

Perilaku Komunikasi Verbal Masyarakat Kampus Berbasis Karakter

Oleh Prof Dr. Berlin Sibarani, M.Pd

Abstract

Perilaku komunikasi sama dengan perilaku lainnya, yakni sama-sama diwujudkan dalam bentuk tindakan teramati (terlihat atau terdengar) dan sama-sama didorong oleh softskills, atau nilai (value) atau karakter. Kemampuan (keterampilan) berkomunikasi termasuk komunikasi verbal sangat ditentukan oleh kualitas penguasaan bahasa dalam artian luas, penguasaan komunikasi itu sendiri, seperti *communicative situation* (situasi komunikasi), *communicative event* (peristiwa komunikasi), *communicative act* (tindak komunikasi), *participants* (mitra tutur), dan pengetahuan substansi komunikasi. Namun demikian, keberhasilan dalam berkomunikasi pada suatu situasi komunikasi tidak dapat dijamin oleh kualitas keterampilan berkomunikasi, karena keterampilan tersebut adalah alat bagi pemilik kemampuan tersebut yang siap digunakan baik untuk tujuan yang positif, misalnya menjalin komunikasi yang baik maupun untuk tujuan yang negatif, misalnya melukai orang lain sebagai mitra komunikasinya. Oleh karena itu, keterampilan tersebut hanya akan berdampak baik jika penutur memiliki nilai (*value*) dan karakter yang baik yang mengendalikan perilaku berkomunikasi menjadi baik.

Kata kunci: Komunikasi, Perilaku dan Karakter

Pengantar

Seorang mahasiswa adalah anggota komunitas intelektual dan juga menjadi anggota masyarakat. Dalam kegiatannya sebagai mahasiswa, terjadi interaksi komunikatif dengan anggota lain komunitas tersebut atau dengan anggota masyarakat. Komunikasi mahasiswa dengan mahasiswa lain, dengan dosen atau pegawai administrasi perguruan disebut sebagai komunikasi internal. Komunikasi ini terjadi antar sesama anggota komunitas intelektual. Sedangkan komunikasi mahasiswa dengan anggota masyarakat disebut komunikasi eksternal. Pembagian kedua jenis komunikasi ini didasarkan pada mitra mahasiswa berkomunikasi. Komunikasi internal berbeda dari komunikasi eksternal. Komunikasi internal menggunakan kaidah komunikasi yang di sepakati dalam komunitas intellectual. Jika pelaksanaan komunikasi menyimpang dari kaidah akan berakibat pada pencitraan diri mahasiswa yang jelek dan sebaliknya. oleh karena itu, seorang mahasiswa harus

mempelajari kaidah komunikasi komunitas intelektual agar tidak melakukan penyimpangan kaidah. Sedangkan komunikasi eksternal memiliki kaidah komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai yang diterima dan dianggap baik di dalam masyarakat. Kedua kaidah komunikasi ini harus dikuasai agar kaidah tersebut dapat digunakan sesuai dengan konteks komunikasinya - komunikasi internal atau eksternal. Kesalahan penggunaan kaidah atau saling silang penggunaan dapat berakibat pada kegagalan pencapaian tujuan komunikasi dan bahkan dapat berakibat pada rusaknya citra pembicara. Oleh karena itu, penguasaan dan keterampilan menggunakan kaidah komunikasi ini menjadi salah satu faktor terpenting dalam komunikasi. Namun demikian, pemenuhan kedua persyaratan ini belum lah cukup. Masih ada faktor penentu lain, yaitu karakter. Karakter terkait dengan berbagai aspek dan salah satu di antaranya ialah faktor keyakinan dan kemauan (kesediaan) menerapkan pengetahuan dan keterampilan kedua kaidah tersebut serta cara penerapannya. Artinya, pengetahuan tentang kaidah komunikasi dan penguasaan keterampilan menggunakan yang dimilikinya menjadi sia-sia tak bermanfaat jika dia tidak mau menggunakannya dalam komunitasnya maupun dalam masyarakat. Jika seandainya ada kemauan menggunakannya, tetapi tidak peduli pada cara-cara penggunaannya, sering melakukan pembiasaan kaidah komunikasi dalam artian saling silang kaidah antara komunikasi internal dan komunikasi eksternal atau melanggar kaidah komunikasi. Kedua konsep ini, yakni komunikasi mahasiswa dan karakter - pada awal pembahasan - akan dikaji secara terpisah, kemudian pada bagian lanjutan makalah akan dikaji hubungan kedua konsep.

