

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti memulai dengan menelaah penelitian terdahulu yang ada kaitanya serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan. Peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding dalam menyusun usulan penelitian ini sehingga lebih memadai. Ini dimaksud untuk memperkuat dan mempermudah memberikan gambaran awal terhadap penelitian yang sedang dilakukan. Berikut adalah hasil dari penelitian yang berkaitan dengan judul yang sedang diteliti oleh peneliti :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Pendekatan Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Peneliti
1	Akhmad Holly Sabar Kajian Humas Unikom 2014	Gaya Komunikasi Penyiar Radio 99ers Di Acara Funky Love Dalam Penyampaian Pesan Kepada Para Pendengarnya Di Kota Bandung	Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan studi deskriptif	Peneliti melihat bahwa di radio 99ers Bandung, penyiar memakai 3 gaya komunikasi yaitu : gaya dramatic style, friendly style, dan impression leaving di acara Funky Love dalam penyampain pesanya kepada para pendengarnya di kota Bandung untuk menumbuhkan minat mendengarkan acara	Penelitian Akhmad bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi dramatic style, friendly style, dan impression leaving style penyiar Radio 99ers Bandung diacara Funky Love dalam penyampaian pesanya kepada para pendengar- nya untuk menumbuhkan minat mendengarkan acara tersebut. Sedangkan penelitian ini ingin

				tersebut.	mengetahui gaya komunikasi verbal & NonVerbal dari seorang dirigen PERSIB.
2	Lingga Bhakti Nugraha Kajian Public Relations Unisba 2014	“Gaya Komunikasi Pemimpin Dalam Memberikan Motivasi Di PT. Nugraha Tekstil”	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan data kuantitatif	Lingga melihat bahwa gaya komunikasi yang ada di PT. Nugraha relatif memilih gaya kesamaan (equalitarian style). Dilihat dari hasil karyawan setuju dengan pertanyaan angket yang berkaitan dengan gaya ini, karyawan cenderung lebih nyaman ketika berkomunikasi dengan rasa keterbukaan.	Penelitian Lingga mencoba melihat dari satu gaya komunikasi yaitu equalitarian, dimana gaya tersebut lebih ke gaya keterbukaan, kedekatan, keakraban antara pemimpin dengan karyawan. Sedangkan skripsi ini melihat dari gaya komunikasi verbal & NonVerbal dari seorang dirigen PERSIB dalam menciptakan ketertarikan di setiap pertandingan PERSIB.
3	Windi Rosmiyati, Program Studi Ilmu Komunikasi di Bidang Kajian Humas, Unpad 2013	Gaya Komunikasi Equalitarian Style manajer Hotel Panghegar dengan motivasi kerja Karyawan	Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan studi deskriptif	Menunjukkan adanya hubungan antara gaya komunikasi Equalitarian Style Manajer Hotel Panghegar dengan Motivasi Kerja	Penelitian Windi mengukur bagaimana hubungan antara gaya komunikasi Equalitarian Style manajer Hotel Panghegar dengan motivasi kerja Karyawan . Sedangkan skripsi ini melihat dari gaya komunikasi verbal & NonVerbal dari seorang dirigen PERSIB dalam menciptakan ketertarikan di setiap pertandingan PERSIB

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2018

2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti tinjauan pustaka berisikan tentang data-data yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti. Adapun hasil dari pengumpulan data teori yang relevan, telah peneliti dapatkan selama penelitian, dan peneliti menguraikannya sebagai berikut :

2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Setiap manusia yang hidup di dunia ini, tentu tidak terlepas dari komunikasi yang mereka gunakan sehari-hari untuk berinteraksi terhadap manusia lainnya. Manusia dengan komunikasi hampir tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Secara garis besar komunikasi adalah proses penyampaian pesan/informasi dari komunikator kepada komunikan melalui suatu media kemudian terjadinya *feed back* (respon/timbal balik). Komunikasi yang baik terjadi apabila antara komunikator dan komunikan mengerti dengan bahasa yang mereka gunakan sehingga meminimalisir terjadinya *miss communication*/ salah pengertian.

“Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama”. (Mulyana, 2003:41).

Adapun pendapat para ahli tentang pengertian Komunikasi sebagai berikut :

a. Bernard Barelson & Garry A. Steiner

”Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dan sebagainya”. (Mulyana,2003:62)

b. Theodore M. Newcomb

Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

c. Carl I. Hovland

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan)”. (Mulyana 2003:62)

d. Everett M. Rogers

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

e. Raymond Ross

“Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator”. (Mulyana 2003:62)

f. Harold Lasswell

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?. (Mulyana 2003:62)

2.2.1.2 Unsur Komunikasi

Menurut Laswell dalam Deddy Mulyana berpendapat, terdapat lima komponen pokok dalam unsur komunikasi, antara lain:

1. Komunikator/Sumber (*source*) yaitu pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, organisasi, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator..
2. Pesan yaitu Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat simbol verbal/ NonVerbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada 3 komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna, dan bentuk/ organisasi pesan.
3. Saluran/media, yaitu wahana/alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dan lainnya).
4. Penerima/ komunikan (*receiver*), yakni Orang/ organisasi/ organisasi/ suatu negara yang menerima pesan dari sumber.

Disebut tujuan (*destination*)/ pendengar (*listener*)/ khalayak (*audience*)/ komunikan/ penafsir/ penyandi balik (*decoder*).

5. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut (Deddy Mulyana, 2003:62).

Berdasarkan unsur-unsur tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Penjelasan mengenai 5 unsur tersebut, yaitu :

- a. Komunikator

“Komunikator adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk dapat berkomunikasi. Komunikator boleh jadi seorang individu, organisasi, organisasi, perusahaan atau bahkan negara. Seorang komunikator harus pintar membaca perasaan atau pikiran komunikan, agar komunikan dapat memahami apa yang disampaikan oleh komunikator”. (Mulyana, 2003 : 63).

- b. Pesan

“Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Kata-kata memungkinkan orang berbagi pikiran dengan orang lain. Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh, juga melalui musik, lukisan, patung, tarian, dan sebagainya”. (Mulyana, 2003 : 63).

- c. Media

“Media yaitu alat atau wahana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada komunikan. Saluran merujuk pada penyajian pesan: apakah langsung (tatap muka) atau lewat media cetak (surat kabar, majalah) atau media elektronik (radio, televisi)”. (Mulyana, 2003 : 63).

