BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar dari setiap manusia. Dengan komunikasi manusia dapat berhubungan antara satu dengan yang lain, dimanapun dan kapanpun. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Ini disebabkan dalam kehidupan, manusia selalu saling bergantung dengan manusia lain.

Kata atau istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communication,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. *Sama* di sini maksudnya adalah *sama makna*. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan.

Menurut Cherry dalam Stuart (1983), istilah komunikasi berpangkal pada pendekatan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara 2 orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi. (Cangara, 2005 : 18)

Pengertian di atas masih secara dasar, adapun definisi komunikasi menurut para ahli seperti yang dipaparkan oleh Everett M. Rogers seorang pakar sosiolog pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi, sebagai berikut, "Komunikasi adalah proses suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka".

Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang meyatakan bahwa:

> "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam".(Cangara, 2005:19)

Berbeda dengan definisi Carl I. Hovland menunjukan bahwa yang dijadikan ojek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*)

Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan di atas.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi seringkali menguti paradigm yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Paradigma Lasswell di atas menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator (*communicator, source, sender*)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel, media*)
- Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell tersebut, Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2003:10)

2.1.2 Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell komponen-komponen komunikasi adalah:

1. Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
2. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
3. Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
4. Penerima atau komunikate (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain
5. Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
6. Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan.[1]

[1]Mutia. Komponen Komunikasi. http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi/Minggu, 27.03.2011/21:40 WIB/Kamar Kost Dago.

2.1.3 Proses Komunikasi

Menurut Denis McQuail yang dikutip oleh Riswandi dalam bukunya *Ilmu Komunikasi,* secara umum kegiatan atau proses komunikasi dalam masyarakat berlangsung dalam enam tingkatan sebagai berikut :

1. Komunikasi intra-pribadi (*interpersonal communication*)

   Yakni proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, berupa pengolahan informasi melalui pancaindra dan sistem syaraf. Misalnya berpikir, merenung, menggambar, menulis sesuatu, dan lain-lain.

2. Komunikasi antar-pribadi

   Yakni kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya. Misalnya percakapan tatap muka, korespondensi, percakapan melalui telepon, dan sebagainya.

3. Komunikasi dalam kelompok

   Yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung di antara suatu kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi.

4. Komunikasi antar-kelompok/asosiasi

   Yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Jumlah pelaku yang terlibat boleh jadi hanya dua atau beberapa orang, tetapi masing-masing membawa peran dan kedudukannya sebagai wakil dari kelompok atau asosiasinya masing-masing.

5. Komunikasi organisasi

   Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Bedanya dengan komunikasi kelompok adalah bahwa sifat organisasi lebih formal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melakukan kegiatan komunikasinya.

6. Komunikasi dengan masyarakat secara luas

   Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat luas. Bentuk kegiatan komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara :

   - Komunikasi massa

     Yaitu komunikasi melalui media massa seperti radio, surat kabar, TV, dan sebagainya.

   - Langsung atau tanpa melalui media massa

     Misalnya ceramah, atau pidato di lapangan terbuka. (Riswandi, 2009: 9-11)

2.1.4 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy ada beberapa macam, yaitu :

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*mediated*)
3. Verbal (*verbal*)
   - Lisan (*oral*)
   - Tulisan (*written*)
4. Non verbal (*non-verbal*)
   - Gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*)
   - Bergambar (*pictorial*)

   (Effendy, 2002:7)

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapat umpan balik (*feedback*) dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat dipenuhi dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face to face*) dilakukan diantara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal dibagi kedalam dua macam yaitu lisan (*oral*) dan tulisan (*written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakkan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan idea tau gagasannya.

2.1.5 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara, serta semua pesan yang disampaikan dapat diterima oleh lawan bicara tersebut dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* mengatakan adapun beberapa tujuan berkomunikasi:

1. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang *persuasive*, bukan memaksakan kehendak.
2. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pemimpin harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita member jalur ke timur.

3. Menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin beberapa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting yang harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.

4. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy, 2002:18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.2 Tinjauan tentang Komunikasi Organisasi

2.2.1 Pengertian Organisasi

Ada bermacam-macam pendapat mengenai apa yang dimaksud dengan organisasi, Schein (1982) mengatakan bahwa :

> "organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah organisasi untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab". (Schein, 1982)

Organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut. Sifat tergantung antara satu bagian dengan bagian lain yang menandakan bahwa organisasi yang dimaksudkan ini adalah merupakan suatu sistem. Selanjutnya Kochler (1976) mengatakan bahwa "organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok organisasi untuk mencapai tujuan tertentu".

Dikatakan merupakan suatu sistem karena organisasi itu terdiri dari berbagai bagian yang saling tergantung satu sama lain. Bila satu bagian terganggu, maka akan ikut berpengaruh pada bagian lain. Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik.

Suatu organisasi terbentuk apabila suatu usaha memerlukan usaha lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya. Kondisi ini timbul mungkin disebabkan oleh karena tugas terlalu besar atau terlalu kompleks untuk ditangani satu orang. Oleh karena itu, suatu organisasi dapat kecil seperti usaha dua orang individu atau dapat sangat besar yang melibatkan banyak orang dalam interaksi kerja sama.

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini dirancang untuk manusia dan karena itu tidak sempurna. Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui suatu skema yang dirancang dan sebagian lagi melalui keadaan yang tidak teratur. Sebaliknya perubahan yang tidak terstruktur terjadi sebagai hasil ketidak teraturan, terjadi sebagai respons secara tidak rasional terhadap bermacam-macam kebudayaan, dan kekuatan yang bersifat psikologis pada orang-orang dalam organisasi.

2.2.2 Pengertian Komunikasi Organisasi

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan kepada bawahan (*downward*), komunikasi dari bawahan kepada atasan (*upward*), komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatannya

dalam organisasi, ketrampilan berkomunikasi dan bicara, mendengarkan, dan menulis.

Sedangkan Katz dan Khan mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Khan, "organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

> Adapun definisi komunikasi organisasi menurut Goldhaber (1986) adalah : "Proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah". (Goldhaber dalam Muhammad, 2007 :67)

2.2.3 Aspek-aspek Komunikasi Organisasi

Motivasi orang-orang yang berada dalam organisasi berbeda-beda, diantaranya yaitu :

1. Iklim atau suasana komunikasi dalam organisasi.
2. Aliran informasi bersifat : vertikal, horizontal, diagonal, atau bersifat formal dan informal.

3. Kekuasaan pimpinan.
4. Gaya kepemimpinan.
5. Etika dalam organisasi

2.3 Tinjauan tentang Psikologi Komunikasi

2.3.1 Pengertian Psikologi

Psikologi berasal dari perkataan Yunani *psyche* yang artinya jiwa, dan *logos* yang artinya ilmu pengetahua. Jadi, secara etimologi (menurut arti kata) psikologi artinya ilmu yang mempelajari tentang jiwa, baik mengenai macam-macam gejalanya, prosesnya maupun latar belakangnya. Dengan singkat disebut ilmu jiwa.

Secara umum psikologi diartikan ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia ayau ilmu yang mempelajari gejala-gejala jiwa manusia. Seperti yang dikutip dari buku *Psikologi Umum* yang dirumuskan dari para ahli, yang salah satunya yaitu menurut John Broadus Waston menyebutkan "psikologi sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku tampak (lahiriah) dengan menggunakan metode observasi yang objektif terhadap rangsangan dan jawaban (*respon*)". (Fauzi, 2004: 12)

Berbicara tentang jiwa, terlebih dahulu harus dapat membedakan antara nyawa dan jiwa. Nyawa adalah daya jasmaniah dan menimbulkan perbuatan badaniah (*organic behavior*) yaitu perbuatan yang ditimbulkan oleh proses

belajar. Misalnya saja insting, refleks, nafsu, dan sebagainya. Jika jasmaniah mati, maka mati pula nyawanya. Sedangkan jiwa adalah daya hidup rohaniah yang bersifat abstrak, yang menjadi penggerak dan pengatur bagi seluruh perbuatan-perbuatan pribadi (*personal behavior*) dari hewan tingkat tinggi dan manusia. Perbuatan pribadi ialah perbuatan sebagai hasil proses belajar yang dimungkinkan oleh keadaan jasmani, rohaniah, sosial, dan lingkungannya.

