

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Adapun tinjauan pustaka yang peneliti lakukan untuk melengkapi penelitian ini dilakukan dengan berbagai aspek tinjauan. Ini dilakukan guna menambah ilmu dan melengkapi penelitian yang berkaitan dengan Perilaku Komunikasi Pegawai *Fashion Brand Mango* dalam Memberikan Pelayanan kepada Konsumen di Mall PVJ Bandung.

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan di lakukan peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Berikut ini peneliti mengangkat beberapa hasil penelitian terdahulu yang sejenis yang dianggap relevan dengan penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 2.1
Tinjauan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Nurul Fadjari Hastono	Michigan Reo Ganoval	Ria Dwi Mutiara
Tahun	2011	2014	2013
Universitas	Universitas Padjajaran	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
Judul	Perilaku Komunikasi Mahasiswa Dalam Situs Jejaring Sosial Twitter.	Perilaku Komunikasi Narapidana Wanita	Perilaku Komunikasi sales Promotion Girl Provider XL Axiata
Metode	Kualitatif dengan Studi Deskriptif	Kualitatif dengan Studi Deskriptif	Kualitatif dengan Studi kasus
Tujuan	Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi terjadinya perilaku komunikasi melalui Twitter pada mahasiswa yang mengakses situs tersebut.	Untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Narapidana Wanita di Lembaga Pemasyarakatan Kelas II A Subang. Penelitian ini membahas tentang perilakukomunikasi dilihat dari komunikasi verbal dan komunikasi non verbal yang melatari perilaku komunikasi.	Untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata dalam Memberikan Pelayanan terhadap Konsumen di Dukonsel Kota Bandung.

Hasil

Hasil Penelitian ini adalah Adanya berbagai faktor yang melatarbelakangi terjadinya perilaku komunikasi pada mahasiswa yang mengakses situs tersebut, seperti adanya kebutuhan mencari informasi, adanya fasilitas dan kemudahan internet, dan memiliki waktu luang yang banyak.

Hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Sunda dan Indonesia lebih digunakan “Permisi, Punten”, dan Nama alias “Uwi,ati dan Jenong ”. Sedangkan komunikasi non verbal berupa bahasa tubuh terdapat perhatian khusus mencubit pipi dan dagu dan ekspresi wajah terlihat bahagia dan kontak mata yang menandakan ingin diperhatikan lebih.

Hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Sunda pada waktu tertentu, dan salam “Selamat datang di XL Axiata”. Sedangkan komunikasi non verbal berupa bahasa tubuh terdapat gerakan tangan dan kepala, ekspresi wajah dan kontak mata. Dan yang terakhir adanya motif alasan menjadi SPG dan motif tujuan menjadi SPG dalam membentuk perilaku komunikasi dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen berupa penggunaan bahasa Indonesia serta sesekali berbahasa Sunda, penggunaan salam sambutan berupa “Selamat datang di XL Axiata”, penggunaan gerakan tangan dan kepala, ekspresi wajah dan kontak mata yang ditunjukkan, penggunaan seragam berlogo XL Axiata, beberapa karakter fisik yang dimilikinya. Dan yang terakhir adalah adanya motif masa lalu yang berasal dari pengalaman dan ajakan teman serta motif masa depan untuk mendapatkan uang dan bentuk tanggungjawab terhadap perusahaan..

Perbandingan	Perbedaan dengan Penelitian ini adalah dimana Perilaku Komunikasi pada penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah perilaku komunikasi dilakukan di dalam lapangan, sehingga hasil dari penelitian akan memperlihatkan hasil yang berbeda dengan peneliti.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada sub fokus yang diteliti. Peneliti memilih sub fokus komunikasi verbal, komunikasi Non Verbal dan Hambatan
---------------------	---	--	---

Sumber : Peneliti 2018

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2005:42). Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Selain itu komunikasi diartikan pula sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan atau dapat diartikan bahwa komunikasi adalah saling menukar pikiran atau pendapat. Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl .I. Hovland yang

dikutip oleh Onong Uchjana Effendy mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

“The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicates).” (Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan). (Effendy, 2006: 49)

Sedangkan menurut Gerald A Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

“In the main, communication has as its central interest those behavioral situations in which a source transmits a message to a receiver(s) with conscious intent to affect the latter's behavior”. (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan suatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Effendy, 2006: 49).

Berdasarkan dari definisi di atas, dapat dijabarkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) kepada orang lain (komunikan) bukan hanya sekedar memberi tahu, tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (mengubah perilaku orang lain). Dengan demikian jelaslah bahwa komunikasi memungkinkan manusia untuk mengemukakan ide-ide atau gagasan, perasaan dan sikap. Selain itu manusia dapat pula mengetahui ide-ide perasaan dan sikap individu lainnya yang akhirnya terdapat pengertian diantara individu-individu.

2.1.2.2 Komponen Komunikasi

A. *Communicator* (Komunikator)

Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. Komunikator akan menjandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan, ini berarti memformulasikan pikiran dan perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Komunikator yang baik adalah orang yang selalu memperhatikan umpan balik sehingga ia dapat segera mengubah gaya komunikasinya dikala ia mengetahui bahwa umpan balik dari komunikan bersifat negatif.

B. *Message* (Pesan)

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Penyampaian pesan dapat dilakukan secara verbal yakni dengan menggunakan bahasa dan secara non verbal yakni dengan menggunakan alat, isyarat, gambar atau warna untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari komunikan.

C. *Channel* (Media)

Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara

langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan.

D. *Communicant, Receiver* (Komunikator)

Orang yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan akan memberikan umpan balik (*feedback*) terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Umpan balik memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang diutarakan oleh komunikator. Oleh karena itu, umpan balik bisa bersifat positif atau negatif.

E. *Effect* (Efek)

Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator terhadap isi pesan, yang dapat menimbulkan reaksi dari kedua belah pihak.

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan, lebih lanjut diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku.

