

Komunikasi sebagai Motor Melihat Realitas Bersama (Kajian *Shared Reality Theory*)

*Intan Rahmawati*¹

Program Studi Psikologi FISIP Universitas Brawijaya

Pengantar

Sebagai makhluk sosial, setiap individu memiliki keinginan untuk menjalin hubungan dengan individu lain. Individu dianggap dewasa secara sosial apabila telah mampu berhubungan orang lain yang berarti mampu menjadi anggota masyarakat dan berperan di dalamnya.

Sears, Freedman, dan Peplau (1999) menerangkan bahwa hubungan antar manusia memiliki beragam bentuk. Beberapa bentuk terjadi karena dipilih dengan bebas, ditentukan oleh individu dengan beberapa alasan khusus, bahkan beberapa bentuk hubungan lainnya terjadi secara kebetulan. Misalnya saja kasih sayang antara orangtua dengan anaknya, keinginan untuk menjalin hubungan cinta kasih antara dua orang yang lain jenis, persaingan sehat antara pemain bola yang sedang bertanding adalah sekelumit contoh ragam bentuk hubungan antar manusia. Bentuk ini akan memunculkan simpul suatu hubungan yang akan menjalin kehidupan mereka satu sama lain. Apa yang dilakukan oleh yang satu akan memberikan dampak pada yang lain. Di dalam simpul ini tentunya terdapat emosi sehingga seseorang dalam menjalin hubungannya dengan individu lain akan merasakan sedih, gembira, bingung, marah, benci maupun bentuk emosi lainnya sehingga memunculkan bentuk perilaku seperti

membantu melakukan sesuatu, mengkritik pendapat lawan, serta memberikan nasihat. Agnew dan Lange juga menerangkan bahwa keterlibatan dalam sebuah hubungan dekat khususnya hubungan romantis bahkan mampu membawa perubahan yang cukup mendasar dalam kehidupan seseorang. Misalnya saja perubahan aktivitas sehari-hari. Hal ini muncul sebagai akibat dari keinginan seseorang untuk menyesuaikan aktivitasnya dengan aktivitas pasangannya (Littlejohn, 1999).

Terlibatnya individu dalam menjalin hubungan dengan individu lain tak lepas dari keterlibatan dalam berkomunikasi. Komunikasi menjadi hal penting dalam kehidupan kita. Setiap saat kita melakukan komunikasi, bahkan dalam diam pun komunikasi dapat tetap berlangsung. Ini dapat dilihat dari bahasa tubuh, raut wajah, maupun atribut lainnya dapat memberikan informasi tertentu, sehingga dari sini dapat kita lihat bahwa komunikasi sebenarnya adalah proses pengiriman informasi atau pesan dari satu orang atau kelompok kelompok kepada orang lain atau kelompok lain. Pesan atau informasi ini dapat disampaikan secara langsung ataupun tidak langsung baik dengan cara verbal maupun non verbal. Dapat dengan bertatap muka maupun melalui media seperti telepon, email, dan surat kabar. Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan oleh pengirim dapat diterima dengan jelas oleh penerima. Namun, jika penerima pesan tidak

¹ Korespondensi mengenai isi artikel ini dapat melalui: intanr@ub.ac.id

dapat menerima pesan dengan jelas, maka proses komunikasi akan terhambat sehingga dapat memunculkan dampak seperti konflik. Ketidakjelasan dalam penerimaan informasi ini dapat disebabkan karena beberapa hal, yakni kurangnya rasa percaya pada pengirim pesan, perbedaan jenis kelamin, dan adanya asumsi yang keliru tentang komunikasi.

Selama berkomunikasi, seseorang akan mengalami proses saling berbagi dengan lawan bicaranya. Proses saling berbagi ini berguna untuk mengevaluasi informasi yang dijadikan bahan dalam berkomunikasi. Pengevaluasian informasi menunjukkan siapa dan apa sesungguhnya yang dibicarakan oleh pemberi dan penerima pesan (informasi). Higgins, (2010) menjelaskan tidak adanya proses berbagi ini justru akan memberikan dampak berupa berkurangnya rasa saling memiliki dengan sesama (Echterhoff, 2012). Asch menambahkan, ketika dalam berinteraksi melibatkan pola berbagi yang tepat maka individu yang terlibat dalam proses berkomunikasi itu akan berusaha untuk mencari kejelasan, kenyamanan, dan meskipun sedang merasa gelisah.