Bila dibandingkan dengan ilmu-ilmu lain seperti: ilmu pasti, ilmu alam, dan lain-lain, maka ilmu jiwa dapat dikatakan sebagai ilmu pengetahuan yang serba kurang tegas, sebab ilmu itu mengalami perubahan, tumbuh, berkembang untuk mencapai kesempurnaan. Namun demikian, ilmu ini sudah merupakan cabang ilmu pengetahuan. Karena sifatnya yang abstrak, maka banyak orang yang tidak dapat mengetahui jiwa secara wajar, melainkan hanya dapat mengenal gejalanya saja. Jiwa adalah sesuatu yang tidak tampak, tidak dapat dilihat oleh alat diri manusia. Demikian pula hakikat jiwa, tak seorang pun dapat mengetahuinya.

Manusia dapat mengetahui jiwa seseorang hanya dengan tingkah lakunya. Jadi, dari tingkah laku itulah orang dapatmengetahui jiwa seseorang dan tingkah laku merupakan kenyataan jiwa yang dapat dihayati dari luar. Pernyataan jiwa itu dinamakan gejala-gejala jiwa, diantaranya mengamati, menanggapi, mengingat, memikirkan, dan sebagainya. Dari itulah orang kemudian membuat definisi : ilmu jiwa yaitu ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia.

Sebagai ilmu pengetahuan, psikologi juga mempunyai sifat-sifat yang dimiliki oleh ilmu pengetahuan pada umumnya. Karena itu, psikologi mempunyai:

1. Objek tertentu,
2. Metode penyelidikan tertentu,
3. Sistematika yang teratur sebagai hasil pendekatan terhadap objeknya.

Objek tertentu merupakan syarat mutlak di dalam suatu ilmu, karena objek inilah yang menentukan langkah-langkah lebih lanjut dalam pengupasan lapangan ilmu pengetahuan itu. Tanpa adanya objek tertentu dapat diyakinkan tidak akan adanya pembahasan yang mapan. Hasil pendekatan objek kemudian disistematisasikan sehingga menghasilkan sistematika teratur yang menggambarkan hasil pendekatan terhadap objek tersebut.

2.3.2 Pengertian Psikologi Komunikasi

Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian. Komunikasi amat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia. Psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikasi, psikologi memberikan karakteristik

manusia komunikan serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya.

Psikologi juga tertarik pada komunikasi diantara individu, bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respon pada individu lainnya. Komunikasi boleh ditujukan untuk memberikan informasi, menghibur, atau memengaruhi. Persuasif sendiri dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Jadi, psikologi melihat komunikasi dalam kaitan perilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya perilaku.

Seperti yang dikutip dalam *blog* Rio. F menuliskan bahwa George A. Miller membuat definisi psikologi yang mencakup semuanya : "*Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral event.* Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah imu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan persistiwa mental dan behavioral dalam komunikasi".[2]

Komunikasi adalah peristiwa sosial – peristiwa yang terjadi ketika manusa berinteraksi dengan manusia yang lain. Peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi.

---

[2] Mutia. Psikologi Komunikasi. http: //komunikuaci.blogspot.com/search/label/ Psikologi Komunikasi/ Minggu, 27.03.2011/22:20 WIB/Kamar Kost Dago.

2.4 Tinjauan tentang *Impression Management*

Tindakan individu mengenai bagaimana tampilan dirinya yang ingin orang lain ketahui memang akan ditampilkan se-ideal mungkin. Perilakunya dalam in teraksi sosial akan selalu melakukan permainan informasi agar orang lain mempunyai kesan yang lebih baik.

