

MEWUJUDKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK MELALUI KOMUNIKASI ETIS APARATUR SIPIL NEGARA

M. I. Suhifatullah

Program Studi Ilmu Administrasi Universitas Islam Syekh Yusuf

misuhifatullah@unis.ac.id

Abstrak

Aparat Sipil Negara (ASN) dituntut untuk mewujudkan tata pemerintahan yang baik (*good governance*) atau bermutu, khususnya dalam pelayanan publik. Untuk mewujudkan hal tersebut salah satu unsur penting yang harus dimiliki setiap pegawai adalah kemampuan komunikasi etis. Hal ini, karena nilai baik buruknya pelayanan publik sering kali diukur dari cara komunikasi petugas dalam memberi pelayanan terhadap masyarakat. Atas dasar itu, maka komunikasi etis pegawai menjadi faktor determinan dalam mewujudkan kualitas pelayanan publik menuju *good governance*. Implikasi dari tulisan ini diharapkan dapat menginspirasi dan memotivasi ASN untuk meningkatkan kualitas komunikasinya sehingga dapat mewujudkan pelayanan prima terhadap masyarakat.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan Publik, Komunikasi Etis*

Abstract

State Civil Apparatus is required to realize good governance or quality, especially in the public service. To realize this, one important element that must be possessed by every employee is the ability of ethical communication. This is because the value of public services is often measured by the way the officers communicate in providing services to the community. On that basis, the employee's ethical communication becomes a determinant factor in realizing public service quality towards good governance. The implications of this paper are expected to inspire and motivate ASN to improve the quality of its communication so that it can realize excellent service to the community.

Keywords: *Public Service Quality, Ethical Communication*

A. Pendahuluan

Aktivitas komunikasi merupakan hal yang paling lumrah dilakukan oleh setiap orang termasuk Pegawai Negeri Sipil (ASN). Diperkirakan 75% dari kehidupan manusia sehari-hari digunakan untuk berkomunikasi dengan lingkungan. Karena itu komunikasi merupakan hal yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Dalam hal ini Mulyana (2010 :2) mengatakan

bahwa : “di manapun kita tinggal dan apapun pekerjaan kita, kita selalu membutuhkan komunikasi dengan orang lain. Jadi bukan hanya guru, dosen, politisi, pengacara, penjual atau pendakwah yang harus terampil berkomunikasi, namun hampir semua jabatan”. Atas dasar itu, kemampuan dalam berkomunikasi yang efektif atau mengena mutlak perlu dimiliki oleh setiap orang, terlebih lagi ASN yang senantiasa melayani masyarakat, maka dituntut untuk mampu berkomunikasi

dengan masyarakat dalam suasana yang menyenangkan.

Di era reformasi dewasa ini yang ditandai dengan meningkatnya tuntutan terhadap birokrasi untuk menampilkan suasana demokrasi, transparansi dan akuntabilitas, maka mau tidak mau harus diikuti oleh perilaku ASN yang merakyat. Karena itu komunikasi etis menjadi sangat penting dilakukan ASN dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat. Namun nyatanya sampai saat ini masih sangat mudah menemukan ASN maupun pejabat publik, baik dilingkungan eksekutif, legislatif maupun yudikatif yang masih menggunakan cara-cara komunikasi arogan, feodal, tidak bersahabat, kumpungan, dan tidak mencerminkan pribadi yang terdidik. Tidak sedikit ASN atau pejabat publik yang mengatakan sesuatu terhadap publik dengan intonasi tinggi dan kasar dengan bahasa tubuh yang mencerminkan kesombongan. Hal tersebut tentunya sangat memprihatinkan karena apa yang ditunjukkan pejabat publik akan dicontoh oleh masyarakat (bahkan biasanya lebih dari itu), sehingga akan berdampak negatif terhadap upaya pendidikan karakter bangsa.

Melalui komunikasi etis, para ASN dapat menyelesaikan banyak masalah dalam berinteraksi dengan masyarakat. Sebaliknya komunikasi yang buruk (tidak etis) dapat menorehkan citra negatif ASN bahkan pemerintahan. Secara personal kemampuan komunikasi etis akan memberi warna dan citra terhadap keperibadian seseorang. Jalaluddin Rakhmat (2011 : 23) mengungkapkan, bahwa : “kualitas hidup kita, hubungan kita dengan sesama manusia, dapat ditingkatkan dengan memahami dan memperbaiki komunikasi yang kita lakukan”.