Perjalanan kajian tentang berbagi realitas bersama (*shared reality*) ini berbeda dengan teori pengaruh sosial. Konsep *shared reality* pada dasarnya telah berkembang sejak dua puluh tahun yang lalu, namun kerangka konsep baru terpublikasi sejak lima tahun belakangan ini (Echterhoff, 2012). Konsep *shared reality* ini memiliki area konsentrasi pada beberapa hal dalam decade terakhir ini seperti filsafat, psikologi, ataupun neurologi. Pendekatan yang memayungi *shared reality* ini secara umum memberikan pemahaman bagaimana individu dapat berpikir, berimajinasi, bermimpi, ataupun berfantasi karena manusia tidak akan lengkap tanpa mekanisme kognitif dan neurologi.

Namun, pada lain sisi *shared reality* ini berfokus pada perbedaan proses tiap individu dalam menelaah informasi sehingga akan memberikan tingkat pemantauan informasi. misalnya saja terdapat dosen baru yang masuk mengajar di suatu kelas. Saat anggota kelas dalam hal ini adalah mahasiswa mulai berinteraksi dengan dosen baru tersebut, maka mereka akan mulai mencari tahu bagaimanakah karakteristik dosen baru tersebut. Pencarian informasi mengenai dosen baru ini akan melibatkan proses kognitif para mahasiswa untuk mulai mengkategorikan, dan mengambil keputusan terhadap dosen baru tersebut berdasarkan persepsi dan observasi mereka. Keadaan seperti contoh tersebut tentunya tidak lepas dari faktor kognitif yang akan memunculkan konstruk tertentu tentang sesuatu.

Efek kognitif dari proses komunikasi sangat memengaruhi bagaimana individu akan bersikap, misalnya saja dalam pembentukan citra masing-masing pelaku yang terlibat dalam proses berkomunikasi tersebut yang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang saling diterima.

Konsep komunikasi

Kegiatan komunikasi interpersonal merupakan kegiatan sehari-hari yang paling banyak dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial. Sejak bangun tidur di pagi hari sampai tidur lagi di larut malam, sebagian besar dari waktu kita digunakan untuk berkomunikasi dengan manusia yang lain. Dengan demikian kemampuan berkomunikasi merupakan suatu kemampuan yang paling dasar. Akan tetapi dalam kehidupan sehari-hari kita sering mengalami perbedaan pendapat, ketidaknyamanan situasi atau bahkan terjadi konflik yang terbuka yang disebabkan adanya kesalahfahaman dalam berkomunikasi. Menghadapi situasi seperti ini,

manusia baru menyadari bahwa diperlukan pengetahuan mengenai bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan efektif yang harus dimiliki.

Efektifitas seorang komunikator dapat dievaluasi dari sudut sejauhmana tujuan-tujuan tersebut dicapai. Persyaratan untuk keberhasilan komunikasi adalah mendapat perhatian. Jika pesan disampaikan tetapi penerima mengabaikannya, maka usaha komunikasi tersebut akan gagal. Keberhasilan komunikasi juga tergantung pada pemahaman pesan dan penerima. Jika penerima tidak mengerti pesan tersebut, maka tidaklah mungkin akan berhasil dalam memberikan informasi atau mempengaruhinya. Bahkan jika suatu pesan tidak dimengerti, penerima mungkin tidak meyakini bahwa informasinya benar, sekalipun komunikator benar-benar memberikan arti apa yang dikatakan.

Kemampuan berkomunikasi interpersonal yang baik dan efektif sangat diperlukan oleh manusia agar dia dapat menjalani semua aktivitasnya dengan lancar. Terutama ketika seseorang melakukan aktivitas dalam situasi yang formal, misal dalam lingkungan kerja. Lebih penting lagi ketika aktivitas kerja seseorang adalah berhadapan langsung dengan orang lain dimana sebagian besar kegiatannya merupakan kegiatan komunikasi interpersonal.

Agar komunikasi dapat berjalan lancar, maka dibutuhkan keahlian dalam berkomunikasi, dan tidaklah semua orang memilikinya. Banyak orang yang berkomunikasi hanya mengandalkan gaya yang dipakai sehari-hari. Mereka menganggap cara komunikasi yang mereka pakai sudah benar. Padahal jika dicermati masih banyak kesalahan dalam berkomunikasi.

Rakhmat (1994) memaparkan komunikasi sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi interpersonal melibatkan satu percakapan

atau individu yang berinteraksi dengan banyak orang dalam lingkungannya. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan atau menegosiasikan realitas sosial.

Komunikasi interpersonal juga termasuk pesan pengiriman dan penerimaan pesan antara dua atau lebih individu. Hal ini dapat mencakup semua aspek komunikasi seperti mendengarkan, membujuk, menegaskan, komunikasi nonverbal, dan banyak lagi. Sebuah konsep utama komunikasi interpersonal terlihat pada tindakan komunikatif ketika ada individu yang terlibat tidak seperti bidang komunikasi seperti interaksi kelompok, dimana mungkin ada sejumlah besar individu yang terlibat dalam tindak komunikatif.

