

15



**KOMUNIKASIH:
REFLEKSI HUMANISTIK ATAS
KOMUNIKASI MODERN**

Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

Paradigma *Komunikasih* dalam Interaksi Sosial

Komunikasi merupakan elemen fundamental dalam kehidupan bermasyarakat. Manusia mengandalkan komunikasi untuk membangun hubungan interpersonal, mengembangkan pengetahuan, serta membentuk makna dan jati diri (Rosengren, 2006). Meski demikian, realitas menunjukkan bahwa proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan mulus. Berbagai masalah seperti konflik, miskomunikasi, *hate speech*, dan manipulasi kerap terjadi dalam kehidupan sehari-hari, baik pada tingkat personal maupun publik. Kondisi ini membuktikan bahwa komunikasi sebagai fenomena sosial bukanlah hal yang netral, melainkan dipengaruhi oleh berbagai kepentingan, nilai-nilai, dan aspek etika. Karena itu, diperlukan pendekatan komunikasi yang dapat mengembalikan nilai-nilai kemanusiaan dan kasih sayang dalam setiap bentuk interaksi.

Konsep "*Komunikasih*" hadir sebagai jawaban atas permasalahan tersebut. Wijaya (2014a; 2014b; 2015) memperkenalkan *Komunikasih* sebagai bentuk "komunikasi yang didasari cinta" sekaligus "komunikasi yang menumbuhkan cinta." Konsep ini mengartikan komunikasi bukan hanya sebagai proses pertukaran informasi semata, tetapi sebagai wahana untuk menyebarkan kasih sayang, empati, dan kebajikan. Wijaya berpendapat bahwa komunikasi yang sejati harus mengandung unsur niat yang ikhlas, pesan yang membangun, dan mampu memberikan pengaruh positif terhadap hubungan antar individu. Dengan demikian, *Komunikasih* mengubah orientasi komunikasi dari yang semula bersifat transaksional menjadi lebih relasional, empatik, dan transformatif.

Pentingnya *Komunikasih* menjadi semakin jelas di era komunikasi digital saat ini. Neuliep (2018) menjelaskan bahwa media digital menciptakan lingkungan komunikasi yang bersifat dwi-sisi: di satu pihak membuka kesempatan untuk berinteraksi secara luas dan lintas-budaya, namun di pihak lain meningkatkan kemungkinan terjadinya kesalahpahaman, ujaran kebencian, dan polarisasi masyarakat. Platform media sosial yang awalnya diharapkan dapat memperkuat ikatan sosial, justru sering berubah menjadi tempat penyebaran informasi palsu, perpecahan, dan kekerasan simbolik, bahkan korupsi komunikasi (Wijaya & Nasution, 2022; Wijaya, 2022). Fenomena ini menunjukkan kurangnya empati dalam interaksi digital, yang pada akhirnya melemahkan kekompakan sosial. Dalam kondisi seperti ini, *Komunikasih* menawarkan pandangan yang menekankan pemanfaatan media untuk menumbuhkan kebaikan, menyebarluaskan pesan yang konstruktif, dan mendorong keterlibatan sosial yang dilandasi rasa belas kasih.

Selanjutnya, *Komunikasih* juga memiliki keterkaitan dengan perkembangan kajian komunikasi moderen, terutama yang berkaitan dengan komunikasi positif (Mirivel, 2014; Velasquez & Pulido, 2019), psikologi positif (Seligman, 2002; Fredrickson, 2009), dan komunikasi empatik (Meyer *et al.*, 1988; Weinstein *et al.*, 1972). *Komunikasih* memperluas wawasan

teoretis dengan menggabungkan aspek emosional, moral, dan spiritual dalam studi komunikasi. Dengan begitu, konsep ini tidak hanya memperkaya khazanah akademis, tetapi juga menyediakan kerangka praktis bagi masyarakat, organisasi, dan lembaga pendidikan untuk mengembangkan pola komunikasi yang lebih sehat.

Indonesia sebagai negara yang beragam budaya menghadapi tantangan signifikan dalam memelihara keharmonisan sosial. Polarisasi politik, sikap intoleran, dan fragmentasi sosial menunjukkan bahwa komunikasi publik di negara ini masih mudah terpengaruh oleh energi negatif. Dalam konteks mewujudkan visi Indonesia Emas 2045, *Komunikasih* dapat dijadikan strategi komunikasi kebangsaan yang mendorong persatuan, memperkuat solidaritas, dan menciptakan ruang publik yang lebih sehat dan beradab. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Wijaya dan Amir (2022), komunikasi yang didasari belas kasih terbukti efektif dalam memperkuat kepemimpinan positif, meningkatkan produktivitas, dan memperbaiki kualitas hubungan dalam lingkungan organisasi. Prinsip ini dapat diterapkan lebih luas dalam ranah sosial-politik untuk mengatasi defisit empati dalam komunikasi publik di Indonesia.

Artikel ini dimaksudkan untuk memaparkan secara menyeluruh konsep *Komunikasih* melalui tinjauan landasan teoretisnya, penjelasan model dan dimensi yang membentuknya, serta elaborasi proses komunikasi yang berbasis kasih sayang. Lebih jauh, artikel ini juga menyajikan implementasi *Komunikasih* dalam berbagai bidang kehidupan, mulai dari lingkungan keluarga hingga masyarakat multikultural, serta membahas implikasi teoretis dan praktisnya. Melalui pendekatan konseptual, diharapkan artikel ini dapat memberikan sumbangsih dalam memperkaya studi komunikasi sekaligus menghadirkan paradigma alternatif yang relevan untuk kehidupan sosial masa kini.

Teori Komunikasi Klasik

Studi komunikasi kontemporer memiliki akar yang mendalam dari tradisi klasik. Model komunikasi linear yang dirumuskan Shannon dan Weaver pada 1949 sering dipandang sebagai titik awal ilmu komunikasi moderen. Model ini menjelaskan komunikasi sebagai proses yang bersifat mekanis, melibatkan komponen-komponen seperti pengirim (*source*), pesan (*message*), media (*channel*), penerima (*receiver*), serta kemungkinan terjadinya gangguan atau noise (Shannon & Weaver, 1949). Pentingnya model ini terletak pada kemampuannya menegaskan bahwa komunikasi merupakan proses yang dapat dikaji secara ilmiah dan terstruktur.

Meskipun demikian, model linear Shannon-Weaver yang sangat berpengaruh ini mendapat kritik karena kecenderungannya menyederhanakan komunikasi menjadi sekadar transfer informasi. Pandangan ini mengabaikan dimensi relasional, emosional, dan kontekstual

yang melekat dalam praktik komunikasi antarmanusia (Littlejohn & Foss, 2011). Kritik tersebut melahirkan model-model komunikasi interaksional (Schramm, 1954) yang menekankan pentingnya umpan balik, serta model transaksional (Barnlund, 1970) yang memandang komunikasi sebagai proses yang dinamis dan berlangsung secara bersamaan, di mana semua pihak berperan ganda sebagai komunikator dan komunikan.

Pembahasan model-model klasik ini relevan dalam kerangka *Komunikasih* karena memberikan fondasi teknis mengenai bagaimana pesan beroperasi dalam sistem komunikasi. Namun, *Komunikasih* berusaha melampaui paradigma mekanistik tersebut dengan mengintegrasikan dimensi niat baik, empati, dan kasih sayang sebagai kekuatan penggerak utama komunikasi. Dengan demikian, komunikasi tidak dipahami semata sebagai “proses transmisi pesan,” melainkan sebagai “peristiwa relasional yang sarat dengan nilai-nilai.”