Menurut Onong Uchjana dalam buku yang berjudul Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, menyebutkan ada beberapa tujuan dalam berkomunikasi, yaitu:

- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
- b. Perubahan Pendapat (*opinion change*)
- c. Perubahan Perilaku (*behavior change*)
- d. Perubahan Sosial (*sosial change*). (Effendy, 2006:8)

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Sedangkan fungsi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

1. Menginformasikan (*to inform*)

Memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide (pikiran dan tingkah laku orang lain), serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educated*)

Komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide-ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi. Pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jika pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.

(Effendy, 1997:36)

2.1.2.5 Prinsip Dasar Komunikasi

Menurut Seiler dalam buku Muhammad Arni yang berjudul Komunikasi Organisasi, untuk dapat memahami hakikat komunikasi, maka perlu mengetahui prinsip dasar dari komunikasi. Adapun prinsip dasar komunikasi adalah :

1. Komunikasi adalah suatu proses

Yang dimaksud proses disini adalah suatu kegiatan yang dapat berlangsung secara terus menerus secara berkesinambungan. Tidak ada bentuk yang baku bagi suatu proses, begitu juga dengan komunikasi yang selalu berubah-ubah menuntut variasi dan elemen-elemen yang membentuknya. Dalam komunikasi juga menuntut adanya hasil dari proses tersebut yaitu dengan adanya perubahan.

2. Komunikasi adalah sistem

Proses komunikasi dapat terjadi karena adanya elemen-elemen yang membangun, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan *feel*. Elemen-elemen tersebut saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Jika salah satu elemen tersebut mendapatkan gangguan maka elemen yang lainnya juga mengalami gangguan, hal tersebut akan berdampak pada terganggunya proses.

3. Komunikasi bersifat transaksi dan interaksi

Pada intinya proses komunikasi merupakan transmisi pesan antara komunikator dengan komunikan, hal ini dapat menyebabkan terjadinya transaksi dan berlangsung secara kontinu. Dalam proses ini mendukung untuk terjadinya interaksi antara mereka yang melakukan komunikasi.

4. Komunikasi dapat terjadi disengaja atau tidak disengaja

Komunikasi yang dilakukan secara disengaja dapat terjadi karena pesan yang akan dikirimkan oleh komunikator memiliki tujuan khusus terhadap penerima yang dimaksud. Sedangkan komunikasi dapat terjadi tidak disengaja, tetapi dapat diterima dengan sengaja oleh siapa saja yang saat itu berada dalam jangkauannya. (Arni, 2000: 19-20).

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi secara etimologis atau menurut kata asalnya berasal dari bahasa latin yaitu yang berarti *communication*, yang berarti sama makna mengenai suatu hal. Berlangsungnya proses komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan ataupun kepentingan tertentu. Komunikasi dapat berlangsung apabila ada pesan yang akan disampaikan dan terdapat pula umpan balik dari penerima pesan yang dapat diterima langsung oleh penyampai pesan. Selain itu komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, merubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Dalam komunikasi ini memerlukan adanya hubungan timbal balik antara penyampain pesan dan penerimanya yaitu komunikator dan komunikan. Menurut Menurut Muhammad (dalam Budiamin, 2011) komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai

“Proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan s eorang lainnya atau biasanya diantara dua orang”. Komunikasi interpersonal merupakan salah satu komunikasi yang paling sering dilakukan oleh semua orang dalam hidupnya”. (Budiamin, 2011)

Menurut Joseph A. Devito dalam Onong Uchana Effendy, komunikasi interpersonal adalah:

“Penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.” (Effendy,2003:30).

Beda lagi pendapat menurut Deddy Mulyana, yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah:

“Bentuk kegiatan komunikasi yang kerap dilakukan oleh manusia adalah komunikasi interpersonal yaitu komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun non verbal.”(Mulyana, 2008 : 81)

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dari suatu kelompok manusia kecil dengan berbagai efek dan umpan balik (*feed back*). Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerjasama bisa ditingkatkan maka kita perlu bersikap terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap yang paling memahami, menghargai, dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak. Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Interpersonal

Fungsi komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi interpersonal,

dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasangan hidup. Melalui komunikasi interpersonal juga dapat berusaha membina hubungan baik, sehingga menghindari dan mengatasi terjadinya konflik-konflik yang terjadi. Adapun fungsi lain dari komunikasi interpersonal menurut W.A Widjaja adalah :

1. Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
2. Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk mengetahui lingkungan kita secara baik.
3. Menciptakan dan memelihara hubungan baik antar personal.
4. Mengubah sikap dan perilaku.
5. Bermain dan mencari hiburan dengan berbagai kesenangan pribadi.
6. Membantu orang lain dalam menyelesaikan masalah.
7. Fungsi global dari pada komunikasi antar pribadi adalah menyampaikan pesan yang umpan baliknya diperoleh saat proses komunikasi tersebut berlangsung.

2.1.3.3 Persepektif Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antar pribadi dapat menjadi sangat efektif dan juga bisa menjadi sangat tidak efektif. Konflik yang terjadi dalam sebuah hubungan seperti hubungan rumah tangga menjadikan komunikasi interpersonal berjalan tidak efektif. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan hubungan interpersonal perlu meningkatkan kualitas komunikasi dengan memperbaiki

hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak. Berikut ini terdapat tiga perspektif yang membahas tentang karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif, diantaranya :

1. Perspektif *humanistic*

Perspektif humanistic menekankan pada keterbukaan, empati sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan menciptakan interaksi yang bermakna, jujur, dan memuaskan. Berikut penjabaran yang lebih luas dalam sudut pandang ini.

a) Keterbukaan (*openness*)

Memiliki pengertian bahwa dalam komunikasi antarpribadi yang efektif, individu harus terbuka pada pasangan yang di ajak berinteraksi, kesediaan untuk membuka diri dan memberikan informasi, lalu kesediaan untuk mengakui perasaan dan pikiran yang dimiliki, dan juga mempertanggung jawabkannya. Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerja sama bisa ditingkatkan, maka kita perlu bersikap terbuka

b) Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi atau peranan orang lain. Dalam arti bahwa seseorang secara emosional maupun intelektual mampu memahami apa yang dirasakan dan dialami orang lain.

