# PERILAKU KOMUNIKASI PEMANDU LAGU DALAM MELAYANI PELANGGAN DI KARAOKE BEONE KOTA BANDUNG

( *Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Pemandu Lagu Dalam Melayani Pelanggan di Karaoke BeOne Kota Bandung*)

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)*

*Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik*


**Oleh :**

**Rudi Apriansyah**

**NIM. 41810141**






**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI JURNALISTIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA**

**BANDUNG**


**2015**

# ABSTRAK


**PERILAKU KOMUNIKASI PEMANDU DALAM MELAYANI PELANGGAN DI KARAOKE BEONE KOTA BANDUNG**
**(*Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Pemandu Lagu Dalam Melayani Pelanggan di Karaoke BeOne Kota Bandung*)**

**Oleh,**
**RUDI APRIANSYAH**
**NIM. 41810141**

**Skripsi ini dibawah bimbingan :**
**Sangra Juliano P.,M.I.Kom**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Pemandu Lagu Dalam Melayani Pelanggan di Karaoke BeOne Kota Bandung. Penelitian ini membahas tentang perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal, dan motif yang mendasari perilaku komunikasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif. Proses pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan penelitian pada penelitian ini berjumlah 4 orang informan, teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, dokumentasi, study kepustakaan dan pencarian data di internet.

Hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari **komunikasi verbal** berupa penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa sunda, ada juga beberapa kata sapaan seperti "hai mas, gimana kabarnya?", "om kemana aja jarang kesini?, " silahkan om mau di temenin karaoke?"dan juga beberapa istilah – istilah seperti Oteng, Icen dan Cuan. **Komunikasi non verbal** berupa gerakan tangan, sentuhan dan gerakan badan seperti mengajak pelanggan bergoyang bersama pemandu lagu, dan dilihat dari segi penampilan yang dia kenakan dari pemandu lagu seperti memakai pakaian yang *sexy*, make up yang cantik, accessories yang sesuai dengan busana, bau – bauan yang membuat hasrat pelanggan meningkat dan yang terakhir adanya **motif masa depan** seperti mendapat penghasilan yang cukup besar dan begitu mudah didapatkan **adapun motif masa lalu** seperti yang awal hanya ikut – ikutan lalu menjadi sumber penghasilan, dan juga karena ada suatu kekecewaan yang dia dapatkan dan melampiaskan nya dengan cara menjadi pemandu lagu.

Saran peneliti sebaiknya, kepada pemandu lagu di BeOne ketika ada seorang pelanggan yang bertingkah diluar batas, sebaiknya di selesaikan dengan tidak menimbulkan suatu yang di ingin kan. Seorang pemandu lagu juga harus bisa menjaga diri apa bila terjadi hal – hal yang tidak di ingin kan dan jangan membuat tersinggung pelanggan atau pun tinggkah yang membuat pelanggan merasa tidak nyaman.



**Kata Kunci : Perilaku Komunikasi, Komunikasi Verbal, Komunikasi Non Verbal, Motif.**

## *ABSTRACT*

### *COMMUNICATION BEHAVIOUR OF SONG GUIDE TO SERVING THE CUSTOMERS IN KARAOKE BEONE BANDUNG*

***(Descriptive Study About Communication Behaviour of Song Guide in Serving The Customers in Karaoke BeOne Bandung)***



***By,***
**RUDI APRIANSYAH**
**NIM. 41810141**

***This research within guidance***
**Sangra Juliano P.,M.I.Kom**



*This research have purpose to know about communication behaviour of song guide in serving the customers in Karaoke BeOne Bandung. This research in which discuss about communication behaviour observed from verbal communication, nonverbal communication and motive in which constitute its communication behaviour.*

*This research use qualitative approach, whereas research design which used is descriptive study, and process of election use informant purposive sampling. Total informants in this research are 4 informant, collection data technique : in-depht interview, documentation, literature study, and data searching on internet.*

*The result of the research obtained that communication behaviour observed from* ***verbal communication*** *such as using indonesian language and sundanesse laguange, there is also several greeting such as "Hai mas, gimana kabarnya?" "om, kemana aja jarang kesini?" "silahkan om mau ditemenin di karaoke?" several of terms, such as Oteng, Icen, and Cuan.* ***nonverbal communication*** *in the form of hand motion,touches, and gesture that seem like inviting customers to dance with song guides and observed from clothing aspect that they wear sexy clothes, put beautiful makeup on, accessories approciated with clothes , perfume that make customer increased desire,and the last, there is future motive such as to get bigger income and get easily ,beside past motive like follow others and there is also they get dissapointment and wreaking it by way to be song guid*e.

