

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Peneliti Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding dalam menyusun skripsi ini hingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Penelitian ini membahas bagaimana Pola Komunikasi Antara Penjual Dan Pembeli Melalui Layanan Pesan Antar Makanan Online Di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. Untuk pengembangan pengetahuan, peneliti melakukan peninjauan penelitian terdahulu , mengenai pola komunikasi dan komunikasi antar pribadi.

Hal tersebut penting untuk peneliti lakukan dimana peneliti bisa mengetahui rujukan mengenai teori serta indikator penelitian, sehingga dapat dijadikan rujukan dalam penelitian ini.

Setelah peneliti melakukan peninjauan terhadap peneliti terdahulu yang berkaitan dan relevan mengenai pola komunikasi dan komunikasi antar pribadi yang ditampilkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Hermira Sirait	Shasqia Permatasari	Steven
1.	Universitas	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Tarumanagara
2.	Tahun Penelitian	2020	2020	2022
3.	Judul Penelitian	Pola Komunikasi Jarak Jauh Antara Orang Tua dan Anak Melalui Media Whatsapp Dalam Menjaga Hubungan Keluarga Yang Harmonis	Pola Komunikasi Pelatih Dengan Pemain Tim Sepak Bola Bareti 1698 Subang (Studi Deskriptif Mengenai Pola Komunikasi Pelatih Dengan Pemain Dalam Meningkatkan Kemampuan Pemain Tim Sepak Bola Bareti 1698 Subang)	Perubahan Komunikasi Interpersonal Dalam Hubungan Rekan Bisnis Selama Masa Pandemi (Studi Kasus di PT Jassendo Mandiri Sentosa)
4.	Metode Penelitian	Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan metode deskriptif	Jenis penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kualitatif metode Deskriptif	Jenis Penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kualitatif dengan metode Studi Kasus
5.	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini adalah proses komunikasi dari ketiga keluarga yang diteliti sudah harmonis karena adanya proses komunikasi tahap sekunder melalui media WhatsApp seperti fitur chat voice note, voice call, dan video call dalam berkomunikasi yang dilakukan secara rutin yaitu 2-3 kali seminggu. Hambatan komunikasi dari ketiga keluarga yang menjalani komunikasi jarak jauh ini yaitu hambatan internal seperti	Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh pelatih dengan pemain tim sepak bola Bareti 1698 Subang dilakukan dengan menggunakan interaksi multi arah dengan pesan berupa motivasi, arahan, semangat, dan ilmu sepak bola serta dengan menggunakan 2 media yaitu media komunikasi primer	Berdasarkan hasil dalam penelitian ini menemukan bahwa perubahan komunikasi interpersonal PT Jassendo Mandiri sentosa dan rekan bisnis dilakukan dengan penyesuaian serta berusaha menjalin dan menciptakan hubungan baik dengan rekan bisnis sekali konsumen dalam menjalankan bisnis perusahaan. melakukan komunikasi yang tepat yakni dengan komunikasi interpersonal yang intens dan berkelanjutan, memanfaatkan perkembangan teknologi

	<p>kurang jelasnya pendengaran orang tua saat berkomunikasi jarak jauh dengan media WhatsApp saat voice call, dan di hambatan eksternal yaitu jaringan yang tidak stabil, kebisingan dari lingkungan, Miskomunikasi saat jaringan terputus dan kesalahpahaman dalam menafsirkan pesan. Dengan adanya hambatan tersebut tidak memudarkan keharmonisan dalam ketiga keluarga ini karena ketika terjadi kesalahpahaman langsung memberikan penjelasan dan selalu membangun komunikasi yang baik sehingga hubungan keluarga tetap berjalan harmonis meskipun dalam komunikasi jarak jauh. Kesimpulan penelitian dapat disimpulkan pola komunikasi jarak jauh antara orang tua dan anak melalui media WhatsApp pada mahasiswa Universitas Komputer Indonesia Adanya komunikasi secara Sekunder :</p> <p>Penggunaan media WhatsApp seperti fitur chat, voice note, voice call, dan video call dalam berkomunikasi, seperti komunikasi antara orang tua dan anak yang dilakukan</p>	<p>yakni dengan menggunakan bahasa Indonesia yang diselingi bahasa Sunda serta menggunakan gaya bahasa formal dan informal. Komunikasi sekunder yakni dengan memanfaatkan audio visual dalam pemberian materi oleh pelatih. Hambatan komunikasi terjadi karna adanya gangguan yang berasal dari internal seperti konflik dengan sesama pemain dan kesalahan maksud juga isi pesan, maupun hambatan eksternal seperti kesibukan pemain diluar kegiatan sepak bola dan perasaan canggung, malu juga segan pemain kepada pelatih.</p>	<p>digital yang dapat digunakan sebagai media komunikasi interpersonal. Dalam proses komunikasi interpersonal pada perusahaan PT Jassendo Mandiri Sentosa dengan rekan bisnis pada masa pandemi Covid-19 memang memerlukan penyesuaian namun tetap menunjukkan adanya suatu proses dalam komunikasi sehingga menjaga hubungan tetap baik dan efektif.</p>
--	--	--	---