c) Sikap mendukung (*supportiveness*)

Komunikasi interpersonal akan efektif apabila dalam diri seseorang ada perilaku *supportiveness*. Maksudnya satu dengan yang lainnya saling memberikan dukungan terhadap pesan yang disampaikan. Sikap mendukung adalah sikap yang mengurangi sikap *defensive* dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor personal seperti ketakutan, kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi interpersonal akan gagal, karena orang *defensive* akan lebih banyak melindungi diri sendiri dari ancaman yang ditanggapi dalam komunikasi dibandingkan memahami orang lain.

d) Sikap positif (*positiveness*)

Memiliki perilaku positif yakni berfikir secara positif terhadap diri sendiri dan orang lain.

e) Kesetaraan (*equality*)

Keefektifan komunikasi interpersonal juga ditentukan oleh kesamaan-kesamaan yang dimiliki pelakunya. Seperti nilai, sikap, watak, perilaku, kebiasaan, pengalaman, dan sebagainya.

2. Perspektif pragmatis

Perspektif pragmatis memusatkan pada manajemen dan kesegaran interaksi yang digunakan oleh komunikator melalui perilaku yang spesifik untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Model ini menawarkan lima kualitas efektivitas, yakni :

a) Kepercayaan diri (*confidence*)

Komunikator yang efektif memiliki kepercayaan diri dalam bersosialisai, dimana hal tersebut dapat dilihat pada kemampuannya untuk menghadirkan suasana nyaman pada saat interaksi terjadi pada orang-orang yang merasa gelisah, pemalu, atau khawatir dan membuat mereka merasa lebih nyaman.

b) Kebersatuan (*immediacy*)

Mengacu pada penggabungan antara komunikan dan komunikator, dimana terciptanya rasa kebersamaan dan kesatuan yang mengisyaratkan minat dan perhatian untuk mau mendengarkan.

c) Manajemen interaksi (*interaction management*)

Dalam melakukan suatu komunikasi dapat mengendalikan interaksi untuk kepuasan kedua pihak, sehingga tidak seorangpun merasa diabaikan atau merasa menjadi pihak tokoh yang paling penting. Beberapa cara yang tepat untuk melakukannya adalah dengan menjaga peran sebagai komunikan dan komunikator melalui gerakan mata, ekspresi vocal, gerakan tubuh dan wajah yang sesuai, dan juga dengan saling memberikan kesempatan untuk berbicara. Hal ini merupakan wujud dari sebuah manajemen interaksi.

d) Daya ekspresi (*expressiveness*)

Mengacu pada kemampuan untuk mengkomunikasikan apa yang ingin disampaikan dengan aktif, bukan dengan menarik diri atau melemparkan tanggung jawab kepada orang lain.

e) Orientasi ke pihak lain (*other orientation*)

Dalam hal ini dimaksudkan untuk lebih menyesuaikan diri pada lawan bicara dan mengkomunikasikan perhatian dan minat terhadap apa yang akan dikatakan oleh lawan bicara. Mengkomunikasikan keinginan untuk bekerja sama dalam mencari pemecahan masalah.

3. Perspektif pergaulan sosial

Perspektif pergaulan sosial pada model ekonomi imbalan (*reward*) dan biaya (*cost*). Suatu hubungan diasumsikan sebagai suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan. Ketiga perspektif ini tidak dapat dipisahkan satu persatu, melainkan harus saling melengkapi, karena setiap perspektif tersebut membantu kita untuk dapat memahami komunikasi dalam menyelesaikan konflik sebuah hubungan secara efektif. Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan.

2.1.3.4 Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang biasa dilakukan dalam kegiatan sehari-hari. Menurut Suranto, Jika diamati dengan teliti maka ada beberapa ciri-ciri didalam komunikasi interpersonal, yaitu :

1. Arus pesan dua arah, yang dimana menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar yang dapat memicu pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah.
2. Suasana nonformal. Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana yang nonformal. Apabila komunikasi itu berlangsung antara pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada herarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan.
3. Umpan balik segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh timbal balik atas pesan yang disampaikan kepada komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.
4. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, artinya para pelaku komunikasi saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu.
5. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Para peserta komunikasi berupaya untuk saling meyakinkan dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal. (Suranto, 2011: 14).

2.1.3.5 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Menurut Suranto, setiap komunikasi pasti memiliki tujuannya masing-masing. Sama dengan tujuan komunikasi interpersonal yang diantaranya :

1. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan agar menghindari kesan dari orang lain yang dianggap cuek, dingin dan tertutup.

2. Menemukan diri sendiri

Komunikasi interpersonal dilakukan untuk dapat mengenali karakteristik yang ada didalam diri pribadi berdasarkan informasi yang diberikan oleh orang lain.

3. Menemukan dunia luar

Dengan melakukan komunikasi interpersonal maka mendapatkan kesempatan untuk memperoleh informasi dari orang lain, termasuk informasi yang penting dan aktual.

4. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

Sebagai makhluk sosial, kita harus dapat menjalin hubungan yang baik dengan orang lain. Setiap orang telah banyak meluangkan waktunya untuk melakukan komunikasi interpersonal untuk membangun dan memelihara hubungan yang harmonis.

5. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

Setiap pengalaman yang dialami oleh seseorang dapat memberikan makna tertentu sehingga memungkinkan terjadinya perubahan sikap dan tingkah lakunya

6. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu

Ada kalanya komunikasi interpersonal dilakukan untuk mencari kesenangan. Misalnya berbicara mengenai liburan diakhir pekan, bertukar cerita-cerita lucu, hingga berdiskusi mengenai hal yang sedang terjadi.

7. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Ketika melakukan komunikasi tentunya pernah mengalami salah komunikasi atau *miss communication*. Dengan melakukan komunikasi interpersonal maka hal tersebut dapat diminimalisir karena komunikasi interpersonal sendiri dilakukan pendekatan secara langsung atau bertatap muka.

8. Memberikan bantuan (*konseling*)

Tanpa disengaja seseorang pasti merasakan bahwa dirinya adalah seorang konselor maupun konseli dalam interaksi interpersonal sehari-hari. Misalnya ada seorang teman yang “curhat” kepada sahabatnya mengenai putus cinta. Tujuan melakukan “curhat” adalah untuk mendapatkan solusi yang baik. (Suranto, 2011: 19)

2.1.4 Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi

2.1.4.1 Pengertian Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi merupakan suatu tindakan atau respon seseorang dalam lingkungan dan situasi komunikasinya. Perilaku komunikasi ini dapat diamati melalui kebiasaan komunikasi seseorang, sehingga perilaku komunikasi seseorang akan pula menjadikan kebiasaan pelakunya. Definisi perilaku komunikasi tidak akan terlepas dari pengertian perilaku dan komunikasi. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan yaitu perilaku atau kebiasaan seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu dan untuk memperoleh tujuan tertentu. Kebutuhan manusia akan pengetahuan atau informasi akan memaksa manusia tersebut untuk bergerak mencari tahu tentang rasa kepenasarannya akan suatu hal. Sehingga dalam proses pencarian inilah seorang manusia akan terus bergerak dan mencari sampai rasa haus atau penasaran itu terobati atau terpenuhi. Dalam bentuk komunikasi ini merupakan proses penafsiran seseorang terhadap perilaku lawannya, dapat berbentuk percakapan, gestur tubuh (*body language*), kemudian lawan bicara memberikan respon atau reaksi akan hal itu.

Meninjau pada Kuswarno (2013:103) perilaku komunikasi yaitu penggunaan lambang-lambang komunikasi. Lambang-lambang dalam perilaku komunikasi terdiri dari lambang verbal dan non verbal. Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (*respons*) terhadap

rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab musabab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

Dalam pengertian yang sangat umum, perilaku atau respon dari sesuatu atau sistem apapun dalam hubungan dengan lingkungan atau situasi. (Gould and Kolb, 1984: 245). Perilaku Dalam pengertian yang sangat umum, perilaku menunjukkan tindakan atau respon dari sesuatu atau sistem apapun dalam hubungan dengan lingkungan atau situasi. (Gould and Kolb, 1984: 245). Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan yaitu perilaku atau kebiasaan seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu dan untuk memperoleh tujuan tertentu.

Berdasarkan dari definisi yang telah diungkapkan sebelumnya, perilaku komunikasi diartikan sebagai tindakan atau respon dalam lingkungan dan situasi komunikasi yang ada. Atau dengan kata lain, perilaku komunikasi adalah cara-cara berfikir, berpengetahuan dan berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut seseorang, keluarga, atau masyarakat dalam mencari dan menyebarkan informasi. Perilaku komunikasi juga berarti tindakan responden dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai

saluran yang ada didalam jaringan komunikasi masyarakat. Jika mengikuti pengertian komunikasi dari model-model linier, maka perilaku komunikasi berarti tindakan atau respon terhadap sumber dan pesan. Sedangkan jika mengikuti model-model transaksional, maka komunikasi berarti tindakan seseorang sebagai pelaku komunikasi (komunikator), karena disini komunikasi diartikan sebagai saling berbagi pengalaman. (Tubs and Silvy, 1993: 342)

2.1.4.2 Bentuk Perilaku Komunikasi

- Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon atau aksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.
- Perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. respon terhadap stimulus tersebut jelas dalam bentuk tindakan atau praktek (*practice*).

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.1.5.1 Pengertian Komunikasi Verbal

Menurut M. Hardjana, komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tertulis. Komunikasi ini paling sering digunakan dalam berkomunikasi antar manusia. Melalui kata-kata juga dapat mengungkapkan suatu perasaan, pemikiran, emosi, gagasan atau maksud mereka, dapat menyampaikan fakta, informasi maupun data serta

menjelaskannya, saling bertukar pemikiran dan perasaan, bertengkar dan saling berdebat. dalam komunikasi verbal, penggunaan bahasa merupakan peranan yang penting. (Hardjana, 2003: 22:24)

Ada dua komunikasi verbal yang digunakan yaitu :

1. Bahasa

Komunikasi Verbal atau komunikasi nonverbal, dalam melakukan komunikasi menggunakan bahasa. Pada dasarnya, bahasa merupakan sistem lambang yang digunakan orang untuk saling berbagi makna. Komunikasi verbal disampaikan melalui lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. Sedangkan bahasa nonverbal disampaikan melalui bahasa tubuh yaitu dilihat dari raut wajah, gerak tangan, gerak kepala, tanda, tindakan atau objek. Pada perkembangannya bahasa verbal terus dikembangkan dan disesuaikan agar dapat terus memenuhi kebutuhan zaman.

2. Kata

Kata adalah suatu lambang yang melambangkan atau dapat mewakili suatu hal, entah barang, kejadian, atau keadaan. Makna dalam suatu kata tidak ada pada diri sendiri melainkan pada pikiran orang lain. Tetapi dalam menyampaikan suatu makna akan memiliki arti yang berbeda-beda karena adanya perbedaan budaya, pendidikan dan pengalaman. Perbedaan arti tersebut akan terus bertambah karena dipergunakan pada tempat dan waktu yang berbeda. Arti dari kata yang disampaikan akan berkaitan dengan apa yang dilambangkan. Kata

hanya digunakan sebagai alat untuk mengarahkan, mencatat, mengatur dan menyampaikan pikiran tertentu. Dalam hal ini, kata memiliki dua aspek yaitu lambang dan makna.

Selain itu manusia juga sebagai makhluk social yang sering berinteraksi dan bertukar informasi melalui bahasa dan juga symbol-simbol.

“Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam symbol, baik yang diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alami. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal” (Deddy Mulyana, 2005).