*Suggestion from reseacher, to song guide in BeOne when one of customer act out of limit should be solved not give rise to something that want. Song guide also must to mantain themself if there something undesireable happen and dont make customer offended or whim that make customer uncomfortable.*



***Keywords: communication behaviour, verbal communication, nonverbal communication, motive***

## 1. Latar Belakang

Perilaku seorang *Pemandu Lagu* saat dia berkomunikasi dan berinteraksi dengan Pelanggan ketika sedang melayani Pelanggan mengenai Pemilihan lagu, menemani bernyanyi dan melayani setiap permintaan pelanggan. *Pemandu Lagu* tersebut pada dasarnya dilatari oleh motif untuk memperoleh tujuan tertentu. Seorang *Pemandu Lagu* dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik karena dipastikan selalu berinteraksi dengan para pelanggan. Komunikasi adalah bagian yang sangat penting di kehidupan manusia, karena manusia adalah mahluk sosial yang selalu melakukan interaksi dengan manusia lainnya melalui komunikasi. Dan kehidupan sehari-hari pun manusia berkomunikasi untuk saling bertukar informasi dengan orang lain.

*Pemandu Lagu* di karaoke BeOne ini mampu berkomunikasi dengan baik kepada Pelanggannya, sehingga terjadi komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi verbal bahasa mempunyai peranan yang penting, karena dalam proses komunikasi seorang Pemandu lagu menggunakan bahasa. Inti dari penelitian ini adalah mengungkap bagaimana cara *Pemandu Lagu* di karaoke BeOne Melayani Pelanggan supaya kebali lagi ketempat tersebut menggunakan simbol-simbol dalam proses komunikasi yaitu pada saat berinteraksi dengan Pelanggan.

Komunikasi verbal terjadi ketika *Pemandu Lagu* tersebut menggunakan kata-kata, baik itu menggunakan bahasa lisan maupun tulisan. Di dalam percakapan antara *Pemandu Lagu* dan Pelanggan akan efektif jika keduanya

saling mengerti apa yang disampaikannya. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya melalui non verbal misalnya seperti gerakan tubuh, nada bicara, dan ekspresi wajah. Dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari kita sering berinteraksi dengan orang lain menggunakan komunikasi non verbal. Pada praktiknya, komunikasi verbal dan komunikasi non verbal sering kali digunakan secara bersamaan, misalkan pemandu lagu yang memilih lagu kepada Pelanggan sambil menggerakan tangan nya menggunakan mouse untuk menunjukan salah satu lagu.

Perilaku komunikasi Pemandu Lagu di Karaoke BeOne Kota Bandung juga dilatari oleh motif. Menurut Kuswarno (2013:192) motif adalah : "Dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu".

Motif mempengaruhi alasan seseorang bertindak sesuatu untuk suatu tujuan tertentu. Pemandu lagu di karaoke BeOne ini mempunyai cara tersendiri untuk menarik minat Pelanggan pada saat berinteraksi dengan Pelanggan melalui komunikasi verbal dan non verbal.

Perspektif interaksi simbolik mengenai perilaku manusia, perilaku manusia harus dipahami dari sudut pandang subyek. Dimana teoritis interaksi simbolik ini memandang bahwa kehidupan social pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang akan mereka sampaikan dalam proses komunikasi yaitu dalam melayani pelanggan nya oleh Pemandu lagu sehingga terjadi suatu

pemahaman diantara kedua belah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

Seorang Pemandu Lagu memiliki kemampuan, dalam hal ini seorang Pemandu Lagu menawarkan jasanya kepada Pelanggan agar Pelanggan tertarik dengan jasa yang ia tawarkan, mempunyai suatu cara/taktik tersendiri dalam berperilaku komunikasi melalui pesan verbal dan non verbal kepada pengunjung, agar dapat mencapai tujuan dengan adanya kesamaan makna antara Pemandu Lagu dan Pelanggan serta kemampuan berkomunikasi dan membina hubungan baik.

