BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

2.1.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

Istilah komunikasi secara bebas dipergunakan oleh setiap orang dalam masyarakat. “Istilah komunikasi berasal dari kata latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.” (Effendy 1998:9)

Thoha menyatakan bahwa “Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan informasi dari seseorang kepada orang lain.” (Thoha, 1996: 145)

Dalam penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, bukanlah hal yang mudah, sebab apabila mudah tidak akan mungkin terjadinya komunikasi yang meleset. Pada saat dua orang berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda bertemu sebab masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda. Dalam proses penyampaian hendaklah berusaha menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan makna dapat terlihat dari mengerti bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari hal yang dipercakapkan. Dengan adanya kesamaan tersebut akan memudahkan penerimaan informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Berikut tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy:

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)
3. Perubahan prilaku (*Behavior change*)
4. Perubahan sosial (*Social change*) (Effendy, 2003 : 8)

Dari empat poin yang dikemukakan oleh Onong Uchjana effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak.

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia, seperti berikut ini ;

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy, 2003 :8)

Dari poin tersebut diatas, biasanya selalu ada dan terkandung pada setiap pesan yang disampaikan, baik melalui media cetak atau elektronik ataupun pada lisan dan tulisan. Penyampaian informasi ini merupakan hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari, mendidik *(to educate)* biasanya fungsi ini dilakukan oleh orang yang berprofesi sebagai pengajar (guru, dosen), hiburan merupakan salah satu fungsi komunikasi yang cukup diminati karena adanya factor kesenangan, mempengaruhi *(to influence)* biasanya bersatu dengan penyampaian informasi.

2.1.4 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa terlepas dari proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung tersebut. Menurut Rusady Ruslan proses komunikasi adalah :

> "Diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan-pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feed back) untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) atau antar kedua belah pihak." (Ruslan 1999 : 69).

Sementara itu menurut onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

1. Proses komunikasi secara primer

   Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat

menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.

2. Proses komunikasi secara sekunder

   Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain. (Effendy, 1984 : 11-17).

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

2.1.5 Komunikasi Bermedia

Komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan atau banyak jumlahnya. Dalam komunikasi bermedia, seorang komunikator harus memperhitungkan berbagai factor dan harus mengetahui sifat-sifat komunikan yang akan dituju dan memahami sifat-sifat media yang akan digunakan.

Komunikan yang dituju dengan menggunakan media bisa hanya seorang saja, sekelompok kecil orang, dan bisa juga sejumlah orang yang amat banyak. Berdasarkan banyaknya komunikan yang dijadikan sasaran komunikasi, maka Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul dinamika komunikasi, mengklasifikasikan komunikasi bermedia menjadi dua, yakni komunikasi bermedia massa dan komunikasi bermedia nirmassa.

a. Komunikasi Bermedia Massa

   Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa ialah bahwa media massa menimbulkan keserempakkan (*simultaneity*), artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak, ratusan ribu, jutaan, bahkan ratus jutaan pada saat yang bersamaan.

b. Komunikasi Bermedia Nirmassa

   Media nirmassa umumnya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu. Surat, telepon, telegram, telex, poster, papan pengumuman, spanduk, pamphlet, brosur, folder, radio CB atau radio amatir, CCTV, film dokumenter, kaset video, kaset audio, adalah termasuk ke dalam media nirmassa, karena tidak memiliki daya keserempakkan dan

komunikannya tidak bersifat massal. Meskipun intensitas media nirmassa kurang bila dibandingkan dengan media massa, namun untuk kepentingan tertentu media nirmassa tetap efektif karena itu banyak digunakan.

2.1.6 Unsur-Unsur Dalam Proses Komunikasi

Dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut :

- **Sumber**

  Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut source, sender, atau encoder.

- **Pesan**

  Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata message, content atau information.

- **Media**

  Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

- **Penerima**

  Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

  Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris disebut audience atau receiver. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

- **Pengaruh**

  Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang (De Fleur, 1982). Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada

pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

- **Tanggapan Balik**

  Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

- **Lingkungan**

  Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Factor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

  Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, dimana tidak tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya.

  Lingkungan sosial menunjukkan factor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa terjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya

kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khalayak. Dimensi psikologis ini bisa disebut dimensi internal.

Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

Jadi, setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.“ (Cangara, 2005 : 23).