Komunikasi Internal Masyarakat Kampus

Secara garis besar dapat dikatakan bahwa komponen pembentuk sebuah kampus adalah dosen, mahasiswa dan pegawai jika dilihat dari sumberdaya manusianya. Namun demikian, pemahaman konsep *masyarakat* dalam konteks ini adalah pemahaman yang masih bersifat umum. Konsep yang lebih sempit dan mungkin lebih tepat digunakan menggambarkan posisi komunikatif kampus terutama yang bersifat internal adalah *komunitas*. Menurut Swales (1990) sejumlah orang yang membentuk sebuah kelompok yang (1) memiliki satu tujuan sebagai tujuan bersama atau tujuan organisasi, (2) memenuhi persyaratan untuk diterima menjadi

anggota kelompok, (3) adanya saling memberi informasi, (4), memiliki genre yang khas kelompok, (5) memiliki sejumlah terminologi yang khas kelompok dan (6) umumnya anggotanya memiliki tingkat keahlian adalah *komunitas*.

Jika ke enam kriteria ini dijadikan sebagai tolok ukur bagi sumberdaya yang membentuk kampus maka segera ditemukan bahwa mahasiswa, dosen dan pegawai memiliki tujuan yang khas, antara lain untuk meningkatkan kualitas ilmu pengetahuan dan teknologi. Setiap orang yang ingin menjadi warga kampus harus terlebih dahulu memenuhi persyaratan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam kegiatannya sehari-hari anggota kelompok ini saling memberi informasi dalam rangka koordinasi, monitoring, dll. yang keseluruhannya kontributif terhadap pencapaian tujuan bersama. Berbicara mengenai kehidupan kampus pastilah menggunakan istilah atau jargon yang khas kampus yang tidak digunakan oleh kelompok lain. Kriteria terakhir juga terpenuhi, yakni bahwa setiap warga kampus memiliki keahlian yang memungkinkan mereka dapat memberi sumbangan terhadap pencapaian tujuan kelompok. Atas dasar pertimbangan ini, istilah *komunitas* yang digunakan dalam makalah ini.

Dalam makalah ini yang dimaksud dengan *komunikasi internal* adalah komunikasi antara elemen pembentuk kampus itu, yakni antara (1) sesama mahasiswa, (2) mahasiswa dengan dosen, (3) sesama dosen, (4) mahasiswa dengan pegawai administrasi, (5) sesama pegawai administrasi, dan (6) dosen dengan pegawai. Artinya, jika dilihat dari sudut *participants* atau *mitra tutur*, komunikasi internal kampus memiliki variasi pasangan yang tidak terlalu banyak; hanya sebatas enam kemungkinan pasangan saja, sebagai mana diuraikan di atas. Dalam konteks kampus, topik pembicaraan pasti lah seputar teknologi dan ilmu pengetahuan dalam kerangka transformasinya ke generasi yang muda (mahasiswa) melalui proses pendidikan dan proses-proses yang lain, dan dalam kerangka pengembangan ilmu dalam artian inovasi atau kreasi ilmu dan teknologi melalui berbagai proses seperti penelitian, dll. Menurut Saville-Troike (1986) aktifitas berkomunikasi dapat dianalisis dari tiga jenis unit analysis, yaitu (1) *communicative situation* (situasi komunikasi), (2) *communicative event* (peristiwa komunikasi), dan (3) *communicative act* (tindak komunikasi). Ketiga konsep ini terstruktur secara hierarkis. Artinya, *communicative situation* adalah komponen terbesar dari sebuah

kegiatan komunikasi, kemudian secara berturut-turut *communicative event* dan *communicative act* berada di bawah *communicative situation*. Selain itu, hubungan ketiganya juga dapat dikatakan sebagai hubungan *inclusive*. Artinya, di dalam *communicative situation* bisa jadi terdapat lebih dari satu *communicative event* dan masing-masing *communicative event* diwujudkan oleh mitra tuturnya (*participant*) dalam wujud tindak tutur (*communicative act*).