Impression management (pengelolaan kesan) merupakan sebuah konsep dramaturgi, diperkenalkan oleh Erving Goffman, salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20. Dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* yang diterbitkan pada tahun 1959. Ini menyoroti cara dimana seseorang yang ingin dilihat orang lain dan berusaha untuk menyajikan citra dirinya dalam cara-cara tertentu.

Goffman memperkenalkan konsep ini yang bersifat penampilan teateris. Yakni memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung. Ada aktor dan ada juga penonton, tugas dari aktor hanya mempersiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang di mainkan, sedangkan bagaimana makna itu tercipta, masyarakatlah atau lingkungan (penonton) yang member interpretasi. Individu tidak lagi bebas dalam menentukan makna tetapi konteks yang lebih luas menentukan makna (dalam hal in adalah penonton dari sang

aktor). Karyanya melukiskan bahwa manusia sebagai manipulator simbol yang hidup di dunia simbol.

Peralatan lengkap yang kita gunakan untuk menampilkan diri ini disebut *front*. Front terdiri dari panggung (setting), penampilan (appearance), dan gaya bertingkah laku (manner). Panggung adalah rangkaian peralatan ruang dan benda yang kita gunakan. Penampilan berarti menggunakan petunjuk artifaktual. Gaya bertingkah laku menunjukkan cara kita berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya.

2.4.1 Panggung Pertunjukan

Goffman melihat ada perbedaan akting yang besar saat aktor berada di atas panggungdepan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) drama kehidupan. Kondisi akting di panggung depan adalah adanya penonton (yang melihat aktor) dan sedang berada dalam bagian pertunjukan. Saat itu sang aktor berusaha memainkan perannya sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku yang ditunjukan.

Perilaku sang aktor dibatasi oleh konsep-konsep drama yang bertujuan membuat drama yang berhasil. Sedangkan di panggung belakang adalah keadaan di mana aktor berada di belakang panggung dengan kondisi tidak ada penonton, sehingga dapat berperilaku bebas tanpa memperdulikan plot perilaku bagaimana

yang harus dibawakan. Lebih jelas akan dibahas dua panggung pertunjukan dalam kajian dramaturgi :

2.4.1.1 *Front Stage* (Panggung Depan)

Merupakan suatu panggung yang terdiri dari bagian pertnjukan (*appearance*) atas penampilan dan gaya (*manner*) (Sudikin, 2002 : 49-51). Di panggung inilah aktor akan membangun dan menunjukan sosok ideal dari identitas yang akan ditampilkan dalam interaksi sosialnya. Pengelolaan kesan yang ditampilkan merupakan gambaran aktor mengenai konsep ideal dirinya yang sekiranya bisa diterima penonton. Aktor akan menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka.

Menurut Goffman, aktor menyembunyikan hal-hal tertentu tersebut dengan alasan :

1. Aktor menyembunyikan kesenangan-kesengan tersembunyi, seperti meminum minuman keras, yang dilakukan sebelum pertunjukan, atau kehidupan masa lalu, seperti pecandu alkohol, pecandu obat bius atau perilaku criminal yang tidak sesuai dengan panggung pertunjukan.
2. Aktor ingin menyembunyikan kesalahan yang terjadi saat persiapan pertunjukan, juga langkah-langkah yang diambil

untuk memperbaiki kesalahan tersebut. Misalnya, supir taksi mulai menyembunyikan fakta-fakta ia salah mengambil jalan.

3. Aktor mungkin merasa perlu menunjukan hanya produk akhir dan menyembunyikan proses memproduksinya. Misalnya dosen memerlukan waktu beberapa jam untuk memberikan kuliah, namun mereka bertindak seolah-olah mereka telah lama memahami materi kuliah itu.

4. Aktor mungkin perlu menyembunyikan "kerja kotor" yang dilakukan untuk membuat produk akhir itu dari khalayak. Kerja kotor itu mungkin meliputi tugas-tugas yang "secara fisik" kotor, semi legal, kejam dan menghinakan.

5. Dalam melakukan pertunjukan tertentu, aktor mungkin harus mengabaikan standar lain. Akhirnya aktor mungkin perlu menyembunyikan hinaan, pelecehan atau perundingan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung (Mulyana, 2003 : 116).