- d. Komunikan

“Komunikan yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator. Berdasarkan pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir dan perasaan, penerima

pesan ini menerjemahkan atau menafsirkan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang dia terima menjadi gagasan yang dapat dia pahami”. (Mulyana, 2003:64).

e. Efek

“Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya”. (Mulyana, 2003 : 64).

2.2.1.3 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam buku *Techniques for effective Communication*, menyatakan bahwa “Tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu: *To secure understanding*, *To establish acceptance*, dan *To motivate action*. (Effendy, 2009 : 32). Pertama adalah (*to secure understanding*), memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*).

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa orang dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, orang berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan orang untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran orang akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, orang berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang orang perlukan untuk

menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan orang dengan orang lain.

2.2.1.4 Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, ia mengemukakan bahwa : “Ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan tingkatan, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak”.(2003:72-75).

Bentuk – bentuk komunikasi tersebut :

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi inheren dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal

ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi.

3. Komunikasi Organisasi

Organisasi adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari organisasi tersebut. Organisasi ini misalnya keluarga, organisasi diskusi, organisasi pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi organisasi biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh organisasi kecil.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Ciri-ciri Komunikasi Publik adalah : terjadi ditempat umum (*public*), misalnya auditorium, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya; acara-acara

lain mungkin direncanakan sebelum dan/atau sesudah ceramah disampaikan pembicara. Komunikasi Publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik). (Mulyana, 2003:72-75).

2.2.2 Tinjauan Tentang Gaya Komunikasi

2.2.2.1 Pengertian Gaya Komunikasi

Gaya pada umumnya merupakan ciri khas diri seseorang yang mewakili kepribadiannya, yang di dalamnya terdapat beberapa karakteristik dari gaya tersebut yaitu penggunaan gerak tubuh, lamanya kontak mata, pola bicara, adanya interaksi, ekspresi wajah, dan tingkat ketegasan orang lain. Menurut Herwan Parwiyanto dalam buku Modul Kajian Komunikasi /AN/FISIP, mengatakan bahwa :

“Gaya Komunikasi (*communication style*) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu (*a specialized set of interpersonal behaviors that are used in a given situation*). Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, intonasi suara, penggunaan waktu dan penggunaan ruang dan jarak”. (Herman, 2011:7)

Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*). Manusia mengucapkan atau menulis kata-kata untuk mengungkapkan pikiran dan keinginan yang memiliki tujuan tertentu, menyatakan belas kasihan, menyatakan kemarahan, menyatakan pesan, agar suatu perintah cepat dikerjakan. Semua kombinasi ini adalah “gaya komunikasi”, gaya yang berperan untuk menentukan batas-batas tentang kenyataan dunia yang sedang dihadapi, tentang relasi dan sesama, tentang hubungan dengan suatu konsep tertentu.

Keterampilan komunikasi melalui gaya komunikasi, mengisyaratkan kesadaran diri pada level yang tinggi. Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang bersifat personal, dimana hal tersebut merupakan gaya ciri khas kepribadian seseorang didalam berkomunikasi. Definisi lain mengenai gaya komunikasi, Miftah Thoha dalam bukunya Prilaku Organisasi Konsep Dan Aplikasinya berpendapat gaya komunikasi pada diri seseorang yaitu:

“Norma perilaku yang digunakan untuk seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang dilihat. Dalam hal ini usaha menselaraskan persepsi diantara orang yang akan mempengaruhi perilaku dengan orang yang akan dipengaruhi menjadi amat penting kedudukannya”. (Thoha, 2012:57)

Gaya komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu kepribadian yang terdapat didalam diri setiap manusia yang sukar untuk diubah. Untuk memahami gaya berkomunikasi maka setiap orang harus berusaha menciptakan dan mempertahankan gaya komunikasi personal sebagai ciri khas pribadinya yang dapat mempengaruhi orang lain, dan menselaraskan persepsi dengan seseorang. Gaya itu sendiri merupakan suatu kepribadian yang terdapat pada setiap diri manusia. Sehingga kata sulit sangatlah pas ketika dihadapkan untuk mengubah gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut dikarenakan memaksa seseorang untuk mengubah gaya komunikasi yang dimilikinya tidaklah gampang karena gaya komunikasi itu sendiri telah melekat pada kepribadian seseorang.

Sementara menurut Kaplan mendefinisikan arti gaya komunikasi dari sisi lain, ia mengatakan bahwa “Gaya komunikasi adalah interaksi

yang dilakukan oleh seseorang secara verbal maupun NonVerbal, atau ciri khas seseorang dalam mempersepsikan dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain” (2000:154). Bukan hanya Kaplan, Raynes pun mengemukakan gaya komunikasi dalam bukunya *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* yang dikutip dari buku Alo Liliweri yaitu:

“Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini juga termasuk nada, volume dari komunikasi NonVerbal atas semua pesan yang diucapkan.” (Alo Liliweri, 2011:309).

Gaya komunikasi juga dapat dilihat dari komunikasi verbal dan NonVerbal. Sebenarnya melihat dari beberapa macam gaya komunikasi yang disebutkan Rohim, dari sisi pengertiannya gaya komunikasi mencakup verbal dan NonVerbal, yang bisa dilihat seperti ketika seorang dirigen memberi intruksi kepada bobotoh, mengatur perilaku bobotoh, mampu membina hubungan yang baik dengan para supporter PERSIB, mampu memantapkan tujuan organisasi. Interaksi ini dengan merencanakan pesan secara verbal, melakukan kontak mata, dan memperlihatkan ekspresi wajah pada saat berinteraksi dengan bobotoh.

2.2.2.2 Jenis – Jenis Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi yang merupakan ciri khas dalam diri seseorang memang berbeda-beda, mereka tidak mungkin sama karena dalam lingkungan yang ada pada saat ini masing-masing orang memiliki gaya komunikasi tersendiri dalam berkomunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Masing-masing gaya komunikasi adalah sekumpulan perilaku

komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan respon dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan. Dalam hal ini usaha menyelaraskan persepsi diantara orang yang akan mempengaruhi perilaku dengan orang yang akan dipengaruhi menjadi amat penting kedudukannya

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Buku Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi (Rohim, 2009:115-116) terdapat enam Gaya Komunikasi, yaitu :

1. *The Controlling Style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, memberi perintah, juga mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one way communications*. Pihak pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Gaya komunikasi ini lebih kepada seseorang yang tegas, ia juga biasanya dibantu dengan menggunakan intonasi suara pada saat berbicara atau berkomunikasi yang biasa dikenal dengan komunikasi NonVerbal.

Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut

digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negative orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangannya. Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha menjual gagasan agar dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya. *The controlling style of communication* ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak lebih efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik ketika sebuah masalah yang di hadapi sudah pelik/sulit.

2. *The Equalitarian Style*

Aspek penting gaya komunikasi ini adalah adanya landasan keterbukaan, keakraban, dan kesupelan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*). Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini,

adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. The equalitarian style ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi. Gaya komunikasi ini yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.

3. *The Structuring Style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (sender) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut. Stogdill dan Coons dari *The Bureau of Business Research of Ohio State University*, menemukan dimensi dari kepemimpinan yang efektif, yang mereka beri nama Struktur Inisiasi atau Initiating Structure. Stogdill dan Coons menjelaskan mereka bahwa struktur yang efisien adalah orang-orang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuan organisasi, kerangka penugasan dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

4. *The Dynamic style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (action-oriented). The dynamic style of communication ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga. Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah memstimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik dengan memberi perintah yang ekstra. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

5. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang

dibebankannya. Gaya ini lebih mencoba untuk mendengarkan, dan tidak banyak bicara. Biasanya gaya ini ditunjukkan dengan adanya penggunaan gerak tubuh ataupun sentuhan agar si komunikan benar-benar merasa diperhatikan, misalnya ketika bawahan mempunyai masalah berarti yang ada di dalam pekerjaannya lalu mereka mencoba untuk sharing kepada atasan, seorang atasan harus mencoba untuk menjadi pendengar yang baik karena karyawan pun butuh didengarkan.

6. *The Withdrawal Style*

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Dalam deskripsi yang kongkrit adalah ketika seseorang mengatakan: “Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini”. Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi. Hanya dalam keadaan tertentu seorang atasan menggunakan gaya ini, yaitu ketika seorang atasan benar-benar sedang tidak ingin berkomunikasi dengan bawahan. Umumnya ia lebih memperlihatkan komunikasi NonVerbal hanya

dengan ekspresi wajah dan hanya sedikit bicara ketika ia bertemu dengan karyawan.

2.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi suatu pengantar definisi komunikasi organisasi adalah :

”Komunikasi organisasi (organizational communication) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan adakalanya juga komunikasi publik”. (2003:73)

Persepsi lain mengenai komunikasi organisasi menurut Redding dan Sanborn adalah :

“Pengiriman dan penerimaan informasi/pesan dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk bidang ini merupakan komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi downward (komunikasi dari atasan kepada bawahan), komunikasi upward (komunikasi dari bawahan kepada atasan), komunikasi horizontal (komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi) keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program. (Masmuh, 2005 : 5)

Komunikasi dalam organisasi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi, maka komunikasi dalam organisasi selain ikut andil membangun iklim organisasi juga ikut membangun budaya organisasi.

2.2.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi

Fungsi komunikasi dalam sebuah organisasi sangat besar. Komunikasi didalam sebuah organisasi pada umumnya yaitu sebuah hal yang sangat penting, khususnya bagi para manajer. Para manajer menggunakan sebagian besar waktunya untuk mengkomunikasikan kegiatan organisasi mereka. Komunikasi yang efisien adalah alat kunci untuk penerapan fungsi komunikasi organisasi guna mencapai tujuan perusahaan. Untuk tujuan inilah, maka pihak manajemen diharuskan untuk memperjelas jenis-jenis komunikasi yang akan digunakan. Conrad dalam Tubbs dan Moss juga mengidentifikasi tiga fungsi utama dalam komunikasi organisasi, ia mengatakan :

“Fungsi komunikasi organisasi merupakan hal yang sangat penting dimana fungsi ini memiliki tujuan agar kegiatan harian organisasi tersebut tetap berlangsung sebagaimana mestinya. Ketiga fungsi utama tersebut yaitu fungsi perintah, fungsi relasional, dan fungsi manajemen ambigu”. (2009:121).

Penjelasan mengenai ketiga fungsi tersebut, yaitu :

1. Fungsi perintah berkenaan dengan anggota-anggota organisasi yang mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah. Tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.
2. Fungsi relasional berkenaan dengan komunikasi memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan (job

performance) dalam berbagai cara. Misalnya: kepuasan kerja; aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hirarki organisasional, dan tingkat pelaksanaan perintah. Pentingnya dalam hubungan antarpersona yang baik lebih terasa dalam pekerjaan ketika anda merasa bahwa banyak hubungan yang perlu dilakukan yang tidak anda pilih, tetapi diharuskan oleh lingkungan organisasi, sehingga hubungan menjadi kurang stabil, lebih memacu konflik, kurang ditaati, dan sebagainya.

3. Fungsi manajemen ambigu berkenaan dengan pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu. Misal: motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan mempengaruhi rekan kerja dan organisasi, demikian juga diri sendiri. tujuan organisasi tidak jelas dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut adanya pilihan tersebut mungkin tidak jelas. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (ambiguity) yang melekat dalam organisasi.

Berdasarkan fungsi komunikasi itu, maka komunikasi memegang peranan penting di suatu organisasi dalam mencapai tujuannya masing-masing, karena komunikasi adalah faktor yang terpenting dalam menunjang semua kegiatan dalam sebuah organisasi.

2.2.3.3 Hambatan Dalam Komunikasi Organisasi

Komunikasi dalam organisasi tidak selamanya berjalan dengan mulus dan lancar seperti yang diharapkan. Seringkali dijumpai dalam suatu organisasi terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi. (Redding dalam Masmuh, 2005 : 80-82) meringkas beberapa hambatan komunikasi sebagai berikut :

a. Penyaringan (*Filtering*)

Hambatan ini merupakan komunikasi yang dimanipulasikan oleh si pengirim pesan sehingga tampak lebih bersifat menyenangkan si penerima pesan. Komunikasi semacam ini dapat berakibat buruk bagi organisasi, karena jika informasinya dijadikan dasar pengambilan keputusan, maka keputusan yang kelak akan dihasilkan berkualitas rendah dan salah.