Communicative situation, menurut Savilla-Troike (1986), adalah konteks di mana sebuah kegiatan komunikasi terjadi. Di dalam situasi komunikasi tersebut terdapat satu atau lebih peristiwa komunikasi (*communicative event*), sedangkan konteks di mana peristiwa komunikasi tersebut terjadi merujuk pada tempat, waktu, situasi, dan *participant* (mitra tutur). Beberapa contoh situasi komunikasi dalam komunitas kampus adalah kuliah, rapat, seminar, pelatihan, diskusi, dll. Pada masing-masing situasi itu terdapat struktur pola komunikasi yang berbeda-beda yang diatur dengan kaidah (*rules*) komunikasi yang berbeda-beda pula. Penyampaian pesan atau makna oleh penutur serta interpretasi oleh pendengar sangat dipengaruhi kesamaan pengetahuan mengenai situasi komunikasi, struktur pola dan kaidahnya. Selain itu, kesadaran terhadap mitra tutur dalam situasi komunikasi tertentu juga berpengaruh terhadap bentuk tindak tutur yang akan dilakukan. Dalam terminologi kajian komunikasi, menurut Swales (1990), kegiatan komunikasi yang diuarikan di atas disebut *discourse community* (wacana komunitas) dan wacana komunitas yang dikaji di atas itu adalah wacana komunitas kampus. Pengetahuan ini lah, antara lain, yang menyebabkan anggota komunitas kompeten berkomunikasi di dalam komunitasnya dalam berbagai situasi komunikasi. Lebih lengkapnya, Saville-Troika (1986:25-26) mengatakan bahwa seseorang dikatakan memiliki kompetensi komunikasi yang memungkinkannya mampu berkomunikasi secara komunikatif dalam komunitasnya atau dalam internal kampus jika dia menguasai aspek kompetensi komunikasi yang terdiri dari tiga bagian utama, yaitu: (1) pengetahuan Linguistik yang meliputi (a) aspek verbal, (b) aspek non verbal, (c) struktur pola peristiwa komunikasi, (d) kemungkinan variasi bahasa, dan (e) makna setiap variasi dalam berbagai situasi komunikasi (2), keterampilan berinteraksi yang meliputi (a) persepsi terhadap makna 'diam' dalam situasi komunikasi, (b) seleksi dan interpretasi bentuk bahasa yang sesuai dengan situasi komunikasi, interpretasi peranan dan

interpretasi hubungan antara kaidah dan penggunaan bahasa, (c) norma interaksi dan interpretasi, dan (d) strategi pencapaian tujuan komunikasi (3) pengetahuan budaya yang mencakup (a) struktur sosial, (b) nilai dan sikap, (c) peta kognitif (*schema*) dan (d) transmisi pengetahuan dan keterampilan. Pengetahuan ini lah yang memungkinkan anggota komunitas mampu berkomunikasi dengan baik.

Komunikasi Eksternal Masyarakat Kampus

Yang dimaksud dengan komunikasi eksternal di sini ialah komunikasi yang terjadi antara anggota komunitas kampus dengan anggota komunitas lain atau dengan masyarakat lain pada umumnya. Secara umum, komunikasi eksternal kampus tidak jauh berbeda dengan komunikasi internal kampus. Artinya, seluruh variable yang turut menentukan tindak tutur dan penafsiran makna komunikasi hampir semua sama. Perbedaan utama dalam kedua jenis pembentuk komunikasi ini ialah (1) *participant*, atau mitra tutur (2) situasi komunikasi dan (3) topik. Anggota komunitas kampus, seperti mahasiswa, pegawai dan dosen dalam komunikasi internal memiliki pengetahuan bersama tentang latar belakang mitra tuturnya. Pengetahuan bersama ini memudahkan partisipan komunikasi memilih tindak tutur yang sesuai dengan situasi komunikasi. Dalam komunikasi eksternal, anggota komunitas kampus cenderung memiliki pengetahuan minim tentang latar belakang mitra tuturnya. Hal ini akan menyulitkannya memilih tindak tutur yang sesuai dengan mitra tutur tersebut dan pada gilirannya kondisi tersebut akan menyulitkannya dalam menyampaikan pesan yang diinginkan yang pada akhirnya berakibat pada gagalnya komunikasi. Sumber kesulitan kedua ialah situasi komunikasi. Situasi komunikasi memiliki pola struktur komunikasi. Situasi komunikasi dalam komunikasi eksternal jauh lebih beragam dibandingkan dengan situasi komunikasi dalam komunikasi internal. Anggota komunitas kampus cenderung memiliki pengetahuan yang lebih terbatas tentang pola struktur situasi komunikasi tersebut. Sumber kesulitan ketiga ialah topik komunikasi. Jumlah dan keragaman topik dalam komunikasi eksternal jauh lebih banyak dibandingkan topik dalam komunikasi internal.