	<p>secara rutin 2-3 kali perminggu, respon orang tua sama saat bertatap muka positif dan terbuka saat berkomunikasi, Ekspresi orang tua saat anak bercerita selalu memberikan semangat dan nasihat, Orang tua dan anak saling menanyakan kabar dan melakukan sharing bersama. Lalu</p> <p>Hambatan komunikasi jarak jauh antara orang tua dan anak melalui media WhatsApp dalam menjaga hubungan keluarga yang harmonis pada Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia terdapat hambatan internal maupun eksternal. Hambatan internal yang dialami dalam komunikasi jarak jauh adalah kurang jelasnya pendengaran orang tua saat berkomunikasi jarak jauh dengan media WhatsApp saat melakukan voice call. Hambatan eksternal adalah ketika sinyal tidak stabil dan tidak mendukung, kurang jelasnya pendengaran dikarenakan pesan yang disampaikan terganggu oleh sinyal dan faktor lingkungan seperti kebisingan saat berada diluar yang seringkali membuat komunikasi antara orang tua dan anak terjadi</p>		
--	---	--	--

		kesalahpahaman dalam menafsirkan pesan dalam komunikasi jarak jauh.		
6.	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian tersebut terletak pada judul penelitian dimana penelitian ini memfokuskan pada pola komunikasi jarak jauh melalui media aplikasi whatsapp sedangkan peneliti yaitu memfokuskan pada Dampak Penggunaan layanan pesan antar makanan online pada pola komunikasi penjual dan pembeli.	Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian tersebut terletak pada judul dan fokus penelitian ,penelitian terdahulu memfokuskan pada pola komunikasi Pelatih dan Pemain Sepak Bola sedangkan penelitian peneliti memfokuskan pada pola komunikasi antar pribadi antara penjual dan pembeli di kalangan mahasiswa Kota Bandung.	Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitian yang digunakan dan perbedaan objek penelitian serta konteks komunikasi, dimana penelitian terdahulu membahas mengenai Perubahan komunikasi Interpersonal Dalam Hubungan Rekan Bisnis selama masa pandemi, dengan metode studi kasus sedangkan penelitian peneliti membahas Pola komunikasi antara penjual dan pembeli melalui layanan pesan antar makanan online di kalangan Mahasiswa Kota Bandung.

Sumber: Peneliti 2022

2.1.2 Studi Litelatur

2.1.2.1 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

A. Definisi Komunikasi

Secara Etimologi 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. Maka, 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, 2003: 9).

Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini yaitu sebagai berikut: Bernard Berelson dan Gary A. Steiner:

“Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, gambar, figure, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi”

Carl I. Hovland : “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)”

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Mulyana dalam (Rismawaty et al., 2014: 66).

Berdasarkan dari definisi dan penjelasan yang sudah diuraikan di atas, peneliti dapat disimpulkan bahwasanya komunikasi ialah proses penyampaian informasi (pesan, ide, sikap atau gagasan). Proses penyampaian informasi tersebut merupakan suatu bentuk interaksi manusia dalam melakukan hubungan dengan manusia lainnya karena komunikasi terjadi dalam setiap aspek kehidupan manusia.

Komunikasi ini dapat membantu manusia dalam bersosialisasi dengan lingkungannya karena memungkinkan mereka dalam menumbuhkan hubungan baik dengan orang lainnya berdasarkan adanya saling pengertian dan pemahaman terhadap pesan atau informasi yang disampaikan. Dengan kemampuan berkomunikasi membantu mereka dalam banyak aspek kehidupan. Komunikasi adalah hal yang paling efektif untuk

membangun saling pengertian antar individu supaya segala sesuatu berjalan dengan baik dan semestinya.

B. Fungsi Komunikasi

Beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, maka hubungan antar manusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (customers), dan juga memelihara hubungan baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendeknya kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antar manusia dalam masyarakat (Cangara, 2007).

Berikut ini ada empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan oleh William I. Gordon. Keempat fungsi tersebut, yakni Komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual serta komunikasi instrumental.

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, artikulasi diri, untuk berlangsung hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan, dan ketegangan, antara lain yaitu lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendiri maupun secara berkelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif ialah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai rite of passage, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, lamaran, sungkeman, ijab kabul, perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-prilaku simbolik.

4. Komunikasi Instrumental

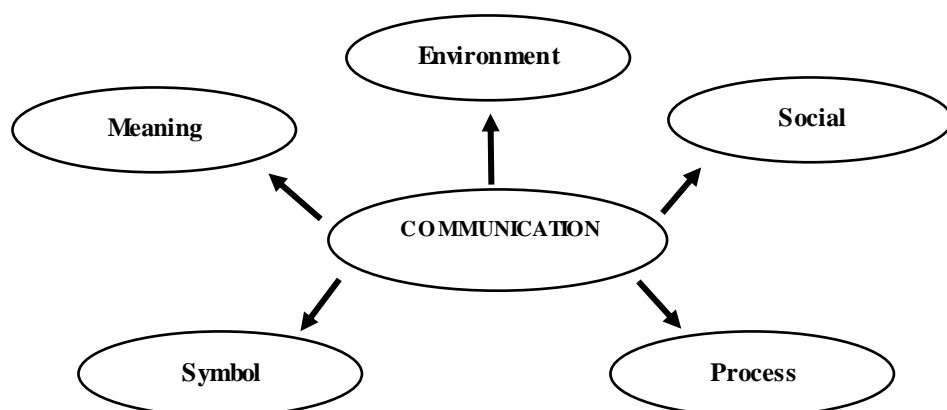
Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka ke semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan

persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak diketahui. Penjelasan dan pengkategorian fungsi komunikasi tersebut terintegrasi dalam tatanan dalam masyarakat.

C. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi dalam dua sisi yaitu, proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah, proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Sementara proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain menggunakan alat dan sarana, sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media kedua (Effendy, 2009: 50–52).

Gambar 2. 2
Proses Komunikasi



Sumber : (Effendy, 2001 :50-52)

Pertama, komunikasi merupakan proses. Kedua, proses alami dari komunikasi, salah satunya dapat dilihat dari awal hingga akhir percakapan. Ketiga, komunikasi pada hakikatnya merupakan suatu simbol. Keempat, hal yang mengaitkan antara proses dan simbol adalah makna yang merupakan pusat dari pendefinisian komunikasi. Kelima, lingkungan merupakan situasi atau konteks dimana komunikasi terjadi (Fiske, 2014: 46–48).

1. Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Dimana lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (gestur, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. (Uchjana Effendy, 2013)

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya

banyak. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah, surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain.).

Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, bukan satu jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi. (Uchjana Effendy, 2013)

D. Hambatan Komunikasi

Pada hambatan komunikasi tidak mudah untuk kita melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan beberapa para ahli menyatakan bahwa tidak mungkin seseorang melakukan komunikasi yang sebenarnya efektif. Ada banyak hambatan yang bisa sangat merusak komunikasi. Gangguan atau hambatan secara umum dapat dikelompokkan menjadi hambatan internal dan hambatan eksternal antara lain:

1. Hambatan Internal

Hambatan internal adalah hambatan yang berasal dari dalam diri individu yang terkait kondisi fisik dan psikologis. Contohnya, jika seorang mengalami gangguan pendengaran maka ia akan mengalami hambatan komunikasi. Demikian pula seseorang yang sedang tertekan (depresi) tidak akan dapat melakukan komunikasi dengan baik.

2. Hambatan Eksternal

Hambatan eksternal adalah hambatan yang berasal dari luar individu yang terkait dengan lingkungan fisik dan lingkungan budaya. . Contohnya, suara gaduh dari lingkungan sekitar dapat menyebabkan komunikasi tidak berjalan lancar. Contoh lainnya, perbedaan latar belakang sosial budaya dapat menyebabkan salah pengertian.

Sedangkan menurut Onong Uchana Effendy terdapat 4 jenis hambatan komunikasi yaitu:

1) Gangguan

Terdapat dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat dikelompokkan sebagai gangguan mekanik dan semantik. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Gangguan semantik adalah gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusa dan tersaring melalui penggunaan bahasa. Gangguan ini terjadi dalam salah pengertian

2) Kepentingan

Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.

3) Motivasi terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya, semakin sesuai komunikasi dengan komunikasi seseorang semakin besar komunikasi itu diterima dengan baik oleh pihak bersangkutan, sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasinya.

4) Prasangka

Merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa apa sudah bersifat curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. (Rismawaty et al., 2014)

Beberapa hambatan yang terjadi pada saat komunikasi seperti hambatan fisik yang dapat mengganggu komunikasi menjadi tidak efektif, cuaca, alat komunikasi dan lain-lain. Hambatan semantik, seperti kata-kata yang digunakan dalam komunikasi kadang-kadang mempunyai arti mendua yang berbeda, tidak jelas atau berbelit-belit antara memberi pesan dan menerima pesan. Hambatan psikologis dan sosial kadang-kadang mengganggu komunikasi misalnya perbedaan nilai-nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan.

Berikut adalah hambatan-hambatan komunikasi di samping hambatan semantik dan fisik, (Hidayat, 2012: 38):

- a. Hambatan dari pengirim pesan, seperti pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan, hal ini dipengaruhi perasaan atau situasi emosional.
- b. Hambatan dalam penyandian atau simbol, hal ini terjadi karena bahasa yang dipergunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti lebih dari satu, simbol yang dipergunakan antara si pengirim dan penerima tidak sama atau bahasa yang dipergunakan terlalu sulit.
- c. Hambatan media yaitu hambatan yang terjadi dalam penggunaan media berkomunikasi, misalnya gangguan suara radio dan aliran listrik sehingga tidak dapat mendengarkan pesan.
- d. Hambatan dari bahasa sandi, sering terjadi karena dalam penggunaan media komunikasi, misalnya gangguan suara radio dan aliran listrik sehingga tidak dapat mendengarkan pesan
- e. Hambatan dalam bahasa terjadi dalam menafsirkan sandi oleh si penerima.
- f. Hambatan dari penerima pesan seperti kurangnya perhatian pada saat menerima atau mendengarkan pesan, sikap prasangka tanggapan yang keliru tidak menggambarkan apa adanya, akan tetapi memberikan interpretatif, tidak tepat waktu atau tidak jelas dan sebagainya.

2.1.2.2 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

Menurut Djamarah dalam buku komunikasi interpersonal Pola diartikan sebagai bentuk struktur yang tetap, sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan. Komunikasi juga dapat diartikan

pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dengan demikian pola komunikasi ialah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Djamarah dalam (Ngalimun, 2018: 44)

Sedangkan Pola Komunikasi menurut Djamarah dalam buku Komunikasi Interpersonal mengemukakan bahwa ada 5 komponen komunikasi yaitu:

“komunikator, komunikan, pesan yang disampaikan, konteks (setting atau lingkungan yang kondusif) dan sistem penyampaian. Yang membedakan antara dua pendapat tentang komponen tersebut adalah terletak pada media dan konteks. Djamarah mengemukakan bahwa media tidak termasuk komponen komunikasi, tetapi lingkungan atau situasi yang mendukung merupakan hal yang dibutuhkan dalam proses komunikasi.” (Ngalimun, 2018: 45)

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.

