# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

## 2.1 Tinjauan Pustaka

### 2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka terdapat hasil penelitian terdahulu, ditemukan penelitian yang membahas tentang konstruksi makna dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Hasil pencarian peneliti mengenai penelitihan terdahulu yang sejenis memberikan informasi mengenai kredibilitas konselor sendiri, serta pendekatan yang menggunakan studi deskriptif. Berikut hasil penelitian terdahulu yang sejenis yang ditampilkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

| NO | URAIAN | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **Nama** | Arief Rachman Julfikar | Yoga Perdana | Chandra Adityo Nugroho |
| 2 | **Universitas** | UNIKOM | UNIKOM | UAJY |
| 3 | **Tahun** | 2013 | 2011 | 2013 |
| 4 | **Judul Penelitian** | Komunikasi Terapeutik Antara Konselor Dengan Resident di Rumah Cemara Ban dung (Studi Deskriptif Mengenai Komunikasi Terapeutik Antara Konselor Dengan Resident di Rumah Cemara Bandung) | Kredibilitas Redaktur TVRI Jawa Barat Dalam Meningkatkan Kualitas Berita | PENGARUH KREDIBILITAS BRAND ENDORSER TERHADAP TINGKAT MOTIVASI DALAM MENGGUNAKAN PRODUK |
| 5 | **Maksud Penelitian** | Mengetahui bagaimana Komunikasi Terapeutik | Mengetahui indikator dari Kredibilitas Redaktur | Penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Antara Konselor Dengan Resident Di Rumah Cemara Bandung | TVRI Jawa Barat dalam meningkatkan kualitas berita | kredibilitas Idang Rasjidi sebagai brand endorser terhadap tingkat motivasi siswa dalam memilih lembaga kursus Omah Moesik milik Idang Rasjidi. |
| **6** | **Metode Penelitian** | Kualitatif Metode Deskriptif | Kualitatif Metode Deskriptif | Kuantitatif |
| **7** | **Hasil Penelitian** | Hasil penelitian menunjukan bahwa : Fase Pra-Interaksi itu adalah fase dimana konselor mempersiapkan diri sebelum langsung berinteraksi dengan Resident. Fase Orientasi adalah fase dimana konselor berkenalan dengan resident agar terciptanya hubungan yang saling percaya. Fase Kerja adalah fase yang konselor dapat fokus terhadap masalah yang dihadapi oleh resident, dan terakhir. Fase Terminasi adalah hasil kesimpulan dari semua fase. | Hasil penelitian ini menyimpulkan beberapa unsur penunjang Kredibilitas, seperti : Keahlian, yang meliputi kemampuan dalam meningkatkan kualitas berita, teknik dalam meningkatkan kualitas berita, mahir dalam meningkatkan kualitas berita dan Kepercayaan, yang meliputi kujujuran dalam meningkatkan kualitas berita, keyakinan dalam meningkatkan kualitas berita, ketulusan dalam meningkatkan kualitas berita. Peneliti menemukan bahwa Redaktur TVRI Jawa Barat memiliki semua yang mencakup sub unsur Kredibilitas diatas. | Berdasarkan hasil survey terhadap 75 orang siswa Omah Moesik yang lolos kriteria sampel didapatkan beberapa hasil mengenai pengaruh kredibilitas Idang Rasjidi sebagai brand endorser terhadap tingkat motivasi siswa dalam memilih lembaga kursus Omah Moesik milik Idang Rasjidi. Sebanyak 86,7% responden mengkatogorikan Idang Rasjidi memiliki kredibilitas yang tinggi. Hasil yang lain adalah bahwa sebanyak 66,7% responden memiliki tingkat motivasi yang kuat dan sebanyak 82,7 % responden tersebut mendapatkan referensi mengenai Omah Moesik dari kelompok referensi. Hasil uji pengaruh menunjukkan bahwa kredibilitas kredibilitas Idang Rasjidi sebagai brand endorser dan kelompok referensi bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat motivasi siswa memilih kursus di Omah Moesik. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **8** | **Kesimpulan Penelitian** | Kesimpulan dari penelitian menunjukan bahwa tahapan-tahapan pada komunikasi terapeutik tidak dapat dilakukan dengan mudah dan tidak sengaja, tetapi harus direncanakan dan dipelajari dahulu agar tidak terjadinya bloking atau tidak tahu mahu bicara apa saat bertemu resident. | Kesimpulan dari data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan menghasilkan bahwa kredibilitas redaktu r TVRI Jawa Barat sangat baik dalam mengolah berita untuk siap tayang dan memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan oleh pemirsa tvri jawa barat dan memenuhi kode etik jurnalistik dengan berita-berita yang mendidik dan actual. | Berdasarkan hasil penelitian yang ada, peneliti merangkum beberapa kesimpulan mengenai penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas tinggi yang dimiliki Idang Rasjidi mempengaruhi tingkat motivasi siswa untuk memilih Omah Moesik sebagai produk jasa pilihan mereka. Selain itu rata-rata siswa mendapatkan rekomendasi mengenai Omah Moesik berdasarkan informasi dari kelompok referensi. |
| **9** | **Saran Penelitian** | Saran penelitian sebaiknya Rumah Cemara Bandung Manfaatkan waktu luang untuk melakukan komunikasi terapeutik pada resident. Agar lebih cepat perkembagan kondisi kesehatan resident. | Saran peneliti, redaktur TVRI Jawa Barat harus mampu mempunyai kredibilitas agar berita berita yang didapat mempunyai kualitas baik. Dan masyarakat mendapatkan informasi yang bermanfaat. TVRI Jawa Barat melalui program Berita harus dapat mengedepankan nilai aktualitas dan mendidik.dan sasaran diniatkan untuk melayani seluruh lapisan masyarakat dengan berita yang baik. | Berdasarkan hasil tersebut saran yang muncul adalah Omah Moesik dan Idang Rasjidi masing-masing harus menjaga citra mereka masing-masing. Hal ini cukup riskan dikarenakan jika salah satu pihak mengalami penurunan citra maka akan saling berpengaruh satu sama lain. |

**Sumber:** ***Peneliti, 2015.***

### 2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Manusia yang merupakan makhluk hidup sangat perlu untuk melakukan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan bertujuan untuk keberlangsungan hidup manusia. Tanpa adanya suatu komunikasi, maka manusia tidak akan bisa untuk melangsungkan kehidupannya. Komunikasi yang dilakukan juga bertujuan untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Inti dari komunikasi adalah manusia. Ketika manusia ada maka terciptalah komunikasi.

#### 2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* secara etimologis berkaitan dengan dua kata lainnya *communion* dan *community* berasal dari bahasa Latin *communcare* yang berarti *to make common*—membuat sesuatu menjadi bersama-sama atau *to share*—membagi yang artiannya diperluas menjadi misalnya, komunikasi adalah proses atau tindakan untuk mengalihkan pesan dari suatu sumber kepada penerima melalui saluran dalam situasi adanya gangguan dan interferensi. Ada pula yang mengelaborasi definisi ini menjadi komunikasi adalah transmisi pesan yang bertujuan untuk memperoleh makna perubahan tertentu.

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa atau hasil apa.

Komunikasi dapat dilihat dari pernyataan Deddy Mulyana:

> "Komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan non verbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih". (Mulyana 2005:3).

Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan diatas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi tersebut untuk berhubungan satu sama lain dengan lingkungan.

Komunikasi pada hakekatnya merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dan sering sekali dilakukan dalam kehidupan setiap manusia, kebutuhan manusia untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Oleh karena itu manusia tidak bisa hidup sendiri melainkan membutuhkan orang lain. Setiap orang yang hidup dalam komunikasi, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya suatu komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit terdiri dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang berhubungan, menimbulkan interaksi sosial yang disebabkan oleh interkomunikasi.

