

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap, serta pembandingan dalam menyusun penelitian ini hingga lebih memadai. Selain itu, dengan menelaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini. Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu tentang Pola Komunikasi:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Hendrick Thomas Parsaoran Manurung, Universitas Sumatera Utara, Skripsi 2017.	Pola Komunikasi Customer Service Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Customer Service Dan Kepuasan Pelanggan Di Auto 2000 Cabang Sisingamangaraja Medan).	Penelitian ini berupa pendekatan kualitatif dengan Metode Studi Deskriptif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pola Komunikasi yang terjadi antara bagian pelayanan dengan pelanggan di toyota auto 2000 adalah Pola Transaksional, dimana komunikasi terjadi secara dua arah dan terdapat pertukaran pesan antara Komunikator dan juga Komunikan.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah meneliti bagaimana Pola Komunikasi Customer Service Dan Kepuasan Pelanggan Di Toyota Auto 2000 Cabang Jl.Sisingamangaraja Medan. sedangkan pada penelitian ini untuk mengetahui Pola Komunikasi Di Toyota Auto 2000 Cabang Jl. Sisingamangaraja Medan dan untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan Di Toyota Auto Jl. Sisingamangaraja Medan.
2	Dirga Handie Bansaleng, Universitas Langlangbuana, Skripsi 2017.	Komunikasi Antarpribadi Wiraniaga Dalam Menarik Minat Pelanggan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelanggan	penelitian ini berupa Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Deskriptif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi Antarpribadi Wiraniaga Dalam	Perbedaan dengan Penelitian ini adalah Bertujuan Untuk Mengetahui Komunikasi Antarpribadi Wiraniaga Dalam Menarik Perhatian Pelanggan

		Indihome Fiber PT.Telekomunikasi Indonesia Di Manokwari Papua Barat).		Menarik Perhatian Pelanggan ditentukan secara purposif berdasarkan penggambaran komunikasi antarpribadi dengan memperoleh data melalui wawancara.	indihome fiber PT.Telekomunikasi indonesia di manokwari papua barat.
3	Denia Dwi Putri, Universitas Telkom, Jurnal 2016.	Pola Komunikasi Pada Program Mentoring (Studi Deskriptif Pada Program Mentoring Young On Top Campus Ambassador)	Metode Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan studi deskriptif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terjadi pada program mentoring memakai pola jaringan all channel karena memiliki saluran terbuka yang memungkinkan setiap anggota dalam kelompok atau untuk berkomunikasi satu sama lain baik secara kelompok maupun interpersonal.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjalin dalam program mentoring Young On Top Campus Ambassador dan hambatan yang terjadi pada program mentoring Young On Top Campus Ambassador.

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

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

komunikasi adalah seluruh prosedur yang melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya. (Riswandi dalam (Rismawaty, Desayu E, 2014:68)

onong uchjana effendi dalam buku dimensi-dimensi komunikasi mendefinisikan bahwa, komunikasi adalah penyampaian lambing yang berarti seseorang kepada orang lain, baik dengan maksud agar mengerti maupun agar berubah perilakunya.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Komunikasi yaitu sebuah proses. Asumsi ini tentu saja menjadi bagian penting bagi seluruh peristiwa komunikasi, di mana dalam setiap proses, tentu saja meliputi tahapan-tahapan tertentu. Dalam setiap proses komunikasi, setidaknya melibatkan beberapa komponen. Namun secara garis besar, Laswell dalam Effendy membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yakni proses komunikasi primer dan sukender.

Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Di mana 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. (Effendy dalam Rismawaty, Desayu E, 2014)

Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. (Rismawaty, Desayu E, 2014)

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikator dan komunikan

Istilah komunikator dan komunikan merupakan istilah umum yang sering digunakan dalam setiap peristiwa komunikasi, namun dalam perkembangannya banyak teori-teori dan model-model komunikasi menggunakan istilah sumber-penerima (*source-receiver*). Menurut **Devito**, seseorang mengirimkan pesan ketika berbicara, menulis, memberikan isyarat tubuh, atau tersenyum dan menerima pesan saat mendengarkan, membaca, membaui dan sebagainya. (Devito dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:96)

Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambang (*symbol*). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. (Effendy dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:107)

Media

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan. (Devito dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:110)

Efek

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Pada setiap kegiatan komunikasi selalu ada konsekuensi. Pertama anda mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif. Kedua anda mungkin memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi dan perasaan anda, ini adalah dampak afektif. Ketiga anda mungkin memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti cara melemparkan bola atau melukis, selain juga perilaku verbal dan non verbal yang patut, ini adalah dampak atau efek psikomotorik. (Devito dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:126)

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi sosial

1. Membangun Konsep Diri

Manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Kita sadar bahwa kita manusia karena orang-orang disekeliling kita menunjukkan kepada kita lewat perilaku verbal dan non verbal mereka bahwa kita manusia. (Riswandi dalam Rismawaty, Desayu E, 2014)

2. Eksistensi dan Aktualisasi Diri

Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri terlihat jelas ketika orang mendominasi pembicaraan dalam dialog, seminar atau rapat. (Riswandi dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:75)

3. Kelangsungan hidup, Memupuk hubungan, dan Mencapai kebahagiaan.

Komunikasi, dalam konteks apapun adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. (Riswandi dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:75)

Fungsi komunikasi ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan secara sendiri dan kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen-instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan non verbal. Misalnya perasaan sayang, marah, benci, takut, sedih, atau simpati, dapat

dikomunikasikan melalui perilaku non verbal. (Riswandi dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:76)

Fungsi komunikasi instrumental

- a. Menginformasikan
- b. Mengajar
- c. Mendorong
- d. Mengubah sikap, keyakinan, dan perilaku
- e. Menggerakkan tindakan
- f. Menghibur (Riswandi dalam Rismawaty, Desayu E, 2014:79)

2.1.2.5 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:

Hambatan Internal

Hambatan internal yaitu 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.

Hambatan Eksternal

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

Menurut Prof. Onong Uchjana Effendy, MA dalam bukunya ilmu, teori, dan filsafat komunikasi. Ada 4 jenis hambatan komunikasi, yaitu:

Gangguan

Ada 2 jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan semantic. Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Gangguan semantic adalah gangguan bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak.

Kepentingan

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

Motivasi Terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya.

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.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (*face to face*), bisa juga melalui sebuah medium telepon. (Roudhonah, 2019:135).

Secara umum, komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Pengertian proses mengacu pada perubahan dan tindakan (*action*) yang berlangsung terus-menerus. Komunikasi antarpribadi juga merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut adalah kesamaan pemahaman di antara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi.

Menurut **Devito**, komunikasi antarpribadi adalah pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan efek dan umpan balik yang langsung.

Komunikasi antarpribadi merupakan subjek dari beberapa disiplin dalam bidang psikologi, terutama analisis transaksional. Komunikasi antarpribadi menunjuk kepada komunikasi dengan orang lain. (Manap, Melly, 2015:100).

2.1.4.2 Efektivitas Komunikasi Antarpribadi

Menurut **Devito**, efektivitas komunikasi antarpribadi yaitu:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Kemauan untuk menanggapi dengan senang hati terhadap informasi yang akan diterima dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu kepada tiga aspek dari komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi yang efektif harus terbuka kepada komunikannya, kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk jujur pada stimulus yang datang.

b. Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang akan dialami seseorang pada situasi tertentu. Seseorang yang berempati dapat memahami motivasi dan pengalaman, perasaan, sikap, serta harapan.

c. Dukungan (*Supportiveness*)

Pada dukungan situasi yang terbuka akan mendukung komunikasi berlangsung secara efektif, dimana memperlihatkan sikap yang mendukung deskriptif bukan evaluatif.

d. Rasa Positif (*Positiveness*)

Seseorang patut memiliki perasaan yang positif pada dirinya, dengan cara mendorong orang lain untuk lebih aktif lagi dalam berpartisipasi, serta menciptakan situasi komunikasi yang kondusif untuk interaksi yang lebih efektif.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Pada kesetaraan yaitu mencakup pada bidang pengalaman diantaranya pelaku komunikasi dan kesamaan pada percakapan, baik dalam hal menerima atau mengirim pesan.

2.1.4.3 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi

Karakteristik atau ciri-ciri komunikasi antarpribadi ini sebenarnya dapat diketahui dari pengertiannya yang sudah disampaikan sebelumnya yaitu sebagai berikut.

1. Sifatnya dua arah/timbal balik (*two way traffic communication*). Karena dilakukannya secara langsung sehingga masalah cepat dapat diatasi dan dipecahkan bersama.
2. *Feed back* nya langsung tidak tertunda. Ini karena berlangsungnya komunikasi tersebut langsung, maka umpan balik atau *feed back* nya dapat seketika diketahui.
3. Komunikator dan komunikan dapat bergantian fungsi. Sekali waktu menjadi komunikator dan sekali waktu pula menjadi komunikan.
4. Bisa dilakukan secara spontanitas. Maksudnya tanpa direncanakan terlebih dahulu.

5. Tidak berstruktur. Maksudnya masalah yang dibahas tidak mesti terfokus melainkan mungkin hal-hal yang tidak dalam rencana, juga masuk dalam pembicaraan.
6. Komunikasi ini lebih banyak terjadi antara dua orang, tapi tidak menutup kemungkinan terjadi pada sekelompok kecil orang.

2.1.4.4 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Dalam pelaksanaan komunikasi antarpribadi mempunyai beberapa tujuan. Tujuan-tujuan tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1. Mengetahui diri sendiri dan orang lain

Maksudnya dengan membicarakan diri kita sendiri pada orang lain, maka kita akan mendapat perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita.

2. Mengetahui dunia luar

Maksudnya dengan komunikasi antarpribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik.

3. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna

Sebagai makhluk sosial, manusia ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain.

4. Mengubah sikap dan perilaku

Maksudnya dalam komunikasi antarpribadi sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain. Kita ingin memilih suatu cara tertentu, mencoba makanan baru, mendengarkan musik tertentu, membaca buku, dan lain-lain.

5. Bermain dan mencari hiburan

Kadang hal bermain dan mendapat hiburan ini dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan karena dapat memberi suasana baru yang terlepas dari keseriusan, ketegangan, dan lain-lain.

2.1.4.5 Hubungan Antarpribadi

Hubungan antarpribadi 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 data psikologis.

Salah satu tanda komunikasi itu efektif yang penting adalah hubungan antarpribadi yang baik. Kegagalan komunikasi terjadi apabila isi pesan kita dipahami, tetapi hubungan di antara komunikan terjadi rusak. Pesan yang paling jelas, paling

tegas, dan paling cermat tidak dapat menghindari kegagalan, jika terjadi hubungan yang jelek.

2.1.3 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

2.1.3.1 Pengertian Pola Komunikasi

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 adalah pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. (Ngalimun, 2020:44)

Menurut **Abdillah Hanafi**, pola komunikasi yaitu:

kita adalah binatang yang berkomunikasi, komunikasi meliputi segala yang kita lakukan. Dalam keadaan apapun manusia tidak luput dari komunikasi.

Menurut **Djamarah** komponen komunikasi ada lima 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. Menurut Djamarah media tidak termasuk komponen komunikasi, tetapi lingkungan atau situasi yang mendukung merupakan hal yang dibutuhkan dalam proses komunikasi.” (Ngalimun, 2020:45).

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.

2.1.3.2 Pola-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. Ernest Cassier mengatakan bahwa keunggulan manusia atas makhluk lainnya adalah keistimewaan mereka sebagai *animal symbolicum*. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang.

Komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu 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 tatap muka (*face to face*), tetapi juga adakalanya komunikasi bermedia. Dalam proses 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, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan. (Dasrun Hidayat, 2012:43).

2.1.3.3 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 ke empat 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.

2.1.3.4 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 respons 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.

2.1.5 Tinjauan Tentang Informasi Pelanggan

2.1.5.1 Pengertian Informasi Pelanggan

Pada penyebaran informasi yaitu sebagai proses dikomunikasikannya inovasi melalui saluran tertentu. Penelitian tentang penyebaran menunjukkan bahwa pemasaran komunikasi harus lebih efektif .

Inovasi (Produk, Jasa, Ide baru)

Sebuah inovasi dapat didefinisikan dengan bermacam cara. Definisi yang paling lazim diterima ialah bahwa inovasi yaitu ide atau produk apapun yang dirasakan oleh calon adopter sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga dapat didefinisikan secara objektif berdasarkan kriteria di luar adopter .

Komunikasi (Melalui saluran-saluran tertentu)

Komunikasi adalah proses yang digunakan konsumen dan organisasi pemasaran untuk saling membagi informasi guna mencapai pengertian bersama. Komunikasi penting sekali bagi penerimaan yang menyebar luaskan produk baru.

Waktu (Dimana individu tertentu memutuskan untuk menggunakan produk yang berhubungan dengan orang lain)

Tidak hanya konsumen individual bergerak melewati tahapan, tetapi konsumen lain juga bergerak melewati proses. Dalam kenyataannya produk baru mungkin tidak mempunyai cukup waktu untuk bergerak melewati tahap-tahap awal yang tanpa dapat dihindari tetapi harus dilewati sebelum tiba pada tindakan pembelian yang diinginkan oleh pemasar.

Sistem Sosial (Orang, Kelompok, atau Sistem lain yang saling berhubungan)

Analisis tentang sistem sosial menunjukkan bahwa orang dari status sosial yang tinggi bergerak ke atas, berpendidikan, dan diberi kehormatan sehubungan dengan orang lain di dalam sistem sosial dalam keinovatifan. (Nugroho Setiadi, 2019:304).

2.1.6 Tinjauan Tentang Jasa

2.1.6.1 Pengertian Jasa

Menurut **Kotler & Keller** mendefinisikan jasa yaitu setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak dapat menghasilkan sesuatu.

2.1.6.2 Klarifikasi Jasa

Industri jasa sangat beragam, sehingga tidak mudah untuk menyamakannya. Klarifikasi jasa dapat membantu memahami batasan dari industri jasa yang mempunyai masalah dan karakteristik yang akan diterapkan pada suatu bisnis jasa. Jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak yang satu kepada pihak yang lain. Meskipun prosesnya sangat terkait pada produk fisik, tetapi *performance* jasa pada dasarnya adalah tidak berwujud (*intangible*) dan tidak mengakibatkan adanya kepemilikan dari produk jasa yang akan dihasilkan tersebut. Menurut Kotler & Keller, mengklarifikasikan berdasarkan sudut pandang yang berbeda. Pertama, jasa dibedakan menjadi jasa berbasis peralatan (*equipment based*) berbasis peralatan dapat dibedakan lagi menjadi jasa yang akan dilakukan melalui mesin otomatis atau di monitori oleh operator yang terlatih, kurang terlatih, ataupun profesional. Kedua, Kotler juga mengatakan bahwa tidak semua jasa memerlukan adanya kehadiran klien (*client's*

presence) dalam menjalankan kegiatannya. Ketiga, jasa dapat dibedakan menjadi jasa untuk kebutuhan pribadi atau jasa untuk kebutuhan bisnis. (Harriyati, 2011)

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut **Sugiyono**, mengemukakan bahwa:

“kerangka berpikir merupakan model konseptual yang membahas tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting” (Sugiyono, 2017:60).

Jadi kerangka yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen.

Kerangka pemikiran merupakan alur pemikiran peneliti yang dibuat dalam bentuk skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi 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 mengenai pola komunikasi antarpribadi *Oranger Mobile* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan tahapan penyelesaian masalah berdasarkan teori Onong Uchjana Effendy dikutip dari buku Rismawaty, Desayu, Sangra (2014) yaitu mengenai Proses komunikasi dan Hambatan Komunikasi, sebagai sub fokus yang digunakan dalam petunjuk untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan yang akan diteliti. Adapun penjelasan dari tahapan tersebut adalah :

1. Proses komunikasi

Pada proses komunikasi ini terjadi pada *Oranger Mobile* dengan pelanggan yaitu proses yang terjalin di mana jasa kurir menyediakan layanan penjualan dengan sistem antar jemput dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan terkait *Oranger Mobile*, dengan begitu pelanggan menggunakan layanan jasa pada *Oranger Mobile* PT Pos Indonesia atas dasar ketertarikan.

Proses Komunikasi primer

Pada tahapan komunikasi primer ini terlibat sebuah diskusi atau percakapan yang melibatkan secara spontan. Dalam proses ini berlangsungnya percakapan antara *oranger mobile* dengan pelanggan. Dimana dalam komunikasi ini menggunakan pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal yaitu *Oranger Mobile* sendiri mempromosikan dengan cara menyebarkan kartu nama kepada pelanggan, memberikan informasi terkait ongkos pengiriman pada layanan *Oranger Mobile*, serta memberikan informasi terkait produk penjualan yang di sediakan oleh PT. Pos Indonesia. Serta pada pesan non verbal antara *Oranger Mobile* dengan pelanggan yaitu berjabat tangan pada saat bertemu sebagai tanda salam.