2.4.1.2 *Back Stage* (Panggung Belakang)

Merupakan panggung penampilan individu dimana ia dapat menyesuaikan diri dengan situasi penontonnya (Sudikin, 2002 : 49-51). Di panggung inilah segala persiapan aktor disesuaikan dengan apa

yang akan dihadapi di lapangan, untuk menutupi identitas aslinya. Panggung ini disebut juga panggung pribadi, yang tidak boleh diketahui oleh orang lain. Dalam arena ini individu memiliki peran yang berbeda dari *front stage,* ada alasan-alasan tertentu dimana individu menutupi atau tidak menonjolkan peran yang sama dengan pangggung depan. Di panggung inilah individu akan tampil "seutuhnya" dalam arti identitas aslinya. Lebih jauh, panggung ini juga yang menjadi tempat bagi aktor untuk mempersiapkan segala sesuatu atribut pendukung pertunjukannya. Baik itu *make-up* (tata rias), peran, pakaian, sikap, perilaku, bahasa tubuh, mimik wajah, isi pesan, cara bertutur dan gaya bahasa. Di panggung inilah, aktor boleh bertindak dengan cara yang berbeda di hadapan penonton, jauh dari peran publik.

Di sini bisa terlihat perbandingan antara penampilan "palsu" dengan kenyataan diri seorang aktor. Maka melalui kajian mengenai presentasi diri yang dikemukakan oleh Goffman dengan memperhatikan aspek *front stage* dan *back stage*, upaya untuk menganalisa pengelolaan kesan yang dilakukan oleh seorang pemimpin dapat semakin mudah untuk dikaji. Karena walau bagaimana, manusia tidak pernah lepas dalam penggunaan simbol-simbol tertentu dalam hidupnya.

2.5 Tinjauan tentang Pemimpin

2.5.1 Pengertian Kepemimpinan

Seperti yang dikutip dari Abdullah Masmuh dalam bukunya *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif : Teori dan Praktek* yang mengatakan bahwa :

> "Istilah kepemimpinan berasal dari kata dasar "pimpin" yang artinya bimbing atau tuntun. Dari kata "pimpin" ini lahirlah kata kerja "memimpin" yang artinya membimbing atau menuntun dan kata benda "pemimpin" yaitu orang yang berfungsi memimpin, atau orang yang membimbing atau menuntun". (Masmuh, 2010 : 245)

Di lingkungan masyarakat, dalam organisasi formal maupun nonformal selalu ada seseorang yang dianggap lebih dari lain. Seseorang yang memiliki kemampuan lebih tersebut kemudian diangkat atau ditunjuk sebagai orang yang dipercayakan untuk mengatur orang lainnya. Biasanya orang seperti itu disebut pemimpin atau manajer.

Dalam kaitannya dengan persyaratan sebagai seorang pemimpin terdapat bebrapa pandangan dari para ahli, salah satunya menurut Keith Davis. Yang menyatakan ada tiga ketrampilan yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin, yakni : *technical skill, human skill,* dan *conceptual skill.* Yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

b. Ketrampilan teknis (*technical skill*) menunjukkan bahwa seseorang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam setiap jenis proses atau teknik.

c. Ketrampilan insani (*human skill*) adalah kemampuan untuk bekerja dengan orang lain secara efektif dan untuk membina kerja sama.

d. Ketrampilan konseptual (*conceptual skill*) yaitu kemampuan untuk berfikir dalam istilah yang berkaitan dengan perencanaan jangka panjang, misalnya kerangka kerja dan model.

(Onong, 1988 : 95-96).

Lebih jauh Keith Davis mengatakan, ada empat ciri utama yang mempunyai pengaruh terhadap kesuksesan kepemimpinan dalam organisasi, diantaranya sebagai berikut :

> "(1) kecerdasan (*intellegent*), (2) kedewasaan sosial hubungan sosial yang luas (*social maturity and breadth*), (3) motivasi diri dan dorongan berprestasi, dan (4) sikap-sikap hubungan manusiawi". (Sukanto, Handoko, 1992: 290-291).

Berdasarkan pengelompokkannya yang dilihat dari perilaku kepemimpinan dalam implementasi pekerjaannya. Menurut Masmuh dalam bukunya *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif : Teori dan Praktek*, "pemimpin terbagi menjadi dua, yaitu ada yang namanya pemimpin yang berhasil saja, dan ada yang namanya pemimpin yang efektif". (Masmuh, 2010 : 253)

Pemimpin yang berhasil saja adalah seorang pemimpin yang mampu membuat orang lain atau bawahan berkelakuan seperti yang dikehendaki manajer (atasan). Sedangkan pemimpin efektif adalah seorang pemimpin yang mampu membuat orang lain atau bawahan taat atau mau mengerjakan apa yang diperintahkan oleh pemimpin.

2.5.2 Tipe-Tipe Kepemimpinan

Menurut P. Sondang (2003 : 27) menyatakan lima tipe kepemimpinan yaitu :

1. Tipe Otokratis

   Tipe otokratis akan menampakan diri pada perilaku pemimpin yang bersangkutan dan interaksi dengan pihak lain, dengan para bawahannya dalam organisasi. Masalah dalam kepemimpinan otokratis ialah bahwa keberhasilan mencapai tujuan dan berbagai sasaran itu semata-mata karena takutnya para bawahan terhadap pimpinannya dan bukan berdasarkan keyakinan bahwa tujuan yang telah ditentukan itu wajar dan layak untuk dicapai dan disiplin kerja yang terwujudnya hanya karena para bawahan selalu dibayang-bayangi ancaman.

2. Tipe Poternalistik

   Tipe kepemimpinan ini banyak terdapat dilingkungan masyarakat yang masih bersifat tradisional, biasanya seorang pemimpin yang petrenalistik mengutamakan kebersamaan. Masalah utama tipe ini adalah para bawahannya tidak didorong untuk berpikir secara inovatif dan kreatif. Penekanan yang berlebihan terhadap kebersamaan tidak memungkinkan pertumbuhan dan pengembangan individual sesuai dengan bakat dan potensi masing-masing, yang sebelumnya sangat dibutuhkan dalam tata kehidupan modern.

3. Tipe Kharismatik

   Tipe kharismatik adalah seorang yang dikagumi oleh banyak pengikut, meskipun para pengikut tersebut tidak selalu dapat menjelaskan secara kongkrit mengapa orang tersebut dikagumi.

4. Tipe Laissez Faire

   Sikap seorang pemimpin yang Laissez Faire dalam memimpin organisasi dan para bawahannya biasanya adalah sikap yang *permitif*, dalam arti bahwa para anggota organisasi boleh saja bertindak sesuai dengan keyakinan dan bisikan hati nurani asal saja kepentingan bersama tetap terjaga dan tujuan organisasi tetap tercapai.

5. Tipe Demokratif

   Seorang pemimpin yang demokratif selalu melihat bahwa dalam perbedaan-perbedaan yang merupakan kenyataan hidup haris terjamin kebersamaan.

2.6 Tinjauan tentang Sikap

2.6.1 Pengertian Sikap

Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* menyatakan bahwa "sikap merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai" (Rakhmat, 1998: 39).

Rakhmat menyimpulkan bahwa : *Pertama*, sikap merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. *Kedua*, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu. *Ketiga*, sikap relatif menetap. *Keempat*, sikap mengandung aspek evaluatif artinya mengandung nilai menyenangkan. *Kelima*, sikap timbul dari pengalaman, tidak dibawa sejak lahir tapi merupakan hasil belajar, karena itu sikap dapat dibentuk dan diubah.

Pengertian secara umum mengenai sikap adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat mengarahkan tingkah laku individu.

> L.L.Thurstone (1946) mendefinisikan sikap sebagai "tingkatan kecenderungan yang bersifat positif atau negatif yang berhubungan dengan objek psikologi, yang meliputi: simbol, kata-kata, slogan, orang, lembaga, ide, dan sebagainya. Selanjutnya orang dikatakan memiliki sikap positif terhadap suatu objek psikologi apabila ia suka (*like*) atau memiliki sikap yang *favourable*, sebaliknya orang yang dikatakan memiliki sikap negatif terhadap objek psikologi bila ia tidak suka (*dislike*) atau sikapnya *unfavourable* terhadap objek psikologi". (Soedarsono, 2009: 66).