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi antar Persona

2.2.1 Pengertian Komunikasi Antar Persona

Pengertian komunikasi antar persona (*interpersonal communication*) menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip dari Joseph A. Devito sebagai berikut :

> "Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa elemen dan beberapa umpan balik seketika." (Effendy, 2003 : 60)

Berdasarkan definisi Devito itu, komunikasi antar persona dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berdua-duaan seperti dua orang yang bercakap-cakap, atau antara dua orang dalam suatu pertemuan, misalnya antara petugas klinik hemat energi dengan pelanggannya.

Barlun (1986) mengemukakan Komunikasi antar persona biasanya dihubungkan dengan pertemuan antara dua orang atau lebih yang terjadi secara spontan dan tidak berstruktur.

Rogers (1998) mengemukakan pula bahwa Komunikasi antar pribadi merupakan Komunikasi dari mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi.

Ada beberapa hal yang menyebabkan terjadinya Komunikasi antar persona. Cassagrade (Liliweri, 1994) menyebutkan beberapa hal penyebab terjadinya Komunikasi antar persona terjadi karena :

1. Memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kelebihan
2. Ingin terlibat dalam proses perubahan yang relatif tetap.
3. Ingin berinteraksi hari ini, dapat memahami pengalaman masa lalu dan mangantisipasi masa depan
4. Ingin menciptakan hubungan baru.

Rogers (Depari : 1988) mengungkapkan ada enam ciri Komunikasi antar pribadi yaitu :

1. Arus pesan cenderung dua arah
2. Konteks Komunikasi tatap muka
3. Tingkat umpan balik yang tinggi

4. Kemampuan mengatasi selektivitas
5. Kecepatan mengungkap sasaran yang besar sangat lamban
6. Efek tampak pada perubahan sikap.

Menurut Pace (Cengara,1989) bahwa Komunikasi di adik dapat dilakukan dalam tiga bentuk yakni percakapan, dialog dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang lebih intim, lebih dalam dan lebih persona sedangkan wawancara sifatnya serius yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainya pada posisi menjawab.

Proses antar persona mempunyai keunikan selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologi, dan proses psikologi selalu mengakibatkan keterpengaruhan. Devito (Liliweri, 1994) mengemukakan bahwa komunikasi antar persona merupaakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek umpan balik yang berlangsung. Hal ini senada dengan pendapat Veredber (Liliweri, 1994) yang mengemukakan bahwa komunikasi antar persona merupakan proses interaksi dan pemberian makna yang terkandung dalam dalam gagasan maupun perasaan. Komunikator (sebagai pribadi) menyampaikan pesan tersebut agar dapat diterima dan diolah oleh komunikan (sebagai pribadi yang lain) agar menjadi milik pribadinya dan milik bersama. Kedua orang yang berdialog tersebut berada dalam derajat yang setara artinya baik komunikator dan komunikan sehingga komunikasi dapat efektif. Dikatakan efektif bila komunikator dan komunikan tidak sederajat atau tidak merupakan pasangan yang selaras (Siahaan, 1991).

Soemiati (Pratikto, 1987), mengemukakan bahwa komunikasi antar pribadi adalah *the sending messeges by one person and the receiving of*

messegesby another person, or small group of person of persons with some effect and some immediate feedback. Dari definisi ini tampak bahwa komunikasi antar pribadi terjadi diantara dua orang (diadik) atau dalam suatu kelompok kecil, dalam interaksi tersebut efek dan umpan balik terjadi seketika saat interaksi berlangsung (*immediate*).

Soemiati (Pratikto, 1987) mengemukakan bahwa konteks komunikasi antar pribadi paling penting sedikit memiliki empat dimensi. Pertama, dimensi fisik yaitu lingkungan fisik yang merupakan tempat berlangsungnya komunikasi, seperti ruangan, jalan, kebun, dan sebagainya. Kedua dimensi sosial yang merujuk pada bentuk hubungan status antara peserta yang terlibat dalam komunikasi, khususnya peran apa yang dimainkan seseorang saat ia berkomunikasi dengan orang lain. Konteks ini berkaitan pula dengan norma serta latar belakang budaya dimana komunikasi itu sedang berlangsung. Ketiga dimensi psikologis yang meliputi aspek-aspek seperti suasana formal atau nonformal, serius atau santai saat komunikasi berlangsung. Keempat, dimensii waktu yang berkaitan dengan saat dimana Komunikasi tepat untuk dilakukan, misalnya mempertimbangkan kapan saat yang tepat untuk mulai berbicara atau memotong pembicaraan orang lain.

