

The Power of Communication

Dari Filosofi The True Power of Water Sampai
Potensi The True Power of ASPIKOM

Oleh
Engkus Kuswarno
(Profesor Komunikologi UNPAD)

Konferensi Nasional
Kerjasama Antara Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana Jakarta
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Universitas Bangka Belitung
Stisipol Pahlawan 12 Sungailiat

Hotel Novotel Pangkalpinang
20 September 2016

The True Power of Communication

Sinergitas antara Pendekatan Filosofis Komunikologi dengan
Potensi Institusional ASPIKOM

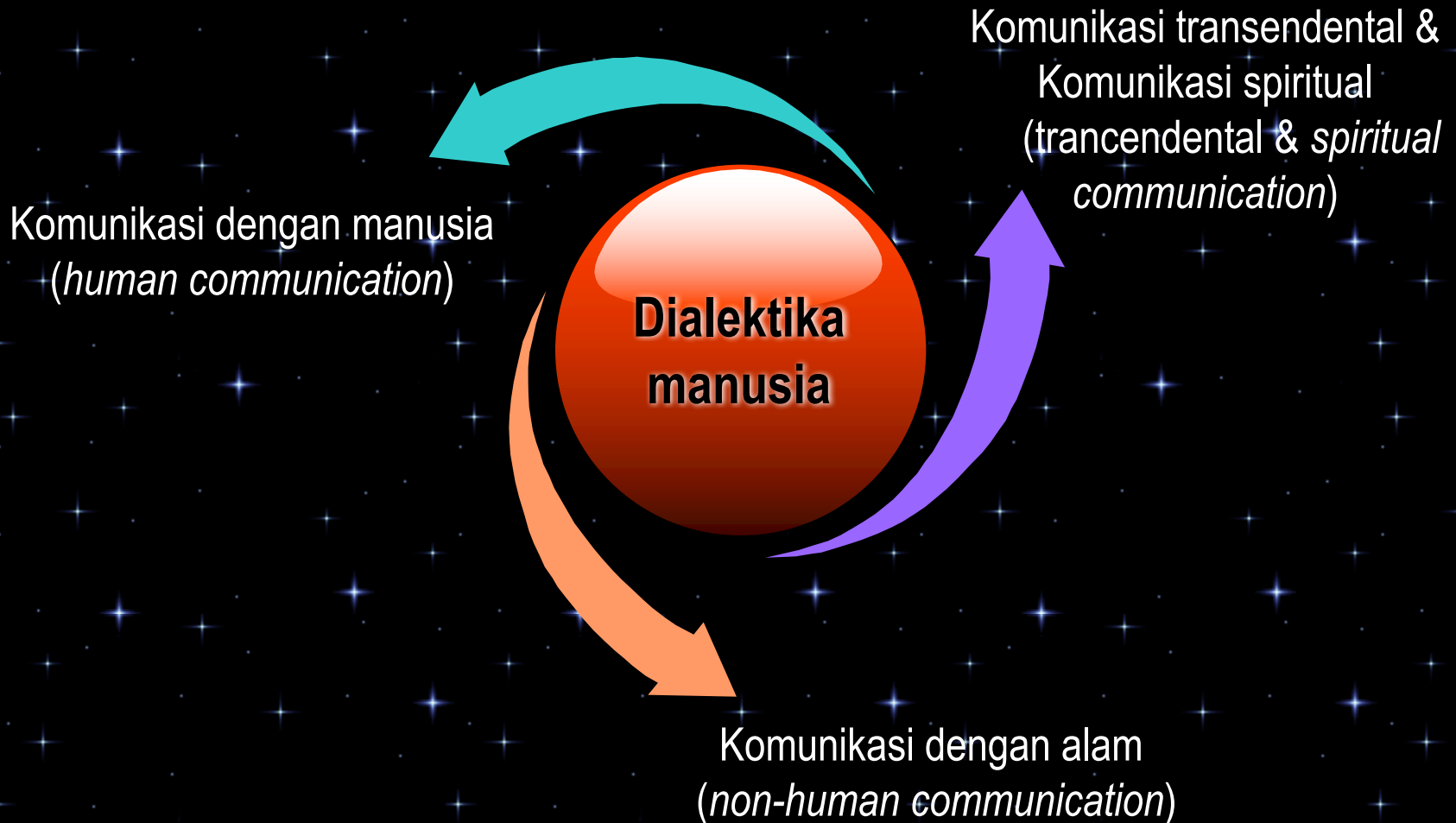


The True Power of Water
(*metafisika komunikasi*)