b. Persepsi Selektif

Hambatan ini merupakan keadaan dimana si penerima pesan didalam proses komunikasi melihat dan mendengar atas dasar keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri-ciri pribadi lainnya. Jadi, boleh jadi tidak sama dengan apa yang dilihat dan didengar oleh orang lain, dalam hal cara menafsirkan pesan-pesan tadi, maka pengalaman, pendidikan, pengetahuan, dan budaya akan ikut menentukan. Oleh karenanya persepsi yang

demikian ini dapat menjadi penghambat bagi komunikasi yang efektif.

c. Perasaan

Hambatan ini merupakan bagaimana perasaan penerima pada saat dia menerima pesan komunikasi akan mempengaruhi cara dia menginterpretasikan pesan. Pesan yang sama yang diterima oleh seseorang disaat sedang marah akan berbeda penafsirannya jika dia menerima pesan itu dalam keadaan normal.

d. Pemaknaan Bahasa

Kata-kata memiliki makna yang berbeda antara seseorang dengan orang lain. Umur, pendidikan, lingkungan kerja dan budaya adalah hal-hal yang secara nyata dapat mempengaruhi bahasa yang dipakai oleh seseorang, atau definisi yang dilekatkan pada suatu kata.

2.2.3.4 Dimensi-Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi

Menurut Frank Jefkins dalam buku Public Relations terjemahan Haris Munandar mengatakan bahwa “Dimensi komunikasi dalam organisasi terbagi menjadi dua yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal” (2008:172). Penjelesannya sebagai berikut :

1. Komunikasi Internal Organisasi

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan, antara sesama bawahan, dan sebagainya. Proses komunikasi

internal ini bisa berujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder (menggunakan media nirmassa). Komunikasi internal ini lazim dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. **Komunikasi vertikal**, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, dan lain-lain kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan sebagainya kepada pimpinan.
- b. **Komunikasi horizontal atau lateral**, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

2. Komunikasi Eksternal Organisasi

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak di luar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat dari pada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja. Komunikasi eksternal terdiri dari jalur secara timbal balik :

a. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak.

Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti: majalah organisasi, *press release*, artikel surat kabar atau majalah, pidato radio, *film documenter*, brosur, *leaflet*, poster, konferensi pers.

b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi.

Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

2.2.3.5 Hubungan Gaya Komunikasi Dengan Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi yang diantaranya terdapat pimpinan dan bawahan tentunya memiliki peranan yang sangat kuat di dalam

menjalankan fungsi dari organisasi tersebut. Gaya komunikasi seorang pimpinan tentu sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu organisasi.

Frank Jefkins terjemahan Haris Munandar mengatakan :

“Pemimpin organisasi sebagai komunikator harus memilih salah satu dari berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi itu dilancarkan”. (2008:183)

Dalam penelitian ini gaya komunikasi dalam komunikasi organisasi yaitu gaya komunikator dalam penyampaian pesan bagi organisasi yang umumnya berkaitan dengan pembahasan tentang struktur dan fungsi organisasi, arahan kepada bawahan, pemberian perintah, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi haruslah disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi itu dilancarkan. Untuk gaya komunikasi organisasi disini yaitu bagaimana perilaku para pimpinan atau para manager suatu organisasi dalam menyampaikan pesan – pesan yang ingin disampaikan kepada para bawahan / karyawannya dengan gaya bahasa, adat istiadat, tingkat pendidikan, dan wawasan yang dimilikinya agar mampu menarik perhatian dari bawahannya kepada mereka.

2.2.4 Tinjauan Tentang Ketertarikan

2.2.4.1 Pengertian Ketertarikan

Ketertarikan memiliki arti suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Dalam

belajar diperlukan suatu pemusatan perhatian agar apa yang dipelajari dapat dipahami. Sehingga siswa dapat melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak dapat dilakukan. Terjadilah suatu perubahan kelakuan. Perubahan kelakuan ini meliputi seluruh pribadi siswa; baik kognitif, psikomotor maupun afektif. W. S Winkel mengatakan bahwa “Minat dapat berarti kecondongan yang sedikit menetap agar merasa terkesan pada beberapa bidang tertentu dan merasa bahagia menggeluti dalam bidang itu”. (2002:8). Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat didorong oleh adanya motivasi sosial yaitu mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada sedangkan faktor emosional memperlihatkan ukuran intensitas seseorang dalam menanam perhatian terhadap suatu kegiatan atau obyek tertentu. Ketertarikan pada dasarnya adalah suatu rasa lebih suka dan rasa minat pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.

Ketertarikan pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar ketertarikan. Ketertarikan dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, minat, perhatian, gairah dan keinginan dan kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya.

Ketertarikan merupakan aspek psikis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau meminati terhadap sesuatu dan mampu

mempengaruhi tindakan orang tersebut. Ketertarikan mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang mempunyai ketertarikan pada suatu obyek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memperhatikan perhatian yang besar terhadap obyek.

Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahu dan mempelajari obyek tersebut. Untuk meningkatkan ketertarikan, maka proses pembelajaran dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan siswa bekerja dan mengalami apa yang ada di lingkungan secara berorganisasi. Di dalam organisasi tersebut terjadi suatu interaksi antar siswa yang juga dapat menumbuhkan minat terhadap kegiatan tersebut.

2.2.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ketertarikan

Ketertarikan pada seseorang akan suatu obyek atau hal tertentu tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Ketertarikan dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka ketertarikan tersebut dapat berkembang. Banyak faktor yang mempengaruhi ketertarikan seseorang akan hal tertentu. Menurut Johanes yang dikutip oleh Bimo Walgito menyatakan bahwa

“Ketertarikan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu Ketertarikan intrinsik dan ekstrinsik. Ketertarikan intrinsik adalah ketertarikan yang timbulnya dari dalam individu sendiri tanpa pengaruh dari luar”.(2001:35).

Ketertarikan ekstrinsik adalah ketertarikan yang timbul karena pengaruh dari luar”. Berdasarkan pendapat ini maka minat intrinsik dapat timbul karena pengaruh sikap. Persepsi, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan termasuk juga harapan bekerja. Sedangkan Ketertarikan ekstrinsik dapat timbul karena pengaruh latar belakang status sosial ekonomi orang tua, minat orang tua, informasi, lingkungan dan sebagainya.