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan (Devito, 2011:51).

2.1.5.2 Kode Verbal

Menurut Haji Hafied Cangara, Kode verbal menggunakan bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat kata yang disusun secara terstruktur sehingga dapat menjadi sebuah kalimat yang mengandung suatu arti. Bahasa sendiri memiliki begitu banyak fungsi, namun sekurangnya ada tiga fungsi yang erat kaitannya untuk dapat menciptakan komunikasi yang efektif. Adapun ketiga fungsi tersebut, yaitu :

1. Untuk mempelajari tentang bagaimana tentang dunia yang ada disekeliling kita.
2. Untuk menjalin hubungan yang baik dengan sesama manusia.
3. Untuk menciptakan suatu ikatan-ikatan dalam kehidupan sesama manusia. (Cangara, 1998: 113)

2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Nonverbal

2.1.6.1 Pengertian Komunikasi Nonverbal

Menurut Manap Solihat, Melly Maulin P, dkk, komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau isyarat. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata yang diucapkan dan secara tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, komunikasi secara verbal maupun nonverbal tidak dapat dipisahkan dalam komunikasi yang dilakukan sehari-hari. (Solihat, dkk, 2015: 49).

2.1.6.2 Klasifikasi Pesan Nonverbal

Dalam klasifikasi yang ada pada pesan nonverbal maka dapat dikelompokkan menjadi sepuluh pesan-pesan nonverbal menurut Jalaluddin Rakhmat, sebagai berikut :

1. Pesan kinesik, yang dimana menggunakan gerakan tubuh. Terdiri dari tiga komponen utama yaitu : pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.

2. Pesan fasial menggunakan air muka sebagai bentuk untuk menyampaikan suatu makna tertentu. Dari berbagai penelitian dapat menunjukkan bahwa wajah dapat memberikan makna paling sedikit sepuluh kelompok yaitu : kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban dan tekad.
3. Pesan gestural dapat menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasikan berbagai makna.
4. Pesan postural, pesan ini menggunakan gerakan tubuh dalam menyampaikan pesan. Pesan yang disampaikan dapat memberikan makna positif maupun negatif. Bila postur tubuh tidak mengalami perubahan gerak maka penyampaian pesan tidak responsif.
5. Pesan proksemik, dalam mengungkapkan pesan adanya jarak dan ruang. Jarak tersebut dapat diungkapkan dengan keakraban kita dengan orang lain.
6. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh yang di pakai dan kosmetik. Erat kaitannya dengan tubuh adalah agar kita dapat membentuk citra tubuh dengan pakaian dan kosmetik.
7. Pesan paralinguistik adalah pesan yang di sampaikan secara non verbal juga berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal.
8. Pesan sentuhan dan bau-bauan.
9. Alat penerima sentuhan adalah kulit, melalui sentuhan mampu menerima dan membedakan emosi yang di sampaikan.

10. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan seperti wewangian. Digunakan untuk menyampaikan pesan atau menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan dan menarik lawan jenis. (Rakhmat, 1994: 49)

2.1.6.3 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi non verbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya. Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi non verbal memiliki fungsi untuk :

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya (*repletion*)
2. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*substitution*)
3. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*identity*)
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat. (Cangara, 2011:106)

Fungsi dari komunikasi non verbal dapat menjelaskan maksud dari penyampaian pesan itu sendiri. Menurut Mark L. Knapp fungsi-fungsi tersebut yaitu:

1. Repetisi

Mengulang kembali gagasan yang sebelumnya sudah disajikan secara verbal.

2. Substitusi

Menggantikan lambang-lambang verbal.

3. Kontradiksi

Menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal.

4. Komplemen

Melengkapi dan memperkaya makna pesan non verbal.

5. Aksentuasi

Menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahinya (Suranto, 2010:173)

2.1.6.4 Tujuan Komunikasi Nonverbal

Ketika kita melakukan komunikasi, baik itu melakukan komunikasi verbal terlebih dahulu yang kemudian diiringi dengan komunikasi non verbal atau sebaliknya. Bahkan keduanya seringkali berbarengan dalam melakukannya ataupun penyampaiannya. Setiap penyampaian pesannya, baik secara verbal ataupun non verbal sebenarnya memiliki tujuan-tujuan tertentu didalam pesan tersebut. Adapun tujuan dari komunikasi non verbal diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan atau memberikan informasi.
2. Mengatur alur suara percakapan.
3. Mengekspresikan emosi.

4. Memberikan sifat, melengkapi, menentang, atau mengembangkan pesan-pesan dari komunikasi verbal.
5. Mengendalikan atau mempengaruhi orang lain.
6. Mempermudah tugas-tugas khusus yang memerlukan komunikasi non verbal.

2.1.6.5 Jenis Komunikasi Nonverbal

Komunikasi non verbal yang kita anggap cukup penting ternyata dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pesan yang digunakan. Dari jenis komunikasi non verbal yang pernah diberikan oleh para ahli sangat beragam. Adapun jenis-jenis komunikasi non verbal yaitu sebagai berikut :

1. Bahasa tubuh :
 - a. Isyarat tangan
 - b. Gerakan tangan
 - c. Postur tubuh dan posisi kaki
 - d. Ekspresi wajah dan tatapan mata
2. Sentuhan
3. Parabahasa
4. Penampilan fisik :
 - a. Busana
 - b. Karakteristik fisik
5. Bau-bauan
6. Orientasi ruang dan jarak pribadi :

- a. Ruang pribadi dan ruang public
 - b. Posisi duduk dan pengatutan ruangan
7. Konsep waktu
 8. Diam
 9. Warna
 10. Artefak (Mulyana, 2010:353-433)

2.1.6.6 Kode Nonverbal

Menurut Haji Hafied Cangara, kode nonverbal yang digunakan untuk berkomunikasi sudah lama menarik perhatian para ahli terutama dari kalangan bidang antropologi, bahasa, bahkan bidang kedokteran. Perhatian para ahli untuk dapat mempelajari komunikasi secara nonverbal diperkirakan dimulai sejak tahun 1873, yang dimana pertama kali munculnya tulisan dari Charles Darwin mengenai bahasa ekspresi wajah manusia. Hal yang menarik dari kode nonverbal yaitu studi dari Albert Maharabian pada tahun 1971, yang menyimpulkan bahwa tingkatan kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7% yang berasal dari bahasa verbal, dari vokal suara terdapat 38%, dan yang 55% terdapat pada ekspresi wajah.