The True Power of ASPIKOM
(*potensi institusional*)



Metafisika Komunikasi



Paradoks Dunia komunikasi



Pengembangan Ilmu komunikasi (melalui Komunikologi Hado)

Cenderung berkiblat
ke Barat



Paradigma
Dunia Timur



Konsep
Komunikologi Hado

**Amerika, Eropa
dan Australia**

**Holistik, universal
Mistis, okultis
dan spiritual**

**Komunikasi holistik
dan
Komunikasi universal**

Konsep Komunikologi

komunikologi bukan hanya persoalan *the science of communication*, melainkan *the study of the science of communication*.

Komunikologi adalah epistemologis dari *communication as a science*, menyangkut bagaimana memperoleh pemahaman tentang komunikasi sebagai suatu ilmu.

Istilah *komunikologi* untuk pertama kalinya diperkenalkan Wendell Johnson 1958 ASHA (*Journal of the American Speech and Hearing Association*) vol. 10. kemudian 1978 *komunikologi* secara eksplisit ditulis pertama kali Joseph A. DeVito.

Komunikologi mendapat “pengukuhan” sebagai salah satu disiplin ilmu, pada buku Richard L. Lanigan yang berjudul *The Human Science of Communicology* pada tahun 1992. Baru pada tahun 1997 dia meng-entry kata “*Communicology*” dan “*Structuralism*” dalam *Encyclopedia of Phenomenology*

Taksonomi komunikologi :

1

Media Communicology

2

Clinical Communicology

3

Art Communicology

4

Philosophy of Communicology

NonHuman Communicology:

1

Animal Communicology

2

Plants Communicology

3

Environmental Communicology

Aksiologi komunikologi hado untuk kualitas human dan non-human communication

Degradasi:

Rasa kemanusiaan
Rasa “kebinatangan”
Rasa “ketanamanan”

komunikologi hado menawarkan konsep studi tentang keseimbangan pemahaman ilmu komunikasi sebagai suatu yang holistik, harmonis dan universal antara dunia manusia (*human communication*) dengan dunia alam semesta (*non-human communication*)

Kontroversial pengembangan komunikologi (Lieberman, Rosengren, Langer)

Kontroversial Komunikologi Hado

“Berkomunikasi dengan sesama manusia rumit”.

Nilai pragmatisme: mudah mencari pekerjaan dan mendapatkan uang

Contoh:

Tarif komunikolog yang ditawarkan Maia Kincaid untuk konsultasi berkomunikasi dengan binatang:

\$ 45 per 15 menit; \$ 75 per 30 menit; \$ 140 per 60 menit; \$ 210 per 90 menit, dan tentu saja *special rates for consultation packages*

Hasil Riset Komunikologi Hado

Kesadaran akan komunikasi universal.

Pemahaman perilaku perubahan molekul air menjadi kristal atau mengerikan, adalah memahami gejala alam yang mencerminkan juga perubahan “molekul air” dalam diri manusia, ketika seorang manusia berkomunikasi dengan sesamanya

Manusia adalah mahluk air.

**Ketika mulai terbentuknya manusia, telur yang dibuahi 96% nya adalah air. Ketika janin di dalam rahim ibunda, manusia berenang di dalam “kubangan” air ketuban
Ketika dan ada sebagian orang tua yang memilih melahirkan bayinya di dalam air (*water birth*).**

Setelah dewasa, lebih dari 70% berat sel tubuh manusia adalah air, sehingga seluruh kegiatan dalam sel berlangsung dalam lingkungan cair.