Komunikasi Empati

Empati merupakan salah satu pilar fundamental dalam *Komunikasih*. Dari segi psikologis, empati diartikan sebagai kapasitas untuk memahami dan merasakan pengalaman orang lain seakan-akan kita mengalaminya sendiri (Davis, 1983). Dalam bidang komunikasi, Meyer *et al.* (1988) mengembangkan model komunikasi empatik yang menekankan proses mendengarkan secara aktif, interpretasi emosional, dan pemberian respons yang tepat. Empati menjadikan komunikasi bukan sekadar pertukaran informasi, tetapi juga jembatan emosional yang memperkuat relasi interpersonal.

Riset yang dilakukan Weinstein dkk. (1972) mendemonstrasikan bahwa tingkat empati dalam komunikasi memiliki korelasi positif dengan efektivitas pertukaran pesan. Semakin tinggi tingkat empati seorang komunikator, semakin baik pula kualitas pemahaman dan kepuasan yang dirasakan komunikan. Temuan ini selaras dengan pemikiran Carl Rogers, pelopor psikologi humanistik, yang menyatakan bahwa empati merupakan salah satu persyaratan fundamental dalam hubungan yang bersifat membantu. Menurut Rogers, empati menciptakan lingkungan yang aman bagi individu untuk berkembang, tumbuh, dan memahami dirinya dengan lebih baik (Rogers, 1980).

Dalam konteks *Komunikasih*, empati bukan sekadar teknik komunikasi, melainkan filosofi hidup. Empati menuntut keterbukaan hati untuk memahami perspektif orang lain tanpa memberikan penilaian. Melalui empati, komunikasi yang berpotensi menimbulkan konflik dapat diubah menjadi ruang dialog yang dipenuhi dengan pengertian mutual.

Komunikasi Positif

Aspek penting lainnya dalam fondasi *Komunikasih* adalah konsep komunikasi positif. Julien Mirivel (2014) dalam karyanya "*The Art of Positive Communication*" menekankan bahwa komunikasi memiliki kekuatan performatif: melalui kata-kata, tindakan, dan simbol, manusia mampu membangun hubungan yang sehat, memperkuat rasa percaya, dan menumbuhkan harapan. Mirivel mendefinisikan praktik komunikasi positif sebagai tindakan yang berlandaskan apresiasi, kejujuran, keterbukaan, dan orientasi pada pengembangan relasi.

Sejalan dengan hal tersebut, Velasquez dan Pulido (2019) menegaskan bahwa komunikasi positif memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan masyarakat yang lebih sehat secara emosional dan sosial. Prinsip komunikasi positif ini memiliki keterkaitan erat dengan psikologi positif yang dikembangkan Martin Seligman (2002) serta teori emosi positif dari Barbara Fredrickson (2009). Seligman menekankan pentingnya memperkuat kebajikan, kekuatan karakter, dan kesejahteraan melalui interaksi sosial. Fredrickson melalui *Broaden-and-Build Theory* menjelaskan bahwa emosi positif seperti cinta, rasa syukur, dan harapan dapat memperluas cara pandang individu sambil membangun sumber daya psikologis dan sosial dalam jangka panjang.

Komunikasih secara konseptual merupakan manifestasi komunikasi positif dalam bentuk yang lebih normatif dan dapat diaplikasikan. Konsep ini menekankan bahwa pesan yang disampaikan sebaiknya bersifat konstruktif, berorientasi pada pemecahan masalah, dan berpotensi menumbuhkan kebaikan dalam diri individu dan lingkungannya.

Komunikasi Non-Kekerasan (*Non-Violent Communication*)

Marshall Rosenberg (2015) memperkenalkan konsep *Nonviolent Communication* (NVC) sebagai metode komunikasi yang menghindari penggunaan bahasa yang menyakitkan, menghakimi, atau mendominasi orang lain. NVC dibangun berdasarkan empat komponen utama: observasi objektif tanpa melakukan evaluasi, pengungkapan perasaan, identifikasi kebutuhan, dan penyampaian permintaan dengan jujur. Melalui kerangka ini, komunikasi diarahkan bukan untuk memenangkan perdebatan, melainkan untuk memenuhi kebutuhan semua pihak dengan cara yang penuh respek.

NVC menjadi fondasi penting bagi *Komunikasih* karena menekankan penggunaan bahasa kehidupan yang membebaskan dari kekerasan simbolik. Dalam konteks sosial-politik, pendekatan ini sangat relevan untuk mencegah polarisasi dan memperkuat kohesi sosial. Sebagaimana yang dicatat Fuller dkk. (2021), praktik komunikasi non-kekerasan terbukti mampu

meningkatkan kualitas hubungan, mengurangi konflik interpersonal, dan memperkuat kolaborasi.

Dengan demikian, *Komunikasih* dapat dipandang sebagai pengembangan dari NVC. Jika NVC berfokus pada pencegahan kekerasan, maka *Komunikasih* menambahkan elemen kasih sayang dan cinta yang bersifat lebih proaktif. Artinya, tidak hanya menghindari kekerasan, tetapi juga secara aktif menghadirkan kebaikan dalam setiap komunikasi.

Komunikasi Humanistik

Aliran psikologi humanistik yang dipelopori Carl Rogers menjadi landasan filosofis lain bagi *Komunikasih*. Rogers menekankan tiga kondisi fundamental dalam hubungan interpersonal yang efektif: keaslian (*genuineness*), penerimaan tanpa syarat (*unconditional positive regard*), dan empati (Rogers, 1980). Prinsip-prinsip ini menegaskan bahwa komunikasi yang sehat hanya dapat terwujud ketika individu dihargai sebagai manusia seutuhnya.

Dalam perspektif komunikasi, humanisme memandang manusia sebagai subjek yang bebas, bermakna, dan bertanggung jawab (Littlejohn & Foss, 2011). Komunikasi humanistik menghindari manipulasi dan dominasi, serta berfokus pada aktualisasi diri dan pengembangan potensi manusia. Hal ini sejalan dengan visi *Komunikasih* yang menekankan pentingnya niat baik dan penghargaan tulus terhadap martabat manusia dalam setiap interaksi.

Komunikasih mengadopsi semangat humanisme Rogersian ini dengan menekankan komunikasi sebagai ruang pertumbuhan bersama. Setiap individu bukan hanya “penerima pesan,” melainkan mitra dialog yang setara. Dengan demikian, komunikasi tidak lagi dipandang semata sebagai transaksi instrumental, melainkan sebagai proses relasional yang memungkinkan aktualisasi diri secara bersama-sama.

Komunikasi Welas Asih

Landasan terakhir yang sangat penting adalah konsep *compassionate communication* atau komunikasi welas asih. Julia dkk. (2024) menekankan bahwa welas asih dalam komunikasi bukan hanya tentang empati, tetapi juga keberanian untuk bertindak demi meringankan penderitaan orang lain. Welas asih melibatkan kesadaran, kepedulian, serta respons aktif yang lahir dari niat yang tulus.

Studi-studi terkini menunjukkan bahwa komunikasi yang berlandaskan welas asih mampu meningkatkan kesejahteraan psikologis, memperkuat ikatan sosial, dan menciptakan rasa aman dalam komunitas (Neff & Germer, 2018). Dalam konteks organisasi, Wijaya dan Amir (2022) bahkan

menunjukkan bahwa komunikasi berbasis welas asih dapat memperkuat praktik kepemimpinan positif, meningkatkan produktivitas, serta mempererat hubungan kerja.