Bertolak dari uraian tersebut petugas klinik hemat energi memberikan pelayanan kepada pelanggannya dengan cara berkomunikasi, sehingga seorang petugas harus mengetahui bagaimana cara berkomunikasi dengan baik dengan pelanggannya. Komunikasi yang terjadi antara petugas klinik dengan pelanggannya adalah komunikasi antar persona. Hal ini jelas karena

komunikasi antara petugas dengan pelanggan berlangsung dalam situasi yang dialogis, melibatkan dua orang, tidak memandang status sosial, dapat berbagi pendapat, perasaan dan timbul rasa saling percaya.

2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi Antar Persona

Beberapa unsur yang harus dimiliki oleh setiap bentuk komunikasi termasuk komunikasi antar persona antara lain :

1. **Konteks**

   Konteks adalah suatu keadaan, suasana yang bersifat fisik, historis, psikologis tempat terjadinya komunikasi. Suatu konteks dalam komunikasi antar persona ternyata berpengaruh terhadap harapan, maupun tingkat pastisipasipeserta komunikasi, derajat partisipasi itu menentukan juga pemaknaan terhadap suatu pesan yang diterima yang akhirnya mempengaruhi perilaku.

2. **Komunikator-Komunikan**

   Dalam komunikasi antar persona sudah jelas bahwa yang melakukan komunikasi adalah manusia, manusia yang terlibat dalam transaksi komunikasi berperan tertentu yaitu sebagai pengirim (komunikator) maupun penerima (komunikan) yang umumnya dilakukan secara simultan. Sebagai seorang pengirim maka ia menyusun suatu pesan dan mulai mengkomunikasikan nya kepada orang lain dengan harapan akan mendapat tanggapan sebagai manusia. Pesan-pesan itu dapat berbentuk tanpa isyarat serta symbol-simbol secara verbal maupun non verbal.

3. Pesan

komunikasi antar persona melalui proses umum yaitu pengiriman dan penerimaan pesan / pesan-pesan dalam komunikasi dapat dipahami melalui tiga unsure utama : 1) makna yang terbentuk oleh setiap orang, 2) symbol-simbol yang dipergunakan untuk menyampaikan makna, 3) bentuk organisasi pesan-pesan itu.

4. Saluran

Dalam membagi pesan dari seorang pengirim (setelah proses encoding) maka pesan harus melewati suatu tempat, atau alur lewatnya pesan-pesan itu, saluran itu sebenarnya mirip sarana transportasi yang menyangkut barang atau manusia dari satu tempat ke tempat lainnya. Dalam komunikasi suatu kata berisi pesan dibawa oleh seseorang kepada orang lain melalui gelombang suara, pernyataan raut wajah, gerakan tubuh, gerakan cahaya mata.

Secara umum semakin banyak saluran yang dipergunakan untuk mendistribusikan pesan akan menghasilkan komunikasi yang semakin sukses.

5. Gangguan

Gangguan merupakan setiap rangsangan yang menghambat pembagian pesan dari pengirim kepada penerima maupun sebaliknya. Sebagian besar sukses komunikasi manusia sangat bergantung pada cara mengatasi gangguan yang berbentuk eksternal maupun semantic. Gangguan eksternal (*external noise*)

adalah gangguan dari luar yang mengganggu penglihatan, suara ataupun stimulus lain dari lingkungan yang menarik seorang untuk memperhatikannya sehingga pemaknaan terhadap pesan semakin jauh.

Gangguan semantik (*semantic noise*) yang terjadi karena tidak sering terjadi pada bahasa kata-kata, ungkapan, dialek yang berbeda dengan maksud pengirimnya.

6. Umpan Balik

Umpan balik adalah pemberian tanggapan terhadap pesan yang dikirimkan dengan suatu makna tertentu. Umpan balik menunjukkan bahwa suatu pesan didengar dan dilihat dimengerti apalagi sama maknanya. Jadi berhasil jika secara verbal maupun nonverbal reaksi penerima dapat menceritakan kepada pengirim bahwa pesan itu diterima ataupun ditolak atau juga dikoreksi, dengan jalan ini maka penerima akan memahami pesannya belum atau bahkan tidak mencapai sasaran sama sekali.

7. Model proses

Model komunikasi sebenarnya mempunyai beberapa fungsiyang menurut Devito yaitu : 1) model menyajikan pengorganisasian dari berbagai unsure dalam suatu proses komunikasi; 2) model merupakan alat bantu yang berfungsi heuristic; 3) model memnugkinkan kita melakukan suatu prediksi terhadap komunikasi (apa yang terjadi pada suatu kondisi tertentu); 4) model membantu

kita mengadakan pengukuran terhadap unsure-unsur dan proses komunikasi dalam suatu keadaan tertentu. (Liliweri, 1994 : 11-17)

2.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Antar Persona

Ciri-ciri komuniasi antar persona menurut Alo Liliweri yang merupakan rumusan dari berbagai cirri-ciri komunikasi antar persona menurut para ahli diantaranya sebagai berikut :

1. Spontanitas, yaitu terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka.
2. Tidak mempunyai tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu
3. Terjadi secara kebetulan diantara peserta yang identitasnya kurang jelas.
4. Mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja
5. Kerapkali berbalas-balasan
6. Mempersyaratkan hubungan paling sedikit dua orang dengan hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruhan
7. Harus membuahkan hasil
8. Menggunakan lambang-lambang yang bermakna

(Liliweri, 1997 : 13)

2.2.4 Jenis-Jenis Komunikasi Antar Persona

Secara teoritis komunikasi antar pribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya :

1. Komunikasi diadik (*dyadic communication*)

   Komunikasi diadik adalah komunikasi antar pribadi yang berlangsung antara dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi komunikan yang menerima pesan, oleh karena itu perilaku komunikasi dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya kepada diri komunikan seorang itu. Situasi komunikan seperti itu akan Nampak dalam komunikasi triadik atau kelompok, baik kelompok dalam bentuk keluarga maupun dalam bentuk kelas atau seminar.

2. Komunikasi Triadik (*triadic communication*)

   Komunikasi triadik adalah komunikasi antar pribadi (antar persona) yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan.

   Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua factor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya komunikasi.

   Walaupun demikian dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, misalnya komunikasi kelompok dan komunikasi massa, komunikasi triadik karena merupakan

komunikasi antar pribadi lebih efektif tidaknya proses komunikasi (Effendy, 2003 : 62-63)

2.2.5 Fungsi-Fungsi Komunikasi Antar Persona

Fungsi komunikasi antar persona terdiri dari fungsi sosial dan fungsi pengambilan keputusan

1. Fungsi sosial

   Komunikasi antar persona secara otomatis mempunyai fungsi sosial, ini disebakan dalam proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangya berinteraksi satu sama lain.

   "dalam kondisi demikian, maka fungsi komunikasi antar persona mengandung aspek-aspek menurut Liliweri (1994 : 27-30), adalah sebagai berikut :

   a. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan kebutuhan biologis dan psikologis, karena seperti kita ketahui bahwa setiap manusia secara alamiah merupakan makhluk sosial, tanpa mengadakan interaksi sosial maka seseorang gagal dalam kehidupannya.

   b. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial, karena setiap orang terikat dalam suasanan system dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Norma dan nilai tersebut mengatur kewajiban-kewajiban tertentu secara sosial dalam berkomunikasi sebagai suatu keharusan yang tidak dapat dielakkan.

   c. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik, dalam setiap perkenalan pertama dengan orang lain, setiap orang berusaha menutup diri. Barangkali pada saat pertama bentuk tindakan sosial yang terjadi hanya berinteraksi "biasa", sebagai akibat dari basa-basi dalam pergaulan, kemudian meningkat menjadi suatu relasi sosial, ekonomi diantara mereka. Dari suatu relasi yang kurang mementingkan pihak lain, kini meningkat menjadi pertukaran kepentingan dua pihak sebagai wujud dari rasa saling memerlukan.

d. Manusia berkomunikasi untuk menigkatkan dan merawat kualitas mutu diri sendiri. Ternyata bahwa hanya melalui komunikasi antar persona setiap orang akan mendapatkan penilaian dari orang lain. Dengan demikian kita mampu menilai, melihat mutu komunikasi orang lain dan kemudian mengubah diri sendiri, menigkatkannya lalu berdampak pada usaha merawat kesehatan jiwa. Seseorang yang secara terus menerus secara lugas, segar, terbuka, saling bertukar pikiran dan perasaan sampai pada tahap psikologis, maka dirinya akan mengubah keadaan kesehatan jiwa orang lain yang berkomunikasi dengannya.

e. Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik, pertentangan antar manusia, terutama antar pribadi merupakan kenyataan hidup yang tidak dapat dihindari. Konflik ini tidak dapat terelakkan karena ia datang tidak direncanakan. Melalui komunikasi antar personal konflik dpat dihindari karena telah terjadi pertukaran pesan dan persamaan makna tentang sesuatu hal tertentu." (Liliweri, 1994 : 27-30)

2. Fungsi Pengambilan Keputusan

Selain sebagai mmakhluk sosial, mausia juga dikaruniai otak, akal sebagai sarana berfikir yang tidak dimiliki oleh hewan, maka manusia mempunyai kemampuan untuk mengambil suatu keputusan. Banyak keputusan diambil manusia, dilakukan dengan berkomunikasi karena mendengar saran, pendapat, pengalaman, gagasan, pikiran maupun perasaan orang lain.

"ada dua aspek dari fungsi pengambilan keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi, yaitu :

a. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi. Informasi merupakan kunci utama bagi seseorang dalam pengambilan keputusan yang efektif. Beberapa informasi yang diperoleh melalui kegiatan pngamatan, melalui bacaan, melalui obrolan, melalui acara televisi, melalui pesan radio hanya lebih banyak diperoleh komunikasi antar persona.

b. Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain, karena informasi sangat menentukan keberhasilandalam pengambilan keputusan, maka komunikasi pada awalnya bertujuan untuk mendapatkan persetujuan dan kerjasama dengan orang lain. Tujuan pengambilan keputusan antara lain mempengaruhi orang lain terutama sikap perilakunya." (Liliweri, 1994 : 30-32)

2.2.6 Tujuan Komunikasi Antar Persona

Menurut Prof. Drs.H.A.W. Widjaja dalam bukunya "Ilmu Komunikasi" tujuan dari komunikasi antar persona adalah :

1. Mengenal diri sendiri dan orang lain
2. Mengetahui dunia luar
3. Menciptakan dan memelihara hubungan
4. Mengubah sikap dan perilaku
5. Bermain dan mencari hiburan
6. Membantu orang lain

(Widjaja, 2000 : 122)

2.2.7 Hambatan-Hambatan Dalam Komunikasi Antar Persona

Komunikasi antar persona merupakan komunikasi antara seorang individu dengan individu lain. Menurut Sri Haryani dalam bukunya, "Komunikasi Bisnis" beberapa hal yang menyebabkan komunikasi antar individu tidak efektif adalah :

1. Perbedaan persepsi
2. Kesalahan penyerapan pesan / informasi
3. Perbedaan bahasa
4. Kurang perhatian

5. Perbedaan kondisi emosional
6. Perbedaan latar belakang pendidikan

(Haryani, 2001 : 51)

2.3 Tinjauan Tentang Peranan

Peranan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah : "Tindakan yang dilakukan oleh seseorang disuatu peristiwa." (Depdikbud, 1996: 751). Sedangkan menurut kamus komunikasi yang disusun oleh Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa: "Peranan adalah sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan secara menonjol dalam suatu peristiwa." (Effendy, 1989: 315).

Soerjono Soekanto dalam bukunya Sosiologi (Suatu Pengantar) mengemukakan definisi peranan sebagai berikut :

> "Peranan lebih banyak menunjukkan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses, jadi tepatnya adalah bahwa seseorang menduduki suatu posisi atau tempat dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan. (Soekanto, 1987 : 221)

Lebih lanjut Soerjono Soekamto mengemukakan aspek-aspek peranan sebagai berikut:

1. Peranan meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.

2. Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial massyarakat. (Soekanto, 1987 : 53)