Dengan demikian, manusia adalah “air yang hidup“

Jika kualitas air bergantung pada informasi yang diterimanya, maka sudah selayaknya mendapatkan informasi yang berkualitas baik.

Kualitas informasi baik, maka manusia memiliki pikiran dan tubuh yang sehat, dan sebaliknya

Komunikasi erat kaitannya dengan kebutuhan akan kesehatan fisik

Adler & Towne menanyakan
“why we communicate?”
Jawabannya adalah selain
identity, social dan *practical*
adalah karena *physical*
needs, dengan ungkapan
bahwa *communication is so*
important that its presence or
absence affect physical
health.

Jika ingin tubuh kita sehat,
maka perbaikilah kualitas
komunikasi kita. Seandainya
kalimat ini diperluas, maka:
jika “tubuh” kelompok,
keluarga, komunitas,
organisasi, perusahaan,
fakultas, universitas dan
negara kita ingin sehat, maka
perbaikilah kualitas
komunikasinya!

Apabila seseorang seringkali melakukan komunikasi dengan *hado* negatif, kemudian diterima dalam frekuensi yang sama oleh *hado* orang lain, pada hakikatnya menyebabkan kondisi tidak sehat bahkan berakibat mempercepat kematian

Hasil penelitian Michael Babyak dan kawan-kawan menunjukkan bahwa orang-orang yang terbiasa memusuhi orang lain (berkomunikasi negatif kepada orang lain), tidak suka berteman, dan mendominasi pembicaraan orang lain berpeluang 60% lebih tinggi menemui kematian pada usia dini dibandingkan dengan orang-orang yang berperilaku sebaliknya: ramah, suka berteman dan berbicara tenang

Hasil Uji Coba Emoto

Uji coba air
oleh Emoto

“air lebih menyenangi kalimat yang sudah lampau (*the past perfect tense*) dibandingkan dengan kalimat yang akan datang (*the future tense*)

Air lebih menyukai kalimat “terima kasih air, engkau telah menyehatkanku” ketimbang “semoga engkau air dapat menyehatkanku”

Perilaku air tidak jauh berbeda dengan manusia, yang lebih merasa dihargai karena dianggap telah berbuat sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain, ketimbang masih dalam harapan orang lain

Aktualisasi diri akan tercapai jika seseorang, sudah memperoleh pengakuan akan prestasi yang dilakoninya, bukan berupa harapan akan memperoleh pengakuan

Uji coba Emoto pada nasi

Nasi dalam toples pertama yang disapa “terima kasih”, berfermentasi dengan bau alkohol yang khas

Nasi dalam toples kedua yang disapa “kamu bodoh” menjadi basi dan berwarna hitam

Sedangkan nasi dalam toples ketiga yang tidak disapa apapun ternyata lebih cepat basi dan hitam dibanding dengan toples kedua

Makna manusiawinya menurut Emoto adalah bahwa hal yang terberat dalam hidup kita jika tidak dipedulikan dan tidak diperhatikan. Lebih berat daripada diberi penghinaan dengan kata-kata “bodoh”

Dalam konteks komunikasi,
dikenal satu aksioma atau postulat, *communication is irreversible*
mengingatkan kita supaya hati-hati jangan sampai membuat
kesalahan menyampaikan pesan (seperti perkataan menyakitkan
“kamu bodoh”), karena “pernyataan itu bisa dimaafkan, tetapi tidak
bisa dilupakan” dan akan melekat sepanjang hayat
dalam gudang memori kita

Ternyata secara psikologis “dibiarkan tidak disapa”
adalah bentuk “pesan” nonverbal yang tidak dapat dilupakan
yang paling buruk dan paling menyakitkan.

Kondisi ini sangat erat hubungannya dengan persoalan nilai-nilai kemanusiaan
yang paling luhur yang menjadi pertarungan manusia:
eksistensi dan harga diri!