2.2.5 Tinjauan Tentang Teori Kepemimpinan

Menurut Sondang P Siagian dalam bukunya Organisasi kepemimpinan (2002:78-80) menyebutkan bahwa ada 3 teori kepemimpinan seperti di bawah ini :

1. Teori Sifat

Teori ini bertolak dari dasar pemikiran bahwa keberhasilan seorang pemimpin ditentukan oleh sifat-sifat, perangai atau ciri-ciri yang dimiliki pemimpin itu. Atas dasar pemikiran tersebut timbul anggapan bahwa untuk menjadi seorang pemimpin yang berhasil, sangat ditentukan oleh kemampuan pribadi pemimpin. Dan kemampuan pribadi yang dimaksud adalah kualitas seseorang dengan berbagai sifat, perangai atau ciri-ciri di dalamnya.

2. Teori Perilaku

Dasar pemikiran teori ini adalah kepemimpinan merupakan perilaku seorang individu ketika melakukan kegiatan pengarahan suatu organisasi ke arah pencapaian tujuan. Perilaku manusia tidak lepas

dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungannya. Perilaku itu di dorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu berperilaku.

3. Teori Situasional

Keberhasilan seorang pemimpin menurut teori situasional ditentukan oleh ciri kepemimpinan dengan perilaku tertentu yang disesuaikan dengan tuntutan situasi kepemimpinan dan situasi organisasional yang dihadapi dengan memperhitungkan faktor waktu dan ruang. Faktor situasional yang berpengaruh terhadap gaya kepemimpinan tertentu. Iklim yang terdapat dalam organisasi. Efektivitas kepemimpinan seseorang ditentukan oleh kemampuan “membaca” situasi yang dihadapi dan menyesuaikan gaya kepemimpinannya agar cocok dengan dan mampu memenuhi tuntutan situasi tersebut. Penyesuaian gaya kepemimpinan dimaksud adalah kemampuan menentukan ciri kepemimpinan dan perilaku tertentu karena tuntutan situasi tertentu.

2.2.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.2.6.1 Pengertian Komunikasi Verbal

Hardjana dalam buku komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal mengemukakan bahwa :

“Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tertulis. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih”. (2003:76).

Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal Hardjana mengatakan bahwa :

“Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu organisasi atau organisasi. Bahasa juga mempunyai tiga fungsi yaitu penamaan (naming atau labeling), interaksi, dan transmisi informasi”. (2003:78).

Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

2.2.6.2 Unsur – Unsur Dalam Komunikasi Verbal

Menurut Prof. Dr. H. Hafied Cangara, dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan bahwa :

“Terdapat beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal. Pertama : bahasa, yang sangat umum dipergunakan ketika berinteraksi dengan orang lain. Kedua : kata, kata disini melambangkan, menjelaskan, dan menggambarkan bahasa tadi”. (Hafied, 2007:99).

Penjelasannya yaitu sebagai berikut

1. Bahasa

Pada dasarnya bahasa adalah suatu system lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi

verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa verbal entah lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. Bahasa suatu bangsa atau suku berasal dari interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain.

2. Kata

Kata merupakan lambang terkecil dalam bahasa. melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang ketika seseorang berinteraksi.

2.2.7 Tinjauan Tentang Komunikasi NonVerbal

2.2.7.1 Pengertian Komunikasi NonVerbal

Komunikasi NonVerbal pada umumnya merupakan proses komunikasi dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata kata. Contoh komunikasi NonVerbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, dan potongan rambut. Selain itu juga komunikasi NonVerbal terdapat simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Para ahli di bidang komunikasi NonVerbal biasanya menggunakan definisi "tidak menggunakan kata" dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi NonVerbal dengan

komunikasi non lisan. Contohnya, bahasa isyarat dan tulisan tidak dianggap sebagai komunikasi NonVerbal karena menggunakan kata, sedangkan intonasi dan gaya berbicara tergolong sebagai komunikasi NonVerbal.

Sebagaimana menurut Albert Mehrabian (1981) didalam bukunya "*Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes*" yang dikutip dalam buku Sendjaja, menegaskan : "Hasil penelitiannya bahwa makna setiap pesan komunikasi dihasilkan dari fungsi-fungsi : 7% pernyataan verbal, 38% bentuk vokal, dan 55% ekspresi wajah". (Sendjaja, 2004:6.1).

Pengertian komunikasi NonVerbal semacam "evaluasi" atau sesuatu yang sulit dipahami. Hal ini bisa dimengerti, karena komunikasi NonVerbal menyangkut "rasa" atau "emosi". Komunikasi NonVerbal pada umumnya merupakan bagian dari sifat komunikasi yang menjadi penyelaras dari proses komunikasi setiap manusia, karena dalam kesehariannya manusia tidak hanya menggunakan lisan saja dalam berkomunikasi melainkan dalam simbol yang dapat memberikan isyarat-isyarat kepada komunikannya.

2.2.7.2 Karakteristik Komunikasi NonVerbal

Meskipun seringkali komunikasi verbal dan komunikasi NonVerbal dilakukan secara bersamaan, namun komunikasi NonVerbal nampak berbeda dari komunikasi verbal. Menurut Desler dalam buku Human

Resource Management Komunikasi NonVerbal memiliki karakteristik yaitu:

“1) Komunikasi NonVerbal memiliki saluran lebih dari satu dan dapat dilakukan secara bersamaan pada waktu yang sama. 2) Komunikasi NonVerbal bersifat analog dan berkelanjutan. Analog yang dimaksudkan adalah dapat diukur dan lebih banyak menggunakan jasmani. Kebanyakan orang lebih cenderung menggabungkan gerakan wajah. 3) Komunikasi NonVerbal sangat ideal untuk mengekspresikan emosi”. (2005:105).

Komunikasi NonVerbal mungkin akan lebih sulit untuk dipahami. Pada umumnya ada tiga sebab komunikasi NonVerbal sulit untuk dipahami: pertama, seseorang menggunakan kode NonVerbal yang sama untuk mengkomunikasikan berbagai makna. Kedua, seseorang menggunakan berbagai macam kode NonVerbal untuk menjelaskan satu makna. Ketiga, tiap orang memiliki penafsiran berbeda untuk memaknai komunikasi NonVerbal.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sendiri sebagai landasan pemikiran peneliti yang melatar belakangi penelitian ini. Adapaun sudut pandang pemikiran dan teori yang memberikan arahan dan patokan bagi peneliti untuk dapat memahami serta mendeskripsikannya dari sebuah gaya komunikasi dirigen PERSIB dalam menciptakan ketertarikan bobotoh PERSIB melalui studi deskriptif kualitatif.