Komunikasi dan masyarakat adalah dua kata yang kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi, masyarakat tidak mungkin akan terbentuk, dan sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Dari definisi di atas dapat diuraikan bahwa komunikasi itu tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, individu, kelompok maupun masyarakat.

Karena berkomunikasi yang baik akan memberi daya tarik langsung kepada seseorang dalam bermasyarakat.

**2.1.2.2 Proses Komunikasi**

Komunikasi pada hakekatnya merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dan sering sekali dilakukan dalam kehidupan setiap manusia, kebutuhan manusia untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Oleh karena itu manusia tidak bisa hidup sendiri melainkan membutuhkan orang lain. Setiap orang yang hidup dalam komunikasi, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya suatu komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit terdiri dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang berhubungan, menimbulkan interaksi sosial yang disebabkan oleh interkomunikasi.

Komunikasi dan masyarakat adalah dua kata yang kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi, masyarakat tidak mungkin akan terbentuk, dan sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Definisi di atas dapat diuraikan bahwa komunikasi itu tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, individu, kelompok maupun masyarakat. Karena berkomunikasi yang baik akan memberi daya tarik langsung kepada seseorang dalam bermasyarakat.

Secara umum banyak ilmuwan sepakat bahwa komunikasi itu merupakan sebuah proses penymapaian pesan dalam bentuk ide, gagasan, pikiran, emosi, perilaku, dan sebagainya. dalam proses komunikasi terdapat empat kemungkinan

jenis pesan (1) Verbal disengaja; (2) Verbal tidak disengaja; (3) Non Verbal disengaja; (4) Non Verbal tidak disengaja. Pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal tidak disengaja adalah sesuatu yang dikatakan tanpa bermaksud mengatakannya. perbedaan antara pesan non verbal disengaja dan tidak disengaja adalah dalam aspek keinginan.

**2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi**

Komunikasi adalah salah satu faktor yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan setiap manusia, karena tanpa komunikasi kita tidak dapat berinteraksi ke manapun dan dengan siapapun.

Penegasan dan pengertian tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi diatas adalah sebagai berikut:

a. *Sender:* komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
b. *Encoding* (penyandian): proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
c. *Message:* pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
d. *Media:* saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
e. *Decoding* (pengawasandian): proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
f. *Receiver:* komunikan yang menerima pesan dari komunikator.

g. *Response* (tanggapan): seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
h. *Feedback* (umpan balik): tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
i. *Noise:* gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Model komunikasi di atas menjelaskan bahwa faktor-faktor kunci dalam mewujudkan komunikasi yang efektif. Komunikator harus mengetahui khalayak yang dapat dijadikan sebagai sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam mengelola suatu pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya menerima dan menanggapi suatu pesan. Komunikator harus mampu mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran.

**2.1.2.4 Bentuk Komunikasi**

Adapun bentuk-bentuk komunikasi, yang disebut sebagai Tatanan Komunikasi, terbagi menjadi tiga bagian di antaranya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Komunikasi Persona *(Persona Communication),* yakni pernyataan manusia yang didasarkan pada sasaran tunggal.
2. Komunikasi Kelompok *(Group Communication),* yakni pernyataan manusia didasarkan pada kelompok manusia tertentu atau komunikasi antara seseorang dengan sejumlah orang

3. Komunikasi Massa *(Mass Communication)*, yakni bentuk komunikator dengan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh, sangat heterogen dan menimbulkan efek-efek tertentu.

Uraian di atas menjelaskan dan membagi atas tiga bagian atas bentuk komunikasi di antaranya yaitu komunikasi persona, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Dapat disimpulkan juga bahwa ketiga bentuk di atas maka pernyataan-pernyataan manusia yang didasarkan pada sasaran tunggal, kelompok tertentu dan pernyataan tertentu dan harus dikomunikasikan.

Berdasarkan sudut pandang beberapa pakar komunikasi, dapat diklasifikasikan ada tujuh tipe atau bentuk komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi Intrapersonal (komunikasi dengan diri sendiri)

   Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. (Cangara, 2005:30)

2. Komunikasi Interpersonal (komunikasi antarpribadi)

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

3. Komunikasi Kelompok Kecil

   Komunikasi kelompok kecil diartikan sebagai proses pertukaran pesan verbal dan nonverbal anatara tiga orang atau lebih anggota kelompok yang bertujuan untuk saling mempengaruhi.

4. Komunikasi Publik

   Komunikasi publik (*public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering disebut juga pidato, ceramah atau kuliah umum.

5. Komunikasi Organisasi

   Komunikasi organisasional terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. komunikasi organisasional juga didefinisikan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung (Goldbaher dalam Tubbs dkk, 2008:18)

6. Komunikasi Lintas Budaya

   Komunikasi lintas budaya atau antarbudaya yaitu komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda secara ras, etnik atau sosioekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini). (Tubbs dkk, 2008:19)

7. Komunikasi Massa

   Komunikasi massa *(mass communication)* adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau

eletronik (televisi, radio), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, ananonim dan heterogen.

**2.1.2.5 Fungsi Komunikasi**

Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu komunikasi suatu pengantar yang terbit tahun 2007 mengutip Kerangka berpikir William I. Gorden mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan. Fungsi Komunikasi menurut William I Gorden yaitu :

1. Fungsi Komunikasi Sosial

   Komunikasi itu penting dalam membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan.Pembentukan konsep diriKonsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pernyataan citra diri. Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan citra diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

   Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

   Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapakan kata2 dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi Instrumental

   Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur (persuasif) Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi. (Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Deddy Mulyana, MA, Ph. D. 2007)

**2.1.2.6 Tujuan Komunikasi**

Didalam kehidupan sehari-hari komunikasi memiliki tujuan. Komunikasi memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh para pelaku komunikasi. Menurut Schramm dalam Sendjaja menjelaskan, “tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan, yaitu : kepentingan komunikator dan kepentingan komunikan”. (Sendjaja, 2004:2.19)

Tujuan komunikasi menurut Sendjaja dilihat dari sudut kepentingan sumber atau komunikator antara lain :

1. Memberikan informasi

   Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang didalamnya sarat akan informasi. Melalui komunikasi, pesan tersebut disampaikan komunikator kepada komunikan.

2. Mendidik

   Dari sekedar memberikan informasi, akhirnya banyak input yang disampaikan komunikator agar komunikan menjadi lebih luas pengetahuannya.

3. Menghibur

   Seorang komunikator berkomunikasi tidak semata-mata memberikan informasi dan pengetahuan melainkan juga menghibur perasaan komunikan. Hal ini sering dilakukan untuk mengakrabkan ikatan emosional.

4. Menganjurkan suatu tindakan

   Pesan yang disampaikan komunikator merupakan stimulus yang dapat menjadi acuan bagi komunikan. Komunikator dapat mempengaruhi komunikan melalui komunikasi. (Sendjaja, 2008:2.19)

Sedangkan tujuan komunikasi menurut Sendjaja dilihat dari sudut kepentingan penerima atau komunikan antara lain:

1. Memahami informasi

   Minimnya informasi menjadikan seseorang menjadi kurang paham mengenai suatu hal. Melalui informasi yang disampaikan komunikator, komunikan menjadi lebih paham mengenai informasi yang dibutuhkannya.

2. Mempelajari

   Pesan yang disampaikan komunikator sarat akan pengetahuan dan informasi. Dengan berkomunikasi dengan komunikator, komunikan dapat mempelajari hal-hal yang tidak diketahuinya.

3. Menikmati

   Tanpa disadari seorang komunikator adalah entertainer sejati. Komunikan dimanjakan oleh banyaknya informasi, pengetahuan, dan sekaligus hiburan dari komunikator.

4. Menerima atau menolak anjuran

   Sebagai komunikan, mereka kerap kali menjadi sasaran dari komunikator. Komunikasi memungkinkan seorang dapat menerima atau menolak sesuatu akibat pengaruh komunikator. (Sendjaja, 2008:2.19)

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut Cangara Hafied adalah mengandung hal-hal sebagai berikut:

1. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti.

   Seorang komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

2. Memahami orang

   Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

3. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain

   Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu

   Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki. (Hafied, 2005: 22)

### 2.1.3 Tinjauan tentang Komunikasi Interpersonal

#### 2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Secara konstektual, komunikasi interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antara dua individu atau sedikit individu, yang mana saling berinteraksi, saling memberikan umpan balik satu sama lain. Namun, memberikan definisi konstektual saja tidak cukup untuk menggambarkan komunikasi interpersonal karena setiap interaksi antara satu individu dengan individu lain berbeda-beda.

Arni Muhammad (2005:159) menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling

kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikannya".

Mulyana (2000: 73) menyatakan bahwa "komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya".

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian informasi, pikiran dan sikap tertentu antara dua orang atau lebih yang terjadi pergantian pesan baik sebagai komunikan maupun komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian, mengenai masalah yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan terjadi perubahan perilaku.

### 2.1.3.2 Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal

Dari pengertian komunikasi interpersonal yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasikan beberapa komponen yang harus ada dalam komunikasi interpersonal. Menurut Suranto A. W (2011: 9) komponen-komponen komunikasi interpersonal yaitu:

1. Sumber/ komunikator

   Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, yakni keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri, baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain. Kebutuhan ini dapat berupa keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial sampai pada keinginan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain. Dalam konteks komunikasi interpersonal komunikator adalah individu yang menciptakan, memformulasikan, dan menyampaikan pesan.

2. Encoding

   Encoding adalah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol- simbol verbal dan non verbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan.

3. Pesan

   Merupakan hasil encoding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain. Dalam aktivitas komunikasi, pesan merupakan unsur yang sangat penting. Pesan itulah disampaikan oleh komunikator untuk diterima dan diinterpretasi oleh komunikan.

4. Saluran

   Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum. Dalam konteks komunikasi interpersonal, penggunaan saluran atau media semata-mata karena situasi dan kondisi tidak memungkinkan dilakukan komunikasi secara tatap muka.

5. Penerima/ komunikan

   Adalah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan melakukan pula proses interpretasi dan memberikan umpan balik. Berdasarkan umpan balik dari komunikan inilah

seorang komunikator akan dapat mengetahui keefektifan komunikasi yang telah dilakukan, apakah makna pesan dapat dipahami secara bersama oleh kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan.

6. *Decoding*

   Decoding merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melaui indera, penerima mendapatkan macam- macam data dalam bentuk "mentah", berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah kedalam pengalaman- pengalaman yang mengandung makna. Secara bertahap dimulai dari proses sensasi, yaitu proses di mana indera menangkap stimuli.

7. Respon

   Yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif. Respon positif apabila sesuai dengan yang dikehendaki komunikator. Netral berarti respon itu tidak menerima ataupun menolak keinginan komunikator. Dikatakan respon negatif apabila tanggapan yang diberikan bertentangan dengan yang diinginkan oleh komunikator.

8. Gangguan *(noise)*

   Gangguan atau noise atau barier beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. Noise dapat terjadi di dalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi. Noise merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan phsikis.

9. Konteks komunikasi

   Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi yaitu ruang, waktu, dan nilai. Konteks ruang menunjuk pada lingkungan konkrit dan nyata tempat terjadinya komunikasi, seperti ruangan, halaman dan jalanan. Konteks waktu menunjuk pada waktu kapan komunikasi tersebut dilaksanakan, misalnya: pagi, siang, sore, malam. Konteks nilai, meliputi nilai sosial dan budaya yang mempengaruhi suasana komunikasi, seperti: adat istiadat, situasi rumah, norma pergaulan, etika, tata krama, dan sebagainya.

   Komunikasi interpersonal merupakan suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Orang yang saling berkomunikasi tersebut adalah sumber dan penerima. Sumber melakukan encoding untuk menciptakan dan memformulasikan menggunakan saluran. Penerima melakukan decoding untuk memahami pesan, dan selanjutnya menyampaikan respon atau umpan balik. Tidak dapat dihindarkan bahwa proses komunikasi senantiasa terkait dengan konteks tertentu, misalnya konteks waktu.

Hambatan dapat terjadi pada sumber, encoding, pesan, saluran, decoding, maupun pada diri penerima.

### 2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Arni Muhammad (2005:168) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

1. Menemukan Diri Sendiri

   Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain.

   Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

2. Menemukan Dunia Luar

   Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau didalami melalui interaksi interpersonal.

3. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

   Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabadikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

4. Tingkah Laku

   Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu waktu terlibat dalam posisi interpersonal.

5. Untuk Bermain Dan Kesenangan

   Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pecan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

6. Untuk Membantu

   Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakkan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

Dapat disimpulkan bahwa ketika melakukan komunikasi interpersonal, setiap individu dapat mempunyai tujuan yang berbeda- beda, sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

### 2.1.4 Tinjauan Tentang Kredibilitas

Jika kita kaji lebih jauh, sesungguhnya dimensi kredibilitas itu sangatlah luas. Maka agar lebih terfokus dan mengerucut, kita akan mengkaji kredibilitas dalam ruang lingkup komunikasi interpersonal. Pada umumnya kredibiltas itu adalah kepercayaan. Namun jika kita kaitkan dengan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi interpersonal maka definisi kredibilitas menjadi seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung dua hal:

1. Kredibilitas adalah persepsi komunikate.
2. Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen-komponen kredibilitas.

Karena kredibilitas itu masalah persepsi, kredibilitas berubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikate), topik yang dibahas, dan situasi. Hal-hal yang mempengaruhi persepsi komunikikate tentang komunikator sebelum ia berlakukan komunikasinya disebut *prior ethos* .

Sumber komunikasi memperoleh prior ethos karena berbagai hal. Kita membentuk gambaran tentang diri komunikator dengan pengalaman langsung dengan komunikator itu atau dari pengalaman wakilan (*vicarious experiences*); misalnya, karena sudah lama bergaul dengan seseorang dan sudah mengenal

integritas kepribadiannya atau karena kita sudah sering melihatnya atau mendengarnya dalam media massa.

Boleh jadi kita membentuk prior ethos komunikator dengan menghubungkannya pada kelompok rujukan orang itu, kita meletakkannya dalam kategori pada skema kognitif kita. Selain itu mungkin juga prior ethos terbentuk karena sponsor atau pihak-pihak yang mendukung komunikator, dan boleh jadi prior ethos juga timbul oleh petunjuk-petunjuk nonverbal yang ada pada diri komunikator. Ada juga perubahan yang disebabkan oleh apa yang disebut Kenneth E. Andersen sebagai *intrinsic ethos*.

Hal ini dibentuk oleh topik yang dipilih, cara penyampaian, teknik-teknik pengembangan pokok bahasan, dan bahasa yang digunakan, serta organisasi pesan atau sistematika yang dipakai. Perubahan ethos dalam jalannya komunikasi telah diteliti oleh Brooks dan Scheidel (1986), ketika mereka meneliti persepsi subjek pada citra (Rakhmat, 2012:259).

Selain pelaku persepsi dan topik yang dibahas, faktor situasi juga mempengaruhi kredibilitas. Belum banyak penelitian dilakukan tentang pengaruh situasi pada persepsi komunikate tentang komunikator. Tetapi dapat kita duga bahwa pada akhirnya kredibilitas dipengaruhi oleh interaksi di antara berbagai faktor (Rakhmat, 2012:260).

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi mengatakan ada dua komponen paling penting dalam kredibilitas yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan.

Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Tentu sebaliknya, komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, atau bodoh. Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Kesan bahwa komunikator dinilai jujur, tulus, adil, sopan dan etis di mana kesemuanya itu merupakan objektifitas dalam berpikir (Rakhmat, 2012:260).

Selain dua komponen di atas, Koehler, Annatol, dan Applbaum menambahkan empat komponen lagi tentang Kredibilitas, yaitu:

1. Dinamisme Komunikator memiliki Dinamisme, bila ia dipandang sebagai, bergairah, bersemangat, aktif, tegas, dan berani. Sebaliknya,
2. Sosiabilitas Adalah kesan komunikate tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul.
3. Koorientasi Merupakan kesan komunikate tentang komunikator, sebagai orang yang mewakili kelompok yang kita senangi, yang mewakili nilai-nilai kita.
4. Karisma Digunakan untuk menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikate seperti magnet menarik benda-benda di sekitarnya. (Rakhmat, 2012:260-261).

### 2.1.5 Tinjuanan Tentang Konselor

Ada perbedaan besar antara seorang konselor profesional dan orang yang menggunakan beberapa keterampilan konseling sebagai bagian dari peran mereka, misalnya peran mereka sebagai teman atau kolega. Seorang konselor profesional adalah individu yang sangat terlatih yang mampu menggunakan berbagai berbeda konseling pendekatan dengan klien mereka.

*The Concise Oxford Dictionary* (9 Edition) memberikan setidaknya dua definisi konseling, yang tampaknya bertentangan, menambah potensi kebingungan:

> *"give advice to (a person) on social or personal problems, especially professionally."*
> "Memberikan saran kepada (seseorang) pada masalah sosial atau pribadi, terutama profesional."

> *"the process of assisting and guiding clients, especially by a trained person on a professional basis, to resolve especially personal, social, or psychological problems and difficulties."*
> "Proses membantu dan membimbing klien, terutama oleh orang yang terlatih secara profesional, untuk menyelesaikan masalah terutama personal, sosial, atau psikologis dan kesulitan."

Konseling adalah proses yang terjadi ketika klien dan konselor menyisihkan waktu untuk mengeksplorasi kesulitan yang mungkin termasuk perasaan stres atau emosional klien.Tindakan membantu klien untuk melihat sesuatu dengan lebih jelas, mungkin dari pandangan yang berbeda-titik. Hal ini dapat memungkinkan klien untuk fokus pada perasaan, pengalaman atau perilaku, dengan tujuan untuk memfasilitasi perubahan positif dengan membangun sebuah hubungan atas dasar kepercayaan.

Kerahasiaan sangat penting untuk konseling yang sukses. Konselor profesional biasanya akan menjelaskan kebijakan mereka pada kerahasiaan, mereka mungkin, bagaimanapun, diwajibkan oleh hukum untuk mengungkapkan informasi jika mereka percaya bahwa ada risiko untuk hidup. Seorang Konsel tidak memberikan nasihat, judgemental, mencoba untuk memilah masalah klien, mengharapkan atau mendorong klien untuk berperilaku dengan cara yang konselor dapat berperilaku ketika dihadapkan dengan masalah yang sama dalam kehidupan mereka sendiri.

Konselor adalah seorang yang mempunyai keahlian dalam melakukan konseling. Konselor bergerak terutama dalam konseling di bidang pendidikan, tapi juga merambah pada bidang industri dan organisasi, penanganan korban bencana, dan konseling secara umum di masyarakat.

'Psikoterapi' dan 'Konseling' adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses yang sama. Kedua hal berhubungan dengan mengatasi kesulitan pribadi dan bekerja menuju perubahan positif. Konseling adalah pendekatan membantu yang menyoroti pengalaman emosional dan intelektual dari klien, bagaimana klien merasa dan apa yang mereka pikirkan tentang masalah mereka telah meminta bantuan untuk. Psikoterapi, bagaimanapun, didasarkan pada pendekatan psikodinamik untuk konseling - mendorong klien untuk kembali ke pengalaman mereka sebelumnya dan menjelajahi bagaimana pengalaman-pengalaman ini mempengaruhi mereka "masalah" saat ini.

Sebuah psikoterapis, oleh karena itu, membantu klien untuk menjadi sadar pengalaman yang mereka sebelumnya tidak menyadari.Konselor, bagaimanapun,

cenderung peduli dengan pengalaman masa lalu klien dan umumnya terlatih dalam pendekatan humanistik, menggunakan teknik dari terapi yang berpusat pada klien.

Konseling Pendekatan untuk informasi lebih lanjut tentang pendekatan psikodinamik, humanistik dan perilaku konseling. Peran Konselor yang Pertama dan terpenting konselor menyadari bahwa tidak ada dua orang yang sama. Tidak ada dua orang memahami bahasa yang sama dengan cara yang sama; pemahaman mereka akan selalu dikaitkan dengan pengalaman pribadi mereka dari dunia. Oleh karena itu, selama proses konseling, penting bahwa konselor tidak mencoba untuk masuk ke dalam kliennya idenya apa yang mereka harus dan bagaimana mereka harus bertindak. Peran konselor adalah untuk memungkinkan klien untuk mengeksplorasi banyak aspek kehidupan dan perasaan mereka, dengan berbicara secara terbuka dan bebas. Berbicara sedemikian rupa itu jarang mungkin dengan keluarga atau teman-teman, yang mungkin terlibat secara emosional dan memiliki pendapat dan bias yang dapat merugikan keberhasilan konseling. Adalah penting bahwa konselor tidak terlibat secara emosional dengan klien dan tidak menjadi begitu selama sesi konseling. Konselor tidak hakim, atau menawarkan saran.Konselor memberikan klien kesempatan untuk mengungkapkan perasaan yang sulit seperti marah, dendam, rasa bersalah dan ketakutan dalam lingkungan rahasia.

Konselor dapat mendorong klien untuk memeriksa bagian hidup mereka bahwa mereka mungkin telah menemukan sulit atau tidak mungkin untuk menghadapi sebelumnya. Mungkin ada beberapa eksplorasi pengalaman anak usia

dini untuk menyoroti mengapa seorang individu bereaksi atau merespon dengan cara tertentu dalam situasi tertentu. Hal ini sering diikuti dengan cara mempertimbangkan di mana klien dapat mengubah perilaku tersebut.

Konseling efektif mengurangi kebingungan, yang memungkinkan klien untuk membuat keputusan yang efektif yang mengarah ke perubahan positif dalam sikap dan atau perilaku mereka. Konseling yang efektif bukan nasihat-pemberian dan tidak bertindak atas nama orang lain (ini lebih peran pelatih kehidupan). Tujuan utama konseling adalah untuk memungkinkan klien untuk membuat pilihan mereka sendiri, mencapai keputusan mereka sendiri dan bertindak atas mereka sesuai.

a. Tanggung Jawab Konselor. Tanggung jawab konselor adalah untuk menstimulasi diskusi dan sesekali menyimpulkan apa yang telah dibicarakan dan memberikan pengarahan supaya pembicaraan tidak melangkah terlalu jauh dari topik. Kualifikasi pembimbing atau konselor hendaknya:
    1. Memiliki nilai, sikap, keterampilan, pengetahuan, dan wawasan dalam bidang profesi bimbingan dan konseling, yang harus dimiliki konselor, yaitu:
        a. Konselor wajib terus menerus berusaha mengembangkan dan menguasai dirinya;
        b. Konselor wajib memperlihatkan sifat-sifat sederhana, rendah hati, sabar, menepati janji, dapat dipercaya, jujur, tertib, dan hormat;

c. Konselor wajib memiliki rasa tanggung jawab terhadap saran ataupun peringatan yang diberikan kepadanya, khususnya dari rekan seprofesi yang berhubungan dengan pelaksanaan ketentuan tingkah laku professional;
d. Konselor wajib mengusahakan mutu kerja yang tinggi dan tidak mengutamakan kepentingan pribadi termasuk materiil, financial, dan popularitas.
e. Konselor wajib terampil dalam menggunkan teknik dan prosedur khusus dengan wawasan luas dan kaidah-kaidah ilmiah.

2. Memperoleh pengakuan atas kemampuan dan kewenangan sebagai konselor, adalah:
   a. Pengakuan keahlian;
   b. Kewenangan oleh organisasi profei atas dasar wewenang yang diberikan kepadanya.
   c. Keterampilan Konselor

Keterampilan komunikasi yang jelas sangat penting untuk konselor, kami memiliki banyak halaman lanjut meliputi keterampilan ini termasuk: mendengarkan secara aktif, klarifikasi, refleksi dan keterampilan pertanyaan yang efektif. Konselor akan mencoba untuk membangun sejumlah hubungan dengan klien mereka, tetapi tidak ke mana yang akan memungkinkan mereka untuk menjadi terlibat secara emosional.

Konselor harus empati, melihat hal-hal dari sudut klien pandang, daripada simpatik (mengasihani klien mereka). Empati dapat membantu konselor untuk mengajukan pertanyaan yang tepat dan mengarahkan klien untuk kesimpulan positif.

### 2.1.6 Tinjauan Tentang Kualitas Hidup Motivasi

#### 2.1.6.1 Pengertian

Mc Carney & Lason (1987, dalam Yuwono, 2000) memberikan pengertian kualitas hidup sebagai derajat kepuasan hati karena terpenuhinya kebutuhan ekternal maupun persepsinya. WHO (1994, dalam Desita, 2010) kualitas hidup didefinisikan sebagai persepsi individu sebagai laki-laki atau perempuan dalam hidup, ditinjau dari konteks budaya dan sistem nilai dimana mereka tinggal, dan hubungan dengan standart hidup, harapan, kesenangan, dan perhatian mereka.

Hal ini dipadukan secara lengkap mencakup kesehatan fisik, psikologis, tingkat kebebasan, hubungan sosial dan hubungan mereka dengan segi ketenangan dari lingkungan mereka.

Menurut Suhud (2009) kualitas hidup adalah kondisi dimana pasien kendati penyakit yang dideritanya dapat tetap merasa nyaman secara fisik, psikologis, sosial maupun spiritual serta secara optimal memanfaatkan hidupnya untuk kebahagian dirinya maupun orang lain. Kualitas hidup tidak terkait dengan lamanya seseorang akan hidup karena bukan domain manusia untuk menentukannya. Untuk dapat mencapai kualitas hidup perlu perubahan secara fundamental atas cara pandang pasien terhadap penyakit gagal ginjal terminal (GGT) itu sendiri.

Pembangunan Sosial bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (people's well-being). Midgley menyebutkan bahwa kondisi sejahtera (well-being) menunjuk pada istilah kesejahteraan sosial (social welfare) yang berkonotasi pada suatu kondisi sosial di mana masalah-masalah sosial diatur, kebutuhan sosial dipenuhi dan terciptanya kesempatan sosial. (2005:21). Bukan sekedar kegiatan amal ataupun bantuan publik yang diberikan oleh pemerintah. (2005:19).

Pakar ilmu sosial mendefinisikan kesejahteraan sosial sebagai tinggi rendahnya tingkat hidup pada suatu masyarakat. Oleh karenanya kemudian diciptakan suatu metode untuk dapat mengetahui indikator kesejahteraan sosial, diantaranya adalah indeks kualitas hidup secara fisik atau PQLI (Physical Quality of Life Index) yang diperkenalkan oleh D.M. Morris (1979), kemudian indeks kemajuan sosial (The Index of Social Progress) yang diciptakan oleh Richard Estes (1985) dan yang terbaru adalah indeks pembangunan manusia (Human Development Index) yang dikembangkan oleh United Nations Development Programme (UNDP) pada tahun 1990. (Midgley, 2005:20). Model terakhir inilah yang menjadi populer di berbagai negara termasuk di Indonesia sebagai suatu tools untuk mengukur pembangunan manusia.

Di sisi lain, tidak mudah untuk mendefinisikan kualitas hidup secara tepat. Pengertian mengenai kualitas hidup telah banyak dikemukakan oleh para ahli, namun semua pengertian tersebut tergantung dari siapa yang membuatnya.

Setiap individu memiliki kualitas hidup yang berbeda tergantung dari masing-masing individu dalam menyikapi permasalahan yang terjadi dalam

dirinya. Jika menghadapinya dengan positif maka akan baik pula kualitas hidupnya, tetapi lain halnya jika menghadapinya dengan negatif maka akan buruk pula kualitas hidupnya.

Stiglitz, Sen & Fitoussi (2011:68) menyebutkan bahwa kualitas hidup adalah konsep yang lebih luas daripada produksi ekonomi dan standar hidup. Kualitas hidup mencakup sekumpulan penuh faktor-faktor yang mempengaruhi apa yang kita hargai dalam hidup ini, melampaui sisi materialnya.

Menurut Calman yang dikutip oleh Hermann (1993:14-21) dalam Silitonga (2007) mengungkapkan bahwa konsep dari kualitas hidup adalah bagaimana perbedaan antara keinginan yang ada dibandingkan perasaan yang ada sekarang, definisi ini dikenal dengan sebutan "Calman's Gap". Calman mengungkapkan pentingnya mengetahui perbedaan antara perasaan yang ada dengan keinginan yang sebenarnya, dicontohkan dengan membandingkan suatu keadaan antara "dimana seseorang berada" dengan "di mana seseorang ingin berada". Jika perbedaan antara kedua keadaan ini lebar, ketidakcocokan ini menunjukkan bahwa kualitas hidup seseorang tersebut rendah. Sedangkan kualitas hidup tinggi jika perbedaan yang ada antara keduanya kecil.

Motivasi berasal dari kata motif (*motive*), yang berarti rangsangan, dorongan dan ataupun pembangkit tenaga, yang dimiliki seseorang sehingga orang tersebut memperlihatkan perilaku tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melengkapi semua penggerak alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada dasarnya mempunyai motif termasuk tingkah laku

secara reflek dan yang berlangsung secara otomatis mempunyai maksud tertentu, walaupun maksud itu tidak senantiasa disadari manusia (Swanburg Russel, 2000).

Motivasi juga merupakan upaya untuk menimbulkan rangsangan atau dorongan tenaga tertentu pada seseorang agar mau berbuat dan bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Irwanto, 1991).

Motivasi atau upaya untuk memenuhi kebutuhan pada seseorang dapat dipakai sebagai alat untuk menggairahkan seseorang untuk giat melakukan kewajibannya tanpa harus diperintah atau diawasi. (Dirgahunarso Singgih, 1992)

Motivasi sering disebut sebagai penggerak perilaku (*the energizer of behavior*) Motivasi adalah penentu (*determinan*) perilaku, dengan kata lain motivasi adalah konstruk teoritis mengenai terjadinya perilaku. Konstruk teoritis ini meliputi aspek-aspek pengaturan (regulasi). Pengarahan (direksi), serta tujuan (insentif global) dari perilaku (Efendi Usman, 1993)

### 2.1.6.2 Motivasi dalam Perilaku

Menurut Efendi Usman (1993), Ciri motivasi dalam perilaku:

1. Penggerak perilaku menggejala dalam bentuk tanggapan-tanggapan yang bervariasi. Motivasi tidak hanya merangsang suatu perilaku tertentu saja tetapi menstimulasi berbagai kecenderungan berperilaku yang memungkinkan tanggapan yang berbeda-beda.
2. Kekuatan dan efisiensi perilaku mempunyai hubungan yang bervariasi dengan kekuatan determinan. Rangsang yang lemah mungkin menimbulkan reaksi yang hebat atau sebaliknya.
3. Motivasi mengarahkan perilaku pada tujuan tertentu.

4. Penguatan positif (*positive reinforcement*), menyebabkan suatu perilaku tertentu cenderung diulangi.
5. Kekuatan perilaku akan melemah bila akibat dari perbuatan itu bersifat tidak baik.

Perilaku terjadi karena suatu determinan tertentu, baik biologis, pikologis, maupun yang berasal dari lingkungan. Determinan ini akan menstimulasi timbulnya suatu keadaan (bio) psikologis tertentu yang dalam tubuh disebut kebutuhan. Kebutuhan menciptakan suatu keadaan ketengangan (tension), hal ini mendorong perilaku untuk memenuhi kebutuhan tersebut (perilaku instrumental).

Bila kebutuhan sudah dipenuhi, maka ketegangan akan melemah, sampai timbulnya ketegangan lagi karena munculnya kebutuhan baru. Inilah yang disebut daur motivasi. Bila determinan yang menimbulkan kebutuhan itu tidak ada lagi maka daur tidak terjadi (Daniellle Gales & Carrette, 2002).

Beberapa teori dan definisi tentang motivasi maka dapat dipahami bahwa bila pada individu terdapat bermacam-macam motif yang mendorong dan menggerakkan manusia untuk melakukan kegitan-kegiatan dalam mencapai tujuan serta memenuhi kebutuhan hidup dalam rangka mempertahankan eksistensinya (Wim de Jong Syamsu Hidayat, 1997).

Motivasi dipengaruhi oleh:

1. Energi. Merupakan sumber energi yang mendorong tingkah laku, sehingga seseorang mempunyai kekuatan untuk mampu melakukan suatu tindakan tertentu

2. Belajar. Dinyatakan bahwa ada interaksi antara belajar dan motivasi dalam tingkah laku. Semakin banyak seseorang mempelajari sesuatu maka ia akan lebih termotivasi untuk bertingkah laku sesuai dengan yang pernah dipelajarinya.
3. Interaksi social. Dinyatakan bahwa interaksi sosial dengan individu lain akan mempengaruhi motivasi bertindak. Semakin sering seseorang berinteraksi dengan orang lain akan semakin mempengaruhi motivasi seseorang untuk melakukan tindakan tertentu.
4. Proses kognitif. Yaitu informasi yang masuk pada seseorang diserap kemudian diproses dan pengetahuan tersebut untuk kemudian mempengaruhi tingkah laku.

Wahyu Sumidjo mengklasifikasikan motivasi menjadi :

1. Faktor Internal. Segala sesuatu dari dalam individu seperti kepribadian, sikap pengalaman, pendidikan dan cita-cita
    a. Sifat kepribadian adalah corak kebiasaan manusia yang terhimpun dalam dirinya dan digunakan untuk bereaksi serta menyesuaikan diri terhadap rangsangan dari dalam diri maupun lingkungan, sehingga corak dan cara kebiasaannya itu merupakan kesatuan fungsional yang khas pada manusia itu, sehingga orang yang berkepribadian pemalu akan mempunyai motivasi berbeda dengan orang yang memiliki kepribadian keras.
    b. Intelegensi atau pengetahuan merupakan seluruh kemampuan individu untuk berpikir dan bertindak secara terarah dan efektif, sehingga orang

yang mempunyai intelegensi tinggi akan mudah menyerap informasi, saran, dan nasihat.

c. Sikap merupakan perasaan mendukung atau tidak mendukung pada suatu objek, di mana seseorang akan melakukan kegiatan jika sikapnya mendukung terhadap obyek tersebut, sebaliknya seseorang tidak melakukan kegiatan jika sikapnya tidak mendukung. Cita-cita merupakan sesuatu yang ingin dicapai dengan adanya cita–cita maka seseorang akan termotivasi mencapai tujuan.

2. Faktor Eksternal. Faktor eksternal meliputi lingkungan, pendidikan, agama, sosial, ekonomi, kebudayaan, orang tua, dan saudara.

   a. Pengaruh lingkungan baik fisik, biologis, maupun lingkungan sosial yang ada sekitarnya dapat mempengaruhi tingkah laku seseorang sehingga dorongan dan pengaruh lingkungan akan dapat meningkatkan motivasi individu untuk melakukan sesuatu.

   b. Pendidikan merupakan proses kegiatan pada dasarnya melibatkan tingkah laku individu maupun kelompok. Inti kegiatan pendidikan adalah proses belajar mengajar. Hasil dari proses belajar mengajar adalah terbentuknya seperangkat tingkah laku, kegiatan dan aktivitas. Dengan belajar baik secara formal maupun informal, manusia akan mempunyai pengetahuan, dengan pengetahuan yang diperoleh seseorang akan mengetahui manfaat dari saran atau nasihat sehingga akan termotivasi dalam usaha meningkatkan status kesehatan.

c. Agama merupakan keyakinan hidup seseorang sesuai dengan norma atau ajaran agamanya. Agama akan menjadikan individu bertingkah laku sesuai norma dan nilai yang diajarkan, sehingga seseorang akan termotivasi untuk mentaati saran, atau anjuran petugas kesehatan karena mereka berkeyakinan bahwa hal itu baik dan sesuai dengan norma yang diyakininya.
d. Sosial ekonomi merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap tingkah laku seseorang. Keadaan ekonomi keluarga mampu mencukupi dan menyediakan fasilitas serta kebutuhan untuk keluarganya. Sehingga seseorang dengan tingkat social ekonomi tinggi akan mempunyai motivasi yang berbeda dengan tingkat sosial ekonomi rendah.
e. Kebudayaan merupakan keseluruhan kegiatan dan karya manusia yang harus dibiasakan dengan belajar. Orang dengan kebudayaan Sunda yang terkenal dengan kehalusannya akan berbeda dengan kebudayaan Batak, sehingga motivasi dari budaya yang berbeda akan berbeda pula.
f. Orang Tua yang dianggap sudah pengalaman dalam banyak hal, sehingga apapun nasihat atau saran dari orang tua akan dilaksanakan.
g. Saudara, di mana saudara merupakan orang terdekat yang akan secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh pada motivasi untuk berperilaku.

### 2.1.7 Tinjauan Zat Adiktif dan Psikotropika

#### 2.1.7.1 Zat Adiktif

Zat adiktif adalah istilah untuk zat-zat yang pemakaiannya dapat menimbulkan ketergantungan fisik yang kuat dan ketergantungan psikologis yang panjang (drug dependence). Kelompok zat adiktif adalah narkotika (zat atau obat yang berasal dari tanaman) atau bukan tanaman, baik sintetik maupun semisintetik, yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, mengurangi sampai menghilangkan rasa sakit, dan dapat menimbulkan ketergantungan. Jenis zat adiktif yaitu :

Narkotika.

Menurut UU RI No 22 / 1997, Narkotika adalah: zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintetis maupun semisintetis yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri, dan dapat menimbulkan ketergantungan.

Narkotika terdiri dari 3 golongan :

1. Golongan I : Narkotika yang hanya dapat digunakan untuk tujuan pengembangan ilmu pengetahuan dan tidak digunakan dalam terapi, serta mempunyai potensi sangat tinggi mengakibatkan ketergantungan. Contoh Narkotika golongan I terdiri dari 26 macam, antara lain opium mentah, candu, kokain, ganja, THC, dan heroin.
2. Golongan II : Narkotika yang berkhasiat pengobatan, digunakan sebagai pilihan terakhir dan dapat digunakan dalam terapi dan / atau untuk tujuan

pengembangan ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi tinggi mengakibatkan ketergantungan. Contoh : Morfin, Petidin. Narkotika golongan II terdiri dari 87 macam, contohnya morfin dan opium,dan Petidin.