Mulyana (2005) menyatakan komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.

Menurut De Vito (1997) komunikasi interpersonal merupakan suatu proses penyampaian pesan, informasi, pikiran, sikap tertentu antara dua orang dan diantara individu itu terjadi pergantian pesan baik sebagai komunikasi atau komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian, mengenal permasalahan yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan terjadi perubahan tingkah laku sehingga komunikasi itu menjadi penting.

Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan, terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Individu juga berkomunikasi pada tingkat interpersonal berbeda tergantung pada siapa mereka terlibat dalam komunikasi dengan. Sebagai contoh, jika seseorang berkomunikasi dengan anggota keluarga, bahwa komunikasi akan lebih dari mungkin berbeda dari jenis komunikasi yang digunakan ketika terlibat dalam tindakan komunikatif dengan teman atau penting lainnya.

Secara keseluruhan, komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan baik dan tidak langsung media komunikasi langsung seperti tatap muka interaksi, serta komputer-mediated-komunikasi. Sukses mengasumsikan bahwa baik pengirim pesan dan penerima pesan akan menafsirkan dan memahami pesan-pesan yang dikirim pada tingkat mengerti makna dan implikasi.

De Vito (1997) menyatakan agar komunikasi interpersonal berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh para pelaku komunikasi interpersonal tersebut, yakni (1) Keterbukaan (*openness*). Keterbukaan dapat dipahami sebagai keinginan untuk membuka diri dalam rangka berinteraksi dengan orang lain. Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal, yaitu: komunikator harus terbuka pada komunikan demikian juga sebaliknya, kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang, serta mengakui perasaan, pikiran serta mempertanggungjawabkannya (2) Empati (*emphaty*). Empati adalah kemampuan untuk merasakan hal-hal yang dirasakan orang lain. Hal ini termasuk salah satu cara untuk melakukan pemahaman terhadap orang lain. Langkah pertama dalam mencapai empati adalah menahan godaan untuk mengevaluasi, menilai, menafsirkan, dan mengkritik. Langkah kedua

dengan mencoba mengerti alasan yang membuat orang itu memiliki perasaan tersebut. Ketiga, mencoba merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain dari sudut pandangnya. Empati dapat dikomunikasikan secara verbal ataupun nonverbal (3) Sikap mendukung (*supportiveness*), Dukungan meliputi tiga hal. Pertama, *descriptiveness*, dipahami sebagai lingkungan yang tidak di evaluasi menjadikan orang bebas dalam mengucapkan perasaannya, tidak defensif sehingga orang tidak malu dalam mengungkapkan perasaannya dan orang tidak akan merasa bahwa dirinya dijadikan bahan kritikan terus menerus. Kedua, *spontanity* dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara spontan dan mempunyai pandangan yang berorientasi ke depan, yang mempunyai sikap terbuka dalam menyampaikan pemikirannya. Ketiga, *provisionalism* dipahami sebagai kemampuan untuk berpikir secara terbuka (*open minded*) (4) Sikap positif (*positiveness*). Sikap positif dalam komunikasi interpersonal berarti bahwa kemampuan seseorang dalam memandang dirinya secara positif dan menghargai orang lain. Sikap positif tidak dapat lepas dari upaya mendorong menghargai keberadaan serta pentingnya orang lain. Dorongan positif umumnya berbentuk pujian atau penghargaan, dan terdiri atas perilaku yang biasanya kita harapkan (5) Kesetaraan (*equality*), komunikasi interpersonal akan efektif apabila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan dari kedua belah pihak sama-sama berharga dan ada sesuatu yang akan disumbangkan. Kesamaan dalam suatu komunikasi akan menjadikan suasana komunikasi yang akrab, sebab dengan tercapainya kesamaan kedua belah pihak baik komunikan maupun komunikator akan berinteraksi dengan nyaman.

Riggio (2003), de Janasz, Dowd, dan Schneider (2002) menjelaskan bahwa dalam berkomunikasi terdapat lima elemen yang tidak dapat dipisahkan, yaitu: (1) pengirim (*sender*), yakni pihak yang memulai komunikasi dan memproses pesan dengan mengubahnya menjadi bentuk atau kode tertentu untuk kemudian dikirimkan, (2) saluran (*channel*) adalah sarana agar pesan dapat mengalir dari pengirim kepada penerima, (3) penerima (*receiver*) yakni pihak yang menterjemahkan pesan sehingga dapat dimengerti, (4) bunyi (*noise*) yaitu gangguan yang bersifat fisik atau psikologis yang mengganggu dan mengacaukan efektivitas alur komunikasi, dan (5) umpan balik (*feedback*) yaitu balasan dari penerima sebagai pemberitahuan apakah pesan dapat diterima dengan baik, dimengerti, atau sebaliknya. Alur komunikasi di atas dapat digambarkan sebagaimana terlihat pada Gambar 1.

