih baik. Tingkat kesamaan (*equality*) dalam komunikasi merupakan tujuan yang diharapkan dan merupakan syarat penting. Kesamaan adalah sebuah kualitas sejauhmana antara pembicara dan penerima pesan memahami hal yang sama terhadap pesan yang dikirim. Kesamaan dalam makna pada sebuah komunikasi merupakan hasil proses pembagian informasi melalui tindakan pertukaran, saling mengisi dan melengkapi kekurangan satu dengan yang lain (Sven Wahlross, 2003: 36).

Jika beberapa persyaratan untuk terjadinya komunikasi yang efektif seperti tersebut di atas terpenuhi secara optimal maka akan ada efek yang memadai pada tataran pengetahuan, kesadaran, sikap dan perilaku. Nurani Soyomukti (2010) menyebut efek komunikasi sebagai pengaruh pada ranah kognitif, affektif dan psikomotor. Sementara Widjaja (1993) menyebut efek komunikasi berupa terjadinya perubahan sikap, pendapat serta tingkah laku komunikasi sesuai harapan komunikator.

2. Komunikasi dalam Pendidikan Karakter

Pendidikan karakter merupakan suatu proses yang membantu menumbuhkan, mengembangkan, mendewasakan, membentuk kepribadian seseorang yang merupakan karakter atau ciri khas dari orang tersebut (Hoirun Nisa, 2016). Kepmendiknas (2011) menegaskan bahwa pendidikan karakter adalah usaha menanamkan kebiasaan-kebiasaan yang baik sehingga peserta didik mampu bersikap dan bertindak berdasarkan nilai-nilai yang telah menjadi kepribadiannya. Sementara Murphy (1998) berpendapat bahwa pendidikan karakter adalah pendidikan yang didasarkan pada nilai-nilai etika inti berakar dalam masyarakat demokratis, khususnya tentang penghargaan, tanggung jawab, kepercayaan, keadilan dan kejujuran, kepedulian dan kemasyarakatan serta

kewarganegaraan. Lickona (1991) menyatakan bahwa pengertian pendidikan karakter adalah suatu usaha yang disengaja untuk membantu seseorang sehingga ia dapat memahami, memperhatikan, dan melakukan nilai-nilai etika yang inti.

Dengan demikian jelaslah bahwa pendidikan karakter adalah suatu sub sistem pendidikan yang bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai karakter tertentu kepada peserta didik yang di dalamnya terdapat komponen pengetahuan, kesadaran atau kemauan, serta tindakan untuk melakukan nilai-nilai tersebut. Nilai-nilai yang ditanamkan dalam pendidikan karakter di Indonesia bersumber dari Agama, Pancasila dan Budaya terdiri dari nilai kejujuran, sikap toleransi, disiplin, kerja keras, kreatif, kemandirian, sikap demokratis, rasa ingin tahu, semangat kebangsaan, cinta tanah air, menghargai prestasi, sikap bersahabat, cinta damai, gemar membaca, peduli terhadap lingkungan, peduli sosial, rasa tanggung jawab, dan religius (Puskur Depdiknas, 2010). Dari 18 nilai tersebut dilakukan kristalisasi melalui kebijakan pendidikan untuk penguatan pendidikan karakter (PPK). Kebijakan pendidikan untuk penguatan pendidikan karakter mengklasifikasi menjadi nilai utama yaitu: religiositas, nasionalis, kemandirian, gotong royong dan integritas. Kristalisasi nilai tersebut merupakan aktualisasi dari Pancasila, tiga pilar gerakan nasional, revolusi mental, nilai-nilai kearifan local dan tantangan masa depan.

Pendidikan karakter bertujuan mengembangkan nilai-nilai yang membentuk karakter bangsa yaitu Pancasila meliputi: (1) mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia berhati baik, berpikiran baik dan berperilaku baik; (2) membangun bangsa yang berkarakter Pancasila; (3) mengembangkan potensi warganegara agar memiliki sikap percaya diri, bangga pada bangsa dan negaranya, serta mencintai umat manusia (Kemendiknas, 2011).