Berdasarkan definisi tersebut peranan merupakan perilaku individu yang diharapkan karena status yang diembannya, peranan juga merupakan suatu konsep perihal apa yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai suatu organisasi. Bahwa peranan adalah berfungsinya sesuatu atau seseorang dalam suatu peristiwa secara menonjol diantara yang lainnya sehingga memberikan dampak yang berarti terhadap peristiwa tersebut. Dari pengertian tersebut dijelaskan bahwa seseorang atau sesuatu dapat dikatakan berperan dengan baik jika tindakan atau keterlibatan orang atau sesuatu itu dominan atau menonjol diantara lainnya sehingga memberikan dampak yang besar terhadap sesuatu peristiwa, dalam penelitian ini berarti Petugas Klinik Hemat Energi PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan Bandung Utara memiliki peranan penting dalam memberikan informasi hemat listrik kepada pelanggannya.

2.4 Tinjauan Mengenai Informasi

2.4.1 Pengertian Informasi

Informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat dewasa ini, dengan informasi masukan-masukan yang dianggap penting dapat membantu masyarakat dalam menentukan sikap yang harus dilakukan, informasi sudah menjadi kebutuhan manusia, sehingga peranan informasi sangat dominan dalam kehidupan manusia, karena tanpa informasi manusia tidak akan berkembang, menurut Onong Uchjana informasi atau keterangan adalah :

1. Suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang yang baginya merupakan hal yang baru diketahui
2. Data yang telah diolah yang disampaikan oleh seseorang, atau sejumlah orang yang baginya merupakan yang baru diketahui
3. Kegiatan menyebarluaskan pesan disertai penjelasan, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi khalayak yang baginya merupakan suatu hal atau peristiwa yang baru. (1989 : 177-178)

Informasi harus mempunyai arti pada komunikan dan nilai nyata dalam kehidupan masyarakat, maka keragu-raguan akan hilang dan akan timbul kepercayaan terhadap komunikator, Gordon B Davis mengatakan bahwa :

> "Informasi adalah data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau yang akan datang." (Effendy, 1989 : 177-178)

Kaitannya dengan penelitian ini bahwa klinik hemat energi merupakan suatu alat atau media dimana para pelanggan mendapatkan informasi mengenai berbagai macam tentang informasi hemat listrik, informasi yang disampaikan oleh petugas klinik hemat energi akan menimbulkan perubahan sikap, serta penilaian pelanggan terhadap sesuatu mengenai perusahaan, yang tadinya tidak tahu menjadi tahu, sehingga akan membentuk situasi saling memahami antara satu individu dengan individu lainnya atau mempererat hubungan antara PLN dengan pelanggannya. Dengan lengkapnya informasi yang disampaikan petugas klinik hemat energi, maka para pelanggan PT. PLN (Persero) UPJ Bandung Utara tidak terpengaruh oleh berita-berita yang disampaikan oleh media-media lain.

2.4.2 Fungsi Informasi

Dalam sebuah informasi proses komunikasi atau pesan merupakan elemen dasar yang tidak dilepaskan dari tujuan komunikasi itu sendiri. Informasi inilah yang menimbulkan perubahan sikap, motivasi, penilaian seseorang, dan yang terpenting informasilah yang menimbulkan pemahaman atau situasi saling memahami antara satu individu dengan individu yang lainnya dan antara satu kelompok dengan kelompok lainnya.

Hal ini ditegaskan oleh Aubrey B. Fisher yang menyatakan bahwa :

> "Informasi merupakan komponen dasar komunikasi baik formal maupun informal yang berfungsi untuk memperkuat dan menjalin hubungan sosial maka informasi merupakan energi, hubungan-hubungan struktural dan fungsional diantara komponen-komponen menyatakan adanya informasi-informasi, apabila komunikasi terjadi dalam sistem sosial, maka individu terlibat dalam pengolahan informasi." (Fisher, 1986 : 284)

Dari apa yang dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam proses komunikasi harus dimulai dengan pencintaan informasi dan informasi yang disimpulkan tersebut dilakukan proses-proses selanjutnya yakni memperdalam perhatian yang artinya adalah melakukan penyelidikan terhadap kebenaran informasi, kemudian adalah proses menafsirkan informasi atau proses dimana komunikan memberikan makna terhadap informasi yang diterima, selanjutnya adalah terciptanya saling pemahaman antara yang member informasi dengan yang menerima informasi.