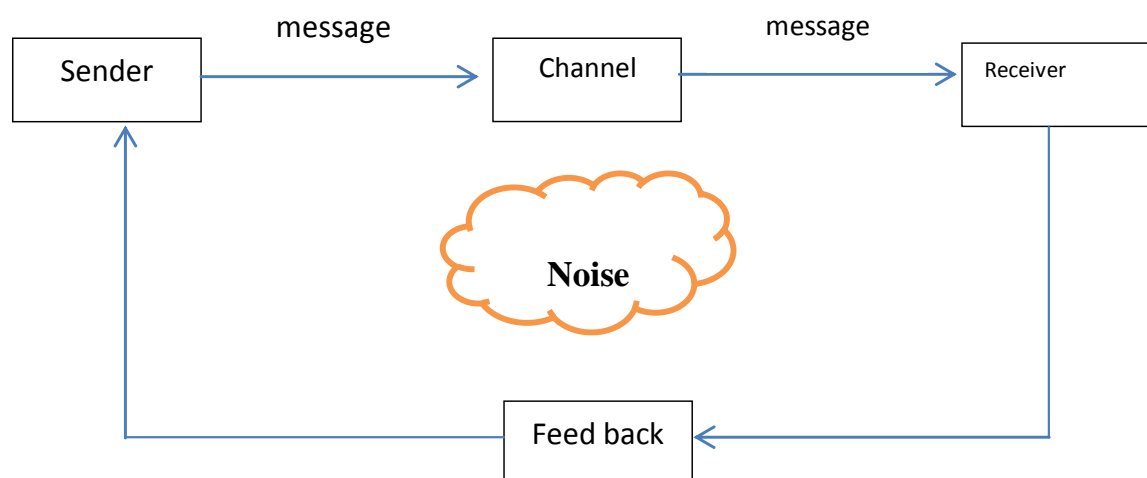
Dari paparan di atas maka tujuan komunikasi adalah memberikan keterangan tentang sesuatu kepada penerima, memengaruhi sikap penerima, memberikan dukungan psikologis kepada penerima, atau memengaruhi penerima.

Persepsi dan proses kognisi

Manusia sebagai makhluk sosial yang sekaligus sebagai makhluk individu maka dalam kehidupannya pun memiliki perbedaan antara yang satu dengan yang lain. Adanya perbedaan inilah yang menyebabkan mengapa seseorang menyenangi suatu objek, sedangkan orang lain tidak senang bahkan membenci objek tersebut.

Hal ini sangat tergantung bagaimana individu menanggapi objek tersebut dengan persepsinya, pada kenyataannya sebagian besar sikap, tingkah laku dan penyesuaian ditentukan oleh persepsinya. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan adalah suatu proses diterimanya suatu stimulus oleh individu melalui alat penerimaan yaitu alat indra. Akan tetapi, proses tersebut tidak berhenti disitu saja. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Proses pengindraan terjadi setiap saat, yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indra. Alat indra merupakan penghu-



Gambar 1. Gambar lima elemen alur komunikasi

bung antara individu dengan dunia luarnya. Stimulus yang mengenai individu kemudian diorganisasikan, diinterpretasikan sehingga individu menyadari apa yang diinderanya tersebut. Proses inilah yang dimaksud dengan persepsi.

Walgito (2002) menjelaskan, persepsi merupakan proses yang terintegrasi dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa persepsi merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti, dan merupakan aktifitas yang *integrated*, maka seluruh apa yang ada dalam diri individu ikut aktif berperan dalam persepsi tersebut.

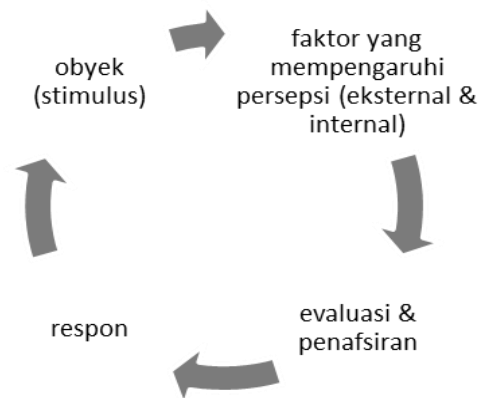
Thoha (2000) mengatakan bahwa persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks yang meliputi seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi suatu objek tertentu. Scherm, dkk. (1994) memberikan definisi persepsi adalah merupakan proses kognitif pada manusia dimana manusia menerima, mengorganisasikan, dan memaknakan informasi yang ada dilingkungannya.