Dalam *Komunikasih*, welas asih menjadi energi inti yang menyatukan seluruh dimensi. Jika empati membantu kita memahami orang lain, maka welas asih mendorong kita untuk bertindak penuh cinta dalam berkomunikasi. Dengan kata lain, *Komunikasih* bukan hanya tentang “merasakan bersama,” tetapi juga “bertindak bersama dalam kebaikan.”

Prinsip Dasar *Komunikasih* dalam Interaksi Sosial

Komunikasih adalah istilah yang terbentuk dari perpaduan dua kata: komunikasi dan kasih. Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicare* yang memiliki arti “menjadikan sama” atau “berbagi bersama” (Rosengren, 2006; Littlejohn & Foss, 2011). Sedangkan kata “kasih” dalam khasanah bahasa Indonesia mengacu pada cinta, kepedulian, kelembutan, serta perasaan welas asih yang murni. Oleh karena itu, *Komunikasih* dapat diartikan sebagai praktik komunikasi yang berlandaskan cinta dan kasih sayang, dengan tujuan menciptakan koneksi antarmanusia yang lebih bermakna.

Secara operasional, *Komunikasih* dapat didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan yang dilaksanakan dengan niat yang tulus dan konstruktif, berdasarkan empati, disampaikan dengan penuh welas asih, memanfaatkan media secara positif, dan diarahkan untuk menghasilkan dampak yang penuh kasih bagi individu maupun komunitas (Wijaya, 2015). Definisi ini menegaskan bahwa *Komunikasih* bukan sekadar teknik komunikasi, melainkan paradigma komunikasi yang mengintegrasikan aspek kognitif, afektif, dan etis.

Agar konsep ini dapat diimplementasikan secara sistematis, diperlukan prinsip-prinsip yang mengarahkan praktik komunikasi dalam berbagai konteks. Prinsip-prinsip tersebut dapat diuraikan melalui enam dimensi utama: niat baik, empati, pesan konstruktif, media positif, *feedback* welas asih, dan dampak penuh kasih. Keenam dimensi ini bukan sekadar komponen teknis, melainkan landasan filosofis yang membimbing cara kita berinteraksi dengan sesama.

Niat Baik (*Heartfelt Intention*)

Setiap bentuk komunikasi dalam kerangka *Komunikasih* bermula dari niat. Niat baik menjadi fondasi moral yang menentukan arah dan kualitas sebuah percakapan. Komunikasi yang tidak dilandasi niat baik berpotensi menjadi manipulatif, bahkan destruktif, meskipun pesan yang disampaikan secara faktual tampak benar. Dalam tradisi etika komunikasi, niat merupakan cerminan tanggung jawab komunikator (Johannesen, 1996).

Niat baik berarti seseorang berkomunikasi bukan untuk mendominasi, mengeksploitasi, atau sekadar mencari keuntungan pribadi, melainkan untuk memahami, membangun hubungan, dan menghadirkan kebaikan. Dalam praktik sehari-hari, niat baik tercermin dari kesediaan mendengarkan secara aktif, memberikan ruang bagi orang lain untuk menyampaikan perspektifnya, serta mengutamakan tujuan bersama daripada kepentingan pribadi.

Empati (*Empathy*)

Dimensi kedua adalah empati. Empati bermakna kemampuan untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain dan melihat dunia dari sudut pandangnya (Meyer *et al.*, 1988; Weinstein *et al.*, 1972). Dalam konteks *Komunikasih*, empati menjadi jembatan utama untuk membangun pemahaman bersama.

Komunikasi yang tidak disertai empati cenderung bersifat reduktif, karena pesan hanya diproses dari perspektif komunikator saja. Dengan empati, komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan resonansi emosional. Empati mengurangi kesalahpahaman, menumbuhkan rasa aman, dan memperkuat hubungan interpersonal.

Secara praktis, empati dapat diwujudkan melalui perilaku sederhana: memberikan perhatian penuh saat orang lain berbicara, menghindari interupsi yang meremehkan, menggunakan bahasa tubuh yang terbuka, serta memberikan respons yang menunjukkan kepedulian. Empati bukan sekadar sikap emosional, tetapi keterampilan komunikatif yang dapat dipelajari dan dikembangkan.

Pesan Konstruktif (*Constructive Message*)

Dimensi ketiga adalah pesan konstruktif. Komunikasi selalu melibatkan transfer makna, dan makna tersebut turut membentuk realitas sosial. Pesan konstruktif berarti bahwa setiap komunikasi diarahkan untuk membangun, bukan meruntuhkan; untuk menyembuhkan, bukan melukai.

Pesan konstruktif mencakup beberapa aspek: kejelasan (*clarity*), relevansi (*relevance*), dan orientasi pada solusi (*solution-oriented*). Kejelasan mencegah munculnya interpretasi yang keliru. Relevansi memastikan bahwa pesan sesuai dengan kebutuhan dan situasi. Orientasi pada solusi berarti bahwa pesan tidak hanya memberikan kritik, tetapi juga menawarkan alternatif pemecahan masalah.

Sebagai contoh, dalam dunia pendidikan, guru yang menyampaikan kritik kepada murid secara konstruktif akan menggunakan bahasa yang menguatkan (misalnya, "*Kamu sudah berusaha dengan baik, mungkin*

kalau ditambahkan contoh akan lebih jelas") daripada bahasa yang menjatuhkan (misalnya, "*Kamu gagal menjelaskan dengan baik*").

Media Positif (*Positive Media Use*)

Di era digital, media merupakan perantara utama komunikasi manusia. Dimensi keempat *Komunikasih* menekankan penggunaan media secara positif. Media yang positif berarti media yang mendukung penyebaran pesan penuh kasih, memperkuat koneksi sosial, dan menghindari konten yang menyebarkan kebencian, hoaks, atau provokasi destruktif.

Prinsip media positif sejalan dengan teori "*uses and gratifications*" (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973), yang menekankan bahwa khalayak aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam konteks *Komunikasih*, kebutuhan tersebut diarahkan pada pencarian harmoni, pengetahuan yang bermanfaat, dan hubungan yang sehat.

Secara praktis, media positif dapat diwujudkan dengan bijak memilih platform komunikasi, menjaga etika digital, serta mengutamakan konten yang memberikan inspirasi. Media sosial, misalnya, dapat menjadi sarana menyebarkan kasih melalui narasi personal atau kampanye solidaritas dengan pesan-pesan yang menguatkan moral.

Feedback Welas Asih (*Compassionate Feedback*)

Dimensi kelima adalah umpan balik yang welas asih. *Feedback* merupakan elemen penting dalam komunikasi karena menentukan sejauh mana pesan dipahami dan diterima. Namun, *feedback* yang disampaikan secara kasar dapat menimbulkan resistensi, bahkan merusak hubungan.

Komunikasih menekankan prinsip *feedback* yang welas asih, yakni umpan balik yang jujur tetapi tetap penuh kelembutan dan penghormatan. Prinsip ini sejalan dengan pendekatan *Nonviolent Communication* (Rosenberg, 2015), di mana *feedback* diarahkan untuk mengekspresikan kebutuhan dan perasaan tanpa menyalahkan pihak lain.