A. Pola Komunikasi

1. Pola komunikasi Primer

Komunikasi adalah proses simbolik, salah satu kebutuhan pokok manusia, simbolisasi atau penggunaan lambang. Manusia

memang satu-satunya yang menggunakan lambang, dan itulah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Ernst Cassier mengemukakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjukan sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang (Ngalimun, 2018: 47).

Komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan symbol sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu lambang verbal dan non verbal.

2. Pola Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pertama pada media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena yang menjadi sasaran komunikasi yang jauh tempatnya, atau banyak jumlahnya. Dalam proses komunikasi secara sekunder ini semakin lama akan semakin efektif dan efisien, karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih. Pola komunikasi ini didasari atas model sederhana yang dibuat *Aristoteles*, sehingga mempengaruhi *Harold D. Lasswell*, seorang sarjana politik amerika yang kemudian membuat model komunikasi yang dikenal dengan formula lasswell.

3. Pola Komunikasi Linear

Linear disini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

4. Pola Komunikasi Sirkular

Sirkular secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling. Dalam proses sirkular itu terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan. Dasrun Hidayat dalam (Ngalimun, 2018: 49)

B. Persamaan dan Perbedaan Bentuk Pola Komunikasi

Untuk persamaan yaitu mengupayakan agar terjadinya komunikasi yang efektif dengan memperhatikan pesan yang disampaikan oleh komunikan kepada komunikator agar mampu dipahami dengan baik dan menghasilkan hubungan komunikasi timbal balik antara komunikan dan komunikator.

Perbedaan dari bentuk dan pola komunikasi yaitu dalam bentuk komunikasi sudah dijelaskan bahwa bentuk-bentuk komunikasi meliputi intrapersonal, interpersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa, dari keempat bentuk tersebut lebih bersifat verbal dan

non verbal, komunikasi verbal adalah komunikasi secara lisan melalui perkataan sedangkan komunikasi non verbal bisa melalui pesan tulisan atau isyarat maupun simbol-simbol (Ngalimun, 2018: 50).

C. Komunikasi Efektif

Komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan perilaku non verbal. Selagi perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respon pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik berbentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non-verbal (non kata-kata).

Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan. Komunikasi efektif dipandang sebagai suatu hal yang penting dan kompleks.

2.1.2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antar Pribadi

A. Definisi Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai pertukaran informasi tatap muka antara dua orang atau lebih. Sebagaimana yang dikatakan oleh R. Wayne Pace (1979) komunikasi antarpribadi atau *communication interpersonal* ialah segala jenis komunikasi yang terjadi antara dua atau lebih individu secara tatap muka dimana memungkinkan pengirim dan penerima untuk mendengar dan membalas satu sama lain

secara langsung. Cangara dalam (Ngalimun, 2018: 1–2).

Komunikasi Antar pribadi berdasarkan para ahli menurut Joseph A. Devito yang dikemukakan oleh Ngalimun dalam buku komunikasi interpersonal mengartikan bahwa:

The proces of sending and receiving messages between two person or, or among a small grup of persons, with some effect and some immediate feedback. Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang orang dengan beberapa umpan balik seketika (Ngalimun, 2018: 2)

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antara dua orang atau lebih didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi, pikiran dan sikap tertentu diantara mereka yang di dalamnya terjadi perubahan pesan baik sebagai komunikan maupun komunikator dengan tujuan mencapai saling pengertian dan dalam hal masalah untuk diselesaikan, yang pada akhirnya diharapkan akan terjadi perubahan prilaku (Ngalimun, 2018: 9)

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi adalah tindakan penyampaian pesan secara langsung antara dua individu atau kelompok kecil baik dengan pesan verbal dan nonverbal sehingga mereka mendapatkan feedback itu secara langsung.

B. Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Ada beberapa karakteristik komunikasi interpersonal. Menurut Judy C.Pearson dalam (Ngalimun, 2018: 16–18) menjelaskan bahwa ada enam karakteristik komunikasi interpersonal, diantaranya sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal bermulai pada diri sendiri (*self*).

Artinya, salah satu bentuk proses dalam menyampaikan pesan atau menilai, hal ini butuh adanya kesadaran dari diri sendiri

2. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional.

Berarti, transaksional merupakan sifat komunikasi berpacu pada tindakan dari pihak yang terkait saat berkomunikasi, mereka akan bertukar pesan secara timbal balik berkelanjutan.

3. Komunikasi interpersonal mencakup pada aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi.

Yang dimaksudkan disini adalah kekuatan antar individu merupakan komunikasi yang bisa berjalan dengan efektif dan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan.

4. Komunikasi interpersonal mensyaratkan saat pihak-pihak berkomunikasi untuk melibatkan kedekatan fisik.

Dengan kata lain, pihak-pihak yang berkomunikasi saling bertatap muka komunikasi interpersonal akan berjalan lebih efektif

5. Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling bergantung satu sama lainnya (interdependensi).

Hal ini menandakan ranah emosi dilibatkan dalam komunikasi interpersonal, sehingga terdapat saling ketergantungan emosional di antara pihak-pihak yang berkomunikasi

6. Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang.