Walgito (2002) memaparkan terdapat dua faktor yang memengaruhi persepsi, yaitu faktor internal yang ada dalam diri individu dan faktor eksternal yang terdapat dalam faktor stimulus dan faktor lingkungan tempat stimulus berlangsung. Faktor internal ini berasal dari dua sumber, yaitu berhubungan dengan segi kejasmanian dan berhubungan dengan segi psikologis. Sisi psikologis seperti pengalaman, cara berpikir, kerangka acuan, dan motivasi akan berpengaruh dalam persepsi. Faktor eksternal terdiri dari stimulus itu sendiri dan lingkungan tempat persepsi berlangsung.

Objek persepsi yang terletak di luar orang yang mempersepsikan, dapat ber-

wujud benda-benda, situasi, dan manusia. Objek persepsi yang berbentuk benda-benda disebut persepsi benda (*thing perception*) atau *non-social perception*. Objek persepsi berwujud manusia disebut persepsi sosial (*social perception*). Persepsi sosial merupakan proses seseorang untuk mengetahui, menginterpretasikan dan mengevaluasi orang lain yang dipersepsikan.

Proses persepsi yang telah dipaparkan dapat dilihat ringkasannya pada Gambar 2.



Gambar 2. Ringkasan proses persepsi

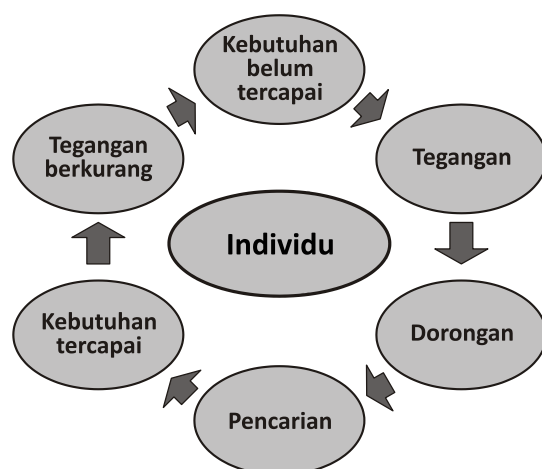
Motivasi

Steers dan Porter (1983) menjelaskan bahwa motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti menggerakkan. Setiap individu memiliki motivasi yakni dorongan dari dalam dirinya yang terlihat dari perilaku. Munculnya dorongan ini disebabkan karena adanya stimulus yang diraih untuk memenuhi kebutuhannya. Vroom (1964) menjelaskan motivasi sebagai proses untuk menentukan pilihan diantara berbagai bentuk alternatif perilaku yang disengaja. Sehingga proses munculnya motivasi melibatkan seluruh gabungan konsep kebutuhan, dorongan, tujuan dan imbalan.

Grenberg dan Baron (1995) memaparkan proses munculnya motivasi ini mela-

lui beberapa tahapan yaitu; (1) munculnya suatu kebutuhan yang belum terpenuhi menyebabkan adanya ketidakseimbangan (*tention*) dalam diri seseorang dan berusaha untuk menguranginya dengan berperilaku tertentu, (2) seseorang kemudian mencari cara-cara untuk memuaskan keinginan tersebut, (3) seseorang mengarahkan perilakunya kearah pencapaian tujuan atau prestasi dengan cara-cara yang telah dipilihnya dengan didukung oleh kemampuan, keterampilan maupun pengalamannya, (4) penilaian prestasi dilakukan oleh diri sendiri atau orang lain tentang keberhasilannya dalam mencapai tujuan, (5) imbalan atau hukuman yang diterima atau dirasakan tergantung kepada evaluasi atas prestasi yang dilakukan, dan (6) akhirnya seseorang menilai sejauhmana perilaku dan imbalan telah memuaskan kebutuhannya. Jika siklus motivasi memuaskan kebutuhannya maka suatu keseimbangan atau kepuasan atas kebutuhan tertentu dirasakan. Bila ada kebutuhan yang belum terpenuhi akan terjadi proses pengulangan dari siklus motivasi dengan perilaku yang berbeda.

Grenberg dan Baron (1995) menggambarkan proses terjadinya motivasi seperti gambar berikut ini.



Gambar 3. Proses terjadinya motivasi (Grenberg & Baron, 1995).

Konsep teori *shared reality*

Echterhoff (2012) memaparkan *shared reality* merupakan produk dari proses motivasi dan *inner state* dari setiap kehidupan seseorang. Konsep *shared reality* ini memiliki empat kondisi utama, yakni; (1) *inner state* adalah bahan bakar utama individu dalam berinteraksi, (2) terdapat sasaran (*target referent*) saat seseorang melakukan proses berbagi realitas, (3) *shared reality* adalah produk utuh yang bahan dasarnya tidak dapat berdiri sendiri, dan (4) hasil akhir *shared reality* adalah kesuksesan dalam membangun koneksi pada suatu interaksi.