Atas dasar itu, maka komunikasi sebagai fungsi edukatif menuntut para ASN atau pejabat publik untuk lebih menunjukkan kesalehan dalam berkomunikasi yang berpijak pada norma-norma atau nilai-nilai moral inti, sehingga akan tampak lebih santun, dewasa dan berkarakter, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik dalam rangka mewujudkan *good governance*.

B. Hasil dan Pembahasan

Kualitas pelayanan publik merupakan faktor penting dalam upaya mewujudkan citra baik pemerintahan (*good governance*). ASN sebagai ujung tombak pelayanan publik dalam penyelenggaraan negara dan pemerintahan, perlu terus meningkatkan kualitas pelayanannya baik sebagai tanggung jawab formal maupun sebagai tanggung jawab moral.

Kata kualitas menunjuk pada baik buruknya tingkat pemberian layanan yang diberikan oleh ASN terhadap publik atau masyarakat. Ini seperti diungkapkan oleh Moeliono (2002:467) bahwa : “Kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu derajat atau taraf kepandaian atau kecakapan dan sebagainya”. Demikian pula diungkapkan oleh Feigenbaum, (1991:7), bahwa : “Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk, baik barang ataupun jasa dapat dikatakan berkualitas apabila dapat memberi kepuasan secara penuh kepada masyarakat atau pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan”. Ini berarti kualitas sangat berhubungan dengan tingkat kepuasan pengguna atau pemakai dari suatu produk. Semakin puas pengguna, maka semakin berkualitas suatu produk baik barang maupun jasa.

Sedangkan yang dimaksud pelayanan publik seperti diungkapkan Zauhar yang dikutip Prasojo dkk. (2006: 6), bahwa, “pelayanan publik merupakan suatu upaya membantu atau memberi manfaat kepada publik melalui penyediaan barang dan jasa yang diperlukan oleh mereka”. Sedangkan Saefullah (1999:5) mengungkapkan bahwa, “pelayanan publik adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat umum yang menjadi penduduk negara yang bersangkutan, dilihat dari prosesnya, terjadi interaksi antara yang memberi pelayanan dengan yang diberi pelayanan. Pemerintah sebagai lembaga birokrasi mempunyai fungsi untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat, sedangkan masyarakat sebagai pihak yang memberikan mandat kepada pemerintah mempunyai hak untuk memperoleh pelayanan dari pemerintah”.

Berdasarkan pada makna kualitas dan pelayanan publik yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan, bahwa kualitas pelayanan publik adalah segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan yang memiliki derajat keunggulan sehingga dapat memberi kepuasan terhadap masyarakat.

Dalam pelayanan publik khususnya yang berlangsung tatap muka atau interaksi antara pemberi pelayanan dengan penerima pelayanan, berarti melibatkan proses komunikasi. Ini berarti untuk mewujudkan kualitas pelayanan publik, maka setiap pelaku pelayanan publik khususnya ASN

harus dapat memahami dan mempraktekkan prinsip-prinsip dalam komunikasi.

Kata komunikasi sudah sangat akrab didengar dan diungkapkan dalam berbagai kesempatan baik dalam situasi perbincangan formal maupun dalam perbincangan informal masyarakat awam. Demikian pula secara praktek, setiap manusia tidak dapat menghindarkan diri dari komunikasi, bahkan secara alamiah menjadi kebutuhan primer manusia dalam kehidupan sosialnya. Namun istilah komunikasi sebagai konsep ilmiah belum banyak orang yang memahaminya. Karena itu sebelum mengkaji substansi dari komunikasi etis, dipandang perlu untuk menjelaskan lebih dulu tentang pengertian komunikasi.

Menurut Rogers yang dikutip Cangara (2002 : 20) mendefinisikan bahwa, “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah lakumereka”. Sedangkan menurut Lasswell yang dikutip Mulyana (2005 : 62), bahwa, “komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa dan akibat apa atau hasil apa yang diharapkan ? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?)”.

Berdasarkan pada pengertian komunikasi di atas menunjukkan, bahwa komunikasi bukan sekedar interaksi antar individu untuk saling menyampaikan pesan atau informasidan membangun pengertian, melainkan juga memiliki tujuan untuk perubahan pendapat, sikap, perilaku bahkan perubahan sosial yang diharapkan. Menurut Rakhmat (2011 : 15), bahwa. “tidak semua komunikasi ditujukan untuk menyampaikan

informasi dan membentuk pengertian. Ketika kita mengucapkan ‘selamat pagi, apa kabar’, kita tidak bermaksud mencari keterangan. Komunikasi itu hanya dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa apa yang disebut Analisis Transaksional sebagai ‘Saya Oke – Kamu Oke’. Komunikasi ini lazim disebut komunikasi fatis (*Phatic communication*), dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan”.

Jadi jika komunikator berharap agar pada komunikan timbul rasa senang dan merasa puas terhadap komunikasi yang dilakukannya, maka komunikator harus mengupayakan komunikasi itu berlangsung menyenangkan. Menurut Nurhadi dan Kurniawan (2017 : 90), bahwa, “tujuan komunikator tidak hanya sekedar memberi tahu mengenai suatu hal kepada komunikan, tetapi berusaha agar komunikan tergerak hatinya dengan munculnya sikap atau perasaan tertentu’.Terkait dengan proses pelayanan publik, komunikator harus dapat menimbulkan perasaan simpatik, kagum, puas, senang atau gembira pada komunikan. Komunikasi akan gagal atau tidak efektif sehingga menimbulkan antipati, apabila komunikasi berlangsung tidak menyenangkan, misalnya dimulai dengan ungkapan-ungkapan yang menekan, menyudutkan dan merendahkan orang lain.

Efektivitas komunikasi juga dapat dilihat dari ketercapaian dua tahap tujuan komunikasi, yaitu tahap menggugah (tujuan strategi) dan tahap mengubah (tujuan sesungguhnya). Kedua tahap tujuan komunikasi tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1. **Tahap Menggugah**, efektifitas komunikasi dapat dilihat sebagai berikut.
 - a. Menimbulkan kesenangan (saya ok, anda ok)
 - b. Tidak hanya menyentuh pikiran, tetapi menembus relung hati atau perasaan.
 - c. Menyejukkan dan menimbulkan kesadaran super ego
 - d. Menimbulkan kesan mendalam & kekal dalam sanubari.
2. **Tahap Mengubah**, efektifitas komunikasi dapat dilihat sebagai berikut.
 - a. Menimbulkan pengertian dan pemahaman baru
 - b. Menimbulkan hubungan yang semakin baik
 - c. Menimbulkan perubahan motivasi dan sikap
 - d. Menimbulkan perubahan perilaku komunikan

Memperhatikan berbagai kriteria efektivitas komunikasi sebagaimana telah dipaparkan di atas, menuntun pada sebuah pemikiran, bahwa hanya melalui komunikasi etis yang melibatkan nilai moralitas hal tersebut dapat diwujudkan. Ini berarti untuk mewujudkan kualitas pelayanan publik, setiap ASN harus memiliki keterampilan berkomunikasi dengan melibatkan unsur etika atau nilai moral dalam prakteknya.

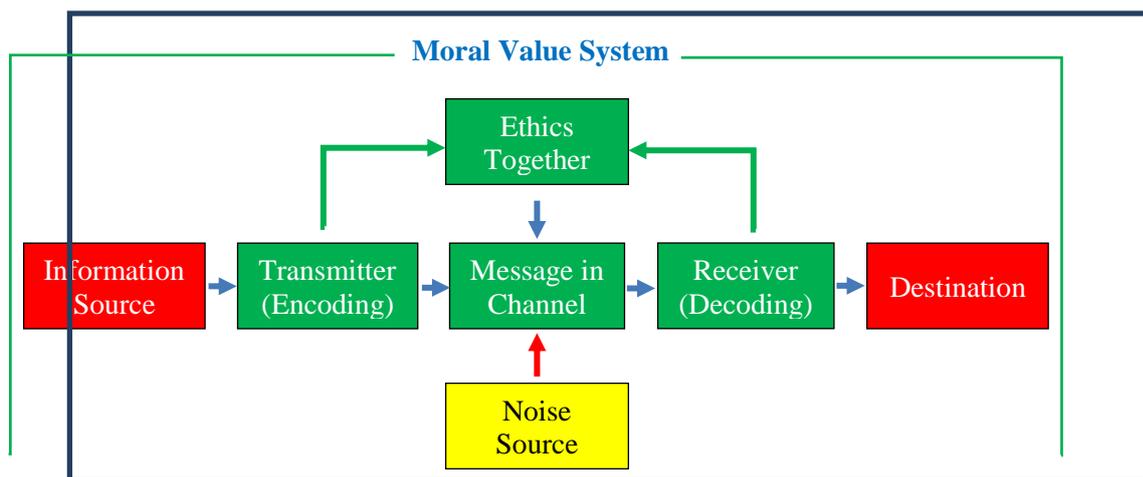
Sedangkan kata etis merupakan bentuk kata sifat dari etika. Menurut Haris (2007 : 3), “secara terminologis etika berarti pengetahuan yang membahas baik-buruk atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia. Sedangkan Rahmaniya (2010 : 58) menyatakan, “dalam bahasa Gerik etika diartikan: *Ethicos is a body of moral principles or value. Ethics* arti sebenarnya adalah kebiasaan.

Namun lambat laun pengertian etika berubah, seperti sekarang. Etika ialah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai buruk dengan memperlihatkan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat dicerna akal pikiran”.

Jadi etika adalah ilmu pengetahuan yang mengkaji tentang tingkah laku manusia, khususnya terkait dengan benar dan salah. Namun etika memiliki prinsip dasarnya makna tunggal, yaitu melakukan hal yang benar, suatu tindakan sesuai dengan nilai-nilai moral. Pada pengertian yang paling dasar, etika dapat pula diartikan sebagai sistem nilai yang digunakan untuk merespon lingkungan dengan benar, tepat, dalam suatu situasi

tertentu, konsisten dengan sistem nilai yang ada dalam sistem sosial. Jadi perilaku etis, berarti perilaku bermoral sesuai dengan sistem nilai moral yang berlaku.

Berdasarkan pada pengertian kata komunikasi dan etis di atas dapat disimpulkan, bahwa komunikasi etis adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui simbol/lambang tertentu dengan berpijak pada tata nilai atau ajaran moral inti, sehingga menimbulkan efek tertentu yang sarat dengan kebaikan bersama. Jadi, intinya komunikasi etis adalah komunikasi yang bermoral yang didalamnya terkandung misi pendidikan bagi generasi sekarang dan yang akan datang dalam rangka proses pembudayaan. Model komunikasi etis dapat digambarkan melalui bagan sebagai berikut.



Gambar 1 : Proses Komunikasi Etis

Gambar di atas menunjukkan, bahwa dalam proses komunikasi etis, baik pengirim pesan (komunikator) maupun penerima pesan (komunikan) berpijak pada etika bersama dalam suatu sistem nilai moral, sehingga baik dalam menetapkan pilihan kata atau simbol pesan

maupun penggunaan cara menyampaikannya (saluran) senantiasa berpijak pada etika bersama. Dalam proses komunikasi seperti ini memunculkan suasana saling menghargai dan menyenangkan. Namun demikian dalam praktek pelayanan publik, ASN sebagai

komunikator harus lebih proaktif atau mengambil inisiatif untuk berperilaku etis dalam komunikasi dengan publik.

Dalam komunikasi etis kita tidak menunggu orang lain melakukan hal yang baik kepada kita, tetapi harus berani memulai dengan tindakan yang baik dalam memperlakukan orang lain. Menurut Johannessen (1975), *“Some characteristics an ethical communicator should have are they are respectful to those they are speaking to, they think about what might happen before they speak, and they are honest, use factual information. Often times, you need to think of your audience and may need to switch the style of communication with them. Also, being honest goes a lot way. If the other party catches you in a lie, they will not be able to trust you anymore in communication, which may later result in them believing you are not an ethical communicator.”* (Beberapa karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang komunikator etis adalah mereka menghormati orang-orang yang mereka ajak bicara, mereka berpikir tentang apa yang mungkingterjadi sebelum mereka berbicara, dan mereka jujur, menggunakan informasi faktual. Sering kali, Anda perlu memikirkan audiens Anda dan mungkin perlu mengganti gaya komunikasi dengan mereka. Juga, bersikap jujur sangat bermanfaat. Jika pihak lain menangkap Anda dalam kebohongan, mereka tidak akan dapat mempercayai Anda lagi dalam komunikasi, yang kemudian dapat menyebabkan mereka meyakini bahwa Anda bukan komunikator etis).

Untuk menjalankan komunikasi etis yang efektif sebagaimana telah

diuraikan di atas, komunikator harus memperhatikan prinsip komunikasi etis, antara lain merujuk pada *The 5 Inevitable Laws of Effective Communication* (lima hukum komunikasi efektif). 5 hukum tersebut dikenal dengan anonim **REACH** (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*).

Di samping sebagai kata anonim, kata REACH sebenarnya merupakan esensi dari watak komunikasi itu sendiri, yang berarti merengkuh atau meraih. Komunikasi memiliki peran sosial yang sangat kuat dalam rangka meraih perhatian, kasih sayang, empati, simpati, tanggapan, dan respon positif lainnya dari orang lain. REACH dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. *Respect*

Hampir tidak ada manusia yang tidak membutuhkan penghargaan. Secara kodrati setiap manusia dalam hubungan sosialnya senantiasa ingin dihargai dan dianggap penting oleh orang lain. Karena itu hukum pertama dalam mewujudkan komunikasi yang efektif adalah sikap menghargai setiap individu yang menjadi komunikan atau sebagai sasaran pesan dalam komunikasi. ASN sebagai pelayan publik harus memposisikan diri sebagai komunikator yang memiliki sikap dan perilaku *respect* terhadap publik yang dilayani sebagai komunikan. Menurut Alejandra (2019), *“Respect for others is very important, but for yourself is fundamental since you will value others to the extent that you are able to value yourself. Without it, interpersonal relationships will be filled with conflict and dissatisfaction.”*

If we don't respect others, they will not respect us, and if we don't respect ourselves we will not be respected by others either. (Rasa hormat terhadap orang lain sangat penting, tetapi bagi diri Anda adalah hal yang mendasar karena Anda akan menghargai orang lain sejauh Anda dapat menilai diri sendiri. Tanpanya, hubungan interpersonal akan dipenuhi dengan konflik dan ketidakpuasan. Jika kita tidak menghormati orang lain, mereka tidak akan menghormati kita, dan jika kita tidak menghargai diri sendiri, kita juga tidak akan dihargai oleh orang lain.)

Jika dalam kondisi tertentu kita harus mengkritik atau memarahi seseorang, tetap harus dilakukan dengan mempertimbangkan harga diri dan kebanggaan seseorang. Melalui komunikasi dengan prinsip saling menghargai, maka akan menghasilkan sinergitas atau kerjasama yang baik dan akan meningkatkan efektifitas kinerja kita baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari suatu organisasi. Namun harus diingat, bahwa penghargaan kita terhadap orang lain harus dengan ketulusan, tanpa pura-pura dan tanpa pamrih.

2. *Empathy*

Empati merupakan hukum kedua yang tidak kalah pentingnya. Menurut Goleman (1996 :219), “empati adalah kemampuan untuk memahami perasaan dan masalah orang lain, berpikir dengan sudut pandang mereka, serta menghargai perbedaan perasaan orang lain tentang berbagai hal”. Untuk dapat berempati, maka kita

harus memiliki keterampilan dalam mendengarkan apa yang dikatakan orang lain. Harus bersedia memahami apa adanya dari yang kita dengar, sehingga menghindari untuk memberikan kritik dari cara pandang kita. Orang yang berempatik menurut Pressley(2012), “*They spend more time listening than talking because they want to understand the difficulties others face, all of which helps to give those around them the feeling of being heard and recognized*”. (Mereka menghabiskan lebih banyak waktu mendengarkan daripada berbicara karena mereka ingin memahami kesulitan yang dihadapi orang lain, yang semuanya membantu memberi orang-orang di sekitar mereka perasaan didengar dan dikenali).

Dengan cara mendengar dan memahami orang lain terlebih dahulu, kita dapat membangun keterbukaan dan kepercayaan yang kita perlukan dalam membangun kerjasama atau sinergi dengan orang lain. Jadi, sebelum kita membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, kita perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan kita. Sehingga pesan yang kita sampaikan tidak akan menemukan kendala psikologis atau penolakan dari penerima.

3. *Audible*

Hukum yang ketiga adalah *audible*, maksudnya apa yang kita katakan kepada orang lain dapat didengar dan dimengerti dengan baik. Berbeda dengan empati yang mengharuskan kita mampu mendengar dengan baik

sebelum memberi umpan balik, *audible* berarti berupaya memastikan bahwa pesan yang kita sampaikan dapat didengar dengan jelas oleh komunikan (*receiver*). Hukum ini berarti menuntut kita untuk terampil berbicara dengan vokal dan intonasi yang dapat didengar dengan jelas. Jika menggunakan *audio visual*, maka harus dihindari adanya gangguan (*noise*) yang dapat menyulitkan penerima pesan untuk dapat mendengar dengan jelas pesan yang kita sampaikan.

4. *Clarity*

Hukum keempat yaitu *clarity*, ini berarti selain pesan harus dapat didengar dengan jelas (*audible*) oleh penerima, juga harus dihindari adanya multi tafsir atau multi interpretasi terhadap isi pesan oleh komunikan. Penyampaian pesan harus jelas (*clarity*), sehingga mudah dimengerti dan komunikan dapat segera menyampaikan umpan balik dengan benar. Ini berarti menuntut kita bukan hanya terampil dalam memilih kata-kata, tetapi juga harus mampu mengolah, dan menyajikan pesan dengan baik. Kita harus memilih kata-kata yang dapat dimengerti oleh komunikan, mengolahnya dalam struktur kalimat yang jelas, dan menyajikannya dengan intonasi dan bahasa tubuh yang dapat menguatkan makna pesan yang sesungguhnya. Namun yang lebih penting lagi, kita perlu memahami kapasitas setiap orang yang diajak berbicara dalam berbagai aspeknya.

Johannensen (1975) *When communicating, we do not simply choose words; we choose words for the effect they will have on our audiences, on ourselves, and ultimately, on society. Thus, when we communicate, we cannot escape ethical questions, questions which ask how helpful or harmful our actions are. An awareness of the ethical dimensions of communication pro-vides us with a deeper understanding of ourselves and of our potential as human beings.*

(Saat berkomunikasi, kita tidak hanya memilih kata-kata; kita memilih kata-kata untuk mendapatkan efek yang diharapkan pada audiens kita, pada diri kita sendiri, dan akhirnya pada masyarakat. Dengan demikian, ketika kita berkomunikasi, kita tidak dapat lepas dari pertanyaan etis, pertanyaan yang menanyakan seberapa bermanfaat atau berbahaya tindakan kita. Kesadaran akan dimensi etis komunikasi memberi kita pemahaman yang lebih dalam tentang diri kita dan potensi kita sebagai manusia.

Kesalahan penafsiran terhadap pesan dapat menimbulkan berbagai dampak yang tidak sederhana. *Clarity* dapat pula berarti keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi kita perlu mengembangkan sikap terbuka (tidak ada yang ditutupi atau disembunyikan), sehingga dapat menimbulkan rasa percaya (*trust*) dari komunikan. Tanpa keterbukaan akan menimbulkan sikap curiga, dan dapat pula menurunkan semangat dan antusiasme komunikan.

5. *Humble*

Hukum yang kelima yaitu *humble*, ini berarti untuk membangun komunikasi yang efektif, maka komunikator harus memiliki sikap rendah hati. Terdapat hubungan yang kuat antara sikap *humble* dengan sikap *respect*. Karena untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki. Rendah Hati pada intinya antara lain: sikap yang penuh melayani, sikap menghargai, mau mendengarkan menerima kritik, tidak sombong dan memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.

Jika komunikasi yang kita bangun didasarkan pada hukum atau dasar-dasar komunikasi yang efektif di atas, maka sebenarnya kita telah melakukan komunikasi yang berpijak pada nilai etis atau moral inti. Karena dari lima hukum tersebut, dua diantaranya merupakan *hard skills* yaitu *audible* dan *clarity*, sedangkan tiga lagi merupakan *soft skills* yaitu *respect*, *empathy*, dan *humble*. Ketiga *soft skills* tersebut sangat erat kaitannya dengan perilaku yang berpijak pada nilai-nilai etis atau moral. Karena itu ASN yang mampu melakukan komunikasi etis akan dapat memberikan pelayanan publik yang berkualitas, sehingga dapat berkontribusi terhadap upaya mewujudkan pemerintahan yang baik (*good governance*).

C. Simpulan

ASN memiliki peran sangat strategis dalam mewujudkan pemerintahan yang baik (*good governance*), terutama melalui aktivitas pelayanan publik yang berkualitas. Untuk dapat memberikan pelayanan publik yang berkualitas, tidak cukup hanya memiliki *hard skills* atau keterampilan teknis terkait dengan bidang pekerjaan yang dihadapi, tetapi perlu pula memiliki *soft skills* antara lain keterampilan komunikasi etis. Hal ini karena ASN dalam menjalankan fungsi pelayanan senantiasa menghadapi masyarakat yang harus dilayani.

ASN memang harus fokus untuk dapat menyelesaikan tugas pelayanannya dengan baik dan tuntas. Namun tanpa mengabaikan etika dalam memberi pelayanan terhadap publik. Melalui komunikasi etis yang dilakukan ASN terhadap masyarakat yang dilayani diharapkan dapat mengantarkan pada suasana interaksi yang saling menghargai, menghormati dan menyenangkan. Hal ini sangat penting untuk diwujudkan, karena adanya kepuasan masyarakat terhadap pelayanan ASN menjadi indikator dari adanya kualitas pelayanan publik.

Untuk dapat menjalankan komunikasi etis dalam pelayanan publik, ASN harus memperhatikan beberapa prinsip komunikasi efektif yang secara implisit memperhatikan unsur etis di dalamnya. Prinsip komunikasi efektif antara lain tertuang dalam *The 5 Inevitable Laws of Effective Communication* (lima hukum komunikasi efektif). 5 hukum tersebut dikenal dengan anonim **REACH** yaitu : *Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*.

Daftar Pustaka

- Abdul Haris, 2007, *Pengantar Etika Islam*, Sidoarjo: Al-Afkar
- Alejandra Salazar, 2019, *Mental, physical health and neuroscience*, dalam <https://blog.cognifit.com/respect>. diunduh 4 April 2020 Pukul 11.30
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- DeLores Pressley, 2012, *The importance of empathy in the workplace*, dalam <https://www.sbnonline.com/article/the-importance-of-empathy-in-the-workplace/> diunduh 4 April 2020 Pukul 12.30.
- Feigenbaum, Armand V. (1991). *Total Quality Control*. Trind Editions New York: McGraw Hill Inc
- Goleman, Daniel. 1996. *Kecerdasan Emosional*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lewis, Jone Johnson. 2015. *10 Basics of Ethical Communication*, <https://www.rysec.org/10-basics-of-ethical-communication/> diunduh 3 April 2020. Pukul 10.20
- Moeliono, Anton M. Dkk. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Nurhadi, Zikri Fachrul & Achmad Wildan Kurniawan. 2017. *Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi*, *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian-ISSN: 2461-083*. Volume. 3 No. 1, April 2017
- Prasodjo, Eko. Dkk. 2006. *Reformasi Kepegawaian (Civil Service Reform)*. *Jurnal Demokrasi dan HAM*, The Habibie Center, Volume 5 nomor 3, Jakarta
- Rahmaniyah, Istighfarotur. 2010. *Pendidikan Etika Konsep Jiwa dan Etika Prespektif Ibnu Maskawaih*, Malang: Aditya Media.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remadja Karya.
- Richard L. Johannesen. 1975. *Ethics in Human Communication*. dalam http://j647commethics.weebly.com/uploads/6/4/2/2/6422481/ethics_in_communication.pdf. diunduh 5 April 2020, Pukul 08.30.
- Richard L. Johannesen. 1975. *Ethics in Human Communication*. dalam https://en.wikipedia.org/wiki/Communication_ethics#cite_note-16. diunduh 5 April 2020. Pukul 09.10
- Saefullah 1999. *Konsep dan Metode Pelayanan Umum yang Baik*, dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Sumedang: Fisip UNPAD.