Untuk mencapai tujuan pendidikan karakter tersebut semua komponen bangsa diharapkan bersinergi menanamkan nilai-nilai kebaikan, menjadi contoh yang baik kepada generasi penerus bangsa. Walaupun pendidikan karakter adalah menjadi tanggung jawab semua pihak namun yang paling strategis ada di dunia pendidikan dengan beberapa unsure yang terlibat dan sifatnya mengikat adalah: pendidik, peserta didik, kurikulum, media, metode dan lingkungan. Komunikasi

adalah sebagai poros dalam sistem pendidikan karakter karena dapat menjembatani kesemua unsure atau subsistem yang terlibat di dalam sistem tersebut

Peran guru dalam pendidikan khususnya pada kegiatan pembelajaran tidak terlepas dari komunikasi yang digunakan dalam penyampaian materi pembelajaran. Untuk dapat melaksanakan kegiatan pembelajaran atau komunikasi dengan peserta didik, guru atau pendidik harus memahami konsep dasar komunikasi pendidikan seperti memahami proses komunikasi, teknik berkomunikasi yang baik, bentuk komunikasi, pemahaman tentang metode yang digunakan dalam berkomunikasi, strategi dalam berkomunikasi dan sebagainya. Intinya pemahaman yang tinggi tentang konsep komunikasi akan memudahkan dalam proses pembelajaran, pendidikan karakter, sehingga tujuan dapat dicapai secara efektif. Melalui pemahaman komunikasi yang tinggi, guru akan mampu sebagai komunikator yang baik dalam pendidikan karakter. Sebagaimana dinyatakan Lickona (1991) dalam pendidikan karakter ada 3 (tiga) komponen yang baik yakni pengetahuan tentang moral (*moral knowing*), perasaan tentang moral (*moral feeling*), dan perilaku moral (*moral action*). Untuk dapat mencapai hasil yang baik dalam pendidikan karakter/moral, para pendidik dengan penguasaan yang tinggi tentang ilmu komunikasi maka ia akan mampu merancang dan mengkomunikasikan pencapaian tujuan pendidikan karakter secara kognitif, afektif dan psikomotor.

Peran pendidik dalam merancang pesan atau materi komunikasi tentu tidaklah mudah. Dengan demikian dibutuhkan kemampuan untuk membuat strategi yang tepat. Pesan atau materi dipilih berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Tidak semua fakta atau informasi dapat dijadikan materi atau pesan dalam pendidikan karakter. Materi pendidikan karakter harus diseleksi secara ketat, dianalisis keefektifannya, kesesuaiannya dengan tujuan yang ditetapkan. Materi mana yang cocok untuk mencapai tujuan secara kognitif atau pengetahuan tentang moral (*moral knowing*), materi yang mana cocok untuk mencapai tujuan afektif atau perasaan tentang moral (*moral feeling*), demikian juga materi yang

cocok untuk mencapai tujuan perilaku moral. Demikian juga pertimbangan nilai yang dikembangkan harus memiliki kesesuaian dengan materi yang dipilih.

Dalam pendidikan karakter peran media menjadi sangat penting sebagai sumber dan alat bantu dalam pendidikan. 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, keteladanan (Hoirun Nisa, 2016). Dalam sebuah komunikasi materi atau pesan dapat disampaikan secara verbal dan nonverbal. Dengan demikian keteladanan, perbuatan, ucapan dan apapun yang tampak pada pendidik adalah sebagai media komunikasi yang selanjutnya akan ditiru oleh peserta didik. Segala sikap dan perbuatan peserta didik adalah merupakan cerminan proses pendidikan dan keteladanan dari pendidik. Oleh karena demikian pendidik mestinya dapat mengkomunikasikan nilai-nilai karakter melalui media dalam bentuk komunikasi baik verbal maupun nonverbal.

Keefektifan dalam sebuah komunikasi harus memperhatikan audiens atau sasaran, baik usia, tingkat kemampuan, pengalaman maupun latarbelakang social lainnya. Pengenalan terhadap wilayah sasaran/ audiens akan mempermudah dalam menentukan materi, metode serta media yang digunakan. Misalnya saja pendidikan karakter untuk anak usia 0-6 tahun pendidikan dilakukan dalam bentuk permainan atau melalui pembiasaan. Demikian juga untuk anak remaja metode pendidikan karakter yang cocok misalnya problem solving dan sebagainya.