Artinya bahwa, saat menyampaikan sebuah pesan saat komunikasi interpersonal berlangsung dapat mengubah ataupun mengulang kembali tentang apa yang sudah disampaikan. Hal ini perlu adanya kesadaran saat menyampaikan pesan sehingga komunikasi yang kondusif.

C. Sifat-Sifat Komunikasi Antar Pribadi

Selain Karakteristik adapula sifat-sifat komunikasi interpersonal, Ngalimun, 2018 menjelaskan sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal bersifat dialogis.

Dalam artian arus balik antara komunikator dengan komunikan terjadi langsung (face to face) atau tatap muka sehingga pada saat itu juga komunikator dapat mengetahui secara langsung tanggapan dari komunikan dan secara pasti akan mengetahui apakah komunikannya positif, negatif dan berhasil atau tidak. Apabila tidak berhasil maka komunikator dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

2. Komunikasi interpersonal melibatkan jumlah orang terbatas.

Artinya, bahwa komunikasi antarpribadi hanya melibatkan dua orang atau tiga orang lebih dalam berkomunikasi. Jumlah yang terbatas ini mendorong terjadinya ikatan secara intim atau dekat dengan lawan komunikasi.

3. Komunikasi interpersonal terjadi secara spontan.

Terjadinya komunikasi antarpribadi sering tanpa ada perencanaan atau direncanakan. Sebaliknya, komunikasi sering terjadi secara tiba-tiba, sambil lalu, tanpa terstruktur dan mengalir secara dinamis.

4. Komunikasi interpersonal menggunakan media.

Secara sadar atau tidak, sering kita beranggapan bahwa komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka dan langsung, itu harus selalu berhadapan secara fisik, padahal dalam pelaksanaannya yang dimaksud langsung dan tatap muka tersebut bisa terjadi melalui atau menggunakan saluran yaitu media. Media yang sering digunakan seperti: telepon, internet, teleconference.

5. Komunikasi interpersonal keterbukaan (*Openness*).

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antarpribadi yang efektif. Keterbukaan adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi tentang masa lalu yang relevan untuk memberikan tanggapan kita di masa kini tersebut.

6. Komunikasi interpersonal bersifat empati (*Empathy*).

Yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator

(pengirim pesan) menunjukkan rasa empati pada komunikan (penerima pesan). Empati dapat diartikan sebagai menghayati perasaan orang lain atau turut merasakan apa yang dirasakan orang lain.

7. Komunikasi interpersonal bersifat dukungan (*Supportiveness*).

Yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Sikap suportif adalah sikap yang mengurangi sikap defensif. Orang yang defensif cenderung lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami pesan orang lain.

8. Komunikasi interpersonal bersifat (*Positiveness*)

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

Rasa positif adalah adanya kecenderungan bertindak pada diri komunikator untuk memberikan penilaian yang positif pada diri komunikan. Dalam komunikasi antarpribadi, hendaknya antara komunikator dengan komunikan saling menunjukkan sikap positif karena dalam hubungan komunikasi tersebut akan muncul suasana menyenangkan sehingga pemutusan hubungan komunikasi tidak dapat terjadi. Sukses komunikasi antarpribadi banyak tergantung pada kualitas pandangan dan perasaan tentang diri yang positif dan negatif. Pandangan dan perasaan tentang diri yang positif, akan lahir pola perilaku komunikasi antarpribadi yang positif pula.

9. Komunikasi interpersonal bersifat kesetaraan atau kesamaan (*Equality*).

Yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan, persamaan dan kesetaraan adalah sikap memperlakukan orang lain secara horizontal dan demokratis, tidak menunjukkan diri sendiri lebih tinggi atau lebih baik dari orang lain karena status, kekuasaan, kemampuan intelektual, kekayaan atau kecantikan/ketampanan.

D. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Adapula Fungsi komunikasi interpersonal ialah berusaha meningkatkan hubungan manusia, mencegah dan mengurangi perselisihan pribadi, mengurangi ambiguitas tentang berbagai hal, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain dan budaya yang berbeda.

Dalam buku yang berjudul “komunikasi interpersonal”, Ngalimun mengemukakan fungsi komunikasi antarpribadi yang terdiri atas:

1. Fungsi Sosial

Secara otomatis mempunyai fungsi sosial karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain. Adapun aspek-aspek yang terkandung dalam fungsi komunikasi antarpribadi ialah:

- a. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuhan biologis dan psikologis.

- b. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.
- c. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
- d. Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri.

2. Fungsi Pengambilan Keputusan.

Banyak keputusan yang sering diambil manusia dilakukan dengan berkomunikasi karena mendengar pendapat, saran, pengalaman, gagasan, pikiran maupun perasaan orang lain. Pengambil keputusan yang meliputi:

- a. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi.
- b. Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain
(Ngalimun, 2018: 19–20).

Selain fungsi, komunikasi interpersonal mempunyai tujuan, dimana tujuan utama dari komunikasi interpersonal adalah untuk menumbuhkan saling pengertian di antara mereka yang berkomunikasi satu sama lainnya (Ngalimun, 2018: 18).

Tujuan dari komunikasi interpersonal antara lain:

1. Menumbuhkan simpati
2. Melakukan kerja sama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.

3. Dapat digunakan untuk melampiaskan kekecewaan kepada orang lain.
4. Dapat termotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif (Ngalimun, 2018: 24–25).

E. Hubungan Antar Pribadi

Hubungan antar pribadi merupakan hubungan komunikasi yang meliputi prediksi timbal balik yang didasarkan pada data psikologis. Berbicara mengenai pengembangan hubungan antarpribadi, maka yang dibicarakan adalah proses manusia saling mengadakan.

1. Kontak satu sama lain
2. Memperoleh dan menilai informasi mengenai satu sama lain
3. Sampai pada prediksi dasar mengenai perilaku komunikasi satu sama lain terutama atas dasar psikologis.

Salah satu tanda komunikasi itu efektif yang penting adalah hubungan antarpribadi yang baik. Kegagalan komunikasi terjadi apabila isi pesan kita dipahami, tetapi hubungan diantara komunikan terjadi rusak. Pesan yang paling jelas, paling tegas, dan paling cermat tidak dapat menghindari kegagalan, jika terjadi hubungan yang jelek.

Komunikasi antarpribadi sangat potensial untuk menjalankan fungsi instrumental sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi

antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama masih mempunyai emosi. Kenyataanya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, ataupun lewat teknologi canggih pun. (Manap Solihat, Melly Maulin P., 2015: 100)

2.1.2.4 Tinjauan Tentang *Mobile Commerce*

Definisi *Mobile Commerce* atau *M-commerce* ialah istilah yang pada awalnya ini berasal dari *Electronic Commerce*. *M-commerce* adalah tentang kemampuan untuk membeli, mengiklankan, dan menjalankan bisnis dari ponsel. Beberapa jenis aplikasi dalam *m-commerce* adalah aplikasi game, aplikasi bisnis, aplikasi pendidikan, aplikasi gaya hidup, aplikasi hiburan, serta aplikasi utilitas untuk kebutuhan konsumen (Safieddine, 2017).

Pada dasarnya *mobile commerce* atau *m-commerce* ini adalah layanan belanja yang mana menggunakan perangkat seluler seperti ponsel, laptop, serta gadget lainnya yang memanfaatkan jaringan nirkabel memungkinkan konsumen atau pengguna melakukan aktivitas belanjanya di manapun. *M-commerce* ini membuat konsumen mendapatkan keuntungan karena fasilitas kemudahan dalam belanja serta lebih nyaman mempengaruhi perilaku konsumtif konsumen (Chen, 2018). Pelanggan merasa aktivitas berbelanja melalui aplikasi mobile lebih menarik karena menyediakan informasi dan preferensi yang mereka butuhkan jenis produk tertentu, seperti aktivitas pencarian produk, membandingkan spesifikasi dan fitur produk, membandingkan harga, serta memiliki akses ke jumlah yang tidak terbatas, lokasi untuk membeli jenis barang tertentu (Wirapraja & Ariwibowo, 2021).

2.1.2.5 Tinjauan Tentang Layanan Pesan Antar Makanan Online

Pesan makanan secara online ini merupakan aktivitas ketika orang melakukan pemesanan sebuah makanan menggunakan bantuan internet, lalu kemudian makanan yang dipesan tersebut akan langsung diantar ke alamat orang yang memesannya. Pesan antar makanan secara online ini terbagi menjadi dua jenis yaitu restaurant-to-consumer delivery serta platform-to-consumer delivery. Statista, 2019 dalam (Rachmawati, 2020). Restaurant-to-consumer delivery ialah dimana makanan yang dipesan secara online yang mana akan dikirim langsung oleh pihak restoran. Sedangkan untuk platform-to-consumer ialah makanan dipesan secara online melalui platform. Dengan menggunakan platform ini, konsumen mendaftar secara online serta membaca menu untuk memesan makanan. Setelah konsumen memilih makanan yang diinginkan, koki mulai menyiapkan lalu memproses makanan tersebut B., et al.,2019 dalam (Rachmawati, 2020).

Layanan pesan antar makanan online ini dimulai dengan pertama kali diperkenalkan oleh aplikasi Go-jek pada april 2015 dengan nama Gofood serta kemudian disusul oleh aplikasi Grab pada Mei 2016 dengan nama Grabfood. Beberapa restoran ternama seperti Pizza Hut, Mcdonald's, dan lain-lain juga sudah mulai menyediakan layanan pemesanan makanan secara online. Proses layanan pemesanan makanan online ini terdiri beberapa langkah dimana seperti, memilih restoran, memilih menu, menerima konfirmasi pesanan, slip pesanan, serta pengiriman. Saat menggunakan layanan pesan makanan online ini anda dapat menggunakan metode pembayaran menggunakan sistem pembayaran elektronik, pembayaran digital, dan kartu debit/kredit (Vincentius, 2020).

2.1.2.6 Tinjauan Tentang Penjual dan Pembeli

Penelitian ini menempatkan penjual (*merchant*) makanan sebagai objek penelitian, sehingga penting juga bagi peneliti untuk mencari rujukan dan pemahaman mengenai penjual (*merchant*). Penjual (*merchant*) yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant* pada layanan yang dipakai tersebut, dalam hal ini *merchant* pada penelitian ini menempatkan pada penjual yang mendaftarkan pada sebuah layanan pesan antar makanan online seperti gofood, grabfood, dan shopeefood.

Berdasarkan pemahaman diatas penjual atau pedagang yang dimaksudkan untuk dijadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti merujuk pada orang-orang yang sedang mencari nafkah dengan cara menjual dan membeli untuk mencari keuntungan.

Penjual (*merchant*) atau pedagang pada penelitian ini dimaksud adalah penjual (*merchant*) yang telah terdaftar pada sebuah layanan pesan antar makanan online.