Dengan kata lain, sikap (*attitude*) adalah kesiapsiagaan mental, yang diorganisasi lewat pengalaman, serta mempunyai pengaruh tertentu atas tanggapan seseorang terhadap orang, objek dan situasi yang berhubungan dengannya. (Gibson dalam Soedarsono, 1997: 57).

Pengertian sikap ini dalam hubungannya dengan perilaku karyawan atau proses belajar seseorang atas suatu objek. Pembentukan sikap terhadap suatu pengelolaam kesan yang ditimbulkan dapat positif dan bisa juga negatif.

2.6.2 Komponen Sikap

Menurut Krech, Crutchfield & Ballacey (1942), ada tiga komponen dalam pembentukan sikap, yaitu:

1. Komponen Kognitif (*Cognitive*)

   Merupakan komponen dan kepercayaan yang didasari oleh pengolahan, persepsi dan pengalaman seseorang mengenai suatu objek, misalnya: kepercayaan terhadap suatu objek.

2. Komponen Perasaan (*Afektif*)

   Merupakan emosi-emosi yang ada pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu objek. Komponen perasaan ini mempunyai manifestasi fisiologis yang dapat diukur secara eksperimen.

3. Komponen Kecenderungan Bertindak (*Konatif*)

   Adalah kecenderungan-kecenderungan tindak seseorang, baik positif maupun negatif terhadap objek sikap. (Saladin dan Oesman, 2002: 42).

2.6.3 Tingkatan Sikap

Sikap terdiri dari berbagai tingkatan yakni:

1) Menerima (*receiving*)
   Menerima diartikan bahwa orang (subyek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (obyek).

2) Merespon (*responding*)
   Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi sikap karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan. Lepas pekerjaan itu benar atau salah adalah berarti orang itu menerima ide tersebut.

3) Menghargai (*valuing*)
   Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga, misalnya seorang mengajak ibu yang lain (tetangga, saudaranya, dsb) untuk menimbang anaknya ke posyandu atau mendiskusikan tentang gizi adalah suatu bukti bahwa si ibu telah mempunyai sikap positif terhadap gizi anak.

4) Bertanggung jawab (*responsible*)
   Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko adalah mempunyai sikap yang paling tinggi. Misalnya seorang ibu mau menjadi akseptor KB, meskipun mendapatkan tantangan dari mertua atau orang tuanya sendiri. (Soekidjo Notoatmojo,1996 : 132)

2.6.4 Sifat Sikap

Sikap dapat pula bersifat positif dan dapat pula bersifat negatif:

1) Sikap positif kecenderungan tindakan adalah mendekati, menyenangi, mengharapkan obyek tertentu.

2) Sikap negatif terdapat kecenderungan untuk menjauhi, menghindari, membenci, tidak menyukai obyek tertentu. (Heri Purwanto, 1998 : 63)[3]

2.6.5 Ciri-Ciri Sikap

Sikap timbul karena adanya perhatian, rasa perhatian, dan akhirnya keinginan yang kesemuanya ini termasuk dalam komponen kognitif, afektif, dan konatif. Menurut Gerungan dalam *Psikologi Sosial* pada dasarnya sikap mempunyai cirri-ciri yang dapat diklasifikasikan menjadi lima faktor, antara lain :

1. Sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajarinya sepanjang perkembangan orang itu dengan hubungannya dengan objek.
2. Sikap dapat berubah-ubah, karena itu sikap dapat dipelajari setiap orang.
3. Sikap itu tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mengandung relasi-relasi tertentu terhadap suatu objek.
4. Objek sikap itu dapat merupakan hal tertentu tetapi juga merupakan kumpulan dari hal-hal tersebut.
5. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi perasaan.