**2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang peneliti kemukakan maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana komunikasi **Verbal** yang di gunakan oleh *Pemandu Lagu* dalam melayani pelanggan di Karaoke BeOne Kota Bandung?

2. Bagaimana komunikasi **Non Verbal** yang digunakan oleh P*emandu Lagu* dalam melayani pelanggan di Karaoke BeOne Kota Bandung?

3. Bagaimana **motif** yang mendasari Prilaku Komunikasi *Pemandu Lagu* dalam melayani pelanggan di Karaoke BeOne Kota Bandung?

3. **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain Deskriptif, dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui perilaku komunikasi Pemandu Lagu dalam Melayani pelanggan di Karaoke BeOne

Kota Bandung. Sebagaimana diungkapkan oleh Bogdan dan Taylor yang dikutip Moleong dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif :

"Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar individu tersebut secara holistik (utuh atau menyeluruh)." (Moleong, 2007 : 4)

Dikatakan pula oleh Kirk dan Miller dalam buku Metode Penelitian Kualitatif bahwa;.

"Penelitian deskriptif kualitatif merupakan bagian dari penelitian kualitatif. Penelitian ini tidak membutuhkan skala hipotesis tertentu. Sehingga sifatnya hanya menggambarkan temuan hasil lapangan. Maka, hal ini memberikan gambaran kepada kita bahwa penelitian kualitatif merupakan "payung" dari penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya". (Moleong, 2007 : 3)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yang berjudul "Perilaku Komunikasi Pemandu Lagu Dalam Melayani Pelanggan di Karaoke BeOne Kota Bandung" adalah Metode Deskriptif Kualitatif. "Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati." (Bodgan dan Taylor dalam Moleong, 2007 : 3).

Sementara itu, penelitian dengan studi deskriptif merupakan bagian dari penelitian kualitatif itu sendiri. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk mengangkat berbagai fakta. keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi selama penelitian berlangsung dan

menyajikannya apa adanya. Seperti yang dijelaskan dalam buku Sosiologi Komunikasi, sebagai berikut :

> "Penelitian deskriptif kualitatif merupakan desain penelitian yang digunakan untuk makna dalam proses-proses komunikasi linier (satu arah), interaktif, maupun pada proses-proses komunikasi transaksional. Model desain ini bersifat deskriptif untuk menjelaskan makna-makna dalam gejala sosial." (Bungin, 2006:304)

Berdasarkan pendapat para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa bahwa metode penelitian kualitatif ini sangat bergantung pada pengamatan mendalam terhadap perilaku manusia dan lingkungannya. Orientasi kualitatif ini berupaya untuk mengungkapkan Perilaku Komunikasi Pemandu Lagu Dalam Melayani Pelanggan di Karaoke Beone Kota Bandung.

Metode penelitian kualitatif dirasakan lebih cocok dan relevan dengan topik atau pembahasan yang akan diteliti karena menggali dan memahami perilaku komunikasi yang dibentuk oleh anggota anggota jamaah tabligh yang tunarungu dari berbagai fokus baik komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal dalam berkomunikasi.

4. **Hasil Penelitian**

   a. Dalam penggunaan bahasa yang berkenaan dengan komunikasi verbal seorang pemandu lagu ini atas dasar penelitian dan observasi. Penggunaan bahasa yang digunakan oleh seorang Pemandu Lagu tentunya dengan bahasa Indonesia dan menggunakan bahasa sunda, kadang mereka memakai istilah – istilah yang biasa dipakai dan biasanya sudah dimengerti oleh para pelanggannya agar mudah dimengerti dan dengan nada suara yang manja. Hal ini menenunjukan

bahwa adanya kekhasan yang dimiliki oleh seorang Pemandu lagu pada saat berbicara.

Berdasarkan hal tersebut penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa sunda saat seorang Pemandu Lagu sedang melayani Pelanggan lebih sering menggunakan bahasa Indonesia dan sedikit berbahasa daerah seperti sunda. Pada saat berkomunikasi dengan pelanggan pun, seoranng Pemandu Lagu ini lebih sering menggunakan bahasa Indonesia sehari – hari, namun dikondisi tertentu peneliti menemukan para pemandu lagu ini juga menggunakan bahasa sunda dalam proses berkomunikasinya, karena menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar atau ketika pelanggan saat proses komunikasi menggunakan bahasa sunda.