Sebagai contoh, dalam organisasi, pimpinan yang memberikan *feedback* welas asih akan berkata kepada bawahan: "*Saya menghargai kerja keras Anda, dan saya pikir jika laporan ini ditambah data pendukung, hasilnya akan lebih kuat,*" daripada berkata, misalnya: "*Laporan ini buruk, kamu harus memperbaikinya.*" Cara penyampaian yang penuh welas asih membuat *feedback* lebih mudah diterima dan berdampak positif.

Dampak Penuh Kasih (*Affectionate Impacts*)

Dimensi terakhir adalah dampak penuh kasih. Inti dari *Komunikasih* adalah menghadirkan perubahan yang positif pada individu dan lingkungan sosial. Dampak ini dapat berupa meningkatnya rasa percaya, kedekatan emosional, kepuasan dalam hubungan, atau terbentuknya iklim sosial yang harmonis.

Fredrickson (2009) dalam teori *broaden-and-build* menyatakan bahwa emosi positif memperluas cara berpikir dan bertindak seseorang, serta membangun sumber daya psikologis jangka panjang. Dalam kerangka *Komunikasih*, dampak penuh kasih tidak hanya bersifat sesaat, tetapi juga menumbuhkan kapasitas individu dan komunitas untuk menjadi lebih resilien, kreatif, dan peduli terhadap sesama.

Siklus *Komunikasih* dalam Interaksi Sosial

Proses dalam *Komunikasih* pada dasarnya tidak berbeda jauh dari kerangka komunikasi klasik—komunikator, pesan, media, komunikan, *feedback*, dan efek—namun setiap tahap diberi muatan nilai kasih sayang, empati, dan welas asih. Dengan demikian, proses *Komunikasih* dapat dipahami sebagai siklus berkelanjutan yang mengintegrasikan aspek teknis komunikasi dengan dimensi moral dan emosional.

Komunikator dengan Niat Baik

Seluruh proses komunikasi bermula dari komunikator. Dalam kerangka *Komunikasih*, komunikator tidak hanya dituntut memiliki kompetensi teknis seperti kejelasan berbicara, pengetahuan, atau kredibilitas, tetapi juga kualitas moral berupa niat baik (*heartfelt intention*). Niat baik menentukan arah komunikasi: apakah komunikasi dimaksudkan untuk menguasai, menipu, atau sebaliknya untuk mendukung, memahami, dan menguatkan pihak lain.

Komunikator yang menerapkan *Komunikasih* akan mempersiapkan diri dengan sikap terbuka, motivasi altruistik, dan tujuan yang berorientasi pada kebaikan Bersama (Wijaya, 2015). Dalam kehidupan keluarga, misalnya, orang tua yang berkomunikasi dengan anaknya tidak sekadar menegur atau memberikan instruksi, tetapi menyampaikan pesan dengan penuh cinta agar anak memahami bahwa aturan dibuat demi keselamatan dan perkembangannya.

Encoding dengan Energi Positif

Tahap selanjutnya adalah pengkodean (*encoding*), yaitu proses mengubah ide, perasaan, atau niat menjadi pesan yang dapat dipahami.

Dalam *Komunikasih*, *encoding* tidak dilakukan secara sembarangan. Komunikator perlu memastikan bahwa pesan yang dikodekan dipenuhi dengan energi positif, kejelasan, dan bersifat konstruktif (Wijaya, 2015).

Pesan yang diwarnai energi negatif—seperti kata-kata kasar, sarkasme, atau manipulasi—dapat merusak makna dan hubungan interpersonal. Sebaliknya, pesan yang dikodekan dengan penuh kasih dan perhatian akan memperbesar kemungkinan terbangunnya pengertian. *Encoding* dalam *Komunikasih* menekankan pentingnya bahasa yang lembut, simbol-simbol yang menguatkan, serta gaya komunikasi yang menghormati penerima pesan.

Pengiriman Pesan dengan Penuh Kesadaran

Tahap ketiga adalah pengiriman pesan (*message delivery*). Dalam komunikasi konvensional, pengiriman pesan sering dipandang hanya sebagai proses teknis: bagaimana pesan dapat sampai kepada penerima. Namun, dalam kerangka *Komunikasih*, pengiriman pesan dipandang sebagai praktik etis yang memerlukan kesadaran penuh (*mindfulness*).

Kesadaran dalam mengirimkan pesan berarti memperhatikan konteks, waktu, serta kondisi psikologis penerima. Misalnya, menyampaikan kritik di depan umum dapat melukai harga diri seseorang, meskipun maksud komunikator baik. Karena itu, *Komunikasih* mengajarkan untuk mempertimbangkan cara, tempat, dan waktu yang paling tepat agar pesan dapat diterima dengan hati terbuka (Wijaya, 2015).

Penggunaan Media secara Positif

Dalam dunia yang dipenuhi dengan media digital, pemilihan dan penggunaan media menjadi sangat menentukan. Media dalam kerangka *Komunikasih* tidak bersifat netral, tetapi harus dipilih dan digunakan secara positif (Wijaya, 2015).

Media sosial, misalnya, bisa digunakan untuk menyebarkan kasih, solidaritas, dan inspirasi; atau sebaliknya menjadi sarana menyebarkan kebencian, hoaks, dan polarisasi. Dalam *Komunikasih*, setiap media dipandang sebagai wahana untuk memperkuat hubungan antarmanusia. Komunikator bertanggung jawab untuk memastikan bahwa media yang digunakan memperbesar peluang terjadinya interaksi yang sehat dan bermakna.

Decoding dengan Empati

Tahap selanjutnya adalah *decoding*, yaitu proses penerimaan dan pemaknaan pesan oleh komunikan. Dalam *Komunikasih*, *decoding*

dilakukan bukan hanya dengan kemampuan kognitif, tetapi juga dengan empati.

Komunikator yang melakukan *decoding* dengan empati akan berusaha memahami pesan sesuai konteks komunikator, bukan sekadar menafsirkannya dari perspektif sendiri. Proses ini membutuhkan kesediaan mendengarkan dengan hati, memperhatikan ekspresi non-verbal, serta menahan diri dari prasangka.

Dengan *decoding* berbasis empati, risiko salah tafsir dapat diminimalkan, dan makna yang muncul akan lebih mendekati maksud sebenarnya. Di sinilah prinsip *empathetic meaning-making* bekerja: makna tidak hanya lahir dari simbol, tetapi juga dari keintiman emosional antara komunikator dan komunikan (Wijaya, 2015).

Komunikasikan dengan *Feedback* Welas Asih

Feedback atau umpan balik merupakan tahap yang sangat penting, karena menentukan arah komunikasi selanjutnya. Dalam kerangka *Komunikasih*, komunikasikan memberikan *feedback* yang penuh welas asih, yakni respons yang jujur namun disampaikan dengan kelembutan dan penghormatan.

Feedback yang penuh welas asih memperkuat hubungan, meningkatkan rasa aman psikologis, dan mendorong motivasi untuk memperbaiki diri (Wijaya, 2015). Misalnya, dalam dunia organisasi, karyawan yang melakukan kesalahan akan lebih menerima kritik bila disampaikan dengan kalimat yang penuh welas asih daripada dengan kalimat yang menyalahkan atau merendahkan.

Efek Penuh Kasih

Tahap terakhir dari proses *Komunikasih* adalah efek atau dampak. Efek yang dihasilkan bukan sekadar perubahan perilaku atau pemahaman kognitif, tetapi juga efek emosional berupa rasa dihargai, dicintai, dan dipahami.

Efek penuh kasih ini memiliki daya transformasional (Wijaya, 2015). Ia memperkuat ikatan keluarga, membangun kepercayaan dalam organisasi, menumbuhkan solidaritas dalam masyarakat, serta menciptakan iklim komunikasi yang sehat di ruang publik. Efek ini juga bersifat jangka panjang, karena komunikasi yang dilandasi kasih mampu membentuk budaya interaksi yang beradab dan harmonis.

Keseluruhan proses di atas membentuk sebuah siklus berkelanjutan: komunikator → *encoding* → pengiriman pesan → penggunaan media → *decoding* → komunikasikan → *feedback* → efek penuh kasih. Efek yang penuh

kasih kemudian akan kembali mempengaruhi niat baik komunikator, sehingga siklus terus berputar dalam lingkaran kebajikan. Model siklus *Komunikasih* menunjukkan hubungan sirkular antarunsur komunikasi, yang menggambarkan bahwa *Komunikasih* bukanlah proses linear, tetapi sebuah lingkaran dinamis yang terus menghasilkan resonansi kasih dalam setiap tahapannya.

***Komunikasih* dalam Berbagai Ranah Kehidupan**

Sebagai konsep komunikasi yang berdasarkan niat baik, empati, welas asih, dan orientasi pada kebaikan bersama, *Komunikasih* dapat menjadi fondasi untuk membangun hubungan harmonis dalam keluarga, menciptakan suasana belajar yang sehat dalam pendidikan, memperkuat budaya organisasi, menyetatkan interaksi di media sosial, menumbuhkan etika dalam politik, serta merawat kerukunan di masyarakat multikultural.

Komunikasih dalam Keluarga

Keluarga merupakan ruang komunikasi paling fundamental dalam kehidupan manusia. Dalam banyak kasus, konflik keluarga muncul karena pola komunikasi yang keras, penuh tuntutan, dan minim empati. Misalnya, orang tua yang menegur anaknya dengan kalimat penuh amarah sering kali justru memicu jarak emosional, bahkan berpotensi menimbulkan luka komunikasi. Demikian pula pertengkaran pasangan suami-istri dengan kekerasan simbolik, atau sikap tidak saling menghargai antar generasi dalam anggota keluarga yang lebih luas (Mirpour *et al.*, 2021). Padahal, riset Abdullah & Salim (2020) menemukan bahwa komunikasi keluarga yang sehat memiliki peran sentral dalam memediasi hubungan antara pola asuh dan sikap empati pada anak.

Komunikasih menawarkan alternatif dengan pendekatan penuh kasih. Orang tua yang memiliki niat baik, mengodekan pesan dengan bahasa lembut, dan memberikan umpan balik yang penuh welas asih akan lebih mudah ditangkap maknanya oleh anak. Sebagai contoh sederhana: seorang ayah mendapati nilai ujian anaknya rendah. Alih-alih memarahi, ia memilih berkata, "*Ayah tahu kamu sudah berusaha. Yuk, kita belajar bersama agar lebih siap menghadapi ujian berikutnya.*" Dengan *Komunikasih*, anak merasa dihargai sekaligus termotivasi untuk memperbaiki diri.

Komunikasih dalam Pendidikan

Di ranah pendidikan, hubungan guru-murid atau dosen-mahasiswa tidak sekadar transmisi pengetahuan, melainkan juga relasi emosional yang membentuk kepribadian. Guru yang berkomunikasi dengan cara otoriter

cenderung menimbulkan ketakutan, sedangkan guru yang menerapkan *Komunikasih* akan menumbuhkan motivasi intrinsik.

Contoh nyata dapat dilihat pada praktik guru yang menghadapi murid terlambat mengumpulkan tugas. Guru yang marah bisa membuat murid merasa tertekan, sedangkan guru yang memilih berkata, "*Saya ingin tahu apa kesulitanmu dalam menyelesaikan tugas ini, supaya kita bisa cari cara bersama-sama untuk kamu lebih siap ke depan,*" memberikan ruang bagi murid untuk terbuka dan merasa didukung.

Komunikasih mengamini tinjauan teoretis Barton & Garvis (2019) yang menemukan bahwa empati dan welas asih di dunia pendidikan berperan penting menumbuhkan sikap dan keinginan membantu dan melindungi orang lain yang membutuhkan. Dengan demikian, *Komunikasih* tidak hanya meningkatkan efektivitas pembelajaran, tetapi juga menciptakan lingkungan pendidikan yang dipenuhi rasa aman psikologis.

Komunikasih dalam Organisasi

Dalam organisasi, komunikasi yang kaku, hierarkis, dan penuh tekanan sering kali menurunkan motivasi kerja. Sebaliknya, penerapan *Komunikasih* dapat menumbuhkan iklim kerja yang sehat.

Sebagai ilustrasi, seorang manajer yang menemukan laporan stafnya tidak sesuai ekspektasi bisa memilih dua jalur: memarahi staf di depan umum atau memberikan umpan balik pribadi dengan kalimat penuh welas asih. Manajer yang menerapkan *Komunikasih* akan berkata, "*Saya menghargai usaha kamu. Ada beberapa bagian yang bisa kita perbaiki bersama. Mari kita diskusikan agar laporan ini lebih kuat.*" Cara ini tidak hanya memperbaiki kualitas kerja, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan semangat tim.

Hal ini sejalan dengan temuan Wijaya & Amir (2022), yang menekankan komunikasi penuh kasih sebagai praktik kepemimpinan positif yang mampu memperkuat keterlibatan karyawan.

Komunikasih dalam Media Sosial

Media sosial adalah ruang publik baru yang sarat dengan polarisasi, ujaran kebencian, dan penyebaran hoaks. Banyak pengguna media sosial yang terjebak dalam komunikasi instan tanpa refleksi, sehingga menimbulkan konflik (Martingano et al., 2022).

Komunikasih di ruang digital mengajak pengguna untuk lebih berhati-hati sebelum menekan tombol *post* atau *share*. Niat baik menjadi kunci: apakah pesan yang dibagikan bermanfaat, menyehatkan, dan membangun solidaritas? Misalnya, alih-alih menyebarkan berita negatif tanpa verifikasi,

pengguna dapat memilih membagikan kisah inspiratif yang mendorong optimisme. Hal ini akan menjadikan media sosial sarana memperluas resonansi kasih dan empati (Guan et al, 2019), bukan sekadar arena kompetisi ego.

Komunikasih dalam Politik

Ranah politik sering kali diwarnai retorika keras, polarisasi, dan komunikasi yang manipulatif. Padahal, politik sejatinya adalah seni mengelola kepentingan bersama. Dengan pendekatan *Komunikasih*, komunikasi politik dapat menjadi lebih etis, transparan, dan menyehatkan demokrasi.

Misalnya, ketika menghadapi kritik, seorang politisi bisa saja menolak dengan defensif atau menyerang balik. Namun, penerapan *Komunikasih* mengajarkan respons seperti: “*Saya memahami kritik Anda. Mari kita diskusikan lebih lanjut solusi yang bisa kita cari bersama.*” Cara ini bukan saja meredakan ketegangan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik. Studi juga menunjukkan korelasi kuat antara sikap empatik dan preferensi pemilih dalam kampanye politik (Renstrom & Ottati, 2020).

Dengan *Komunikasih*, politik tidak lagi dipandang sebagai arena pertarungan tanpa belas kasih, tetapi sebagai ruang dialog dan musyawarah untuk kebaikan bersama.