   (Gerungan, 1982 : 152)

Sikap menurut Secord dan Backman adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (*afeksi*), pemikiran (*kognisi*), dan predisposisi (*konasi*) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya (Second and Backman dalam Azwar, 1995 : 5)

---

[3] Mutia. Sikap Positif. http://pcreasoft.files.wordpress.com/2008/04/sikap.pdf/ Senin, 20.06.2011/ 19:22 WIB/RM Kapau

Dari penjelasan diatas, akhirnya dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya sikap merupakan salah satu proses dan efek dari kegiatan komunikasi. Sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajarinya sepanjang perkembangan orang itu dengan hubungannya dengan objek.

Melihat dari masalahnya penulis teliti, mengenai *Impression Management* pemimpin dalam pembentukan sikap positif karyawannya, maka sikap disini akan tumbuh dalam diri penerima pesan. Dengan kata lain, penerima pesan cenderung untuk bertindak, berpersepsi, berpikir dan memberikan tanggapan pada suatu objek baik disenangi atau tidak disenangi secara konsisten.

2.6.6 Pembentukkan dan Perubahan Sikap

Mar'at menegaskan bahwa manifestasi sikap tidak dapat langsung dilihat, akan tetapi harus ditafsirkan terlebih dahulu sebagai tingkah laku yang masih tertutup. Dan dalam pembentukan dan perubahan sikap Mar'at mengungkapkan bahwa :

1. Sikap merupakan suatu *conditioning* yang dibentuk.
2. Dapat timbul konflik kesediaan bertindak.
3. Memiliki fungsi yang berarti bahwa sikap merupakan fungsi bagi manusia dalam arah tindakan.
4. Sikap adalah konsisten dengan komponen kognisi.

   (Mar'at, 1981: 15)

2.7 Tinjauan tentang Karyawan

2.7.1 Pengertian Karyawan

Karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikut sertaan mereka, aktivitas tidak akan terjadi. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, sistem, proses dan tujuan yang ingin dicapai. Pada intinya karyawan adalah penjual (pikiran dan tenaganya) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu.

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, karyawan didefinisikan sebagai pekerja atau pegawai. (Poerwadarminta, 1976: 448).

Sedangkan menurut Pasal 1 Undang-undang No. 14 tahun 1969, tenaga kerja adalah tiap orang yang mampu melakukan pekerjaan di dalam maupun diluar hubungan kerja, guna menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. (Hasibuan, 2003: 41).

2.7.2 Asas-asas Komunikasi Karyawan

Komunikasi dua arah yang baik antara manajemen dan karyawan didasarkan pada asas-asas berikut ini :

1. Manajemen harus bersedia secara sadar memberikan informasi kepada karyawannya. Setiap pelaksana harus memahami bahwa komunikasi merupakan tanggung jawab utuh kepada karyawannya. Setiap

pelaksanaharus memahami bahwa komunikasi merupakan tanggung jawab utama dan dalam evaluasi pelaksanaan secara keseluruhan.

2. Komunikasi harus berfungsi sebagai suatu sistem yang lengkap antara manajemen dengan karyawan.
3. Pesan tertulis harus digunakan untuk menghindari penyimpangan arti yang mungkin terjadi dalam komunikasi lisan.
4. Pesan harus disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang lazim yang sesuai dengan tingkat pendidikan karyawan.
5. Media komunikasi harus dipilih dan pesan harus disiapkan oleh komunikasi tentang informasi penting tidak dipercayakan kepada orang dengan pengalaman komunikasi yang terbatas.
6. Komunikasi jangan secara sengaja disalahgunakan atau disesatkan tetapi harus faktual, seksama, dan tidak memihak.
7. Informasi harus diberikan tepat pada waktunya dan pesan harus disampaikan dengan cepat untuk menghindari kesalahpahaman.
8. Pengulangan adalah penting dalam komunikasi karyawan yang baik. Informasi harus diulang dalam cara yang berlainan agar mudah dipahami.

Tanggung jawab terhadap komunikasi karyawan yang bersifat formal harus diserahkan kepada staff humas. (Istijanto, 2006: 235).