Jika setelah penelitian melakukan pengamatan, observasi dan wawancara mengenai penggunaan bahasa dalam komunikasi verbal seorang Pemandu Lagu, peneliti menemukan keunikan yang terdapat dalam komunikasi verbal seorang Pemandu lagu. Ia selalu menggunakan kata – kata lembut manja dan memberikan rayuan – rayuan yang membuat nyaman dan senang seorang pelanggan.

Pada pembahasan mengenai salam atau sapaan yang digunakan pada Pemandu Lagu adalah hal yang cukup penting untuk memulai komunikasi dengan pelanggan. Hal tersebut diperlukan untuk meberikan kesan yang baik pada pelanggan, merasa dilayani dengan baik, dan terjalin suasana yang nyaman saat berkomunikasi. Setiap Pemandu Lagu mengakui bahwa sapaan atau salam dalam kedatangan

pelanggan itu perlu karena sesuatu itu harus datang di jemput tidak bisa kita diam saja, harus ada usaha untuk menghasilkan sesuatu.

Peneliti melihat perilaku komunikasi Pemandu Lagu saat kedatangan pelanggan dengan salam atau sapaan terlihat cukup efektif untuk memulai suatu komunikasi dengan pelanggan tersebut.

Pada pembahasan mengenai Istilah – istilah yang di gunakan pada pemandu lagu saat melayani Pelanggan adalah sesuatu yang perlu diperhatikan karena pemandu lagu akan menggunakan istilah – istilah tersebut untuk melakukan interaksi dengan pelanggannya. Walaupun hanya beberapa istilah tetapi pelanggan harus mengetahui apa yang dimaksudkan, biasanya pemandu lagu akan memberitahu pelanggannya kalau tidak mengetahui artinya.

Istilah yang sering digunakan dalam berkomunikasi dengan pelanggannya yang pertama seperti Oteng untuk menyatakan bonus lebih yang diberikan pelanggan untuk pemandu lagu, yang kedua adalah icen yang menyatakan minuman beralkohol yang biasanya di tawarkan oleh pemandu lagu untuk pelanggannya dan yang ketiga adalah Cuan yang menyatakan uang. Itulah istilah – istilah yang di gunakan oleh pemandu lagu dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan pelanggannya.

b. Untuk Pemandu Lagu ekspresi muka itu sangat penting karena itu adalah sebuah keharusan agar terlihat ceria saat dihadapan Pelanggan dan supaya Pelanggan lebih nyaman bersama Pemandu Lagu. Dalam suatu interaksi yang terjadi, ekspesi wajah merupakan salah satu komunikasi nonverbal yang ditunjukan Pemandu Lagu kepada

pelanggan, apa lagi ketika sedang melayani pelanggan mereka akan menunjukan ekspresi mukanya yang ceria agar pelanggan nyaman, itu juga di barengi dengan gerak tubuh dan sentuhan dalam melayani pelanggan.

Begitu juga dengan kontak mata yang sama pentingnya dalam menggunakan komunikasi nonverbal yang ditunjukan ketika Pemandu lagu saat melayani pelanggan. Kontak mata merupakan suatu hal yang berkaitan dengan ekspresi wajah, karena mata merupakan hal yang sensitive karena satu – satunya indar yang digunakan untuk melihat suatu eksperis pelanggan saat suasana hatinya sedang tidak baik dan memerlukan suatu hiburan agar pelanggan senang.

Pada dasarnya, Penggunaan komunikasi nonverbal berupa ekspresi wajah dan kontak mata serta gerak tubuh memiliki fungus sebagai cara yang memiliki makna untuk menguatkan, mengtgantikan, atau menentang simbol – simbol verbal itu sendiri. Suatu komunikasi nonverbal yang fungsinya dapat menggantikan komunikasi verbal lebih mudah untuk di mengerti.

Peneliti mengamati bahwa dalam perilaku komunikasi Pemandu lagu saat melayani pelanggan, hal tersebut memiliki makna dan tujuan dalam penggunaannya, selain sebagai penunjang dalam proses komunikasi gerakan tubuh ini memiliki tujuan seperti yang diungkapkan informan peneliti yaitu Hesty dan Rini dalam wawancara.