Menurut Mark Knapp (1978) dalam buku Haji Hafied Cangara, terdapat empat fungsi kode nonverbal dalam berkomunikasi, diantaranya yaitu :

1. Dapat meyakinkan apa yang diucapkannya (*repetition*)

2. Dapat menunjukkan suatu perasaan atau emosi yang tidak bisa disampaikan melalui kata-kata (*substitution*)
3. Dapat menunjukkan jati diri sehingga orang lain dapat mengenalnya (*identity*)
4. Dapat menambah atau melengkapi dari ucapan-ucapan yang dirasa belum sempurna. (Cangara, 1998: 117)

2.1.7 Tinjauan Tentang Hambatan

Tidaklah mudah untuk melakukan komunikasi secara efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Berikut ini adalah beberapahal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagikomunikator. Dalam buku Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi, Onong U.Effendy (2003) menjelaskan :

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Gangguan mekanik

Yang dimaksud dengan gangguan mekanik ialah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kekaduhan yang bersifat fisik.

b. Gangguan semantic

Gangguan jenis ini bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan semantik tersaring

kedalam pesan melalui bahasa. Gangguan semantik terjadi dalam salah pengertian.

2. Kepentingan Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya.
3. Motivasi terpendam Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai motivasinya. Tanggapan semu dari komunikasi itu tentunya mempunyai motivasi terpendam.
4. Prasangka Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka, belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. (Effendy, 2003:45-49).

2.1.8 Tinjauan Tentang Pelayanan

Istilah pelayanan dalam bahasa Inggris adalah “*service*” A.S. Moenir (2002:26-27) mendefinisikan :

“Pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.”

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan. Selanjutnya A.S. Moenir A (2002: 16) menyatakan bahwa :

“proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan. Jadi dapat dikatakan pelayanan adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.”(moenir 2002:16)

Dari definisi tersebut dapat dimaknai bahwa pelayanan adalah aktivitas yang dapat dirasakan melalui hubungan antara penerima dan pemberi pelayanan yang menggunakan peralatan berupa organisasi atau lembaga perusahaan. Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah :

“sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.”

Sedangkan menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah

“kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.” (Moenir 2010 : 26)

Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Sedangkan menurut Groonros (1990:27) dalam Ratminto dan Atik (2005:2) pelayanan :

“suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.” (Gronroos, 1990:27 dalam Ratminto dan Atik 2005:2).

2.1.9 Tinjauan Tentang Konsumen

Menurut Sri Handayani (2012: 2) : “Konsumen (sebagai alih bahasa dari konsumen), secara harfiah berarti “seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa”, atau “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu”, juga “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”. Sedangkan dalam Pasal 1 angka 2 UUPK pengertian konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pada intinya pengertian dari konsumen adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk berbagai kepentingan tanpa memperdagangkannya kembali.

2.1.10 Tinjauan Tentang Pegawai

2.1.10.1 Pengertian Pegawai

Menurut Soedaryono (Tata Laksana Kantor, 2000:6) pegawai adalah :

“seseorang yang melakukan penghidupan dengan bekerja dalam kesatuan organisasi baik kesatuan pemerintah maupun kesatuan kerja swasta”. (soedaryono,2000:6)

Menurut Robbins (Perilaku Organisasi, edisi 10 : 2006) pegawai adalah :

“orang pribadi yang bekerja pada pemberi kerja, baik sebagai pegawai tetap atau tidak, berdasarkan kesepakatan kerja baik tertulis maupun tidak tertulis, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan atau kegiatan tertentu yang di tetapkan oleh pemberi kerja”.

Pegawai adalah mereka yang bekerja pada suatu badan usaha, atau perusahaan, baik swasta maupun pemerintah, dan diberikan imbalan kerja sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik yang bersifat harian, mingguan, maupun bulanan (Siswanto, 1987: 10). Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pegawai adalah seseorang yang bekerja pada kesatuan organisasi, badan usaha baik pemerintah maupun swasta, baik sebagai pegawai tetap ataupun tidak, yang diberikan imbalan kerja sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan yang ditetapkan oleh pemberi kerja dan semua dilakukan untuk memenuhi kebutuhan.

2.1.10.1 Hak dan Kewajiban Pegawai

Dalam pasal 3,4,6,9, dan 11 Undang-undang No. 14 Tahun 1969 yang merupakan Undang-undang pokok mengenai Pegawai, mengatur hak-hak tenaga kerja tersebut adalah sebagai berikut :

Tiap pegawai berhak atas pekerjaan dan penghasilan yang layak bagi kemanusiaan. Salah satu tujuan penting dari masyarakat Pancasila adalah

memberikan kesempatan bagi tiap pegawai untuk memperoleh pekerjaan dan penghasilan yang memberikan kesejahteraan. Hal ini sesuai di maksud pasal 27 ayat (2) UUD 1945.

1. Tiap pegawai memilih atau pindah pekerjaan sesuai dengan bakat dan kemampuannya. Di samping jaminan hidup yang layak pegawai juga menginginkan kepuasan yang datangnya dari pelaksanaan pekerjaan yang di sukai dan yang dapat di lakukan dengan sebaik mungkin untuk mana ia mendapat penghargaan.
2. Tiap pegawai berhak atas pembinaan keahlian dan kejujuran untuk memperoleh serta menambah keahlian dan keterampilan kerja, sehingga potensi dan daya kreasinya dapat dikembangkan dalam rangka mempertinggi kecerdasan dan keterampilan kerja sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pembinaan bangsa.
3. Tiap pegawai berhak mendapat perlindungan atas keselamatan, kesehatan, kesusilaan, pemeliharaan, moril kerja serta perlakuan yang sesuai dengan martabat manusia dan moral agama. Maksudnya supaya aman di dalam melakukan pekerjaan sehari-hari dalam rangka meningkatkan produksi dan produktivitas nasional, maka pegawai harus dilindungi dari berbagai persoalan di sekitarnya yang dapat mengganggu dalam pelaksanaan pekerjaannya.