Komunikasi sangat berperan pada kehidupan, komunikasi ada dalam setiap aktivitas manusia. Bentuknya bisa berupa tulisan, lisan, gambar, isyarat, kata-kata yang dicetak. Menurut paradigma Lasswell, di jelaskan bahwa dalam upaya memahami komunikasi harus dapat menjawab lima unsur komunikasi, yakni

komunikator, pesan, media dan efek. Berdasarkan lima unsur tersebut, persepsi komunikasi menurut Laswell adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang akan menimbulkan efek tertentu. Begitupun dengan komunikasi organisasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi dalam suatu pengantar komunikasi organisasi adalah :

” Organisasi adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari organisasi tersebut. Organisasi ini misalnya keluarga, organisasi diskusi, organisasi pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi organisasi biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh organisasi kecil.”(2005:74).

Komunikasi dalam sebuah organisasi juga terdapat komunikator dan komunikan seperti yang peneliti ambil yaitu komunikasi antara dirigen PERSIB dengan bobotoh PERSIB. Komunikasi yang berhasil mencapai tujuan pesan yang disampaikan diantara keduanya akan sangat dibutuhkan ketika sebuah pertandingan sepak bola khususnya PERSIB Bandung sedang berlangsung. Karna dari kebiasaan atau kegiatan yang mereka lakukan menjadi sebuah penyemangat untuk para pemain di lapangan. Ketertarikan yang tinggi dari para bobotoh terhadap arahan seorang dirigen PERSIB akan membuat bobotoh tidak merasa bosan untuk datang ke stadion karena banyak hal yang diciptakan oleh seorang Dirigen bahkan kejutan tak terduga di buat oleh seorang Dirigen bak itu dari nyayian, koreografi, tarian yang membuat suasana di stadion semakin meriah.

Komunikasi organisasi merupakan dasar semua interaksi manusia dan untuk semua fungsi organisasi. Setiap organisasi harus menerima dan menggunakan informasi dan proses-proses yang terjadi melalui komunikasi.

Eksistensi organisasi tergantung pada komunikasi, pada pertukaran informasi dan meneruskan (*transmitting*) arti komunikasi. Komunikasi organisasi (*group communication*) termasuk komunikasi tatap muka (*face to face*) karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat.

Komunikasi organisasi melibatkan dua atau lebih individu yang secara fisik berdekatan dan yang menyampaikan serta menjawab pesan-pesan baik secara verbal maupun nonverbal. Organisasi adalah kumpulan orang-orang yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi. Atau dengan kata lain, organisasi adalah kumpulan orang yang saling berinteraksi, interdependen. (saling tergantung antara satu dengan yang lainnya), dan berada bersama-sama untuk mencapai tujuan yang sama. Dua faktor utama yang mengarahkan pilihan tersebut adalah kedekatandan kesamaan.

a. Keadaan

Pengaruh tingkat kedekatan, atau kedekatan geografis, terhadap keterlibatan seseorang dalam sebuah organisasi tidak bisa diukur. Kita membentuk organisasi bermain dengan orang-orang di sekitar kita. Kita bergabung dengan organisasi kegiatan sosial lokal. Organisasi tersusun atas individu-individu yang saling berinteraksi. Semakin dekat jarak geografis antara dua orang, semakin mungkin mereka saling melihat, berbicara, dan bersosialisasi. Singkatnya, kedekatan fisik meningkatkan peluang interaksi dan bentuk kegiatan bersama yang memungkinkan terbentuknya organisasi sosial. Jadi, kedekatan menumbuhkan interaksi,

yang memainkan peran penting terhadap terbentuknya organisasi pertemanan.

b. Kebersamaan

Pembentukan organisasi tidak hanya tergantung pada kedekatan fisik, tetapi juga kesamaan diantara anggota-anggotanya. Sudah menjadi kebiasaan, orang lebih suka berhubungan dengan orang yang memiliki kesamaan dengan dirinya. Kesamaan yang dimaksud adalah kesamaan minat, kepercayaan, nilai, usia, tingkat intelegensi, dan karakter-karakter personal lain.

Sama halnya dengan para bobotoh PERSIB, adanya keadaan juga kebersamaan yang mereka ciptakan membuat seorang dirigen PERSIB itu sangat dibutuhkan oleh mereka karena ketertarikan yang sama akan membuat suatu hal yang mereka minati mendapatkan tujuan yang diinginkan. Semua hal tersebut di dukung dengan adanya gaya komunikasi yang digunakan oleh Dirigen tersebut. Gaya komunikasi masuk dalam bagian dari kegiatan komunikasi secara umum. Gaya komunikasi pada umumnya adalah sekumpulan perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan respon dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan.

Gaya komunikasi dari seorang dirigen PERSIB yang sudah peneliti jelaskan sebelumnya bahwa gaya komunikasi yang digunakan/diterapkan oleh seorang dirigen PERSIB biasanya dalam mengoordinasikan seluruh tanggung jawab di depan para bobotoh viking. Hal ini akan menjadikan

tujuan sebuah organisasi yang ingin dicapai bisa dikatakan akan mampu menempuh ke dalam titik keberhasilan. Semua ini terjadi apabila gaya komunikasi seorang dirigen PERSIB tersebut mampu menyesuaikan dengan karakter masing-masing bobotohnya. Karena, apabila gaya komunikasi seorang dirigen PERSIB hanya mengandalkan gaya ciri khas mereka tanpa melihat bahwa setiap manusia memiliki karakter sifat juga sikap yang berbeda dalam menerima pesan, hal ini akan mempersulit bagaimana me-manage mereka untuk menyelesaikan visi & misi sebuah organisasi. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Buku Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi terdapat enam Gaya Komunikasi, yaitu : “*Gaya komunikasi The Controlling Style, The Equalitarian Style, The Structuring Style The Dynamic Style, The Relinquishing Style, dan The Withdrawal Style*”. (Tubbs dan Moss dalam Rohim, 2009: 115-116)

Gaya komunikasi pada seorang dirigen PERSIB yang sangat berperan aktif dalam mengarahkan juga mengoordinasikan seluruh kegiatan yang ada di stadion akan sangat mempengaruhi peningkatank etertarikan para bobotoh untuk tetap daang ke stadion, karena apa yang seorang dirigen PERSIB terapkan nanti nya yang akan menjadi ciri khas tersendiri. Pada dasarnya dari keenam gaya komunikasi di atas, masing – masing pada umumnya memiliki esensi yang berbeda–beda, masing-masing juga dibantu dengan adanya komunikasi verbal dan NonVerbal yang sesuai dengan realitas kepribadian seseorang dirigen PERSIB dalam

sebuah organisasi pada umumnya, seperti yang peneliti akan teliti yaitu gaya komunikasi seorang dirigen PERSIB untuk menciptakan ketertarikan para bobotoh Viking PERSIB. Adanya jenis – jenis gaya komunikasi tersebut nantinya peneliti akan mengetahui apa saja gaya komunikasi yang ada di dalam diri seorang Dirigen PERSIB dalam menciptakan sebuah ketertarikan melalui komunikasi verbal dan NonVerbal.