Gerak tubuh yang dilakukan para Pemandu Lagu tersebut jelas memiliki maksud dan tujuan sendiri, seperti gerakan tangan yang

dilakukan sebagai penunjang komunikasi verbalnya jadi Pelanggan lebih tertarik dan merasa dilayani dan gerakan tubuh lainnya seperti menarik tangan pelanggan atau pun mengedipkan mata seperti yang di lakukan informan peneliti yaitu Rini dan Hesty adalah sebagai penunjang komunikasi verbalnya juga, bersikap ramah kepada pelanggan akan membuat pelanggan menjadi lebih nyaman dan tidak sungkan untuk mendekatkan dirinya dengan Pemandu lagu.

Sentuhan yang diberikan oleh seorang pemandu lagu terhadap pelanggannya mungkin sudah biasa dilakukan sebagai pelayanan seorang pemandu lagu. Belaian – belaian yang membuat pelanggan makin betah berkaraoke, terkadang pelanggan pun meminta lebih dari sekedar belaian, bahkan seorang pemandu lagu juga bisa diajak berkencan di luar karaoke, sesuai dengan persetujuan antara pemandu lagu dan pelanggannya.

Pada simbol komunikasi nonverbal yang berikutnya peneliti akan membahas karya ilmiah ini adalah penampilan fisik. Dalam penampilan fisik kali ini peneliti akan mengangkat tiga poin yang penting yaitu penggunaan Make up, busana, *Accessories* dan bau – bauan yang sering digunakan oleh Pemandu Lagu. Dipenelitian ini, setelah mendapat hasil penelitian melalui wawancara Pemandu Lagu menjadi informan dan melalui observasi dipalangan, peneliti melihat adanya keunikan dalam berbusana yang digunakan oleh Pemandu Lagu, bukan di karenakan busana yang biasa – biasa aja. Tetapi Pemandu Lagu Sering menggunakan Penampilan yang *sexy* dan sangat minim. Dalam hal

*Accessories* sudah tentu disesuaikan dengan pakaian yang dipakai agar terlihat *balance*, mulai dari pemakaian kalung, gelang dan anting mereka sesuaikan. Selain busana dan aksesoris tidak lengkap rasanya apabila seorang pemandu lagu tidak menggunakan bau – bauan atau minyak wangi, bau – bauan pasti jadi hal yang paling penting untuk menarik hati dan gairah para pelanggannya. Bagi pemandu lagu tidak ada merk khusus untuk minyak wangi asalkan selama minyak wangi tersebut enak untuk dicium dan tidak terlalu menusuk hidung. Bagi pemandu lagu juga dalam segi make up sangan diperlukan dan make up mereka beda dari orang kebanyakan, make up mereka terlihat tebal dan walau tebal mereka bisa menyesuaikan make up nya dan terlihat sangat cantik dan mempesona di mata pelanggan.

c. Motif yang mendasari perilaku komunikasi para Pemandu Lagu merupakan salah satu yang penting untuk penelitian, karena motif merupakan suatu hal yang mendasari dalam perilaku komunikasi Pemandu lagu tersebut. Dari hasil wawancara peneliti dengan para informan berbagai motif alasan menjadi seorang Pemandu Lagu. Motif merupakan suatu dorongan yang mendasari perlaku seseorang yang secara konsisten dirinya melakukan suatu tindakan tertentu baik yang disadari atau tidak disadari untuk mencapai suatu tujuan.

Motif sendiri ada dua macam yaitu motif masa lalu *(because motive)* yaitu motif menunjukan orientasi masa lalu, dan motif masa depan (in order to motive) yaitu motif yang menunjukan orientasi masa akan

datang. Kedua macam motif ini terdapat pada perilaku komunikasi pemandu lagu yang melengkapi penelirian peneliti mengenai bagaimana motif yang mendasari perilaku komunikasi pemandu lagu dikaraoke BeOne Kota Bandung.

1. Motif Masa Lalu (*Because Motive*)

   Ditemukan bahwa motif masa lalu pada pemandu lagu awalnya hanya iseng – iseng sekedar ikut temannya, ada pula yang emang karena dia telah di kecewakan oleh suami nya di karenakan perselingkuhan yang terjadi dari pihak lelakinya yang menyebabkan pelampiasan dia menjadi pemandu lagu.