Hasil atau efek dari komunikasi dalam pendidikan karakter tentu ada perubahan dari aspek kognisi, afeksi dan konasi serta perilaku. Untuk mengetahui hasil yang dicapai dilaksanakan evaluasi secara komprehensif baik mengenai pemahamannya, kesadarannya tentang nilai-nilai moral serta sikap dan perilakunya yang mencerminkan nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan sehari-hari.

PENUTUP

1. Simpulan

Dalam sistem pendidikan utamanya dalam pendidikan karakter peran komunikasi sebagai subsistem menjadi sangat penting dimana pendidik sebagai komunikator memiliki posisi strategis untuk mengendalikan proses komunikasi tersebut. Kompetensi yang dimiliki oleh pendidik memberikan sinyal bahwa pendidik harus menjadi komunikator yang handal. Penguasaan materi, metode, penggunaan media serta penguasaan terhadap karakter audiens dalam komunikasi adalah menjadi tugas yang penting sehingga dapat melaksanakan tugas sebagai komunikator yang mumpuni dalam pendidikan karakter.

Dalam pelaksanaan pendidikan karakter pendidik akan menghadapi beragam variasi peserta didik baik kemampuan, kebiasaan, usia, agama, suku, ras, serta latarbelakang social lainnya. Semua hal tersebut akan dijadikan dasar dalam menentukan strategi komunikasi baik dalam menyusun program, menentukan materi atau pesan yang akan disampaikan serta dalam memilih metode yang tepat. Bahasa yang digunakan dalam komunikasi akan sangat dipengaruhi oleh kondisi audiens. Penentuan tujuan komunikasi dalam pendidikan karakter tentu harus dipilih sesuai dengan nilai-nilai yang ditetapkan dalam kurikulum. Evaluasi proses dan hasil pelaksanaan pendidikan karakter dilakukan secara berkelanjutan sampai ada perubahan perilaku peserta didik dalam kehidupan sehari-hari.

2. Saran

Disarankan kepada pendidik khususnya guru untuk selalu menambah wawasan mengenai pendidikan karakter, baik mengenai konsep pendidikan karakter, strategi, metode komunikasi untuk dapat menjadi teladan dan komunikator yang efektif sehingga tujuan pendidikan karakter dapat dicapai dengan efektif pula.

REFERENSI

- A.Denis and J.Valacich. (1999). *Rethinking Media Richness Toward a Theory of Media Synchronicity. Proceeding of The 32nd Hawaii International Conference on System Science*
- Doni Koesoema. (2007). *Pendidikan Karakter Strategi Mendidik Anak di Zaman Global*. Jakarta: PT Grasindo
- Heri Gunawan.(2012). *Pendidikan Karakter, Konsep dan Implementasi*. Bandung: CV.Afabeta
- Kemendinas. (2011). *Panduan Pendidikan Karakter*. Jakarta: Pusat Kurikulum dan Kebukuan Kepmendiknas
- Lickona, Thomas. (1991). *Educating for Charater: How Our School can teach respect and responsibility* . New York: Bantam Books
- Murphy, MM. (1998). *Charater Education in America’s Blue Ribbon Shools*. Lancaster: PA Tehnomic
- Nurani Soyomukti. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Pusat Kurikulum Depdiknas. (2010). *Bahan Pelatihan Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-nilai Budaya Untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa*. Jakarta: Kemendiknas
- Syaiful Bahri Djamarah. (2014). *Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi Dalam Keluarga*. Jakarta: PTRineka Cipta
- Sven Wahlroos. (2003). *Komunikasi Keluarga: Panduan Menuju kesehatan Emosional dan Hubungan pribadi Yang Lebih Baik*. Bandung: CV Pustaka.
- Thomas Gordon. (2002). *Menjadi Orang Tua Efektif Petunjuk terbaru Mendidik anak Bertanggungjawab*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Widjaja, A.W. (1993). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara