

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama Tahun Lulus Uraian	Aprilyanti Pratiwi (2019)	Fajar Arif Pratama (2023)	Muhammad Mulyadi Pane, Susanne Dida, dan Diah Fatma Sjoraida (2023)
1	Perguruan Tinggi	Universitas Pancasila	UIN Sumatera Utara	Universitas Padjajaran
2	Judul	Gaya Komunikasi Ahok Berdasarkan Perspektif Komunikasi Lintas Budaya	Gaya Komunikasi Orangtua dalam Meningkatkan Minat Mengaji Anak di Desa Kampung Baru Kabupaten Labuhanbatu	Pengaruh Gaya Komunikasi Pemimpin terhadap Stress Pegawai
3	Metode	Kualitatif	Kualitatif	Kuantitatif

4	Hasil	Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta memiliki keunikan daripada pemimpin daerah kebanyakan karena beliau memiliki gaya komunikasi yang <i>to the point</i> atau blak-blakan dan menggunakan komunikasi konteks rendah.	Gaya komunikasi yang digunakan orangtua di desa I dan II beragam mulai dari yang tegas hingga yang cenderung membebaskan anaknya untuk mengaji. Tingkat keinginan anak untuk mengaji juga berbeda-beda dari yang memang ingin sampai yang malas-malasan. Semua hal ini tergantung dengan gaya komunikasi orangtua mereka masing-masing dan juga cara anak menerima gaya komunikasi orangtuanya.	Sebagian pegawai menganggap gaya komunikasi pimpinan BPS di Provinsi Maluku Baik Kepala Kabupaten maupun Kepala Provinsi menggunakan gaya kepemimpinan yang kolaboratif, partisipatif, <i>controlling</i> , dan otoriter. Gaya otoriter didapatkan membuat tingkat stress karyawan tinggi, tetapi
---	--------------	---	---	---

				<p>gaya kolaboratif dan partisipatif membuat karyawan memiliki tingkat stress yang rendah.</p>
5	Perbedaan	<p>Penelitian ini berfokus pada pemimpin sebuah provinsi yang kompleks dan besar lingkungannya. Penelitian ini juga melihat gaya komunikasi dari komunikasi antarbudaya.</p>	<p>Penelitian ini meneliti gaya komunikasi orangtua kepada anak dalam meningkatkan minat mengaji. Penelitian yang peneliti teliti lebih fokus kepada gaya komunikasi kapten tim dalam membangun kerjasama anggota tim.</p>	<p>Penelitian ini meneliti bagaimana pengaruh gaya komunikasi pimpinan perusahaan terhadap tingkat stress pada karyawannya. Penelitian yang peneliti teliti lebih melihat dampak positifnya yaitu kerjasama daripada stress.</p>

Sumber: Peneliti, 2024

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Secara umum komunikasi memiliki arti yaitu sebuah proses penyampaian pesan dari pihak satu ke pihak lainnya sehingga dapat diterima.

McCroskey dalam (Rismawaty & Surya, 2020) mengatakan bahwa komunikasi adalah sebuah proses yang memperlihatkan cara seseorang memberikan rangsangan pada makna pesan verbal dan nonverbal ke dalam pikiran orang lain.

Onong Uchjana Effendi memberikan definisi komunikasi sebagai berikut:

“Komunikasi adalah penyampaian lambang yang berarti oleh seseorang kepada orang lain, baik dengan maksud agar mengerti maupun agar berubah perilakunya” (Solihat dkk., 2015).

Dari beberapa definisi di atas mengenai komunikasi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan melalui sebuah media agar menimbulkan sebuah umpan balik yaitu perubahan perilaku.

Selain hal-hal yang sudah disebutkan di atas, tentunya komunikasi masih memiliki banyak diartikan oleh ahli-ahli yang lain dengan pengertiannya masing-masing. Walau seperti itu, tidak ada yang benar maupun yang salah mengenai pengertian atau definisi dari komunikasi itu sendiri.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Komunikasi tentunya memiliki fungsinya sendiri bagi masing-masing individu. Jika tidak ada fungsinya, tentu saja kita tidak akan melakukan sebuah komunikasi dari zaman dahulu.

Rudolph F. Verderber dalam Deddy Mulyana (2015) mengatakan bahwa komunikasi memiliki dua fungsi. Pertama adalah fungsi sosial yaitu untuk tujuan

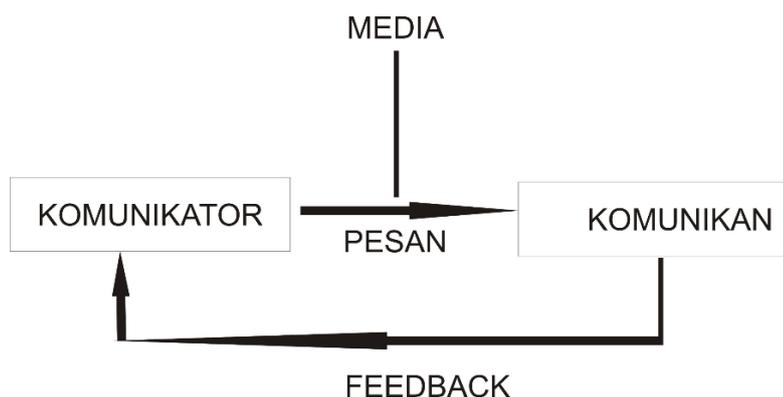
kesenangan, memperlihatkan hubungan dengan orang lain, serta membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain. Kedua adalah untuk pengambilan keputusan seperti memutuskan sesuatu hal untuk mau dilakukan atau tidak mau dilakukan.

Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam (Mulyana, 2015) juga mengatakan fungsi umum komunikasi dibagi menjadi dua. Pertama untuk kelangsungan hidup sendiri seperti memperoleh keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, mencapai ambisi, dan menampilkan diri. Kedua untuk kelangsungan hidup masyarakat seperti memperbaiki hubungan sosial yang ada di masyarakat dan mengembangkan keadaan masyarakat.

2.1.2.3 Unsur Komunikasi

Di dalam sebuah komunikasi terdapat unsur-unsur yang terdiri dalam komunikasi itu sendiri sehingga bisa terjadi proses komunikasi. Soyomukti (2012) Mengatakan bahwa unsur dalam komunikasi ada lima yaitu komunikator, komunikan, pesan, media atau saluran, dan efek atau umpan balik.

Gambar 2. 1 Unsur Komunikasi



Sumber: riswantohidayat.wordpress.com, 2015

1. Komunikator

Seorang komunikator bisa dikatakan sebagai orang yang memulai sebuah komunikasi. Komunikator memulai sebuah komunikasi karena

memiliki tujuan dan motifnya sendiri atau bisa disebut sebagai motif komunikasi. Komunikator tidak terbatas hanya satu orang, jumlah komunikator bisa disesuaikan berdasarkan jumlah orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Contoh ada beberapa orang dalam kelompok pertemanan yang saling kenal dan saling berkomunikasi, maka komunikator dalam kelompok tersebut ada lebih dari satu.

2. Komunikan

Komunikan merupakan seseorang yang menerima pesan komunikasi dari komunikator. Layaknya komunikator, komunikan juga bisa berjumlah satu hingga banyak orang. Dalam komunikasi modern, seringkali istilah komunikator dan komunikan dianggap tidak relevan karena terlalu kaku. Semua orang dianggap bisa menjadi komunikator dan komunikan kapanpun sesuai dengan keperluan.

3. Pesan

Pesan adalah sesuatu hal abstrak yang dibawakan oleh komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif dan tujuan dari komunikator. Pesan merupakan sebuah ide, gagasan, ideologi, dan lain lain yang bisa berbentuk verbal maupun nonverbal.

4. Media

Media merupakan sebuah kendaraan maupun alat dari yang dipakai komunikator untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Mungkin kita mengenal media dalam komunikasi yang tidak dilakukan secara tatap muka seperti surat, telepon, radio, dan lain lain. Namun dalam proses komunikasi tatap muka juga ada media yang berupa gelombang suara yang dimunculkan saat berkomunikasi.

5. Efek atau Umpan Balik

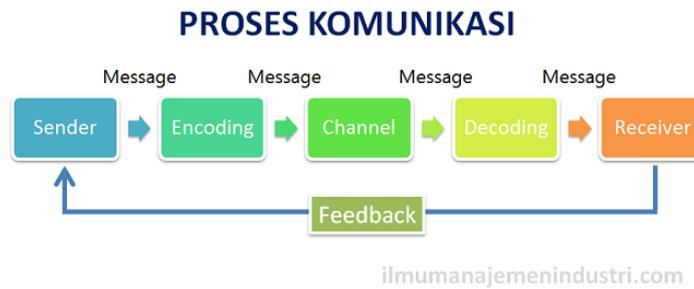
Soyomukti (2012) dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menyebutkan efek komunikasi sebagai berikut:

1. Pengaruh kognitif, yaitu bahwa dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Berarti, komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi;
2. Pengaruh afektif, yaitu bahwa dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan dan sikap. Misalnya, karena suatu pidato yang bersifat persuasif, tercipta sikap untuk melakukan sesuatu atau sikap setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu; dan
3. Pengaruh konatif, yaitu pengaruh yang berupa tingkah laku dan tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampai pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu. Misalnya, karena baru mendengar ceramah tentang pentingnya berbuat baik kepada sesama manusia maka mereka berbondong-bondong melakukan kebaikan seperti berbagi makanan gratis. Soyomukti (2012)

2.1.2.4 Proses Komunikasi

Sebuah komunikasi terjadi tentunya tidak lepas dari adanya sebuah proses. Proses komunikasi merupakan sebuah tahapan dari awal hingga akhir dari terjadinya sebuah komunikasi dari komunikator kepada komunikan sampai kepada umpan baliknya.

Gambar 2. 2 Proses Komunikasi



Sumber: ilmumanajemenindustri.com, 2018

Agus Hendrayady dkk. (2021) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi menyebutkan proses komunikasi sebagai berikut:

1. Pesan

Hal ini adalah sebuah hal alasan mengapa sebuah komunikasi itu ada dan harus terjadi. Pesan berupa ide, gagasan, permintaan, saran, perintah, atau keluhan.

2. Pengirim

Pengirim adalah seseorang yang memulai sebuah proses komunikasi karena mereka adalah seseorang yang memiliki dan mencetus sebuah pesan tersebut. Mereka memulai proses komunikasi dari saat mengirim pesan.

3. Pengkodean

Pengkodean adalah sebuah proses memberikan makna pada sebuah pesan dengan cara mengubahnya kedalam bentuk kata-kata, simbol, gerak tubuh, gambar, dan lain-lain.

4. Media

Media adalah sebuah perantara atau saluran untuk pesan tersebut disampaikan. Media bisa berupa surat, telepon, televisi, dan lain lain.

5. Penerima

Penerima pesan adalah seseorang yang menerima pesan dari pengirimnya.

6. Penguraian Kode

Penguraian kode adalah proses dimana penerima pesan menerima dan mengerti sebuah pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan sehingga makna yang dimaksud dari pengirim dimengerti.

7. Umpan Balik

Umpan balik adalah proses reaksi sesudah penerima pesan menerima pesan dari pengirimnya. Hal ini bisa menandakan sikap penerima pesan terhadap pesan yang ia terima.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Kelompok

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Kelompok

Zaenal Mukarom dalam bukunya yang berjudul Teori-teori komunikasi mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai

“Komunikasi yang terbangun diantara beberapa orang yang memiliki maksud dan tujuan yang sama untuk berbagi informasi yang dalam beberapa hal anggota kelompok tersebut biasanya diikat oleh nilai, norma, peran, tugas, kepentingan dan bahkan ideologi” (Mukarom 2020).

Komunikasi kelompok sering kali menyebabkan keliru karena mirip dengan komunikasi organisasi. Dalam secara umum, banyak kemiripan diantara kedua komunikasi tersebut, namun (Goldberg & Larson, 2011) menyebutkan bahwa perbedaan komunikasi kelompok dengan komunikasi organisasi adalah kecenderungan dari komunikasi kelompok untuk mengikutsertakan pengaruh antarpribadi dan emosional, lebih sering terjadi secara tatap muka, spontan, kurang diatur, dan tidak begitu berorientasi pada tujuan.

Dengan melihat dari definisi-definisi di atas, peneliti menyimpulkan komunikasi kelompok sebagai sebuah komunikasi yang terjadi di dalam kumpulan individu yang memiliki kesamaan tujuan, ide, latar belakang, dan kebutuhan sehingga membentuk sebuah perkumpulan.

2.1.3.2 Proses Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok tentunya terjadi tidak lepas dari adanya proses di dalamnya. Fisher dalam (Goldberg & Larson, 2011) mengatakan bahwa ada empat fase yang dilalui dalam sebuah diskusi kelompok.

1. Fase Orientasi

Fase ini adalah fase awal di mana setiap anggota masih belum mengetahui dan percaya diri dengan ide mereka. Mereka belum mengetahui apakah ide yang mereka miliki akan diterima oleh anggota-anggota lain dan seberapa baik ide mereka di dalam kelompok tersebut. Dalam fase ini, anggota kelompok masih dalam tahap perkenalan di mana anggota masih menunjukkan sikap sementara selagi menjelaskan ide-ide yang dimunculkan.

2. Fase Konflik

Fase kedua dalam diskusi kelompok ialah fase konflik di mana adanya pertentangan antara ide-ide yang muncul. Anggota mulai berargumen dan membuat koalisi. Ide yang ada juga dijelaskan dengan lebih mendalam disertai fakta-fakta. Pada tahap ini dilakukan upaya agar anggota yang tidak setuju mau menyetujui ide yang bertolak belakang dengan ide anggota tersebut.

3. Fase Timbulnya Sikap-Sikap Baru

Dalam fase ini mulai adanya perubahan sikap dari anggota yang tidak setuju menjadi setuju. Sikap yang tidak menyenangkan dianggap sebagai keraguan dan mulai muncul keputusan yang dapat disepakati.

4. Fase Dukungan

Fase terakhir ini adalah fase di mana pertentangan berubah menjadi dukungan. Komentar yang baik dan mendukung mulai bermunculan. Perbedaan keputusan berakhir dalam fase ini dan muncul sebuah kesatuan.

2.1.3.3 Pemecahan Masalah dalam Kelompok

Kelompok merupakan salah satu tempat di mana konflik dan masalah akan sering dijumpai. Faktanya konflik adalah sebuah hal yang dapat membentuk sebuah kelompok. Dalam sebuah konflik biasanya terjadi masalah yang harus diselesaikan. Dickens dan Heffernan dalam (Goldberg & Larson, 2011) mengatakan bahwa setidaknya ada 5 kesimpulan dalam sebuah pemecahan masalah kelompok.

1. Setelah diskusi, posisi tengah cenderung diambil oleh penilaian yang ekstrim.
2. Setelah diskusi, penilaian cenderung mengikat dalam hal ketepatan dan kebenaran.
3. Pengetahuan seseorang mengenai sikap mayoritas dari anggota banyak mempengaruhi penilaian seseorang tersebut.
4. Jawaban benar yang disetujui oleh mayoritas anggota cenderung dipertahankan dengan kuat daripada jawaban yang salah.
5. Superioritas kelompok lebih kuat dalam mengatasi masalah yang memungkinkan adanya sejumlah besar tanggapan.

2.1.4 Tinjauan Gaya Komunikasi

2.1.4.1 Definisi Gaya Komunikasi

Norton dalam (Liliweri, 2015) mendefinisikan gaya komunikasi sebagai proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk agar dapat dinilai secara makro. Cara setiap orang dalam menerima dirinya sendiri ketika sedang berinteraksi dengan orang lain bisa dilihat dari gaya yang diperlihatkan.

2.1.4.2 Jenis Gaya Komunikasi

Heffner dalam (Liliweri, 2015) mengelompokan gaya komunikasi ke dalam tiga gaya yaitu gaya pasif, gaya asertif, dan gaya agresif.

1. Gaya Pasif (*passive style*)

Gaya yang lebih condong ke arah menilai orang lain selalu benar dan lebih mementingkan orang lain daripada diri sendiri. Orang dengan gaya komunikasi pasif dikenal dengan orang yang pemalu dan merasa rendah diri.

Mereka memiliki kecenderungan untuk menutup dirinya dan tidak bisa berkata jujur atas apa yang mereka tidak sukai dari orang lain karena menganggap kepentingan dan perasaan orang lain itu lebih penting daripada kepentingan dan perasaannya sendiri.

Seperti namanya, orang yang memiliki gaya komunikasi pasif bertindak pasif terhadap sebuah hal sehingga memiliki gaya bicara yang lembut, santai, dan berhati-hati. Dengan sifat yang seperti itu, tidak jarang kita sering mendengar kata maaf keluar dari perkataan orang yang bergaya komunikasi pasif. Selain itu, orang yang bergaya komunikasi pasif juga

susah untuk menatap lawan bicaranya mata ke mata apalagi dengan kondisi yang sedang kurang baik.

Liliweri (2015) mengatakan bahwa dampak gaya komunikasi pasif pada seseorang sebagai berikut:

1. Selalu merasa cemas karena menganggap kehidupannya sebagai sebuah hal yang berada di luar kendali mereka.
2. Terlihat tidak berpengharapan karena selalu merasa tertekan dan berada di dalam kesulitan.
3. Selalu benci pada siapapun dan apapun karena kebutuhannya tidak bisa terpenuhi.
4. Selalu bingung karena mereka mengabaikan perasaan mereka sendiri.
5. Merasa tidak dewasa karena tidak bisa menyelesaikan perkara yang ada dalam hidupnya.

2. Gaya Asertif (*assertive style*)

Gaya komunikasi dengan tegas mempertahankan dan membela hak-hak pribadi demi mempertahankan hak orang lain.

Orang dengan gaya komunikasi asertif adalah orang yang dikenal tegas, punya kepercayaan diri yang baik, dan sangat menghargai dirinya sendiri. Mereka adalah orang yang dikenal berwibawa karena punya kepribadian yang tegas tetapi tetap bisa mendengarkan pendapat orang lain.

Mereka saat berbicara akan terdengar seluruh pengucapan yang jelas, tenang, jujur, dan tidak berbasa-basi. Selain berwibawa saat berbicara, mereka juga adalah seorang pendengar yang baik. Mereka tidak akan memotong pembicaraan orang lain hanya karena mereka merasa apa yang

orang lain tersebut katakan tidak benar atau tidak sesuai dengan apa yang mereka percayai benar. Mereka akan membiarkan orang tersebut berbicara sampai selesai dan memperlakukan orang lain dengan penuh hormat.

Orang dengan gaya komunikasi asertif merupakan orang yang memiliki pendirian yang kuat tanpa melanggar hak orang lain. Mereka bisa berkompromi dengan sebuah keadaan dan bersedia untuk menerima masukan, tetapi mereka bukanlah sebuah pribadi yang gampang untuk dipengaruhi oleh orang lain yang berbeda kepentingan.

Liliweri (2015) mengatakan dampak gaya komunikasi asertif adalah sebagai berikut:

1. Merasa memiliki koneksi dengan orang lain.
 2. Merasa dapat mengatur kehidupan mereka sendiri.
 3. Merasa dirinya matang karena mereka selalu bisa menyelesaikan masalah-masalah yang mereka hadapi.
 4. Membuat lingkungan yang kreatif sehingga memberikan ruang dan kesempatan untuk orang lain menjadi pribadi yang dewasa.
3. Gaya Agresif (*aggressive style*)

Gaya seorang yang selalu membela haknya sendiri, merasa paling benar, suka melanggar hak orang lain, dan selalu tidak acuh pada perasaan orang lain.

Seseorang dengan gaya komunikasi agresif kerap kali dihubungkan dengan istilah *manipulator* atau orang yang memanipulasi orang lainnya. Kegiatan manipulasi itu dilakukan agar orang lain mengikuti kepentingannya karena mereka menganggap bahwa pilihan merekalah yang paling benar dan bisa memecahkan masalah yang ada.

Orang yang bergaya komunikasi agresif sering kali dicap sombong, banyak menuntut, dan suka mencari masalah. Hal ini disebabkan oleh mereka yang berbicara secara berani, terang-terangan, dan suara yang keras.

Dalam situasi berhadapan dengan orang yang bergaya komunikasi agresif banyak ditemukan kondisi menang-kalah, bukan menang-menang karena sifat bawaan mereka yang mau menang dan cenderung keras kepala. Kompromi dan kepentingan orang lain tidak dianggap penting bahkan tidak terpikirkan sama sekali.

Liliweri (2015) mengatakan bahwa dampak dari gaya komunikasi agresif sebagai berikut:

1. Diasingkan oleh orang lain.
2. Mengasingkan dirinya sendiri dari orang lain.
3. Membuat dirinya ditakuti dan dibenci oleh orang lain.
4. Selalu menyalahkan orang lain akan segala masalah untuk menghindari masalah yang mereka alami.

2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Komunikasi

Menurut Dianne Hofner Saphiere dalam buku *Communication Highwire Leveraging the Power of Diverse Communication Style* mengatakan:

“Terdapat beberapa komponen yang di identifikasikan sebagai penyebab gaya komunikasi dalam interaksi, tujuh hal yang mampu merefleksikan atau memberikan pandangan mengenai gaya komunikasi dalam interaksi pada setiap individu.” (Saphiere dkk., 2005)

Komponen-komponen yang mempengaruhi gaya komunikasi tersebut diantaranya:

1. Kondisi Fisik & Penampilan Fisik

Bahwasannya kondisi fisik dimana kita melakukan komunikasi sangat mempengaruhi gaya komunikasi. Seperti halnya ketika kegiatan komunikasi itu dilakukan dengan kapasitas minim dalam bertatap muka, hal tersebut akan berakibat pada ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara si pengirim dan penerima pesan. Dalam penampilan fisik itu lebih kepada busana busana. Busana pada umumnya yaitu ciri khas seseorang menggunakan pakaian yang ia pakai ketika berkomunikasi dimana ia menyesuaikan situasi yang ia hadapi.

2. Peran

Persepsi akan peran kita sendiri (sebagai pelanggan, teman, atasan), dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda dari peran mereka sendiri dan orang lain, dan dengan demikian mereka akan sering melakukan komunikasi antar satu dengan lainnya.

3. Konteks Histori

Sejarah mempengaruhi setiap interaksi. Sejarah bangsa-bangsa, tradisi spiritual, sejarah perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana kita memandang satu sama lain atau apa yang akan kita kemukakan, dengan demikian dapat mempengaruhi gaya komunikasi.

4. Kronologi

Dalam hal ini pada intinya yaitu bagaimana sebuah komunikasi itu mampu menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut akan membuat perbedaan, hal apapun yang sudah terjadi

sebelumnya atau sudah terjadi berulang kali akan mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, dan hal ini akan membuat suatu perbedaan terhadap gaya komunikasi seseorang.

5. Bahasa

Bahasa yang ada pada diri tentunya berbeda-beda, ketika seseorang menggunakan versi dari bahasa yang diucapkan misalnya saja di Indonesia, tiap-tiap kota yang berada di Indonesia memiliki beberapa bahasa seperti bahasa sunda, bahasa jawa, bahasa kalimantan, dan sebagainya. Beberapa bahasa tadi di komunikasi kan oleh masing-masing orang dengan gaya bahasa mereka, dan seorang penerima pesan yang berbeda juga.

6. Hubungan

Seberapa baik kita tahu orang lain, dan seberapa banyak kita suka atau percaya dia dan sebaliknya. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi. Selain itu, pola kita mengembangkan hubungan tertentu dari waktu ke waktu sering memberikan efek pada komunikasi selanjutnya antara mitra relasional. Hubungan dalam sebuah organisasi pun akan mempengaruhi datangnya gaya komunikasi.

7. Kendala

Metode yang seseorang yang gunakan untuk berkomunikasi (misalnya, beberapa orang membenci email dan panggilan telepon) dan waktu yang kita miliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode tersebut. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara kita berkomunikasi.

2.1.5 Tinjauan Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah sebuah cara untuk menyampaikan pesan dengan menggunakan kata-kata yang diungkapkan secara lisan ataupun tulisan. Dedy Mulyana dalam (Solihat dkk., 2015) mengatakan bahwa bahasa dapat dikatakan sebagai sistem kode verbal.

Seseorang manusia bisa berbahasa adalah sebagai tanda bahwa kita adalah makhluk yang berakal. Hal ini disebabkan oleh perkembangan otak dari manusia sehingga bisa menciptakan bahasa beserta keberagamannya. Berbahasa menjadi pembeda manusia dengan makhluk tingkat rendah lainnya.

Mulyana (2015) menyebutkan fungsi bahasa sebagai proses pemberian nama atau julukan pada orang, objek, dan peristiwa. Menurut Larry L. Baker dalam (Mulyana, 2015), bahasa memiliki tiga fungsi yaitu penamaan, interaksi, dan transmisi informasi.

Komunikasi verbal adalah hal yang sering kita temui sehari-hari. Namun walau begitu, komunikasi verbal memiliki keterbatasannya sendiri. Raymond S. Ross dalam (Mulyana, 2015), komunikasi verbal hanya mencakup 35% dari seluruh komunikasi yang kita lakukan dan bahasa adalah sebuah hal yang terbatas. Bahasa setidaknya memiliki keterbatasan dalam jumlah kata yang mewakili objek, bersifat ambigu, mengandung bias budaya, dan multi tafsir.

2.1.6 Tinjauan Komunikasi Nonverbal

2.1.6.1 Definisi Komunikasi Nonverbal

Secara singkat komunikasi nonverbal adalah komunikasi selain komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal meliputi segala bentuk komunikasi di luar lisan dan tulisan. Hendrayady dkk. (2021) dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan:

“Komunikasi nonverbal meliputi semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri seperti bagaimana kita mengucapkan kata-kata (volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan bendabenda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel)”(Hendrayady dkk., 2021).

Walau kita mempelajari komunikasi verbal dan nonverbal secara terpisah, kenyataannya komunikasi verbal dan nonverbal selalu ada bersama, saling melengkapi satu sama lain, dan sulit untuk dipisahkan.

2.1.6.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Fungsi komunikasi nonverbal ternyata sangat banyak dalam sebuah komunikasi. Jika komunikasi verbal meliputi 35% dari seluruh komunikasi, maka komunikasi nonverbal meliputi 65% dari seluruh komunikasi. Angka tersebut bisa ada tentunya karena komunikasi memiliki fungsinya sendiri yang sangat penting dari sebuah komunikasi.

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar menyebutkan fungsi dari komunikasi nonverbal sebagai berikut:

1. Perilaku nonverbal sebagai pengulang perilaku verbal. Hal ini bisa dilihat saat seseorang mengatakan tidak kepada seseorang sambil menggeleng-gelengkan kepalanya.
2. Memperteguh, mempertahankan, dan melengkapi perilaku verbal. Perilaku ini bisa ditunjukkan saat seseorang menekan sebuah kata dengan melafalkannya secara lantang.
3. Perilaku nonverbal menjadi substitusi untuk perilaku verbal. Contoh dari perilaku ini adalah ketika kita menunduk dan memegang kepala. Hal ini dapat diartikan bahwa kita sedang pusing atau lelah.

4. Perilaku nonverbal dapat meregulasi perilaku verbal. Hal ini bisa terjadi saat kita mulai melihat kemana-mana saat sedang berbicara empat mata. Hal ini menandakan kita sudah tidak tertarik lagi pada pembicaraan tersebut.
5. Perilaku nonverbal bisa bertentangan dengan perilaku verbal. Contoh dari kasus ini adalah saat kita mengatakan mau membantu tanpa pamrih tetapi gelagat kita seperti mencari-cari apa yang akan diberi oleh orang yang meminta bantuan tersebut.

2.1.6.3 Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal

Hendrayady dkk. (2021) membedakan jenis-jenis pesan nonverbal sebagai berikut:

1. Sentuhan

Sentuhan seperti yang kita tahu diterima oleh kulit yang terangsang dengan sentuhan tersebut. Keras lembutnya sebuah sentuhan dapat menggambarkan seseorang sedang marah, memberikan kasih sayang, senang, dan lain lain.

2. Komunikasi Objek

Hal ini bisa dilihat dari seseorang memakai pakaian seragam kantor yang menunjukkan identitas orang tersebut. Contoh lain adalah ketika seseorang memakai mobil yang bagus untuk menjemput seseorang yang artinya dia menghormati orang yang dijemputnya.

3. Kronemik

Komunikasi nonverbal ini berhubungan dengan penggunaan waktu. Contohnya adalah seseorang yang datang tepat waktu atau bahkan

sebelum waktu yang ditepatkan menandakan bahwa mereka menghargai pertemuan tersebut.

4. Gerakan Tubuh

Gerakan tubuh dilihat berdampingan dengan pesan nonverbal dan juga tidak. Contoh yang bisa diambil adalah gerakan tubuh menggelengkan kepala saat mencapkan kata “tidak”. Menggelengkan kepala juga dapat dilakukan tanpa mengucapkan kata “tidak” dengan arti yang masih sama yaitu menolak.

5. Proxemik

Proxemik adalah jenis komunikasi nonverbal yang berhubungan tentang jarak antara satu orang dengan yang lain saat berkomunikasi. Jika hubungan semakin dekat, maka seseorang tidak ragu untuk mendekatkan jarak dirinya dengan orang lain, saat orang tersebut memiliki hubungan yang kurang dekat maka akan ada jarak yang lebih seperti jarak berseberangan saat duduk di kursi. Jenis komunikasi nonverbal ini bisa mengkomunikasikan tentang kedekatannya dengan lawan bicara.

6. Lingkungan

Keadaan lingkungan dapat menyampaikan pesan-pesan tertentu seperti penggunaan ruang, temperatur, penerangan, dan warna.

7. Vokalik

Vokalik atau yang juga dikenal sebagai *paralanguage* adalah sebuah cara berbicara atau bagaimana seseorang mengucapkan kata-kata. Hal ini bisa dilihat dari nada bicara, nada suara, keras atau lemahnya suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, intonasi, dan lain-lain.

2.1.7 Tinjauan Hambatan Komunikasi

Hambatan dalam komunikasi adalah sebuah hal yang bisa dipastikan akan selalu ada. Hambatan komunikasi merupakan sebuah gangguan yang membuat proses sebuah komunikasi tidak efektif atau bisa diartikan sebagai gangguan yang membuat penerima pesan tidak mendapatkan pesan asli yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan.

Hendrayady dkk. (2021) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa ada tiga hambatan yang menggagalkan sebuah komunikasi yang efektif yaitu hambatan yang melibatkan kata, hambatan yang melibatkan latar belakang seseorang, dan hambatan fisik.

a. Hambatan yang Melibatkan Kata

1. Bahasa: Pengirim pesan menggunakan istilah yang terlalu tinggi atau yang tidak dimengerti oleh penerima sehingga penerima tidak bisa menerima pesan dengan baik.
2. Ambiguitas: Hal ini adalah di saat kata-kata yang diucapkan memiliki banyak pengertian dan penerima mengartikan kata-kata tersebut dengan salah atau tidak sesuai dengan maksud dari pengirim pesan.
3. Pesan Tidak Terorganisir: Pesan yang disampaikan tidak teratur atau acak-acakan sehingga menjadi tidak efektif dan kehilangan makna sesungguhnya.
4. Kelebihan Informasi: Efektivitas dari sebuah informasi akan menghilang tertindih informasi lain saat seseorang terlalu banyak atau lama berbicara.

b. Hambatan yang Melibatkan Latar Belakang Seseorang

1. Perbedaan Sikap: Seseorang akan cenderung untuk menolak untuk memahami atau tidak setuju jika memiliki sikap yang tidak setuju dari awal.
 2. Perbedaan Demografis: Perbedaan umur, gender, generasi, tradisi, status, dll
 3. Kurangnya Pengalaman atau Perspektif umum: Pengalaman yang tinggi membuat seseorang untuk meningkatkan perspektif atau sudut pandang umum dalam mengartikan sesuatu.
 4. Melompat ke Kesimpulan: Beberapa orang terkesan tergesa-gesa untuk menyimpulkan suatu hal tanpa mendengar penjelasan terlebih dahulu. Hal ini membuat kesimpulan yang dibuat secara terburu-buru bisa berbeda dengan kesimpulan aslinya.
- c. Hambatan Fisik
1. Jarak Fisik: Saat seseorang jauh secara fisik atau tidak bertemu secara tatap muka, maka ada kemungkinan seorang tersebut tidak bisa melihat komunikasi nonverbal yang terjadi dan mengurangi makna dalam pesan tersebut.
 2. Kebisingan: Lingkungan yang tidak kondusif atau berisik sudah pasti mengganggu proses komunikasi sehingga pesan yang diterima bisa tidak maksimal.
 3. Hambatan Fisiologis: Hambatan ini disebabkan oleh kekurangan fisik dari seseorang seperti kurangnya pendengaran, pengelihatannya, tidak bisa berbicara, dan lain lain.

2.1.8 Tinjauan Kapten Tim

Kapten dalam sebuah tim adalah sama halnya dengan pemimpin pada umumnya. Mereka adalah seorang individu yang dipercaya untuk memimpin sebuah tim karena beberapa pertimbangan tertentu. Kapten juga dapat dikatakan sebagai kepala dari sebuah tim saat bertanding dan memiliki hubungan langsung dengan pelatih. Kapten juga memiliki beberapa hak spesial seperti mengkoordinasi, menginspirasi, dan memotivasi anggota tim yang berada dalam tanggung jawab mereka. Meskipun demikian, menjadi kapten dari sebuah tim memiliki resikonya sendiri dan tanggung jawab yang besar.

Kapten dari sebuah tim juga bisa langsung terlihat tanpa harus dicari berlama-lama karena mereka memiliki ciri-ciri yang hanya seorang kapten miliki. Ciri-ciri dari seorang kapten tim adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kendali saat di dalam pertandingan
2. Memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi
3. Memiliki wibawa yang terlihat
4. Anggota tim lainnya menghormati kapten tim
5. Merupakan seorang yang dituakan atau dinilai paling berpengalaman

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam buku Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, Yakin (2023) mengatakan bahwa kerangka pemikiran adalah pemahaman yang menjadi landasan atau dasar dari pemahaman-pemahaman lainnya sehingga menjadi pondasi bagi pemikiran selanjutnya.

Dalam kerangka pemikiran, peneliti mencoba untuk menguraikan alur pemikiran peneliti dalam penelitian ini. Penelitian bertujuan untuk melihat bagaimana terbentuknya sebuah gaya komunikasi dari subfokus yang ditetapkan oleh peneliti.

Setiap orang pastinya memiliki gaya komunikasinya masing-masing yang menjadi ciri khas seseorang dalam berkomunikasi. Dalam sebuah kepemimpinan, seorang kapten memiliki gaya komunikasinya yang digunakan untuk mengarahkan anggota-anggota tim dalam menjalankan sebuah strategi permainan.

Saat bertanding, kapten tim memegang keputusan untuk mengatur permainan sedemikian rupa agar anggota timnya bisa bekerjasama dengan baik atau kompak. Kekompakan ini sangatlah penting bagi sebuah tim untuk masing-masing anggota menjalankan tugasnya agar tujuan kemenangan bisa tercapai. Kapten tim menggunakan gaya komunikasinya sebagai cara mengkomunikasikan arahan yang diberikan kepada anggotanya dengan harapan bahwa anggota tim menerima pesan yang diberikan dengan baik sehingga pesan tersebut bisa dijalankan dalam pertandingan. Selain itu, anggota tim juga harus bisa menerima gaya komunikasi dari kapten tim terlepas gaya komunikasi tersebut adalah yang diharapkan atau tidak.

Heffner dalam Liliweri (2015) mengatakan bahwa gaya komunikasi ada tiga yaitu gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi agresif, dan gaya komunikasi asertif. Dari gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi agresif, dan gaya komunikasi asertif, maka kita bisa melihat bagaimana sebuah gaya komunikasi dari seorang kapten tim floorball Tangerang Steelers.

Peneliti ingin melihat aspek-aspek apa saja di dalam gaya komunikasi pasif, gaya komunikasi agresif, dan gaya komunikasi asertif yang mempengaruhi dan ada di dalam kapten tim floorball Tangerang Steelers. Dari gaya komunikasi yang ada maka dapat dilihat yang mana yang dominan dan yang bukan dominan. Pada akhirnya aspek-aspek yang ada akan memunculkan gaya komunikasi unik yang dimiliki oleh kapten tim floorball Tangerang Steelers.

Dalam penelitian ini, sub fokus digunakan untuk menganalisa fokus penelitian. Berikut penjelasan mengenai sub fokus pada kerangka penelitian.

1. Gaya Komunikasi Pasif

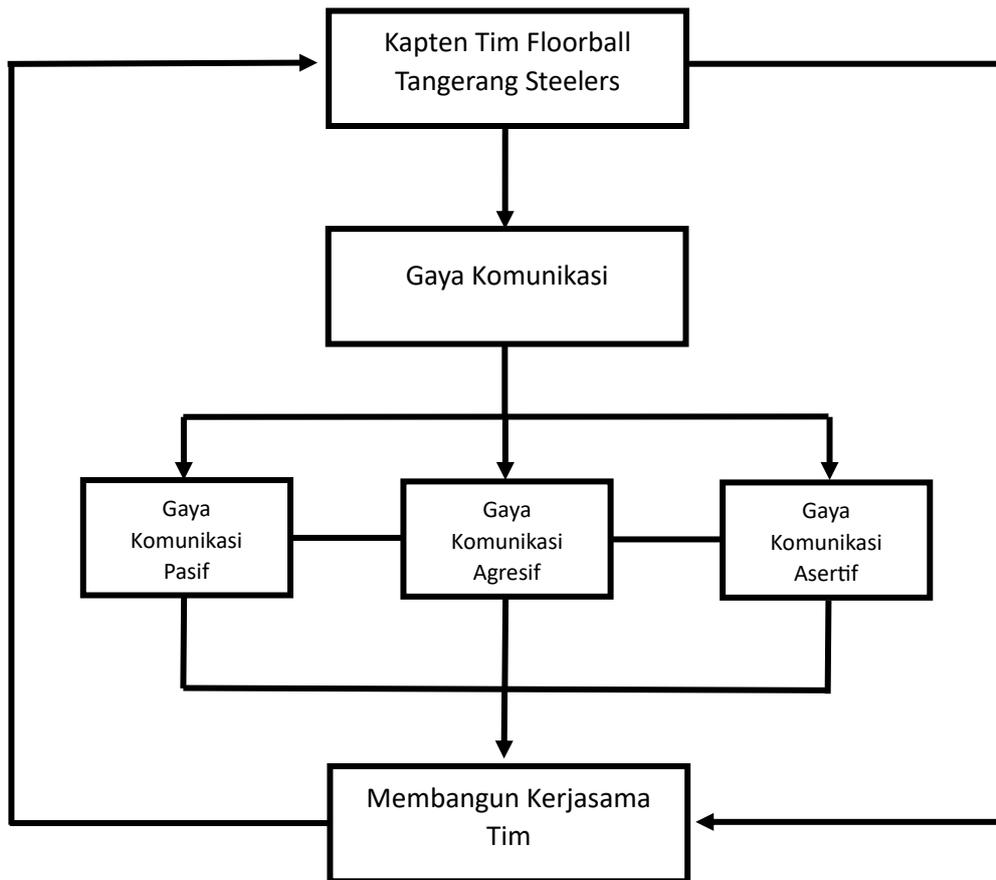
Dalam gaya komunikasi pasif, peneliti memfokuskan untuk melihat bagaimana kapten tim floorball Tangerang Steelers merasa rendah diri dan lebih mementingkan kepentingan orang lain. Gaya komunikasi ini sering dikaitkan dengan orang yang pemalu dan tidak enakan sehingga cenderung mengikuti keinginan orang meski hal tersebut bukan hal yang dia inginkan dan bahkan sampai bisa merugikan orang tersebut.

2. Gaya Komunikasi Agresif

Dalam gaya Komunikasi agresif, peneliti memfokuskan untuk melihat bagaimana kapten tim floorball Tangerang Steelers merasa dirinya lebih penting dari orang lain dengan egonya. Gaya komunikasi agresif dapat digambarkan dengan orang yang ingin menang sendiri dan juga menganggap dirinya yang paling benar, sedangkan orang lain tidak benar bahkan tidak lebih penting dari dirinya.

3. Gaya Komunikasi Asertif

Dalam gaya Komunikasi asertif, peneliti memfokuskan untuk melihat bagaimana kapten tim floorball Tangerang Steelers memiliki keinginan, namun juga tetap memikirkan keinginan orang lain. Orang dengan gaya komunikasi asertif akan terlihat tegas, menghargai dirinya sendiri, dan menghargai orang lain juga.

Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti 2024