Anggota komunitas kampus, terutama dosen dan mahasiswa, dianggap oleh anggota masyarakat memiliki status sosial yang lebih tinggi terutama dalam hal

etika, moral dan penguasaan teknologi dan ilmu pengetahuan. Indikator kebenaran anggapan ini adalah pilihan tindak tutur yang pas dan sesuai dengan peristiwa komunikasi dari suatu situasi komunikasi. Harapan masyarakat ini menjadi beban bagi anggota komunitas kampus karena melalui tindak tutur mereka harus mempertahankan citra sebagai orang yang terdidik (*educated*) sesuai *expectation* masyarakat.

Komunikasi eksternal memiliki fungsi yang lebih jika dibandingkan dengan komunikasi internal. Pada komunikasi internal, fungsi komunikasi umumnya ialah *transactional*. Artinya, umumnya peristiwa komunikasi (*communicative event*) dimaksudkan untuk menyampaikan pesan atau informasi yang pada umumnya informasi yang terkait dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dalam komunikasi eksternal, bentuk komunikasi *transactional* ini juga ada, tetapi selain itu masih ada lagi bentuk lain, yaitu komunikasi *interactional* yang bertujuan untuk menjaga atau mempertahankan hubungan sosial sesama anggota masyarakat. Situasi komunikasi apa yang terjadi, dan struktur pola apa yang ada dalam situasi tersebut, serta nilai budaya apa yang diyakini partisipasi menjadi dasar pertimbangan dalam memilih tindak tutur yang pas atau tepat untuk memelihara dan mempertahankan hubungan sosial seperti itu. Berdasarkan uraian ini, dapat ditarik simpulan bahwa agar anggota komunitas kampus memiliki kompetensi komunikasi didalam masyarakat dia harus memiliki ketiga faktor utama penentu kompetensi komunikasi sebagai mana diuraikan pada uraian komunikasi internal, yaitu (1) pengetahuan Linguistik yang meliputi (a) aspek verbal, (b) aspek non verbal, (c) struktur pola peristiwa komunikasi, (d) kemungkinan variasi bahasa, dan (e) makna setiap variasi dalam berbagai situasi komunikasi (2), keterampilan berinteraksi yang meliputi (a) persepsi terhadap makna 'diam' dalam situasi komunikasi, (b) seleksi dan interpretasi bentuk bahasa yang sesuai dengan situasi komunikasi, interpretasi peranan dan interpretasi hubungan antara kaidah dan penggunaan bahasa, (c) norma interaksi dan interpretasi, dan (d) strategi pencapaian tujuan komunikasi (3) pengetahuan budaya yang mencakup (a) struktur sosial, (b) nilai dan sikap, (c) peta kognitif (*schema*) dan (d) transmisi pengetahuan dan keterampilan.

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi internal dan eksternal pada dasarnya menuntut penguasaan pengetahuan komunikasi yang sama. Keduanya hanya berbeda

dalam hal keluasan cakupan di mana komunikasi eksternal lebih luas cakupannya dibanding dengan komunikasi internal dan keluasaan cakupan ini terletak pada ketiga unsur yang telah disebutkan di atas, yakni (1) *participant*, atau mitra tutur (2) situasi komunikasi dan (3) topik, ditambah dengan fungsi komunikasi *interactional*.