Dari istilah konsumen berasal dari kata *cosumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang” (Barkatullah, 2008: 7). Dapat diartikan bahwa konsumen atau pembeli merupakan orang yang memperoleh suatu barang ataupun jasa dengan cara membayar kepada penjual atau pedagang.

Pembeli dalam penelitian ini yaitu sebagai objek penelitian yang juga merupakan pengguna layanan pesan antar makanan online, dimana seseorang yang melakukan penukaran (pembayaran) kepada pihak penjual atau (*merchant*) melalui aplikasi pesan antar makanan online. Pembeli dalam penelitian ini merupakan kalangan Mahasiswa kota Bandung.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pemikiran peneliti yang dibuat dalam bentuk skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi ini. Hal ini disusun dengan menggabungkan teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Dalam hal ini disusun dengan menggabungkan teori dengan masalah yang diangkat. Pada penelitian ini, peneliti akan menjelaskan pokok-pokok pikiran yang menjadi dasar penelitian. Kerangka dalam pemikiran ini membahas permasalahan yaitu dampak penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan online pada pola komunikasi antara penjual dan pembeli agar terjalinnya hubungan interaksi komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli.

Komunikasi yaitu aktivitas penyampaian pesan atau informasi, komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia untuk berbagai informasi dan menyampaikan pesan kepada sesamanya. Pada intinya komunikasi berguna untuk menyamakan pikiran antara komunikator dengan komunikan. Dalam sebuah Interaksi antara penjual dan konsumen terjadi karena adanya proses komunikasi. Pembeli akan cenderung berlangganan pada seorang penjual karena sudah memiliki hubungan kekeluargaan dan ikatan emosional dengannya. Sebagai seorang

komunikator, seorang pedagang baiknya menguasai komunikasi dengan baik agar bisa terjalinnya hubungan komunikasi berjalan dengan baik. Dalam kegiatan transaksi dan menjalin hubungan berjalan dengan baik maka dibutuhkan pola komunikasi bagi pedagang sehingga terciptanya hubungan komunikasi yang baik dalam bertransaksi.

Penelitian ini pada dasarnya dilakukan guna mempelajari dampak penggunaan aplikasi layanan pesan antar makanan online pada pola komunikasi antarpribadi antara penjual dan pembeli di kalangan mahasiswa kota Bandung dalam menjaga hubungan baik dengan pembeli melalui media layanan pesan antar makanan online.

Pola komunikasi dijelaskan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2014: 108). Di dalam rumusan masalah mikro terdapat proses komunikasi sekunder, dan hambatan komunikasi yang terjadi.

2.2.1 Proses Komunikasi

Proses Komunikasi menunjukkan adanya serangkaian tahapan dalam melakukan komunikasi yang berkenaan dengan cara atau media apa yang digunakan dalam mendukung komunikasi yang dilakukan. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara pengungkapan komunikasi tersebut. Proses komunikasi ini terbagi menjadi dua tahap yakni komunikasi primer dan sekunder sebagaimana dijelaskan oleh (Effendy, 2009: 11–18).

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi merupakan bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Komunikasi secara primer tersebut menempatkan beberapa elemen lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi. Elemen-elemen tersebut antara lain: bahasa, kial (*Gesture*), isyarat, warna, gambar.

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, tetapi tidak semua orang dapat mengutarakan pikiran perasaan yang sesungguhnya melalui kata-kata yang tepat dan lengkap. Hal ini juga diperumit dengan adanya makna ganda yang terdapat dalam kata-kata yang dipergunakan dan memungkinkan kesalahan makna yang diterima. Oleh karena itu bahasa isyarat, kial, sandi, simbol, gambar dan lain-lain dapat memperkuat kejelasan makna.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada

ditempat yang relatif jauh atau dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*mass media*) dan media *nirmassa* atau *non-massa* (*non-mass media*).

Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang dan waktu. Pentingnya peran media yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensi dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah banyak. Media massa seperti surat kabar, radio, televisi, film dan lain-lain memiliki ciri missal yang dapat tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan media normasa atau media nonmassa seperti telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

2.2.2 Hambatan Komunikasi

Hambatan Komunikasi tidak mudah untuk kita melakukan komunikasi secara efektif. Bahkan beberapa para ahli menyatakan bahwa kita tidak mungkin seseorang melakukan komunikasi yang sebenarnya efektif. Ada banyak hambatan yang bisa sangat merusak komunikasi. Gangguan atau hambatan secara umum dapat dikelompokkan menjadi hambatan internal dan hambatan eksternal antara lain:

1. Hambatan Internal

Pada hambatan internal seseorang mengalami gangguan pendengaran yang akan menghambatnya terjadinya komunikasi. Dalam penelitian ini terjadi hambatan antara penjual (*resto*) dan pembeli, dimana hambatan ini mungkin karena adanya suatu pihak yang mengalami masalah pribadi, yang dimana masalah tersebut timbul kesalahpahaman perbedaan persepsi. Dengan begitu akan sulit untuk berkomunikasi.