3. Golongan III : Narkotika yang berkhasiat pengobatan dan banyak digunakan dalam terapi dan / atau tujuan pengebangan ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi ringan mengakibatkan ketergantungan.. Narkotika golongan III terdiri dari 14 macam, contohnya etil morfin dan kodein.

Zat Adiktif Lainnya :

Yang termasuk Zat Adiktif lainnya adalah : bahan / zat yang berpengaruh psikoaktif diluar Narkotika dan Psikotropika, meliputi :

1. Minuman Alkohol : mengandung etanol etil alkohol, yang berpengaruh menekan susunan saraf pusat, dan sering menjadi bagian dari kehidupan manusia sehari – hari dalam kebudayaan tertentu. Jika digunakan bersamaan dengan Narkotika atau Psikotropika akan memperkuat pengaruh obat / zat itu dalam tubuh manusia. Ada 3 golongan minuman beralkohol :
    a. Golongan A : kadar etanol 1 – 5 % ( Bir ).
    b. Golongan B : kadar etanol 5 – 20 % ( Berbagai minuman anggur )
    c. Golongan C : kadar etanol 20 – 45 % ( Whisky, Vodca, Manson House, Johny Walker ).

2. Inhalasi ( gas yang dihirup ) dan solven ( zat pelarut ) mudah menguap berupa senyawa organik, yang terdapat pada berbagai barang keperluan rumah tangga, kantor, dan sebagai pelumas mesin. Yang sering disalahgunakan adalah : Lem, Tiner, Penghapus Cat Kuku, Bensin.
3. Tembakau : pemakaian tembakau yang mengandung nikotin sangat luas di masyarakat.Dalam upaya penanggulangan NAPZA di masyarakat, pemakaian rokok dan alkohol terutama pada remaja, harus menjadi bagian dari upaya pencegahan, karena rokok dan alkohol sering menjadi pintu masuk penyalahgunaan NAPZA lain yang berbahaya.

**2.1.8.2 Psikotropika**

Menurut UU RI No 5 / 1997, Psikotropika adalah : zat atau obat, baik alamiah maupun sintetis bukan narkotika, yang berkhasiat psikoaktif melalui pengaruh selektif pada susunan saraf pusat yang menyebabkan perubahan khas pada aktifitas mental dan perilaku.

Psikotropika terdiri dari 4 golongan :

1. Golongan I : Psikotropika yang hanya dapat digunakan untuk tujuan ilmu pengetahuan dan tidak digunakan dalam terapi, serta mempunyai potensi kuat mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : Ekstasi. Zat psikotropika golongan I terdiri dari 26 macam
2. Golongan II : Psikotropika yang berkhasiat pengobatan dan dapat digunakan dalan terapi dan / atau untuk tujuan ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi kuat mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : Amphetamine. Zat psikotropika golongan II terdiri dari 14 macam.

3. Golongan III : Psikotropika yang berkhasiat pengobatan dan banyak digunakan dalam terapi dan / atau untuk tujuan ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi sedang mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : Phenobarbital. . Zat psikotropika golongan III terdiri dari 9 macam.
4. Golongan IV : Psikotropika yang berkhasiat pengobatan dan sangat luas digunakan dalam terapi dan / atau untuk tujuan ilmu pengetahuan serta mempunyai potensi ringan mengakibatkan sindroma ketergantungan. Contoh : Diazepam, Nitrazepam ( BK, DUM ). . Zat psikotropika golongan IV terdiri dari 60 macam.

Jenis-jenis psikotropika:

1. Psikotropika yang tidak digunakan untuk tujuan pengobatan dengan potensi ketergantungan yang sangat kuat. Contoh : LSD,MDMA, dan mascalin.
2. Psikotropika yang berkhasiat tetapi dapat menimbulkan ketergantungan seperti Amfetamin.
3. Psikotropika dari kelompok hipnotik sedative, seperti Barbiturat. Efek ketergantungan sedang.
4. Psikotropika yang efek ketergantungannya ringan,seperti Diazepam,Nitrazepam.

### 2.1.8.3 Dampak

Zat adiktif memiliki beberapa dampak penggunaan oleh manusia yang dapat dibagi menjadi 3,yaitu dampak kesehatan,dampak sosial,dan dampak ekonomi.

**Dampak kesehatan**

Dampak kesehatan akibat penggunaan zat adiktif dan psikotropika.

1. Mengurangi kemampuan darah dalam menyimpan oksigen karena zat ini mengandung racun yang berbahaya.
2. Mengakibatkan kanker.
3. Menyebabkan kesulitan dalam bernapas.
4. Penurunan daya ingat.
5. kerusakan hati/kanker hati.
6. menimbulkan rasa kesibukan (rushing sensation).
7. Menimbulkan semangat.
8. Merasa waktu berjalan lambat.
9. Pusing,kehilangan keseimbangan tubuh/ mabuk.
10. Timbul masalah kulit di sekitar mulut dan hidung.
11. Menimbulkan euphoria.
12. Mual,muntah,sulit buang air besar.
13. Kebingungan (konfusi).
14. Berkeringat.
15. Pingsan dan jantung berdebar-debar.
16. Gelisah dan berubah suasana hati.

17. Denyut nadi melambat.
18. Tekana darah menurun.
19. Otot-otot menjadi lemah.
20. Pupil mengecil dan gangguan penglihatan.
21. Mengurangi bahkan menghilangkan kepercayaan diri.
22. Banyak bicara.
23. Gangguan kebiasaan tidur..
24. Gigi rapuh,gusi menyusut karena kekurangan kalsium.
25. Tekanan darah meningkat.

**Dampak sosial**

Dampak sosial yang dapat ditimbulkan akibat penggunaan zat adiktif dan psikotropika oleh manusia.

1. Susah dalam bersosialisasi.
2. Tidak percaya diri.
3. Sulit pengendalian diri.
4. Susah menyambung pembicaraan.
5. Berpikiran negatif pada diri sendiri.
6. Bergembira secara berlebihan.
7. Lebih banyak berdiam diri.
8. Dikucilkan dalam masyarakat dan pergaulan orang baik-baik. Selain itu biasanya tukang candu narkoba akan bersikap anti sosial. keluarga akan malu besar karena punya anggota keluarga yang memakai zat terlarang.

9. Kesempatan belajar hilang dan mungkin dapat dikeluarkan dari sekolah atau perguruan tinggi alias DO / drop out.
10. Tidak dipercaya lagi oleh orang lain karena umumnya pecandu narkoba akan gemar berbohong dan melakukan tindak kriminal.
11. Dosa akan terus bertambah karena lupa akan kewajiban Tuhan serta menjalani kehidupan yang dilarang oleh ajaran agamanya.
12. Bisa dijebloskan ke dalam tembok derita / penjara yang sangat menyiksa lahir batin.
13. Mendorong pemakainya untuk melakukan tindak kriminal karena harganya mahal dan sudah ketergantungan terhadap obat itu,sehingga pemakai akan memaksakan diri untuk mengkonsumsi obat itu.

**Dampak Ekonomi**

Berikut ini beberapa dampak dalam bidang ekonomi akibat dari penggunaan zat adiktif dan zat psikotropika oleh manusia.

1. Akan banyak uang yang dibutuhkan untuk penyembuhan dan perawatan kesehatan pecandu jika tubuhnya rusak digerogoti zat beracun.
2. Masalah keuangan. Obat-obatan yang dikonsumsi biasanya mahal.Namun, bila sudah kecanduan maka pengguna akan melakukan apa saja untuk mendapatkannya. Mereka bisa menjual barang pribadi atau mengambil milik orang lain dan keluarga.
3. Pemakai tidak akan dapat menabung dan memenuhi kebutuhan pokoknya sebagai manusia biasa,karena pemakai akan lebih mementingkan obat itu daripada kebutuhan pokoknya.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Kredibilitas sangat penting untuk bisa meningkatkan kualitas hidup pengguna zat adiktif dan psikotropika, karena untuk bisa meningkatkan kualitas hidup sangat dibutuhkan keahlian dan kepercayaan.Maka dari itu Kredibilitas menjadi komponen yang utama bagi seorang konselor karena selain harus memiliki keahlian, konselor pun harus mendapatkan kepercayaan dari para klien/komunikan.