Mengacu pada kondisi pertama, yakni *inner state* sebagai elemen utama individu dalam berinteraksi dan memunculkan kerukunan. Pada konsep *shared reality*, selama proses berinteraksi individu akan melibatkan *inner state* yang bukan berbentuk perilaku tampak saja melainkan juga sudah keyakinan atau percaya, perasaan hingga memunculkan pernyataan tertentu ataupun hingga mengevaluasi sasaran informasi. Sebab itulah, sesungguhnya tidak mudah kita untuk melihat perilaku yang tampak. Higgins menjelaskan kondisi ini mengacu pada persepsi sehingga respons yang muncul dalam berinteraksi termediasi oleh *inner state* (Echterhoff, 2012).

Tujuan dari kondisi pertama di atas adalah untuk memahami sasaran atau target yang menjadi bahan utama informasi. Dengan memahami *target referent* ini, maka individu akan memahami orang lain mengapa ia dapat berpikiran salah tentang sesuatu, merasakan dan mampu menggambarkan respons tertentu yang dikehendaki.

Adanya *target referent* pada komposisi *shared reality* ini tentunya akan membantu kita untuk mengukur kemampuan kita dalam memahami orang lain tidaklah

mudah karena beberapa hal, misalnya saja karena status perasaan, oleh sebab itulah, realitas yang dibahas dalam *shared reality* ini mengacu pada objek atau sasaran yang membutuhkan pemahaman karena setiap orang adalah aktor dari setiap fenomena di hidupnya. Seperti pada kondisi pertama, elemen kedua dari *shared reality* ini membutuhkan kemampuan individu untuk dapat berbagi realitas, seperti perasaan. Tomaselo (2008) memaparkan kemampuan untuk berbagi ini sangat melibatkan emosi karena dengan demikian individu akan memunculkan bentuk respons baik verbal maupun non verbal seperti bahasa tubuh dan isyarat lainnya.

Santrock (1999) menjelaskan, dalam rentang kehidupan manusia terdapat berbagai tahapan, dimana pada setiap tahapan tersebut terdapat tugas perkembangan yang menghadapkan manusia pada realitasnya baik berupa permasalahan, krisis, maupun tujuan hidup. Dalam menghadapi ragam realitas tersebut, individu melibatkan dirinya dalam proses berbagi realitas dengan sesama sehingga akan terlihat kemampuannya dalam beradaptasi terhadap kondisi dan situasi. Pada kenyataannya, individu yang mampu mengatasi keadaan yang sulit secara efektif dan mampu bersikap positif maka akan tercapai kondisi psikis yang sehat. Namun disisi lain terdapat individu yang gagal sehingga berdampak pada perilaku yang timbul akan cenderung negatif.

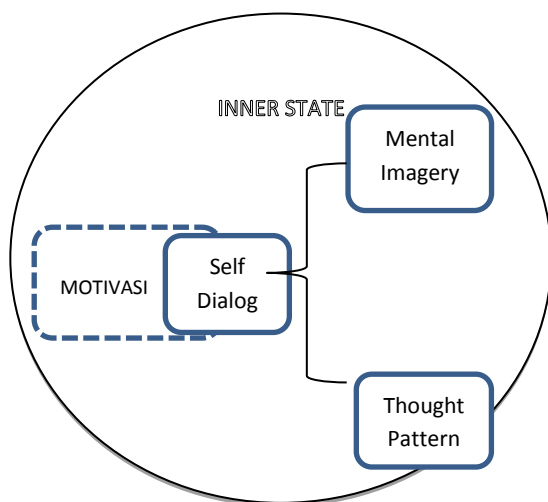
Shared reality sangat bergantung pada motivasi yang selalu muncul dalam *inner state*. Sebab itulah, *shared reality* tidak dapat dibahas secara parsial. *Shared reality* mencoba menelaah motivasi dari sisi general dan partikular yakni motivasi *epistemic* dan motivasi relasional (Fiske, 2007). Hardin dan Higgins (Echterhoff, 2012) menjelaskan bahwa motivasi *epistemic* mengacu pada kebutuhan individu

untuk mencari tahu kejelasan dan kejegan dari suatu realitas agar dapat memahami hal-hal yang dijalaninya. Individu akan membutuhkan energi tertentu agar terhindar dari masalah ketidakjelasan sesuatu karena besar kekuatan motivasi *epistemic* ini cenderung berdasarkan dari kejelasan target referen. Motivasi lainnya yang menjadikan individu melakukan *shared reality* pada orang lain adalah karena faktor relasional. Motivasi relasional ini memberikan dorongan pada seseorang untuk merasa menyatu ataupun senasib. Perasaan menyatu ini adalah konsekuensi positif yang diterima termasuk perasaan sejahtera (*well-being*) (Diener, 1995; Seligman, 2005).