2. Hambatan Eksternal

Pada hambatan eksternal seseorang yang berasal dari luar individu terkait dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial budaya. Dalam penelitian ini terjadi antara penjual (*resto*) dan pembeli, dimana hambatan ini terjadi jika adanya suatu gangguan cuaca ataupun jaringan yang buruk lalu jalanan yang bising yang dapat mengganggu keberlangsungan komunikasi

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan tahapan penyelesaian masalah berdasarkan teori Onong Uchjana Effendy yaitu mengenai Proses Komunikasi dan Hambatan Komunikasi, sebagai sub fokus yang digunakan sebagai petunjuk untuk melakukan penelitian ini terhadap permasalahan yang akan diteliti. Adapun penjelasan tahapan tahapan yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Pola Komunikasi

Pada pola komunikasi ini akan diketahui ikhtisar dari pola komunikasi penjual melalui layanan pesan antar makanan online guna memahami pola komunikasi yang dilakukan melalui proses komunikasi dan hambatan komunikasi yang terjadi dalam menjaga hubungan interaksi dengan pembeli

berlangsung. Pola komunikasi penjual dan pembeli dilihat dari komunikasi sekunder.

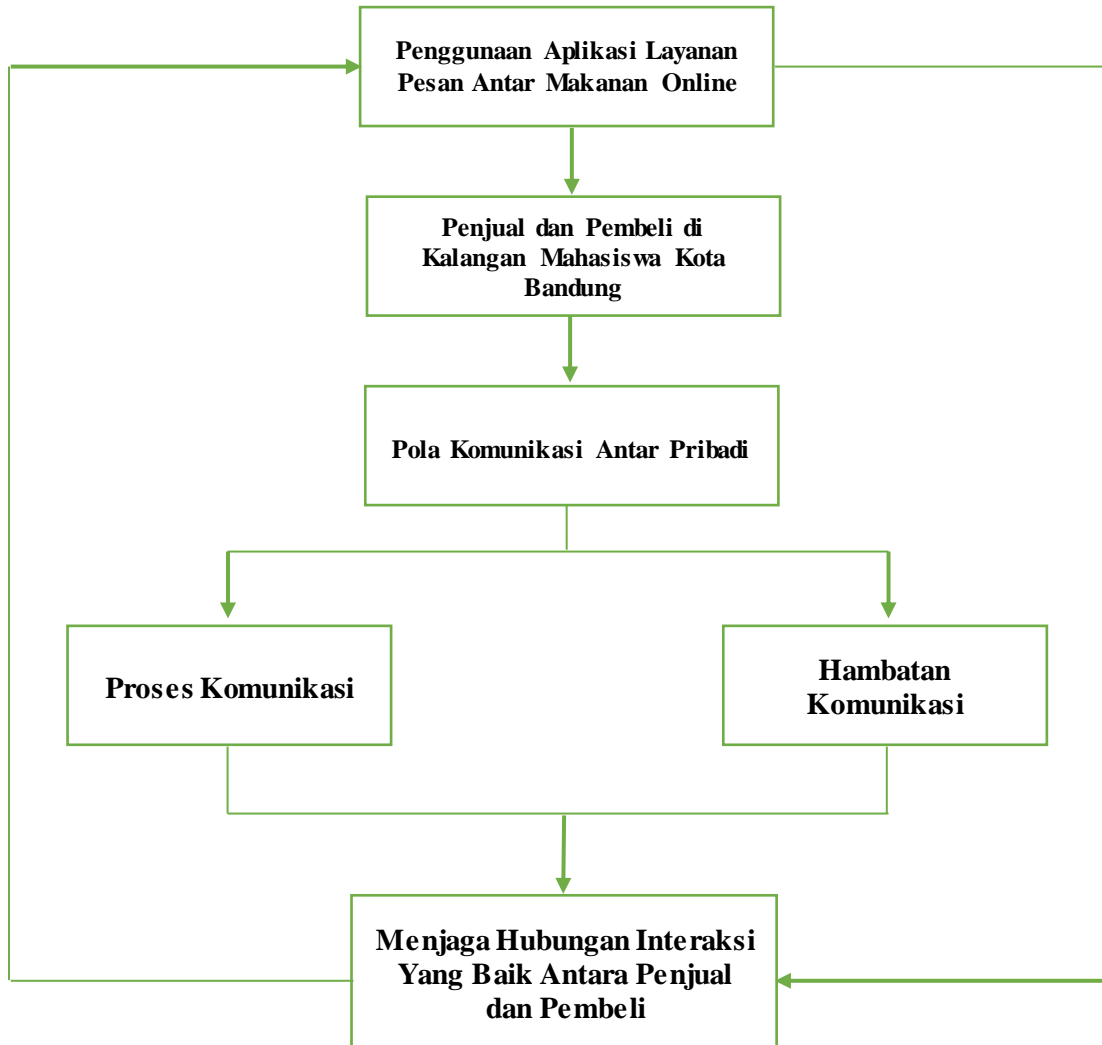
2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada penelitian ini akan menunjukkan cara antara Penjual dan Pembeli dalam memanfaatkan pola komunikasi menggunakan media komunikasi sekunder yang dapat berupa bahasa lisan maupun non-lisan dengan menggunakan media layanan pesan antar makanan online dalam menjaga terjalinnya hubungan interaksi antara penjual dan pembeli.

3. Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi pada bagian ini akan menunjukkan bagaimana cara antara penjual dan pembeli dalam meminimalisir hambatan komunikasi yang ada agar tidak terjadi kesalahpahaman ketika dalam bertransaksi jual beli melalui layanan tersebut sehingga tetap menjaga hubungan interaksi yang baik antara penjual dan pembeli. Hambatan komunikasi ini dapat berasal dari gangguan, kepentingan, motivasi terpendam dan prasangka.

Gambar 2.3
Model Alur Kerangka Pikir Penelitian



Sumber : Peneliti 2022