Hubungan Karakter dengan Perilaku Berkomunikasi

Pada bagian ini, kajian komunikasi tidak lagi didasarkan pada teori komunikasi sebagai mana diuraikan pada kedua poin di atas; pada bagian ini komunikasi akan dikaji dari sudut teori perilaku. Berdasarkan teori ini, komunikasi dapat diartikan sebagai hasil dari perilaku atau tindakan verbal maupun nonverbal antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk saling berbagi pesan. Pesan verbal disampaikan oleh pembicara kepada pendengar dengan menggunakan bahasa. Sedangkan pesan non verbal disampaikan memalui bahasa isyarat (gerak tangan, wajah, dll seperti bahasa isyarat orang bisu) atau melalui gerak tubuh (*body language*). Pada komunikasi, terdapat dua jenis pesan yang disampaikan, yaitu: (1) pesan tentang sesuatu (*content*). Bentuk komunikasi ini ditemukan baik di komunikasi internal dan eksternal. Namun demikian, pada komunikasi internal, bentuk komunikasi *transactional* atau komunikasi tentang *content* (informasi) lebih dominan, bahkan mungkin sangat sedikit atau hampir tidak ada bentuk komunikasi *Interactional*. Jenis kedua ialah komunikasi *interactional* yang bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas hubungan sosial (*social relationship*). Pesan *content* dapat berisi berita atau informasi, perasaan, dan pendapat atau buah pikiran. Jenis komunikasi ini disebut komunikasi *transactional*. Sedangkan komunikasi pemertahanan hubungan sosial dilakukan untuk memberi pesan bahwa pembicara dan pendengar masih memiliki hubungan sosial yang baik-baik saja. Misalnya: si A menyapa si B ketika sedang berpapasan dengan mengatakan: "apa kabar, sehat kan?". Si A sesungguhnya tidak sedang tertarik untuk mengetahui kesehatan di B, oleh karena itu si B tidak perlu menjawab pertanyaan itu dengan memberitahu detail kesehatannya yang sesungguhnya. Meski kesehatan si B kurang baik, dia cukup menjawab dengan "baik". Yang penting dalam komunikasi itu ialah bahwa si A ingin menyampaikan pesan: "lihat saya masih berteman dengan anda, hubungan kita masih saya anggap baik". Pesan ini diterima dan diakui oleh si B

dengan mengatakan: "baik". Komunikasi ini disebut komunikasi *interactional*. Jika si B tidak menjawab, diam saja, maka itu memberi pesan bahwa "rasa bersahabat dari si A" ditolak oleh si B. Jika si A tidak menyapa si B pada saat berpapasan, itu juga memberi pesan bahwa si A tidak mau lagi bersahabat dengan si B.

Selain makna *transactional* ada juga makna *pragmatics* yang berisi maksud penutur yang sering berbeda dari makna transaksional dan makna yang terkandung dalam ujaran pembicara. Pembicara dapat memberdayakan beberapa elemen konteks untuk menciptakan makna ini, antara lain waktu, situasi, topik, tempat, dan *participant* dengan melakukan pembiasaan terhadap prinsip *pragmatics*, sebagaimana dikemukakan oleh Grice dan menggunakan gerak gerik tubuh (*body language*). Pendengar juga memiliki kemampuan memastikan makna mana yang sedang disampaikan oleh pembicara dengan menggunakan elemen-elemen *pragmatics* juga.

Perilaku berkomunikasi, dalam posisi sebagai pembicara maupun sebagai pendengar, sebenarnya sama saja dengan perilaku lain, misalnya sama dengan "Menghadiri rapat - tepat waktu atau suka terlambat; menyelesaikan pekerjaan - selalu rapi atau acak-acakan, selalu bertanggung jawab atau tidak mau tau, dll. Kesamaan antara perilaku berkomunikasi dengan perilaku lainnya, seperti yang dicontohkan tersebut, terletak pada kenyataan bahwa keduanya sama-sama didorong oleh karakter yang dimiliki seseorang. Artinya, pilihan elemen *pragmatics* atau pilihan *tindak tutur* yang digunakan untuk menyampaikan maksudnya sangat ditentukan oleh karakter yang dimilikinya. Perilaku pendengar pun dalam menerima pesan yang disampaikan juga ditentukan oleh karakter yang dimilikinya - apakah sabar menahan diri atau cepat tersinggung terhadap ucapan pembicara. Karakter menjadi mesin penggerak yang mendorong perilaku seseorang, termasuk perilaku berkomunikasi.

