The Power of Communication

Komunikasi Efektif dalam Pelayanan Kampus

By : Dr. Juliana Irmayanti Saragih, M.Psi., Psikolog



Pesan itu akan meninggalkan kesan

Orang mungkin lupa apa yang kita katakan, tetapi pengalaman saat berinteraksi dengan kita dapat meninggalkan kesan yang mendalam.

Pesan bisa sama, kesan bisa beda. Tergantung dari cara menyampaikannya

Orang menilai layanan tidak hanya dari jawabannya, tetapi juga dari cara mereka diperlakukan.

RESPECT + EMPATHY

Senyum: pembuka kecil, kesan besar

Senyum yang wajar dapat membantu membangun kesan ramah, terutama ketika disertai perhatian dan bantuan yang nyata.

Mengapa senyum penting dalam pelayanan?

01 **Gerbang komunikasi (membuka percakapan)**
Senyum natural dapat membuat suasana awal terasa lebih nyaman.

02 **Membantu orang merasa diterima**
Sikap hangat memudahkan mahasiswa menyampaikan kebutuhannya.

03 **Menguatkan kesan profesional**
Ekspresi ramah perlu diikuti informasi yang tepat dan jelas.



Senyum dari hati

Smiling voice

♡ | **SENYUM + PERHATIAN + INFORMASI JELAS = KESAN RAMAH & PROFESIONAL**

Catatan: Senyum tidak perlu dipaksakan; sesuaikan dengan situasi, budaya, dan kenyamanan lawan bicara.



Tendik adalah wajah layanan kampus

Mahasiswa, dosen, pimpinan, dan masyarakat menilai pelayanan melalui setiap interaksi.

Tendik adalah representasi dari USU.

Kualitas hidup Anda ditentukan oleh kualitas komunikasi Anda

Komunikasi yang baik dimulai dari rumah

Kebiasaan berbicara dan mendengarkan terbentuk dari interaksi terdekat.



Ramah di luar rumah

Pemarah di dalam rumah

Komunikasi itu tentang “memuliakan” orang di hadapan kita

Pernah merasa tidak dipahami?

2 MENIT

Ingat satu pengalaman ketika pesan Anda disalahartikan.

Ceritakan kepada teman: apa yang dikatakan, apa yang dipahami, dan apa akibatnya?

Empat hasil yang kita bawa pulang

01

Memahami proses komunikasi

02

Menguasai prinsip REACH

03

Memilih bahasa dan kanal

04

Mempraktikkan respons

Apa itu komunikasi?

Bukan hanya menyampaikan pesan, tetapi membangun pemahaman bersama.

DEFINISI

Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan informasi (pesan, ide, atau perasaan) dari pemberi pesan kepada penerima pesan.

Tujuannya: pesan dapat dipahami oleh orang lain.

APA YANG DIKOMUNIKASIKAN?

01 **INFORMASI**
Data, instruksi, pengumuman

02 **IDE / GAGASAN**
Pendapat dan usulan

03 **PERASAAN**
Kepedulian, sikap, emosi

CONTOH DI KAMPUS

Penjelasan KRS baru efektif ketika mahasiswa memahami langkah berikutnya.

Komunikasi adalah putaran, bukan lemparan



UMPAN BALIK

“Jadwalnya nanti.” → kapan, di mana, dan melalui kanal apa?

Di mana pesan mulai meleset?

JARGON

ASUMSI

EMOSI

INFORMASI KURANG

KANAL KURANG TEPAT

Mana yang paling sering Anda alami?

Komponen komunikasi: 3V

Kata-kata, cara mengucapkan, dan ekspresi dapat saling menguatkan — atau justru bertentangan.

7%*

VERBAL

Isi kata dan pilihan bahasa

“Saya bantu, ya.”

38%*

VOCAL

Nada, volume, tempo, dan jeda

Hangat atau tergesa-gesa

55%*

VISUAL

Ekspresi wajah saat menyampaikan sikap

Tersenyum atau terlihat kesal

* Angka 7–38–55 berasal dari konteks terbatas penelitian Mehrabian tentang penilaian sikap/perasaan; bukan rumus semua komunikasi.

PERTANYAAN: Ketika mengatakan “Saya bantu”, apakah suara dan wajah kita mendukung pesan tersebut?

Tubuh Anda Berbicara Lebih Dulu

Ekspresi ramah
Kontak mata wajar
Postur terbuka
Jarak nyaman



Suara memberi makna pada kata yang sama

ARTIKULASI • RITME • VOLUME • INTONASI • JEDA

Mengapa suara penting?

01 Nada suara memengaruhi kesan emosional.

02 Kalimat yang sama dapat terasa ramah, datar, atau tegas.

03 Artikulasi dan jeda membantu memperjelas maksud pesan.



Suara memberikan “rasa” pada bicara

LATIHAN 30 DETIK • Ucapkan “Tunggu dulu ya” dengan dua intonasi berbeda.

Video


Public Speaking
Gubernur Kalteng
Jadi Sorotan
Banyak Kalangan

Uji 3V: satu kalimat, tiga kesan

LATIHAN CEPAT • 45 DETIK

“Sebentar, saya cek dulu.”

A

Datar & kurang perhatian

Menghadap layar; suara singkat dan datar.

B

Hangat & hadir

Menghadap lawan bicara; nada tenang.

C

Terburu-buru

Nada cepat; tubuh sudah berpaling.