Perasaan sejahtera (*well-being*) ini berkaitan dengan apa yang dirasakan individu mengenai aktivitasnya dalam kehidupan sehari-hari. Ryff (1995) menggambarkan sejahtera yang dirasakan oleh seseorang merupakan gambaran sejahtera kesehatan psikologisnya berdasarkan pemenuhan kriteria dari psikologi positif. Terdapat dua perspektif yang digunakan para ahli psikologi dalam menjelaskan konsep psikis yang sejahtera ini, yakni perspektif hedonik dan eudaimonik (Ryan & Deci, 2001). Perspektif hedonik secara umum mengartikan kondisi psikologis yang sejahtera berdasarkan ketersediaan pilihan dan kenikmatan bagi pikiran dan tubuh, sehingga pada perspektif ini difokuskan pada kesenangan yang dirasakan individu secara subjektif dan pengalaman kenikmatan yang meliputi penilaian tentang kehidupan yang baik maupun yang buruk. Berbeda halnya dengan perspektif hedonik, perspektif eudaimonik memandang kondisi psikologis yang sejahtera berfokus pada jalur pemenuhan potensi individu yang membutuhkan energi besar seperti kedisiplinan, pengorbanan, kejujur-

an, dan nilai positif lainnya (Grossbaum & Bates, 2002).

Mengacu pada kondisi ke empat dari *shared reality*, dapat diperhatikan bahwa dalam berbagi realitas, seseorang membutuhkan partisipasi orang lain untuk berbagi pengalaman dan pengetahuannya (Bar-Tal dalam Echterhoff, 2012). Untuk mencapai keberhasilan dalam berbagi realitas, kedua belah pihak membutuhkan pengalaman yang bersifat subjektif karena akan memunculkan “pernyataan” diri pada *inner state* dalam proses interaksi sehingga dapat terbentuk kerukunan. Penulis merangkumnya dalam pola diri berikut ini (lihat Gambar 4).



Gambar 4. Rangkuman pola diri

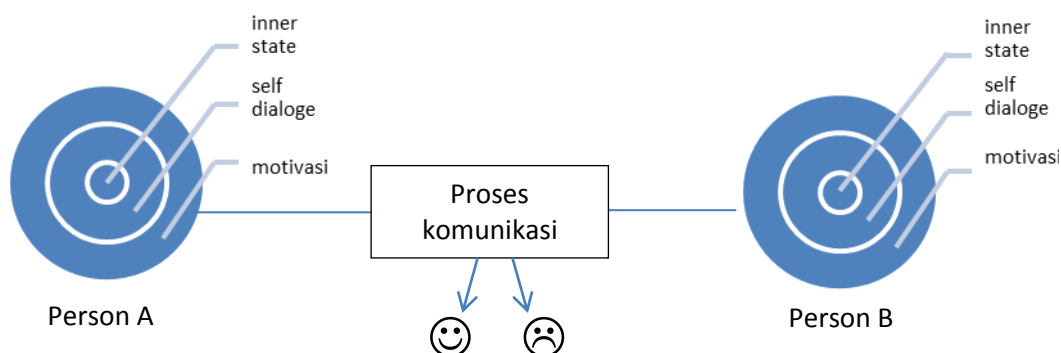
Hal yang menarik dari teori *shared reality* ini adalah keempat formula utama yang membuat satu bangunan pada seseorang dalam berelasi dengan orang lain. Pada kehidupan sehari-hari bangunan relasi melalui perspektif *shared reality* ini akan dapat memunculkan konsep lain seperti empati karena individu akan melibatkan penempatan perspektif orang lain dalam diri seseorang sehingga ia memandang dunia sebagaimana orang lain tersebut memandangnya.

Komunikasi sebagai motor dalam berbagi realitas

Komunikasi merupakan prasyarat kehidupan manusia, karena tanpa komunikasi, interaksi dalam kehidupan ini baik perorangan maupun kelompok tidak dapat terjadi. Oleh sebab itu, sebagai makhluk sosial, kita tidak dapat menghindari dari proses komunikasi. Pelaku proses komunikasi yakni manusia selalu bergerak dengan dinamis, karena dalam proses ini manusia menyampaikan apa yang ada dalam benak pikiran dan hatinya pada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui komunikasi ini, seseorang akan dapat merasa menjadi bagian dari lingkungannya.