Proses Komunikasi Sekunder

Pada tahapan komunikasi sekunder ini penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan menggunakan sarana sebagai medianya. Dalam proses berlangsungnya penyampaian pesan antara *Oranger Mobile* dengan pelanggan biasanya menggunakan media sosial *message* menggunakan *WhatsApp* sebagai

perantara dalam proses komunikasinya ataupun menggunakan *instagram* sebagai sarana media dalam menyampaikan segala informasi.

2. Hambatan komunikasi

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:

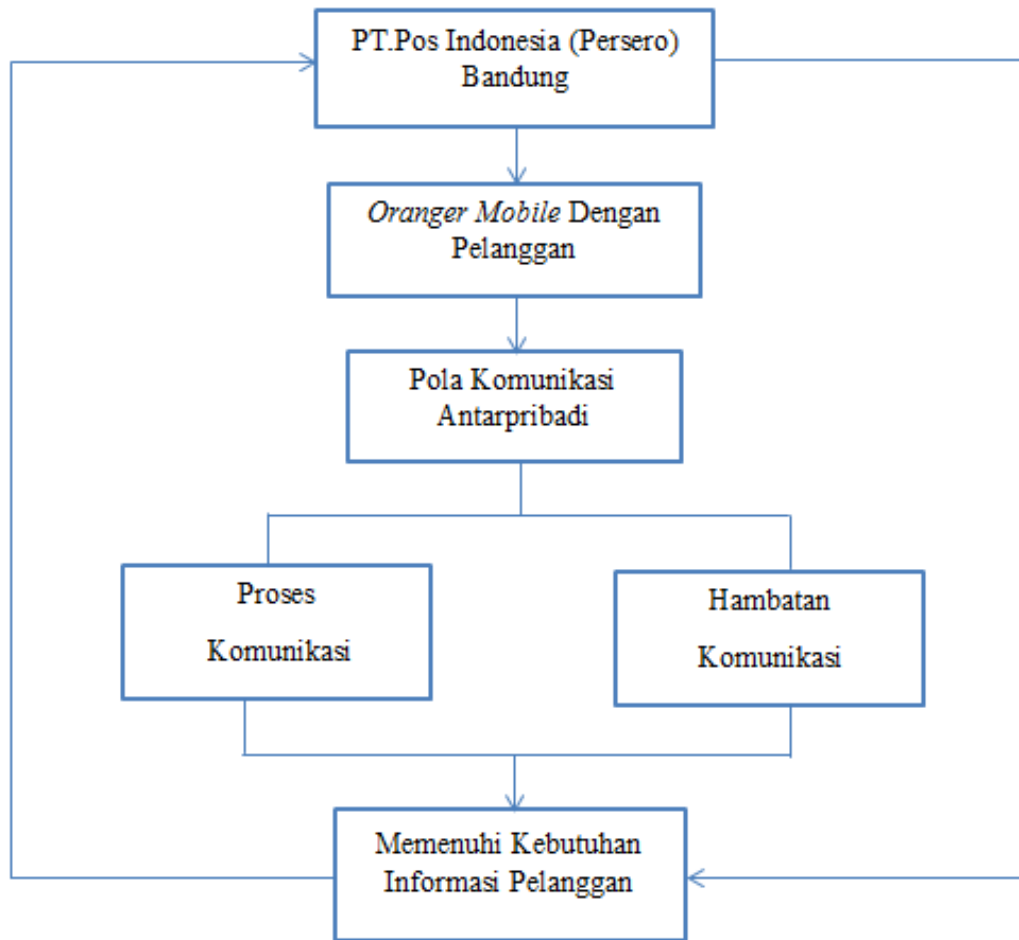
Hambatan Internal

Pada hambatan internal seseorang mengalami gangguan pendengaran yang akan menghambat terjadinya komunikasi. Dalam penelitian ini terjadi hambatan antara *Oranger Mobile* dengan Pelanggan, dimana hambatan ini mungkin terjadi karena pihak yang satu sedang mengalami masalah pribadi, yang dimana masalah tersebut akan timbul kesalah pahaman perbedaan persepsi. Dengan begitu akan sulit untuk diajak berkomunikasi.

Hambatan Eksternal

Pada hambatan eksternal seseorang yang berasal dari luar individu terkait dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial budaya. Dalam penelitian ini terjadi antara *Oranger Mobile* dengan Pelanggan, dimana hambatan ini terjadi jika adanya kebisingan dari luar yang dapat mengganggu berlangsungnya komunikasi.

Gambar 2. 1
Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2022