Perilaku adalah tindakan (*action*) yang dapat dilihat dan dirasakan orang lain dan atas tindakan (perilaku) yang dilihat dan dirasakan itu, orang tersebut dinilai atau ditetapkan berkarakter baik atau berkarakter buruk. Artinya, dari sisi internal pelaku, karakter berperan sebagai motor penggerak, sedangkan dari sisi eksternal pelaku, perilaku atau tindakan menjadi indikator karakter. Bertitik tolak dari pemahaman ini, karakter dapat didefinisikan sebagai nilai (*value*) yang diyakini dan diwujudkan

dalam perilaku secara konsisten, terus menerus dan berlangsung lama sehingga menjadi ciri khas individu, komunitas, suku atau masyarakat.

Karakter tidak dapat diajarkan karena pengajaran hanya menghasilkan pengetahuan pada tataran kognitif dan psikomotor (*skills*). Sementara "karakter" berada pada tataran yang lebih menyeluruh- dari lapisan yang paling permukaan hingga lapisan yang paling mendalam. Artinya, "memiliki karakter" tidak lah sekedar mengetahui *value* (nilai) tertentu, juga tidak sekedar mampu melakukan keterampilan tertentu, tetapi jauh lebih dalam dari itu: mengetahui nilai tertentu, memiliki kemampuan melakukannya, mau dan senang melakukannya, mengyakininya benar, mendarah daging dan merasa bersalah bahkan merasa berdosa jika tidak melakukannya. Oleh karena itu, "karakter" tidak bisa diajarkan melainkan harus dicontohkan melalui perilaku orang disekelilingnya secara konsisten, terus menerus dan berlangsung lama. Karena karakter tumbuh melalui tahapan *knowing* (mengetahui, mengenal) *believing* (meyakini), *practicing* (mempraktekkan, merealisasikan dalam perilaku), *habitualizing* (pembiasaan) dan *valuing* (menjadikan nilai, mendarah daging).

Pemahaman konsep *komunikasi* dan konsep *karakter* serta proses pertumbuhannya sebagaimana diuraikan di atas perlu disampaikan kepada mahasiswa sedini mungkin agar mahasiswa memiliki pemahaman dan pengetahuan yang benar terhadap hubungan karakter dan perilaku berkomunikasi serta perannya dalam menumbuhkan citra dirinya sebagai intelektual muda (komunikasi internal) maupun sebagai anggota masyarakat melalui perilaku berkomunikasi berbasis karakter.

Karakter, pada dasarnya, memiliki struktur dan selalu berubah dan berkembang. Struktur dari karakter terlihat dari unsur-unsur yang membentuknya. Pada tataran yang lebih dalam, *desire* berasal dari keyakinan (*belief*) yang dimiliki. Sedangkan *belief* selalu dinilai (*diassess*) kebenarannya dan kecocokannya terhadap kenyataan dan fakta dalam berbagai situasi. Keyakinan (*belief*) ini akan terpertahankan jika masih cocok atau *matched* dengan kenyataan atau fakta kehidupan, dan jika tidak cocok maka keyakinan akan mengalami perubahan atau bahkan mengalami penggantian agar cocok dengan kenyataan atau fakta kehidupan tersebut. Keputusan terhadap pemertahanan, perubahan atau penggantian tergantung pada hasil interpretasi seseorang terhadap hasil penilaiannya atau *assessment* (Roberts, 2007).