Komunikasih dalam Masyarakat Multikultural

Indonesia adalah bangsa multikultural dengan keragaman etnis, agama, bahasa, dan budaya. Komunikasi di tengah perbedaan sering kali rentan memicu konflik bila tidak disertai empati dan welas asih.

Komunikasih menjadi modal penting untuk merawat harmoni sosial. Dalam konteks multikultural, *decoding* berbasis empati dan *feedback* welas asih berperan besar dalam membangun jembatan pemahaman. Misalnya, dalam dialog antar agama, alih-alih menekankan perbedaan doktrin, para peserta lebih memilih mengedepankan nilai kemanusiaan yang sama (Wijaya, 2014b). Praktik ini sejalan dengan prinsip *compassionate communication* (Julia et al., 2024), yang menekankan welas asih sebagai landasan interaksi lintas perbedaan.

Untuk ilustrasi yang lebih konkret, berikut disajikan contoh perbandingan ringkas antara komunikasi konvensional dan *Komunikasih* di berbagai ranah kehidupan.

Tabel 15.1. Contoh Ekspresi Komunikasi Konvensional dan *Komunikasih* di Berbagai Lingkup Sosial

Ranah	Komunikasi Konvensional	<i>Komunikasih</i>
Keluarga	Orang tua memarahi anak karena nilai rendah	Orang tua berkata lembut: "Ayah tahu kamu sudah berusaha, yuk belajar bersama."
Pendidikan	Guru marah karena murid telat mengumpulkan tugas	Guru berkata: "Apa kesulitanmu? Mari kita cari cara bersama."
Organisasi	Atasan mengkritik karyawan di depan umum	Atasan memberikan <i>feedback</i> pribadi dengan empati dan solusi.
Media Sosial	Menyebarkan berita hoaks/negatif tanpa verifikasi	Membagikan konten inspiratif yang mendorong optimisme.
Politik	Politisi menyerang balik kritik dengan retorika keras	Politisi merespons: "Saya memahami kritik Anda, mari kita cari solusi."
Masyarakat Multikultural	Menekankan perbedaan yang memicu konflik	Mengedepankan nilai kemanusiaan universal dengan dialog welas asih.

Implikasi *Komunikasih* bagi Peradaban Indonesia Emas

Konsep *Komunikasih* tidak berhenti pada tingkat gagasan normatif, melainkan memiliki implikasi yang signifikan, baik dalam pengembangan teori komunikasi maupun dalam praktik komunikasi sehari-hari. Lebih jauh, konsep ini juga memiliki potensi strategis sebagai kontribusi konseptual untuk membangun fondasi peradaban bangsa yang lebih manusiawi menuju visi besar Indonesia Emas 2045.

Implikasi Teoretis

Secara teoretis, *Komunikasih* memperkaya khazanah studi komunikasi dengan menghadirkan perspektif baru yang menekankan kasih sayang sebagai inti interaksi manusia. Teori komunikasi klasik cenderung menitikberatkan pada aspek teknis, linearitas, dan efektivitas transfer pesan (Shannon & Weaver, 1949; Lasswell, 1948), sementara perkembangan teori komunikasi kontemporer mulai membuka ruang bagi aspek psikologis, emosional, dan sosial (Rogers, 1980; Mirivel, 2014). Namun, *Komunikasih* menghadirkan sintesis yang lebih radikal dengan menjadikan kasih sebagai pusat gravitasi komunikasi.

Konsep ini sekaligus mengintegrasikan beragam teori komunikasi yang telah ada, seperti *positive communication* (Velasquez & Pulido, 2019), *non-violent communication* (Rosenberg, 2015), *humanistic communication* (Rogers, 1980), dan *compassionate communication* (Julia et al., 2024), dalam sebuah kerangka yang utuh. Dengan demikian, *Komunikasih* dapat dipandang sebagai paradigma komunikasi baru yang memadukan dimensi kognitif, afektif, dan etis dalam satu kesatuan praksis.

Asumsi teoretis yang dibangun dari *Komunikasih* juga menantang paradigma dominan dalam komunikasi moderen yang sering kali

menekankan efisiensi pesan dan persuasi. *Komunikasih* mengusulkan bahwa efektivitas sejati komunikasi bukan hanya tercapainya pemahaman kognitif, melainkan juga terbangunnya relasi emosional yang sehat, rasa saling percaya, dan dampak penuh kasih sayang. Dengan demikian, teori komunikasi dapat diperluas untuk memasukkan dimensi kasih sayang sebagai variabel penting dalam model interaksi manusia.

Implikasi Praktis

Dalam tataran praktis, *Komunikasih* memiliki potensi transformasi yang luas di berbagai sektor kehidupan sosial. Dalam keluarga, *Komunikasih* membantu menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara orang tua dan anak, sehingga dapat mencegah lahirnya generasi yang tumbuh dengan luka komunikasi. Dalam pendidikan, konsep ini membantu guru menciptakan lingkungan belajar yang lebih inklusif dan humanis, yang mendukung perkembangan akademik sekaligus psikososial siswa.

Di dunia kerja dan organisasi, penerapan *Komunikasih* terbukti dapat meningkatkan kepemimpinan positif, membangun keterlibatan karyawan, serta mengurangi konflik internal (Wijaya & Amir, 2022). Sementara itu, di ruang publik digital, *Komunikasih* mampu menjadi filter etis yang mencegah penyebaran ujaran kebencian dan hoaks, sekaligus mendorong tumbuhnya ekosistem media sosial yang sehat dan konstruktif.

Lebih jauh, dalam ranah politik, *Komunikasih* berperan sebagai fondasi etika komunikasi publik yang dapat meredam polarisasi, meningkatkan kualitas demokrasi deliberatif, serta memperkuat kepercayaan antara rakyat dan pemimpin. Sedangkan dalam masyarakat multikultural, konsep ini menjadi strategi komunikasi antarbudaya yang efektif untuk merawat harmoni dan mencegah konflik horizontal (Wijaya, 2014b).

Sumbangsih bagi Indonesia Emas 2045

Visi Indonesia Emas 2045 menargetkan Indonesia sebagai negara maju dengan masyarakat yang sejahtera, adil, demokratis, dan berdaya saing global. Dalam konteks ini, *Komunikasih* dapat memberikan kontribusi substantif melalui beberapa aspek.

Pertama, dalam aspek pembangunan manusia, *Komunikasih* mendorong lahirnya generasi yang memiliki kecerdasan emosional dan moral tinggi. Generasi ini bukan hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga mampu membangun relasi sosial yang harmonis, saling menghargai, dan penuh kasih sayang.

Kedua, dalam aspek tata kelola pemerintahan, *Komunikasih* dapat menjadi prinsip komunikasi politik dan birokrasi yang transparan, empatik, dan berorientasi pada kepentingan rakyat. Hal ini sejalan dengan cita-cita

demokrasi Pancasila yang menempatkan musyawarah mufakat dan gotong royong sebagai pilar utama.

Ketiga, dalam aspek kehidupan sosial budaya, *Komunikasih* berperan menjaga kerukunan di tengah keberagaman bangsa. Dengan menjadikan kasih sebagai fondasi komunikasi antarbudaya, Indonesia dapat menjadi teladan global dalam mengelola masyarakat multikultural yang damai.

Keempat, dalam aspek pembangunan ekonomi, *Komunikasih* dapat memperkuat etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang menerapkan komunikasi penuh kasih dalam kepemimpinan dan pelayanan pelanggan akan memiliki keunggulan kompetitif berbasis kepercayaan dan reputasi jangka panjang.