4. Tiap pegawai berhak mendirikan dan menjadi anggota perserikatan tenaga kerja. Perserikatan pegawai atau yang sekarang disebut serikat pekerja perlu diadakan untuk melindungi dan memperjuangkan kepentingan tenaga kerja.

Selain itu kewajiban pegawai sudah diatur dalam KUH Perdata ketentuan mengenai kewajiban pegawai/ tenaga kerja diatur dalam pasal 1603, 1603a, 1630b dan 1603c, KUH Perdata yang pada intinya adalah sebagai berikut:

1. Pegawai/pekerja wajib melakukan pekerjaan, melakukan pekerjaan adalah tugas utama dari seorang pekerja yang harus dilakukan sendiri, meskipun demikian dengan seizin pengusaha dapat diwakilkan.
2. Pegawai/pekerja wajib menaati aturan dan petunjuk majikan/ pengusaha. Dalam melakukan tugasnya pegawai/ pekerja wajib menaati petunjuk yang diberikan oleh pengusaha.
3. Kewajiban membayar ganti rugi dan denda. Jika pegawai/pekerja melakukan perbuatan yang merugikan perusahaan baik karena kesengajaan atau kelalaian, maka sesuai dengan prinsip hukum pekerja wajib membayar ganti rugi dan denda.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat fokus yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Dalam penelitian ini juga peneliti akan mencoba mengulas tentang perilaku komunikasi Pegawai *Fashion Brand Mango* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dimana perilaku pegawai dan komunikasi interpersonal yang dijalankan oleh Pegawai *Fashion Brand Mango* merupakan payung dari pada terjalin nya komunikasi.

Adapaun sudut pandang pemikiran dan teori yang memberikan arahan dan patokan bagi peneliti untuk dapat memahami serta mendeskripsikannya hasil dari sebuah perilaku komunikasi yang berupa pandangan teori interaksi simbolik. Perilaku komunikasi Pegawai *Fashion Brand Mango* yang di tunjukkan melalui penggunaan bahasa verbal, bahasa nonverbal dan hambatan yang melatari Pegawai *Fashion Brand Mango* dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya sangat menarik untuk diteliti. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif, hal ini dirasa tepat dengan tujuan peneliti yang ingin meneliti dan mengamati perilaku komunikasi Pegawai *Fashion Brand Mango* secara alami dan sampai pada temuan yang sebenar-benarnya yang akan diungkapkan oleh Pegawai *Fashion Brand Mango* di Mall PVJ Bandung.

Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada

saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Dengan penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.

Terbentuknya perilaku komunikasi pada Pegawai *Fashion Brand Mango* di Mall PVJ Bandung terjadi karena adanya interaksi, baik perilaku komunikasi secara verbal atau non verbal. Komunikasi verbal yang dilakukan oleh Pegawai *Fashion Brand Mango* mencakup lisan, bahasa, kode, dan lain sebagainya. Seperti halnya Pegawai *Fashion Brand Mango* menanyakan kepada konsumennya, “ada yang bisa dibantu ka?”, “tunggu sebentar ya ka/ibu, saya carikan dulu barang yang baru di gudang” ataupun pengucapan salam dan terimakasih kepada konsumen yang sudah mengunjungi *Store Mango*. Sedangkan komunikasi non verbal yang dilakukan Pegawai *Fashion Brand Mango* mengacu pada ciri paralinguistik seperti gerak tubuh, isyarat, mimik, dan gerak mata. Pegawai *Fashion Brand Mango* melakukan komunikasi non verbal seperti membukakan pintu bagi konsumen yang akan masuk ke dalam *Store Mango* dilanjutkan dengan senyum, sapa dan salam (3s). Selain itu Pegawai *Fashion Brand Mango* melakukan kontak mata untuk melihat ke sekeliling *Store Mango* dan memastikan semua konsumen mendapatkan barang ataupun pelayanan yang dibutuhkannya. Berdasarkan pemaparan di atas dari kerangka pemikiran peneliti

berusaha untuk menemukan sub fokus yang diteliti. Peneliti menekankan pada sub fokus tentang komunikasi verbal, komunikasi non verbal, dan hambatan yang terjadi yang dihasilkan dari adanya pelayanan yang diberikan oleh pegawai *Fashion Brand Mango* kepada konsumennya.

Dalam konteks komunikasi intrapersonal, interkasi simbolik menjelaskan pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang mengklasifikasikan interkasi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain. Sementara itu tingkah laku terbentuk atau tercipta dalam kelompok sosial selama proses interkasi. Berdasarkan hal yang telah di jabarkan diatas, penelitian ingin menggambarkan dan menjelaskan mengenai perilaku komunikasi pegawai *mango* dalam memberikan pelayanan kepada kosnumen di Mall PVJ Bandung. Perilaku komunikasi Pegawai *Fashion Brand Mango* di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, komunikasi verbal, non verbal dan hambatan.

Maka peneliti menetapkan sub fokus untuk menganalisis fokus penelitian sesuai dengan kebutuhan, sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal

Membahas perilaku komunikasi yang dilakukan Pegawai *Fashion Brand Mango* kepada konsumennya melalui komunikasi verbal ketika konsumen mengunjungi store mango maka pegawai mango melakukan penyambutan dan mengucapkan tag line mereka yang berbunyi “*welcome to mango*” kemudian dilanjutkan dengan memberitahukan produk-produk terbaru, produk *sale* ataupun produk terakhir yang bisa konsumen dapatkan (*last*

change to buy) yang telah di *display* di setiap etalase dan meja *Store Mango*.