Kredibiltas komunikator Seseorang mau menerima pesan-pesan komunikasi dari komunikator adalah karena faktor kredibilitas komunikatornya. Menurut Onong Uchjana Effendy kredibilitas adalah sifat yang harus dimiliki oleh seorang komunikator, yakni apa yang dinyatakannya, baik secara lisan maupun tulisan oleh komunikan dianggap benar dan memang benar adanya. (Rahmat 2012:79)

Konselor rumah cemara harus memiliki kredibiitas serta berpengalaman dalam menghadapi penggunna zat adiktif dan narkoba yang berada di Rumah Cemara dimana seorang konselor harus yang memiliki kepedulian serta pengetahuan.

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalan buku *"Psikologi Komunikasi"* mengatakan:

> "Ada dua komponen paling penting dalam kredibilitas yaitu keahlian dan kepercayaan. *Keahlian* adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu, banyak, berpengalaman, atau terlatih. Tentu sebaliknya, komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu, atau bodoh. *Kepercayaan* adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan

> wataknya. Kesan bahwa komunikator dinilai jujur, tulus, adil, sopan etis dimana kesemuanya itu merupakan objektifitas dalam berfikir" (Rakhmat, 2012:260)

Kredibilitas itu sendiri adalah tingkat keahlian kepercayaan para ODHA kepada konselor yang terdapat di Rumah Cemara yang bertugas untuk menyampaikan pesan yang bertujuan untuk memotivasi para pengguna narkoba dan penggunan zat adiktif agar bisa meningkatkan kualitas hidupnya.

Kepercayaan adalah persepsi bahwa konselor telah menyampaikan pesan untuk memotivasi narkoba dan penggunan zat adiktif agar bisa meningkatkan kualitas hidupnya dan tidak merasa di diskriminasi oleh masyarakat karena penyalah gunaan narkoba dan zat adiktif.

Peneliti berusaha mengungkapkan kredibilitas konselor di Rumah Cemara, bagaimana keahlian dan kepercayaan yang dimiliki oleh konselor, sehingga peneliti bisa memecahkan pertanyaan yang ada dari teori yang digunakan.

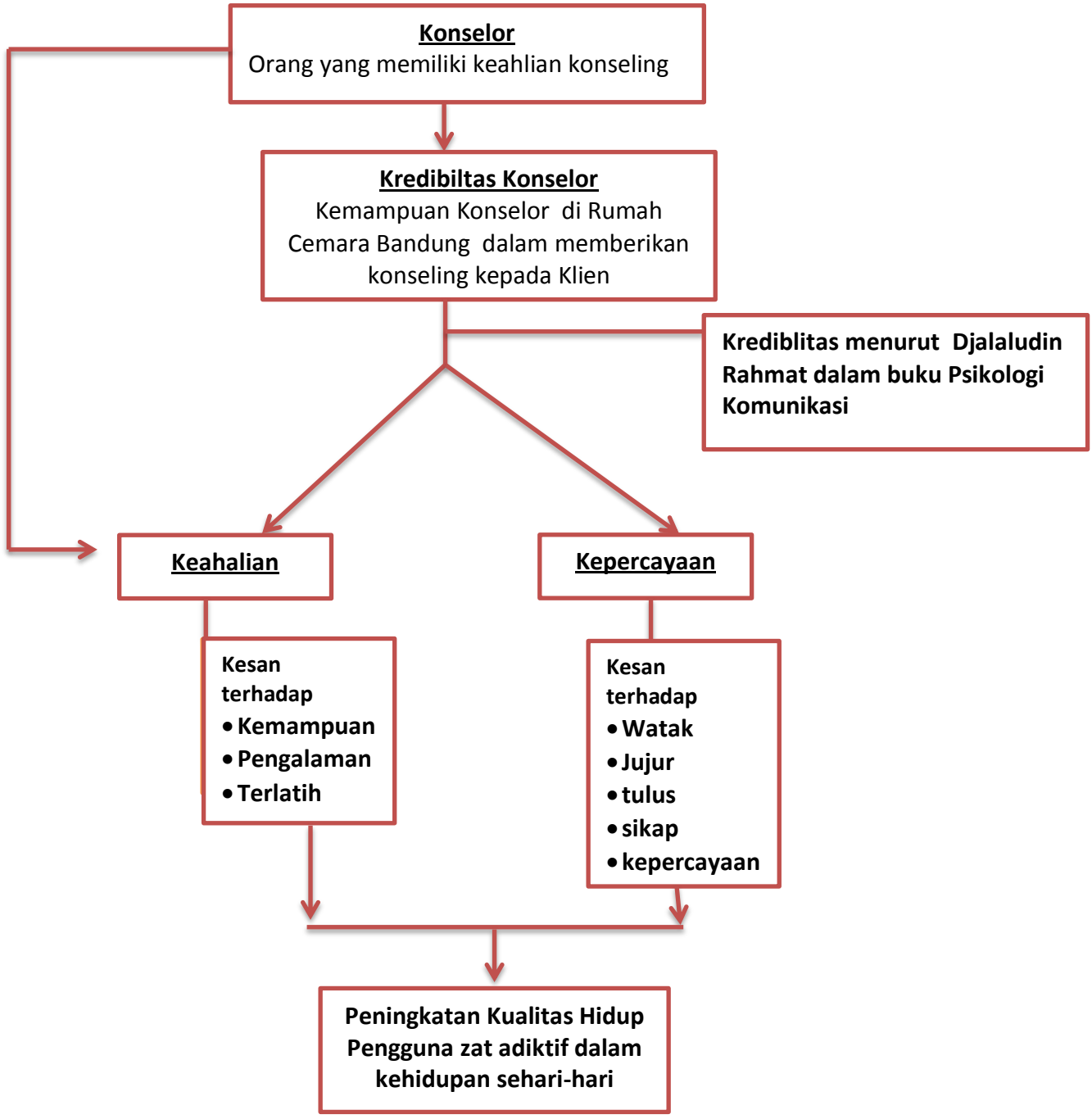
Teori yang digunakan dalam penelitian akan terus berkembang sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian kualitatif perspektif emik dan bergerak dari fakta adalah hal yang sangat penting.Untuk memperoleh hasil dari kredibilitas konselor di Rumah cemara, penelitian ini menggunakan sub fokus keahlian dan kepercayaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, peneliti menggambarkan dan menjelaskan mengenai kredibilitas konselor di Rumah Cemara dalam meningkatkan kualitas hidup pengguna zat adiktif dan psikotropika.Kredibilitas konselor di Rumah Cemara dibagi ke dalam tiga sub-fokus, yaitu kredibilitas yang menunjang keahlian dan kredibilitas dalam membangun kepercayaan.

Keahlian yang dimiliki oleh konselor adalah kemampuan ketika berbicara kepada pengguna zat adiktif dan psikotropika mengenai bahaya penggunaan dan efek samping dan cara untuk bisa tetap bertahan hidup dan bersosialisasi layaknya manusia biasa sehingga bisa menghapuskan stigma masyarakat mengenai pengguna zat adiktif dan psikotropika. Selain itu, bagaimana kepercayaan yang dibangun oleh konselor secara jujur kepada pengguna zat adiktif dan psikotropika sehingga bisa mengikuti apa yang disampaikan oleh konselor ketika sedang membahas seputar zat adiktif dan psikotropika. Kerangka piker dari peneliti dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 2.1**

**Alur Pikir peneliti**




Sumber: Peniliti 2016