Higgins (Echterhoff, 2012) memberikan konsep efek “*saying-is-believing*” dalam kehidupan sehari-hari yang dialami individu selama proses berkomunikasi dengan orang lain. Pada proses berbagi realitas ini, Higgins menjelaskan terdapat empat unsur yang tidak dapat lepas dari proses berbagi realitas ini, yakni; (1) ingatan pelaku yang merupakan bahan dasar dalam proses berkomunikasi, (2) motivasi yang dapat memunculkan rasa rukun dan bersama, (3) persepsi yang sama antar pelaku proses komunikasi untuk mengurangi disonansi kognisi yang seringkali menjadi sumber kebingungan, dan (4) tujuan, dengan adanya tujuan yang jelas, maka berbagi realitas ini akan berjalan dengan baik.

Myers (1999) berpendapat, bahwa komunikasi adalah transaksi antar seseorang dengan orang lain dalam situasi tertentu dalam bentuk hubungan sosial seperti teman dan hubungan keluarga yang memiliki manfaat untuk bertukar pengalaman, saling memberi dan menerima informasi, bertukar ide maupun memengaruhi orang lain agar dapat merubah sikap dan perilaku (lihat Gambar 5).



Gambar 5. Proses transaksi komunikasi

Penutup

Pada proses berbagi realitas, karakteristik dari suatu komunikasi yang dapat dilihat adalah: (1) komunikasi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari; (2) terjadi pada dua macam pesan yakni *content message* yakni informasi topik yang sedang dibicarakan dan *relasional message* yang berisi sinyal atau tanda pengindikan perasaan satu sama lain. Seperti dalam konsep motivasi relasional yang telah di bahas pada konsep berbagi realitas, pesan relasional inipun akan memunculkan beberapa tanda seperti kontrol dan afinitas atau daya tarik menarik, yaitu tingkatan sejauh mana yang sedang berkomunikasi menyukai pasangan bicarannya, ataupun terdapat pesan khusus yang disampaikan; (3) komunikasi adalah sesuatu yang tidak dapat diubah; dan (4) komunikasi merupakan sebuah proses dari suatu konteks sehingga munculnya berbagi realitas pada seseorang terhadap orang lain merupakan proses utuh sebuah komunikasi. Karena berbagi realitas ini adalah proses utuh sebuah komunikasi, maka meningkatkan kemampuan komunikasi yang efektif merupakan cara yang tepat agar proses berbagi realitas dapat terjadi dengan baik.

Daftar Pustaka

- De Janasz, S. C., Dowd, K. O., & Schneider, B.Z (2002). *Interpersonal Skills in Organizations*. Boston: McGraw Hill
- De Vito, J. A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*. Terjemahan: Agus Maulana. Jakarta: Professional Books
- Diener, E., Diener, M., & Diener, C. (1995). Factors Predicting The Subjective Well-being of Nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(5), 851-864
- Echterhoff, G. (2012). *Shared-Reality Theory In Handbook of Theories of Social Psychology*. Vol. 2 Sage Publication.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2007). *Social Cognition*, Reading, MA: Addison
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (1995). *Behavior in Organizations Understanding & Managing The Human Side of Work* (5th edition). New Jersey: Prentice Hall International, Inc
- Grossbaum, M. F., & Bates, G. W. (2002). *Corralates of Psychological Wellbeing at Midlife: The Role of Generativity, Agency and Communion, and Narra-*

- itive Themes. *International Journal of Behavioral Development*, 26, 120-127
- Higgins, E.T. (2010) Sharing Inner States: A Defining Feature of Human Motivation. In G. Semin & Echterhoff, *Grounding Sociality: Neurons, Minds, and Culture*, pp. 149-173. New York: Psychology Press
- Littlejohn. (1999). *Theories of Human Communication*. Belmont California: Wadsworth Publishing Company
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Myers, D. G. (1999). *Social Psychology*. New York: McGraw Hill College
- Rakhmat, J. (1994). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riggio, R. E. (2003). *Introduction to Industrial/Organizational Psychology*. Fourth Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-being. In S.Fiske. *Annual Review of Psychology*, 52, 141-166.
- Ryff, C. D. (1995). Psychological Well-being in Adult Life. *Current Direction in Psychological Science*, 4(4), 99-104
- Santrock, J. W. (1999). *Life-Span Development*. New York: McGraw-Hill College.
- Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. (1999). *Psikologi Sosial*. Terjemahan: Adryanto, M., & Soekrisno, S. Jakarta: Erlangga.
- Seligman, M. E. P. (2005). *Positive Psychology, Positive Prevention, and Positive Therapy*. In C. R. Synder & S. J. Lopez, *Handbook of Positive Psychology*. New York: Oxford University Press
- Steers, R. M., & Porter, L. W. (1983). *Motivation and Work Behavior*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill Book Co
- Thoha, M. (2000). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Tomasello. (2008). *Origin of Human Communications*. Cambridge, MA: MIT Press
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*, New York: John Willey & Sons, Inc.
- Walgito, B. (2002). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.