Dalam arti sempit, informasi dapat dianggap sebagai suatu pengetahuan baru, yaitu sesuatu yang belum diketahui sebelumnya. Dalam arti luas,

informasi merupakan rangsangan stimuli yang berasal dari lingkungan fisik dan sosial yang memberi kesadaran tentang sesuatu yang ada.

Menurut Sahnnon dan Weaver (1986 :11) menyebutkan bahwa informasi sebagai objek materi ilmu komunikasi mempunyai makna, "*Patterned matter energy that the probabilities of alternative available to an individual making decision"* ("Informasi adalah hal atau energi yang mempengaruhi dan memungkinkan seseorang membuat keputusan dari beberapa kemungkinan alternative yang ada")

Informasi yang diperoleh individu itu benar dan dapat dibagi lalu diterima karena kesamaan makna, maka akan menguntungkan dalam pengambilan keputusan, artinya informasi menentukan sukses tidaknya pengambilan keputusan.

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa fungsi informasi adalah :

1. Esensi dari fungsi informasi untuk mengubah sikap, motivasi yang menciptakan saling pemahaman antar individu yang terlibat dalam proses komunikasi.
2. Informasi merupakan sumber pengetahuan bagi individu untuk mengetahui hal-hal yang terjadi disekitarnya.
3. Informasi merupakan sumber penting dalam menentukan pilihan dan pengambilan keputusan.

2.4.3 Jenis Informasi

Jenis informasi, dapat dibedakan menjadi tiga bagian yang berdasarkan atas :

A. Berdasarkan Prasyarat

1. Informasi yang tepat waktu, adalah informasi yang pada hakekatnya harus segera ada ditangan pengambil keputusan.
2. Informasi yang relevan, dikatakan yang relevan apabila komunikasi tersebut ada kaitannya dengan kepentingan penerima.
3. Informasi yang bernilai, informasi yang menentukan sekali dalam pengambil keputusan.
4. Informasi yang dapat dipercaya, informasi yang disebarkan dari orang atau badan organisasi yang dapat dipercaya.

B. Berdasarkan Dimensi waktu

1. Informasi masa lalu, informasi yang menggambarkan masa lampau (*historical event, past event*) sekalipun jarang digunakan, data dalam informasi ini disusun secara teratur supaya dapat digunakan sewaktu-waktu.
2. Informasi masa kini, informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi sekarang (*current event*) dan dapat langsung diperhatikan serta digunakan.

C. Berdasarkan sasaran

1. Informasi individual, informasi ini ditujukan kepada seseorang yang berfungsi sebagai pengambil kebijaksanaan (*policy maker*) dan pengambil keputusan (*decision maker*) atau kepada seseorang yang diharapkan tanggapannya atau informasi yang diperolehnya.
2. Informasi komunitas, informasi ini ditujukan kepada khalayak diluar organisasi atau suatu kelompok dalam masyarakat. (Siahaan, 1991 ; 36)

2.5 Tinjauan Tentang Pelanggan

Pelanggan merupakan orang yang menerima hasil kerja seseorang atau suatu organisasi yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa, dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Pelanggan adalah pemakai barang atau jasa hasil produksi, pelanggan dsisini adalah para pengguna jasa listrik. Pelanggan memiliki hak dan kewajiban yang harus ditaati, dari setiap jasa yang digunakan pelanggan perlu mengetahui hak-hak tersebut antara lain :

a. Hak atas kesamaan, keselamatan, dan pelayanan. Dari setiap pelanggan mengharapkan adanya suatu keputusan melalui keamanan dari gangguan orang jahat, keselamatan jiwa dan pelayanan yang baik.
b. Mendapatkan informasi. Setiap konsumen memerlukan atau membutuhkan informasi yang akurat (dapat dipercaya / penuh dengan

kejujuran) sehingga pelanggan menjadi yakin dengan perusahaan jasa yang digunakan

c. Hak untuk memilih. Pelanggan adalah raja, perusahaan yang besar tidak dapat berkembang jika tidak ada faktor konsumen / pelanggan memiliki pemilihan yang ia anggap dapat memberikan suatu kenyamanan dan kepuasan. Sehingga perusahaan harus jeli dengan peluang yang ada.