Penelitian ini peneliti ingin mengetahui, dan mengamati bagaimana gaya komunikasi Dirigen PERSIB dalam menciptakan ketertarikan bobotoh Viking PERSIB. Sebagaimana yang telah dijelaskan mengenai perumusan gaya komunikasi dirigen PERSIB, peneliti merumuskan menjadi dua perumusan yaitu komunikasi verbal dan NonVerbal yang mewakili enam gaya komunikasi di atas, dan peneliti melihat dua perumusan tersebut dari masing-masing pengertian enam gaya komunikasi yang memang mencakup dua perumusan tersebut dimana macam-macam gaya komunikasi memiliki beberapa jenis perbedaan, yang nantinya peneliti bisa melihat gaya komunikasi seperti apa yang digunakan oleh Dirigen PERSIB kepada bobotohnya. Selain keenam gaya komunikasi di atas, peneliti kaitkan juga melihat komunikasi verbal dan NonVerbal yang digunakan dalam mendasari penelitian ini yaitu menurut Kaplan dan Norton : “Gaya komunikasi adalah interaksi yang dilakukan oleh seseorang secara verbal maupun NonVerbal, atau ciri khas seseorang dalam mempersepsikan dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain”. (2000:154).

Gaya komunikasi menurut mereka dapat dilihat dari komunikasi verbal dan NonVerbal. Sebenarnya melihat dari beberapa enam gaya komunikasi yang disebutkan Rohim di atas, dari sisi pengertiannya gaya komunikasi verbal dan NonVerbal ini bisa dilihat seperti ketika seorang dirigen PERSIB memberi perintah kepada bobotohnya, mengatur perilaku bobotoh, mampu membina hubungan yang baik dengan bobotoh, mampu mengkoordinir dengan baik dan dirigen PERSIB memperlihatkan koreografi yang berbeda-beda di setiap pertandingan. Maka dari sinilah peneliti mengambil komunikasi verbal dan NonVerbal sebagai perumusan yang akan di teliti. Berikut perumusan ketiga mikro yang peneliti ambil :

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang NonVerbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan. Hardjana dalam buku komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal mengemukakan bahwa : “Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tertulis. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih”. (2003:76).

Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan

perasaan, emosi, pemikiran atau gagasan, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, juga saling berdebat. Khususnya dalam sebuah perusahaan, komunikasi verbal antara atasan dengan bawahan menjadi sesuatu yang sangat penting, dimana komunikasi verbal menjadi komunikasi sehari-hari dalam berinteraksi dalam organisasi. Selain hal itu juga karena di dalamnya terdapat interaksi yang lebih intens, banyak memiliki fungsi untuk menunjang tujuan yang ingin dicapai, untuk memberi arahan, memberi perintah, mengkomunikasikan tanggung jawab pekerjaan guna tercapainya tujuan perusahaan, dan sebagainya.

Jika melihat dari komunikasi verbal peneliti kaitkan dengan gaya komunikasi jelas keduanya saling berkaitan, karena komunikasi verbal adalah komunikasi yang dipakai saat berada di stadion guna memerintahkan seluruh arahan yang harus bobotoh ikuti. Dalam komunikasi verbal seorang dirigen PERSIB ditunjang juga dengan bahasa yang digunakan, karena bahasa menjadi hal yang sangat penting agar bobotoh memahami apa yang dikomunikasikan/isi pesan yang disampaikan sehingga takkan ada *miscommunication* diantara keduanya. Adanya komunikasi verbal ini peneliti ingin mengetahui gaya komunikasi verbal seperti apa yang Dirigen PERSIB gunakan dalam menciptakan ketertarikan bobotoh PERSIB.

b. Komunikasi NonVerbal

Kehidupan manusia tak luput dari komunikasi baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi nonverbal berupa lambang-lambang seperti gestur (gerak tangan, kaki, gerak tubuh, intonasi suara atau bagian lainnya dari tubuh). Sebagaimana menurut Albert Mehrabian (1981) didalam bukunya "*Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes*" yang dikutip dalam buku Sendjaja, menegaskan: "Hasil penelitiannya bahwa makna setiap pesan komunikasi dihasilkan dari fungsi-fungsi : 7% pernyataan verbal, 38% bentuk vokal, dan 55% ekspresi wajah. (Sendjaja, 2004:6.1)".

Dengan demikian kode-kode nonverbal merupakan aspek penting dalam komunikasi manusia. Pengertian komunikasi nonverbal adalah semacam "evaluasi" atau sesuatu yang sulit dipahami. Hal ini bisa dimengerti, karena komunikasi nonverbal menyangkut "rasa" atau "emosi". Komunikasi nonverbal pada umumnya merupakan bagian dari sifat komunikasi yang menjadi penyelaras dari proses komunikasi setiap manusia, karena dalam kesehariannya manusia tidak hanya menggunakan lisan saja dalam berkomunikasi melainkan dalam simbol yang dapat memberikan isyarat-isyarat kepada komunikannya. Sendjaja melanjutkan bahwa terdapat jenis – jenis komunikasi NonVerbal yaitu:

“Adapun jenis-jenis komunikasi nonverbal dibagi kedalam lima organisasi, yaitu : Komunikasi Tubuh(Ekspresi Wajah,

Komunikasi Mata, Komunikasi Sentuhan), Komunikasi Jarak (Teritorial, Estetika dan Warna), Diam (Memberi Kesempatan Berpikir, Mencegah komunikasi, Mengkomunikasi perasaan)". (Sendjaja, 2004 121).