2. Komunikasi non verbal

Perilaku komunikasi non verbal yang dilakukan Pegawai *Fashion Brand Mango* terlihat ketika menyambut dan membukakan pintu bagi konsumen yang akan memasuki *Store mango*. Tidak hanya menyambut konsumen yang akan memasuki *Store Mango* saja, tetapi Pegawai *Fashion Brand Mango* juga mengucapkan salam dan terima kasih (Terimakasih selamat datang kembali) dengan melakukan anggukkan kepala dan kepalan tangan kanan di dada kiri sebagai bukti penghormatan ataupun ucapan terima kasih bagi konsumen yang sudah mengunjungi *Store Mango*. Selain itu Pegawai *Fashion Brand Mango* juga memberikan informasi melalui media katalog berupa brosur yang nantinya di bagikan kepada konsumen sebagai bahan informasi mengenai produk-produk terbaru yang baru diluncurkan oleh *Mango*.

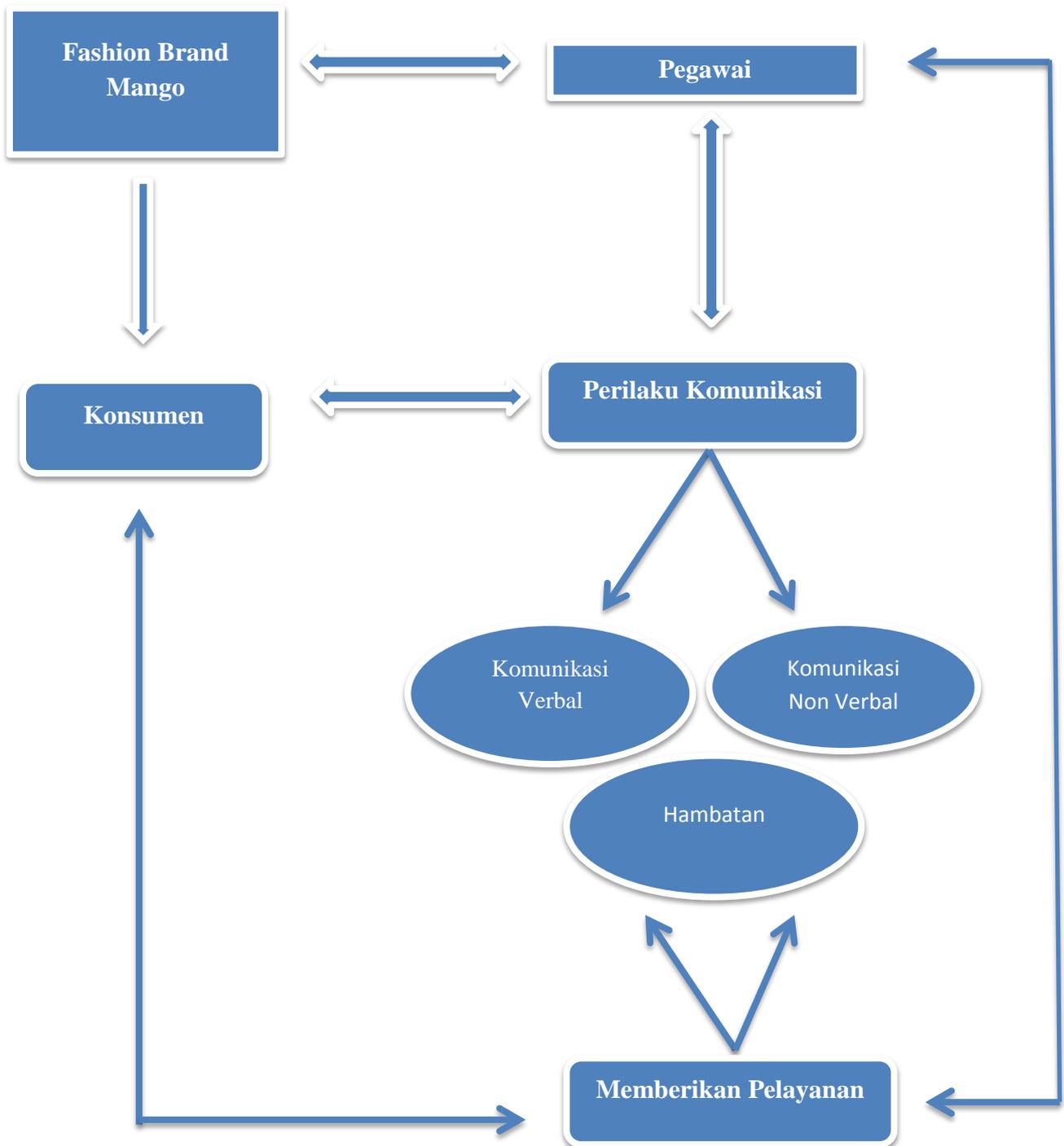
3. Hambatan

Selain dari perilaku komunikasi verbal dan non verbal yang dilakukan oleh Pegawai *Fashion Brand Mango*, peneliti melihat juga adanya kendala ataupun hambatan yang dihadapi oleh Pegawai *Fashion Brand Mango* dalam melayani konsumennya. Kurangnya tim pada divisi kepegawaian membuat beberapa Pegawai *Fashion Brand Mango* kewalahan dalam menangani konsumen yang mengunjungi *Store Mango*. Biasanya *Store Mango* akan di kunjungi dan di padati oleh konsumen pada perayaan atau

hari-hari tertentu (*end year sale, midnight sale*). Disamping itu, tidak adanya fasilitas berupa sofa ataupun kursi bagi konsumen yang ingin mencoba sepatu atau sekedar menunggu barangnya datang.

Adapun model kerangka yang termasuk dalam perilaku komunikasi tersebut yang menjadi sub fokus pada penelitian ini, telah digambarkan oleh peneliti sebagai berikut :

Gambar 3.3
Model Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti 2018