Sedangkan menurut Deming dalam buku Fandy Tjiptono menyatakan bahwa pelanggan adalah "Pemakai akhir dari suatu produk dan pembeli dari produk yang dihasilkan pemasok." (Tjiptono, 1998 :111). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelanggan adalah orang yang membeli (menggunakan,dsb) barang (surat kabar,dsb) secara tetap. (Pusat Bahasa Depdiknas, 2001 : 634)

Setiap pelanggan merupakan pribadi khusus yang ingin diperlakukan secara khusus serta mempunyai kepribadian, keinginan dan alasannya sendiri yang unik untuk menjatuhkan pilihan menggunakan produk atau jasa. Dan ketika pelanggan diperlakukan sebagai seorang raja dalam memecahkan masalah yang unik itu, maka ia pasti akan terus menjadi pelanggan perusahaan. Dalam bukunya "Memenangkan dan Memelihara Pelanggan", Le Boeuf mengatakan : "Pelanggan adalah seseorang yang membawa keinginannya kepada kita. Adalah tugas kita untuk menangani keinginan-keinginana itu sedemikian rupa, sehingga menguntungkan dirinya dan kita". (Le Boeuf, 1992 : 100)

2.6 Tinjauan Tentang Hemat Listrik

Kehidupan modern memungkinkan manusia hidup dalam suasana yang nyaman dan serba praktis. Hal ini semua dimungkinkan dengan adanya energi listrik. Dengan berbagai jenis peralatan listrik, energi listrik dapat diubah menjadi energi putar, panas, cahaya, serta sinyal audio-video, sesuai kebutuhan. Proses perubahan energi hingga listrik siap pakai di rumah-rumah atau di kantor-kantor membutuhkan biaya. Besarnya biaya yang harus disediakan tergantung dari jumlah tenaga listrik yang dimanfaatkan, atau sering disebut dengan jumlah kWh terpakai.

Hemat Energi telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini. Selain karena harga sumber energi yang cukup mahal juga sumber energi yang tersedia jumlahnya terbatas. Hemat sama dengan pakai seperlunya. Hemat listrik adalah penggunaan energi secara efisien dengan mematikan energi yang tidak diperlukan. Penghematan energi listrik dapat dilakukan dengan memanfaatkan energi alternatif, membuka jendela untuk sumber pencahayaan, serta memilih dan menggunakan peralatan listrik sesuai kebutuhan.

Menghemat listrik adalah suatu kegiatan yang dapat membuat konsumsi energi listrik menjadi berkurang, sehingga secara tidak langsung ini juga akan berdampak terhadap lingkungan terutama disaat issue terkait krisis energi semakin marak akhir-akhir ini. Ancaman krisis listrik harus diatasi dengan cara :

1. Pemerintah perlu meningkatkan efisiensi kerja pembangkit listrik, mulai dari menghilangkan kebocoran pada proses penyaluran aliran listrik dari

pembangkit sampai ke rumah-rumah. Intinya, pengelolaan listrik yang baik.

2. Konsumen atau pelanggan harus ikut mendorong penyusunan kebijakan listrik yang efisien dan yang paling penting adalah dengan hemat listrik.

Prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dan menumbuhkan sikap hemat energi listrik di rumah tangga, antara lain : Menyambung daya listrik dari PLN sesuai dengan kebutuhan. Rumah Tangga kecil misalnya, cukup dengan daya 450 VA atau 900 VA, rumah tangga sedang cukup dengan daya 900 VA hingga 1300 VA. Memilih peralatan rumah tangga yang tepat dan sesuai kebutuhan. Membentuk perilaku anggota rumah tangga yang hemat listrik, seperti: Menyalakan alat-alat listrik hanya saat diperlukan. Menggunakan alat-alat listrik secara bergantian. Menggunakan tenaga listrik untuk menambah pendapatan rumah tangga (produktif). Peralatan listrik rumah tangga pada umumnya sudah dirancang untuk pemakaian listrik yang hemat, namun pada prakteknya masih ditemukan pemborosan energi listrik. Hal ini dapat terjadi antara lain karena penggunaan peralatan dengan cara yang kurang tepat.

Mulai sedari dini kita harus dapat membiasakan hidup hemat. Demi menghemat listrik, hendaknya kita perlu menghemat listrik di rumah, guna menjamin kelangsungan pasokan energi listrik oleh PT. PLN (Persero) dan juga dapat menjaga keawatan barang elektronik. Hemat energi berarti juga menghemat biaya.