Dengan demikian, *Komunikasih* tidak hanya relevan sebagai teori komunikasi, tetapi juga sebagai paradigma pembangunan bangsa. Konsep ini menawarkan jalan menuju Indonesia Emas 2045 yang tidak hanya maju secara material, tetapi juga unggul secara spiritual, emosional, dan kultural.

***Komunikasih*: Humanisasi Komunikasi di Era Modern**

Komunikasih muncul sebagai paradigma komunikasi humanis yang berbeda secara signifikan dari pendekatan-pendekatan komunikasi konvensional. Sementara teori komunikasi tradisional umumnya berfokus pada efektivitas, persuasi, atau keberhasilan penyampaian pesan, *Komunikasih* memperkenalkan komunikasi sebagai ruang persatuan yang menciptakan ketenangan dan menumbuhkan kedekatan emosional. Pendekatan ini melampaui pertimbangan teknis dengan melibatkan dimensi etis, emosional, dan spiritual dalam interaksi manusia.

Dasar filosofis dan teoretis *Komunikasih* berakar kuat pada nilai-nilai universal kasih dan empati, sambil mempertahankan hubungan erat dengan teori-teori komunikasi yang telah mapan, termasuk model transaksional, interaksionisme simbolik, dan perspektif komunikasi humanistik. Landasan teoretis ini menunjukkan bahwa *Komunikasih* bukan sekadar idealisme normatif, melainkan kerangka kerja yang memiliki kekuatan konseptual dengan fondasi akademik yang solid.

Dalam hal proses komunikasi, *Komunikasih* mengungkapkan bahwa setiap tahapan komunikasi—mulai dari pengkodean pesan, pemilihan media, penerimaan pesan, hingga umpan balik—memerlukan niat baik yang tulus, kepekaan terhadap situasi lawan bicara, dan orientasi pada hasil yang membangun. Dengan demikian, komunikasi bertransformasi dari sekadar transfer informasi menjadi interaksi bermakna yang membangun pemahaman bersama.

Konsep *Komunikasih* menunjukkan fleksibilitas dan usabilitas di berbagai ranah kehidupan. Dalam lingkungan keluarga, ia memperkuat

hubungan orang tua-anak, suami-istri, dan intergenerasional keluarga. Di konteks pendidikan, ia menciptakan lingkungan belajar yang penuh perhatian dan bersifat horizontal. Dalam konteks organisasi dan bisnis, *Komunikasih* dapat menjadi fondasi budaya perusahaan yang humanis. Bahkan dalam interaksi media sosial, konsep ini menawarkan solusi terhadap ujaran kebencian dan polarisasi. Dalam masyarakat multikultural, *Komunikasih* berfungsi sebagai perekat sosial yang mencegah fragmentasi dan memperkuat persatuan.

Secara teoretis, *Komunikasih* memperkaya khazanah keilmuan komunikasi dengan memperkenalkan perspektif humanistik-empatik yang jarang dikaji secara mendalam. Secara praktis, ia berfungsi sebagai panduan hidup sehari-hari sekaligus kerangka strategis di berbagai bidang komunikasi—interpersonal, organisasional, dan publik. Pada akhirnya, dalam konteks pembangunan nasional, *Komunikasih* berkontribusi signifikan untuk mempersiapkan Indonesia menuju visi Indonesia Emas 2045, di mana kohesi sosial, pendidikan karakter, demokrasi yang sehat, dan pembangunan ekonomi humanis hanya dapat terwujud ketika komunikasi antarmanusia dilandasi kasih dan empati.

***Komunikasih* menjadi Fondasi Etis Komunikasi Global**

Dari segi praktis, *Komunikasih* perlu diinternalisasikan dalam kehidupan keluarga. Pola komunikasi orang tua kepada anak, misalnya, dapat diarahkan untuk lebih menekankan empati dan kesabaran daripada sekadar memberikan instruksi atau larangan. Pendekatan ini penting untuk mengembangkan generasi yang cerdas secara emosional, terutama di era digital yang rentan terhadap keterasingan sosial. Di tingkat institusional, pemerintah dapat mengintegrasikan prinsip-prinsip *Komunikasih* ke dalam program bimbingan keluarga sebagai bagian dari pendidikan karakter bangsa.

Dalam konteks pendidikan, guru dan dosen perlu mengintegrasikan *Komunikasih* ke dalam proses pembelajaran dengan menciptakan suasana kelas yang ramah, dialogis, dan empatik. Pelatihan komunikasi berbasis *Komunikasih* bagi tenaga pendidik sangat penting, karena pendidikan yang kaku, instruktif, dan penuh tekanan hanya menghasilkan siswa yang teralienasi. Sebaliknya, pendidikan yang berpusat pada kasih menumbuhkan motivasi intrinsik dan menciptakan lingkungan belajar yang sehat.

Organisasi dan bisnis memperoleh manfaat signifikan ketika *Komunikasih* tertanam dalam budaya mereka. Dalam komunikasi internal, manajemen yang menggunakan pendekatan *Komunikasih* lebih mudah membangun kepercayaan karyawan, menumbuhkan loyalitas, dan menciptakan lingkungan kerja yang harmonis. Untuk komunikasi eksternal, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih autentik dan berorientasi pada kejujuran, sehingga merek dikenal

bukan hanya karena produknya tetapi juga karena nilai-nilai empatik yang ditunjukkan kepada konsumen.

Dalam konteks media, jurnalis perlu mempraktikkan jurnalisme empatik yang melampaui sensasionalisme menuju pencerahan publik yang berorientasi solusi. Platform media sosial dapat menjadi ruang yang lebih sehat ketika pengguna menginternalisasi prinsip-prinsip *Komunikasih*. Pendidikan literasi digital berbasis empati sangat penting untuk mengubah ruang digital dari lingkungan yang dipenuhi kebencian menjadi media untuk menumbuhkan solidaritas.

Bagi masyarakat multikultural seperti Indonesia, *Komunikasih* sangat penting untuk mendukung kohesi sosial. Dialog antar-agama, antarbudaya, dan antar generasi menjadi lebih efektif ketika dilakukan melalui pendekatan *Komunikasih*, karena kerangka ini mendorong rasa hormat bersama dan menekankan titik temu daripada perbedaan. Baik pemerintah maupun LSM dapat memanfaatkan *Komunikasih* sebagai strategi komunikasi pembangunan partisipatif, di mana masyarakat menjadi subjek komunikasi daripada sekadar objek.

Peluang Penelitian

Dari perspektif penelitian, banyak peluang untuk mengembangkan *Komunikasih* lebih lanjut. Studi kuantitatif dan kualitatif dapat menguji efektivitas konsep ini di berbagai konteks kehidupan. Instrumen khusus seperti Indeks *Komunikasih* dapat dirancang untuk mengukur nilai-nilai komunikasi berbasis kasih pada individu atau organisasi. Selain itu, penelitian komparatif lintas budaya penting untuk mengkaji penerapan *Komunikasih* di luar konteks Indonesia sambil mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dengan tradisi komunikasi empatik di negara lain.