Pertanyaan: Kalimatnya sama. Mengapa kesan yang diterima bisa berbeda?

REACH: lima prinsip, satu pengalaman layanan

R
Respect

E
Empathy

A
Audible

C
Clarity

H
Humble

Menghargai • Memahami • Mudah diterima • Jelas • Terbuka

Respect membuat orang merasa dihargai

R

Respect

Sapaan hangat • perhatian penuh • tidak menyela • bahasa yang membantu

“Selamat pagi, ada yang bisa saya bantu?”

Kasus KRS: dari menutup ke membuka

KURANG TEPAT

“Sudah ada di web.”

LEBIH BAIK

“Baik, saya bantu lihat kembali. Bagian mana yang masih membingungkan?”

Empathy: dengarkan sebelum menjawab



Empathy

Dengarkan kendala • validasi perasaan • jelaskan prosedur dan opsi • jangan menjanjikan di luar kewenangan

“Saya memahami kekhawatiran Anda.”

Kasus UKT: validasi lalu arahkan

KURANG TEPAT

“Tidak bisa, aturan sudah jelas.”

LEBIH BAIK

“Saya memahami kekhawatiran Anda. Mari kita cek prosedur yang berlaku dan pihak yang dapat membantu.”

Audible: pesan mudah diterima



Audible

Bahasa sederhana • tempo sesuai • kanal tepat • cek pemahaman

“Bagian mana yang perlu saya jelaskan kembali?”

Video



Jargon masuk. Bahasa sederhana keluar.

KURANG TEPAT

“Lakukan validasi data sebelum registrasi ulang.”

LEBIH BAIK

“Sebelum daftar ulang, cek dan pastikan data Anda benar di sistem.”

Clarity: lengkap tanpa bertele-tele



Clarity

Pastikan apa • siapa • kapan • di mana • bagaimana • dokumen • kanal klarifikasi

“Orang perlu tahu langkah berikutnya.”

Instruksi harus bisa langsung dilakukan

KURANG TEPAT

“Segera urus berkas.”

LEBIH BAIK

“Siapkan [berkas] dan serahkan melalui [kanal resmi] sebelum [tenggat resmi]. Hubungi [unit] bila ada pertanyaan.”

Humble: koreksi bukan ancaman



Humble

Dengarkan masukan • cek fakta • hindari defensif • tindak lanjuti • beri kabar

“Terima kasih sudah memberi tahu.”

Kesalahan data: ambil tanggung jawab proses

KURANG TEPAT

“Sistemnya memang begitu.”

LEBIH BAIK

“Terima kasih sudah memberi tahu. Kami akan cek data dan informasikan langkah perbaikannya.”

Satu pesan, tiga cara menyampaikannya

MAHASISWA

Ramah & mudah dipahami

DOSEN / PIMPINAN

Ringkas & relevan

REKAN TENDIK

Kolaboratif & konkret

Sesuaikan kebutuhan—bukan stereotip.

Pilih kanal sesuai bobot pesannya

CHAT
Koordinasi cepat

EMAIL
Dokumentasi resmi

TATAP MUKA
Isu sensitif

PENGUMUMAN
Informasi serentak

Audiens mengingat pengalaman

Mungkin kalimatnya terlupa. Pengalaman dilayani lebih mudah dikenang.

PESAN

Apa yang dikatakan

Contoh: “Silakan tunggu.”

→

PENGALAMAN

Bagaimana disampaikan

Nada suara, perhatian, respons.

→

KESAN

Apa yang dirasakan

Dihargai, dibantu, atau diabaikan.

Pertanyaan kunci: “Bagaimana perasaan mahasiswa setelah berinteraksi dengan layanan kita?”

Personal branding lahir dari pola kecil



Profesional adalah kesan yang dibangun berulang kali.

Ruang digital tetap membutuhkan kehadiran

CHAT

Sopan, jelas, satu tujuan

EMAIL

Subjek informatif, konteks lengkap

RAPAT DARING

Perhatikan ekspresi dan giliran bicara

Praktik 1 — Gambarkan yang saya katakan

4 MENIT

“Tujuan:
Membuktikan bahwa instruksi yang terasa jelas bagi pemberi pesan belum tentu dipahami dengan cara yang sama oleh penerima.

- Peserta A menjelaskan gambar hanya dengan kata-kata selama 90 detik. Peserta B menggambar berdasarkan instruksi dan tidak boleh bertanya.
- Setelah selesai, keduanya membandingkan hasil dengan gambar asli.
- Lakukan putaran kedua dengan gambar berbeda, tetapi kali ini peserta B boleh bertanya dan meminta klarifikasi.

Praktik 2 — Mendengarkan tanpa menyela

7 MENIT

A
cerita 2 menit

B
merangkum 1 menit

↔
tukar peran

REFLEKSI
1 menit

Target: Empathy — pahami sebelum memberi solusi.

Praktik 3 — Role play pelayanan kampus

10 MENIT

STAF

MAHASISWA

PENGAMAT

Pilih kasus: KRS / UKT / kesalahan data

1 pilih peran • 4 simulasi • 3 umpan balik • 2 refleksi

Ceklis pengamat: R E A C H

Satu kebiasaan. Tujuh hari.



Pilih satu kebiasaan • catat penerapan • minta umpan balik rekan

Apa satu kalimat yang akan Anda ubah besok?

Orang ingin merasa didengar.

REACH

Komunikasi efektif membuat orang merasa dihargai dan memahami langkah selanjutnya.

Terima kasih.