Melihat beberapa penjelasan di atas mengenai komunikasi NonVerbal jika dikaitkan dengan gaya komunikasi, peneliti melihat kembali dengan pengertian-pengertian dari macam-macam gaya komunikasi yang ada dari seorang dirigen PERSIB bahwa gaya komunikasi mereka memang tak selamanya komunikasi verbal, komunikasi NonVerbal pun sangat menunjang dalam setiap interaksi yang mereka gunakan. Dengan jenis jenis komunikasi NonVerbal di atas seorang dirigen PERSIB khususnya, didasari dengan jenis yang ada di dalamnya untuk membantu menghasilkan komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi antara dirigen dengan bobotoh. Maka dari itu peneliti memakai komunikasi verbal dan NonVerbal sebagai mikro dari penelitian agar peneliti mengetahui gaya komunikasi apa saja yang di dalamnya terdapat komunikasi verbal dan NonVerbal.

Melalui Dirigen Persib di atas penelti ingin melihat gaya komunikasi dari verbal dan NonVerbal seperti apa yang digunakan oleh seorang dirigen PERSIB dalam menciptakan ketertarikan di setiap pertandingan. Maka dari itu seorang dirigen PERSIB harus mampu memahami, dan mengaplikasikan apa yang mereka dapat dari gaya komunikasi verbal dan NonVerbal dirigen PERSIB dalam menjalankan tanggung jawab mereka sesuai tujuan yang ingin

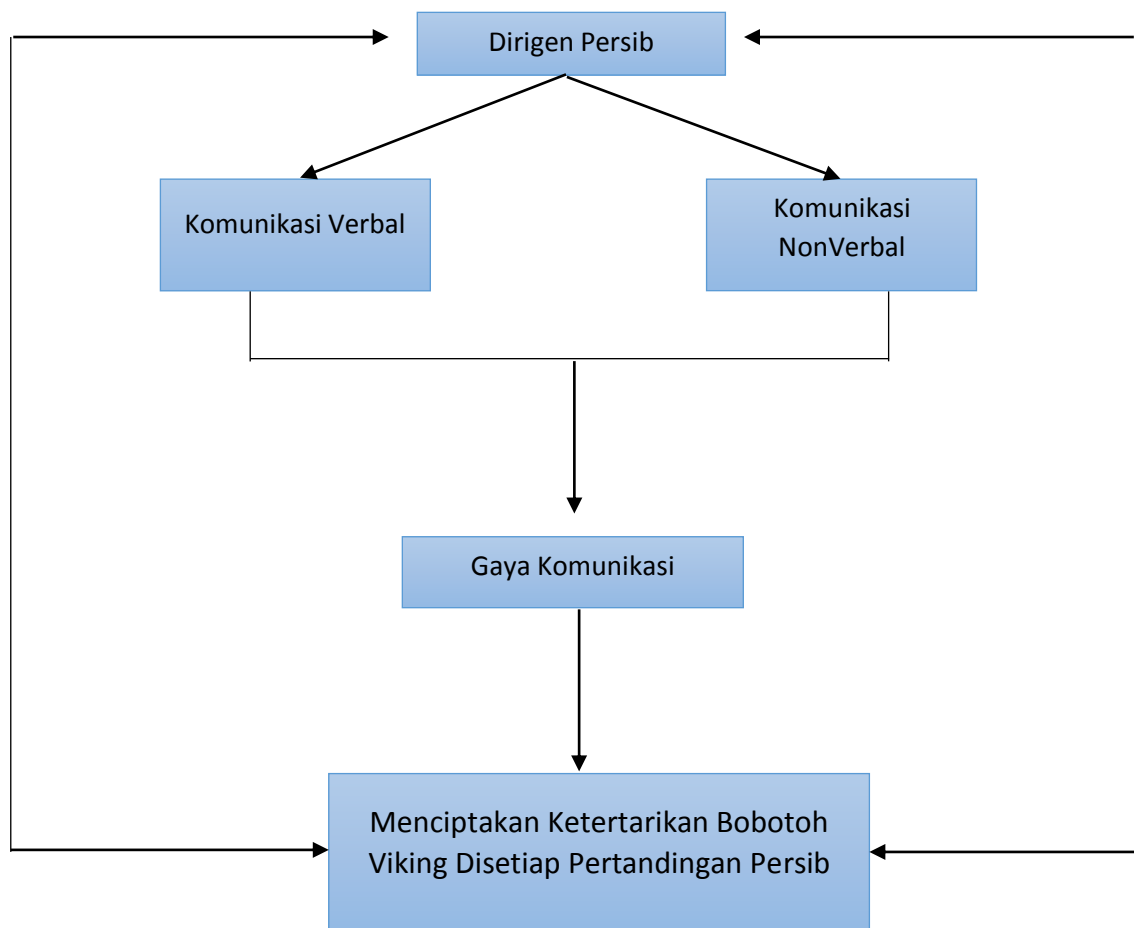
dicapai sehingga ketertarikan para bobotoh semakin meningkat. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti tidak hanya memiliki tujuan untuk mengulas gaya komunikasi dirigen PERSIB dalam menciptakan ketertarikan bobotoh. Tetapi, peneliti juga mengamati seperti apa gaya komunikasi dari seorang dirigen PERSIB dengan komunikasi verbal, dan komunikasi NonVerbal saat melakukan proses memberi arahan, mengatur perilaku bobotoh, dan sebagainya yang sudah peneliti jelaskan di atas agar tercapainya sebuah tujuan. Hal ini yang akan menjadi dasar peneliti agar nantinya mengetahui gaya komunikasi apa saja yang dipakai dirigen PERSIB kepada bobotoh. Peneliti juga menilai bahwa gaya komunikasi yang dipakai oleh dirigen memiliki teori kepemimpinan yang dipakai, menurut peneliti teori kepemimpinan yang dipakai oleh dirigen Viking adalah teori perilaku. Teori ini bertolak dari dasar pemikiran bahwa keberhasilan seorang pemimpin ditentukan oleh sifat-sifat, perangai atau ciri-ciri yang dimiliki pemimpin itu. Atas dasar pemikiran tersebut timbul anggapan bahwa untuk menjadi seorang dirigen yang berhasil, sangat ditentukan oleh kemampuan pribadinya menjadi pemimpin di lapangan dimana dirinya berinteraksi dengan ribuan orang itu tidak mudah, dan kemampuan pribadi yang dimaksud adalah kualitas seseorang dengan berbagai sifat, atau ciri-ciri di dalamnya. Karena tidak mudah menjadi

seorang dirigen bobotoh dengan berbagai macam tantangannya yang ditemui di lapangan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti membuat alur peneliti sebagai berikut :

Gambar 2.1

Kerangka pemikiran peneliti



Sumber Peneliti 2018