Tak kalah penting, penelitian integratif yang menghubungkan *Komunikasih* dengan teori komunikasi lain—komunikasi organisasi, komunikasi massa, dan komunikasi pembangunan—akan memperkaya khazanah teoretis. Di era digital, penelitian tentang penerapan *Komunikasih* dalam ruang virtual, media sosial, dan interaksi berbasis kecerdasan buatan menjadi sangat relevan. Studi longitudinal dapat mengkaji pengaruh jangka panjang *Komunikasih* terhadap kohesi sosial, pendidikan karakter, dan kualitas demokrasi. Hasilnya akan bermanfaat tidak hanya untuk kemajuan akademik tetapi juga menyediakan fondasi bagi kebijakan publik yang berkelanjutan.

Refleksi Akhir

Komunikasih merupakan kontribusi intelektual khas Indonesia yang mampu menjawab tantangan komunikasi global. Ia memberikan jawaban atas krisis komunikasi kontemporer yang ditandai polarisasi, manipulasi, dan dehumanisasi. Dengan menempatkan kasih, empati, dan welas asih sebagai intinya, *Komunikasih* membuka harapan baru untuk menciptakan masyarakat yang lebih adil, damai, dan harmonis.

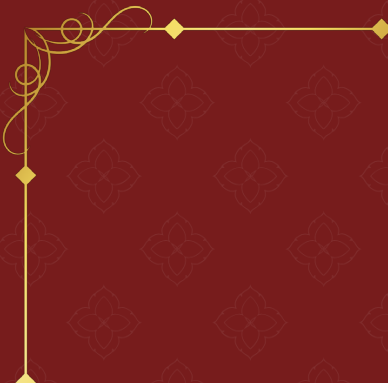
Dalam kerangka visi Indonesia Emas 2045, *Komunikasih* dapat berfungsi sebagai fondasi etis, kultural, dan strategis untuk membangun bangsa yang unggul—tidak hanya secara ekonomi tetapi juga secara moral dan sosial. Bagi dunia akademik, *Komunikasih* membuka jalan baru untuk mengembangkan teori komunikasi humanistik yang membumi dan berpihak pada kemanusiaan.

Karena itu, perjalanan pengembangan *Komunikasih* tidak boleh berhenti di tingkat wacana melainkan harus terus diuji, dikembangkan, dan dipraktikkan. Ketika hal ini terjadi, *Komunikasih* akan bertransformasi dari sekadar konsep akademik menjadi budaya komunikasi nasional yang menjadi warisan berharga bagi generasi mendatang.

Daftar Pustaka

- Abdullah, S. H., & Salim, R. M. A. (2020). Parenting style and empathy in children: The mediating role of family communication patterns. *Humanitas Indonesian Psychological Journal*, 17(1), 34-45.
- Barnlund, D. C. (1970). A transactional model of communication. In K. K. Sereno & C. D. Mortensen (Eds.), *Foundations of communication theory* (pp. 83-102). New York, NY: Harper & Row.
- Barton, G., Garvis, S. (2019). Theorizing Compassion and Empathy in Educational Contexts: What Are Compassion and Empathy and Why Are They Important?. In: Barton, G., Garvis, S. (eds) *Compassion and Empathy in Educational Contexts* (pp. 3-14). Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-18925-9_1
- Davis, M. H. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113-126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>
- Fredrickson, B. L. (2009). *Positivity: Top-notch research reveals the upward spiral that will change your life*. NY: Crown.
- Fuller, L. K., Wiseman, A., & Driskill, L. (2021). Compassionate communication in organizational contexts. *Management Communication Quarterly*, 35(2), 235-259. <https://doi.org/10.1177/10506519211001125>
- Guan, S., Hain, S., Cabrera, J. & Rodarte, A. (2019). Social Media Use and Empathy: A Mini Meta-Analysis. *Social Networking*, 8, 147-157. <https://doi.org/10.4236/sn.2019.84010>.
- Johannessen, R. L. (1996). *Ethics in human communication* (4th ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Julia, L., González, M., & Muñoz, M. (2024). Compassionate communication: A scoping review. *Frontiers in Communication*, 9, 1331164. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1331164>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37-51). New York, NY: Harper & Brothers.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication* (10th ed.). Long Grove, IL: Waveland Press.

- Martingano, A. J., Konrath, S., Zarins, S., & Okaomee, A. A. (2022). Empathy, narcissism, alexithymia, and social media use. *Psychology of Popular Media, 11*(4), 413–422. <https://doi.org/10.1037/ppm0000419>
- Meyer, R. G., Trevathan, P. L., & Jehle, A. (1988). A model of empathic communication. *Communication Research Reports, 5*(1), 42–47. <https://doi.org/10.1080/08824098809359770>
- Mirivel, J. C. (2014). *The art of positive communication: Theory and practice*. New York, NY: Peter Lang.
- Mirpour, Z., Rahmani, M., & Ghorbanshiroodi, S. (2021). Explaining the Concept of Re-experiencing Abusive Relationships. *Journal of Holistic Nursing and Midwifery, 31*(2), 124–134.
- Neff, K. D., & Germer, C. K. (2018). *The mindful self-compassion workbook: A proven way to accept yourself, build inner strength, and thrive*. New York, NY: Guilford Press.
- Renstrom, R. A., & Ottati, V. C. (2020). “I Feel Your Pain”: The Effect of Displaying Empathy on Political Candidate Evaluation. *Journal of Social and Political Psychology, 8*(2), 767–787. <https://doi.org/10.5964/jspp.v8i2.1292>
- Rogers, C. R. (1980). *A way of being*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Rosenberg, M. B. (2015). *Nonviolent communication: A language of life*. Encinitas, CA: PuddleDancer Press.
- Rosengren, K. E. (2006). *Communication: An introduction*. London: Sage
- Schramm, W. (1954). How communication works. In W. Schramm (Ed.), *The process and effects of mass communication* (pp. 3–26). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York, NY: Free Press.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Velasquez, A., & Pulido, C. (Eds.). (2019). *The Routledge handbook of positive communication: Contributions of an emerging community of research on communication for happiness and social change*. Abingdon, UK: Routledge.
- Weinstein, E. A., Wick, P. J., & O'Connor, N. (1972). Empathy and communication efficiency. *The Journal of Social Psychology, 88*(2), 267–273. <https://doi.org/10.1080/00224545.1972.9922505>
- Wijaya, B. S. (2014a, 2 Agustus). *Teori Komunikasi*. Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (Hak Cipta No. 000231722). Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum Republik Indonesia. <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/detail/e3b0c44298f1c149afb4c8996fb92427ae41e4649b934ca495991b7852b855>
- Wijaya, B. S. (2014b, September 26). *Komunikasih*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/bswijaya/54f68d9ca3331198158b5001/Komunikasih>
- Wijaya, B. S. (2015). *Komunikasih: Komunikasi positif berbasis empati*. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication, 5*(1), 31–44. <https://doi.org/10.36782/jcs.v5i1.452>
- Wijaya, B. S. (2022). On the corruption of communication: A theory of deception. *Studies in Media and Communication, 10*(2), 129–144. <https://doi.org/10.11114/smc.v10i2.5500>
- Wijaya, B. S., & Nasution, A. A. (2022). Social media, personal branding, and the hypoesthesia of communication corruption. *Cogent Arts & Humanities, 9*(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2095095>
- Wijaya, B. S., & Amir, M. T. (2022). Communication with compassion as positive leadership practices: The case of Nutrifood Indonesia. *Studies in Media and Communication, 10*(1), 21–33. <https://doi.org/10.11114/smc.v10i1.5485>



*Dengan menempatkan kasih, empati,
dan welas asih sebagai intinya,
Komunikasih membuka harapan baru
untuk menciptakan masyarakat yang
lebih adil, damai, dan harmonis.*