Dalam uraian karakter intelektual yang disampaikan oleh Robert (2007) ditemukan bahwa terdapat tujuh jenis karakter intelektual yang mempengaruhi perilaku intelektual. Dua dari karakter tersebut, yaitu (1) *cautious* (hati-hati) dan (2) *humble* (rendah hati) terkait langsung dengan perilaku berkomunikasi terutama dengan perilaku berkomunikasi internal. *Cautious* (hati-hati) adalah karakter *intellectual* di mana seseorang yang memiliki karakter ini cenderung untuk mengolah, menghaluskan dan mendengar pengalaman orang lain menghadapi ketakutan yang sama sehingga orang tersebut merasa takut pada proporsi yang benar (tidak berlebihan). Rasa takut ini dipandang sebagai karakter *intellectual* sepanjang rasa takut tersebut didorong oleh motif kebajikan, seperti takut mengyakini hal yang salah (*falsehood*), takut salah memahami, atau takut gagal melihat sesuatu yang penting. Ketakutan ini terkait dengan proses pemerolehan ilmu pengetahuan dan proses *sharing* ilmu pengetahuan. Karakter ini akan terwujud dalam perilaku berkomunikasi yang baik.

Humble (rendah hati) adalah karakter *intellectual* yang lawan katanya, antara lain: arogan, *vanity* (menyombongkan diri), egois, keberpurak-purakan, merasa benar sendiri, dominasi, *selfish ambition*. *Vanity* adalah keinginan yang sangat tinggi untuk dihormati, atau dihargai oleh orang lain. Oleh karena itu, orang ini akan berupaya kuat untuk tampil baik tetapi bukan untuk kebajikan, melainkan untuk mendapat penghormatan, penghargaan dari orang lain, untuk mendapatkan jabatan, atau dengan kata lain untuk kepentingan status sosial. Arogan adalah karakter yang mendorong pemiliknya menganggap dirinya lebih super, lebih tinggi, lebih baik dari orang lain dan anggapan ini akan terwujud dalam pemikirannya, tindakannya dan perasaannya. Pemahaman terhadap kedua konsep ini, sebagai lawan kata dari *humble* dapat menolong pemahaman kita terhadap konsep *humble* tersebut. Lebih jelasnya, *humility* adalah karakter *intellectual* di mana pemiliknya didorong oleh suatu motif yang memosisikan dirinya pada posisi sama rendahnya atau lebih rendah dari orang lain, mendorong dirinya untuk lebih jujur, cinta pada ilmu pengetahuan dan kebenaran. Karakter ini juga akan mempengaruhi seseorang untuk lebih hati-hati dalam pemilihan tindak tutur dalam berkomunikasi pada segala bentuk situasi komunikasi, terutama situasi komunikasi akademik.

Penutup

Perilaku berkomunikasi yang baik, yang mampu menyampaikan isi komunikasi dalam berbagai bentuk, seperti gagasan, informasi, pandangan, sikap bahkan dalam bentuk pemertahanan atau pengembangan hubungan sosial (*social relationship maintenance*), anggota komunitas kampus harus memiliki pengetahuan yang cukup komprehensif tentang (1) pengetahuan Linguistik, (2) keterampilan berinteraksi dan (3) pengetahuan budaya yang mendasari penguasaan *discourse community* (wacana komunitas) yang memungkinkannya kompeten dalam komunikasi internal maupun *speech community* (wacana masyarakat) yang memungkinkannya kompeten berkomunikasi eksternal. Namun demikian, pengetahuan yang komprehensif tentang hal di atas, tidak lah cukup tanpa didorong oleh karakter yang baik sebagai anggota komunitas kampus atau komunitas intelektual maupun karakter yang baik sebagai anggota masyarakat, karena berkomunikasi baik verbal maupun non-verbal yang dipandang sebagai perilaku hanya mungkin terwujud jika didorong oleh karakter.

DAFTAR RUJUKAN

- Berkowitz, M.W. 2002. *The Science of Character Education* in William, D. (Ed.) *Bringing in a New Era in Character Education*. California: Hoover Institution Press.
- Savilla-Troike, M. 1986. *The Ethnography of Communication: An Introduction*. Cowley Road, Oxford: Basil Black Well.
- Swales, J.M. 1990. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. New York: Cambridge University Press.
- Stein, R., Robert, R, Richard, B. Francine, B. And Marc Stein. 2000. *Connecting Character to Conduct: Helping the Students to Do the Right Things*. Alexandria, V.A: ASCD.
- Roberts, R.C. dan Wood, W.J. 2007. *Intellectual Virtues: An Essay in Regulative Epistemology*. Oxford: Clarendon Press