2. Motif Masa Depan (*In Order to Motive*)

   Pada pemandu lagu motif masa yang akan datang, di temukan ada suatu kemudahan mendapat kan uang banyak dan bisa mendapat kan barang yang dia ingin kan dari penghasikaln yang dia dapat kan. Pada motif ini pemandu lagu ditemukan ada suatu kepuasan atas pelampiasan yang telah terjadi terdahulu, dan bisa mendapat kan kepuasan dari segi materi dan perasaan.

**5. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah telah dibahas mengenai perilaku komunikasi Pemandu Lagu dalam melayani pelanggan di karaoke BeOne Kota Bandung, peneliti ini menggunakan pedekatan kualitatif dengan desain studi Deskriptif, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitianm bahasa yang dipergunakan oleh pemandu lagu saat sedang melayani pelanggan atau pun saat berinteraksi adalah bahasa Indonesia, namun kadang menggunakan bahasa sunda walaupun hanya sebagai sisipan dan jarang dipergunakan dan pemandu lagu menggunakan istilah – istilah yang sudah diketahui maupun belum diketahui oleh pelanggannya. Namun tidak terlalu ada hambatan pemandu lagu dalam melayani pelanggan nya dan dalam melayani pelanggan, pemandu lagu selalu aktif, menyapa atau memberi salam pada pelanggan seperti : “halo mas, gimana kabarnya?”, “om kemana aja jarang kesini?”, “silahkan om mau ditemani karaoke?” hal tersebut bertujuan untuk memberi kenyamanan pelanggan bila tidak di lakukan pelanggan tidak akan senang dengan itu dan akan kabur.

2. Peneliti menemukan mengenai penggunaan komunikasi non verbal yang digunakan para pemandu lagu. Dalam setiap proses komunikasi dengan pelanggan peneliti menemukan bahwa penggunaan simbol – simbol verbal dan simbol – simbol non verbal tidak dapat dipisahkan dalam penggunaannya oleh para pemandu lagu. Dalam penggunaan komunikasinon verbal yang dipergunakan oleh pemandu lagu ada beberapa hal yang penting, yaitu bahasa tubuh, dan penampilan fisik pemandu lagu tersebut. Bahasa tubuh berupa gerakan tubuh dan sentuhan untuk mempertegas maksud dari pemandu lagu tersebut dan sebagai penunjang dari komunikasi non verbal. Penampilan salah satu

salah satu factor penting dalam menarik minat pelanggan agar lebih tertarik terhadap pemandu lagu tersebut dan meliputi make up, busana, *accessoris* dan bau - bauan. Seperti berbusana atau berpakaian yang minim seperti rok mini dan baju lengan pendek atau pun sangat terbuka, riasan yang beda dari biasanya yang terlihat sangat cantik, dan bau – bauan seperti parfum yang membuat hasrat pelanggan menjadi lebih mendekati pemandu lagu dan membuat suatu rangsangan pada pelanggan.

Motif yang mendasari perilaku komunikasi pemandu lagu terbagi menjadi dua yaitu motif masal lalu (*because motive*) yaitu motif dimana adanya faktor pengalaman terdahulu. Sedangkan motif masa depan (*in order to motive*) yaitu dimana adanya faktor kebutuhan dari pemandu lagu tersebut untuk mendapatkan uang yang sangat melipah dalam waktu yang tidak cukup lama dan begitu mudah untuk didapatkan.

## 6. Daftar Pustaka


Creswell, John . 1994. *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*. London : SAGE Publication.

Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Kharisma Publishing.

Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti

Effendy, Onong Uchjana, 2001, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya Kartika

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya

Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alfabeta

Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta

Sobur, Alex. 2013. *FilsafatKomunikasi.* Bandung :PT. Remaja Rosdakarya.

Suranto, AW. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu

**7. Sumber Karya Ilmiah**

Shera Mutia,2013 Perilaku Komunikasi Komunitas Grup Musik. Skripsi : Universitas Padjajaran

Rizaldy Indra Permana, Perilaku Komunikasi Antar pribadi Orang Dengan HIV/AIDS (ODHA) Dengan Keluarga Inti. Skripsi : Universitas Padjajaran

Ria Dwi Mutiara, Perilaku Komunikasi *Sales Promotion Girl* Provider XL Axiata. Skripsi Universitas Komputer Indonesia