

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Komunikasi merupakan medium penting bagi pembentukan atau pengembangan pribadi dan untuk kontak sosial. Melalui komunikasi manusia dapat tumbuh dan belajar serta berorganisasi, Komunikasi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari baik di sekolah, rumah, ataupun perusahaan terjadi dalam beberapa bentuk, seperti komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa tidak dapat dipungkiri di dalam lingkungan ataupun organisasi, yaitu masyarakat, sekolah maupun organisasi atau perusahaan.

Beberapa penelitian tentang komunikasi antar pribadi yang relevan dengan penelitian ini yaitu Febriati (2014) dengan judul Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi Guru dan Siswa dalam Mencegah Kenakalan Siswa di SMA Negeri 1 Kota Bontang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, mengetahui, mendeskripsikan dan menjelaskan efektivitas komunikasi interpersonal guru bimbingan konseling dan siswa dalam mencegah kenakalan siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antar pribadi guru dan siswa dalam mencegah kenakalan siswa dalam bimbingan konseling di SMA Negeri 1 Bontang telah berjalan dengan efektif. Hal ini disebabkan secara garis besar murid telah merasa mempunyai hubungan yang baik dengan guru bimbingan konseling

meskipun mengalami hambatan manusiawi yang terlihat dari beberapa murid yang mempunyai sifat pemalu sehingga kurang terbuka kepada guru. Dilihat dari keempat unsur komunikasi efektif lainnya yakni empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan telah berjalan dengan efektif. Guru bersikap baik dalam menghadapi muridnya, selalu menunjukkan sikap yang ramah, ingin membantu dan menghargai setiap pendapat murid yang berbeda-beda serta memberi kepercayaan kepada murid dan memberikan dukungan penuh terhadap kegiatan positif murid.

Ningtias (2016) dengan judul Analisis Komunikasi Interpersonal Bagian Pelayanan dan Administrasi Perusahaan Listrik Negara (PLN) Area Samarinda dalam Menangani Keluhan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi interpersonal pada bagian pelayanan dan administrasi di PLN Area Samarinda Rayon Samarinda Kota dalam menangani keluhan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari lima keefektifitas komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), kesetaraan (*equality*) analisis komunikasi interpersonal untuk menyelidiki komunikasi yang sebenarnya antara petugas pelayanan dengan pelanggan yang merupakan interaksi *face to face* antara dua individu atau lebih untuk saling menukar informasi dan saling mempengaruhi tingkah laku yang dapat menimbulkan umpan balik secara langsung demi menunjang suatu tujuan. komunikasi interpersonal yang telah dilakukan oleh pelayanan dan administrasi selama ini dalam menangani keluhan pelanggan masih kurang efektif dan masih perlu dibenahi.

Selanjutnya penelitian Sidauruk (2013) dengan judul Hambatan Komunikasi Organisasi Vertikal PT Pos Indonesia (Persero) (Kasus Pada Kantor Pos Medan). Masalah utama penelitian ini adalah bagaimana hambatan pelaksanaan komunikasi organisasi vertikal ke atas pada Kantor Pos Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk komunikasi organisasi vertikal ke bawah didominasi komunikasi lisan tatap muka, sedangkan bentuk komunikasi organisasi vertikal ke atas umumnya menggunakan komunikasi tulisan sepanjang mengenai laporan keuangan dan informasi pekerjaan kantor. Jenis informasi yang disampaikan pimpinan kurang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan karyawan sehingga timbul kesenjangan informasi. Pelaksanaan komunikasi vertikal ke atas menyangkut keluhan karyawan masih minim karena adanya hambatan pribadi (*personal barriers*), dan hambatan organisasi (*organization barriers*).

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini dilakukan oleh Kahar (2014) dengan judul Efektifitas Komunikasi Interpersonal dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan PT. Telkom Indonesia (Tbk) Sulawesi Selatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kinerja karyawan, mengetahui faktor-faktor penghambat efektifitas komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kinerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan beberapa hal yang biasa dideskripsikan yaitu, (1) Komunikasi interpersonal karyawan PT. Telkom Indonesia (Tbk) Sulawesi Selatan, pada saat ini masih berjalan efektif, berdasarkan lima indikator kualitas interpersonal yaitu berkenan menerima masukan dan menyampaikan informasi penting, menilai dan

memahami sudut pandang untuk mencari kejelasan, menghindari ungkapan evaluatif, memberikan pujian atau penghargaan dan menghargai perbedaan dalam mengemukakan sesuatu. Dari lima indikator di atas, tanggapan karyawan berkenan menerima masukan dan menyampaikan informasi penting kepada rekan kerja, sangat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan. (2) Hambatan-hambatan efektifitas komunikasi interpersonal, hambatan internal dan eksternal tidak terlalu berpengaruh, bilamana terjadi suasana dan kondisi lingkungan tempat kerja, struktur organisasi, perilaku, kewenangan atasan dan bawahan mengalami suatu perubahan (3) Peningkatan kinerja, dengan indikator prestasi kerja, jenjang karier, penghargaan kinerja, motivasi kerja, disiplin kerja dan penilaian kinerja, yang saling berhubungan dan tercapai hasil yang sesuai harapan serta keinginan karyawan PT. Telkom Indonesia (Tbk), Sulawesi Selatan, dengan memperhatikan lima kualitas umum efektifitas komunikasi interpersonal serta kemampuan atasan dan bawahan dapat mengatasi faktor-faktor penghambat efektifitas komunikasi interpersonal.

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya terkait dengan fokus masalah yaitu menganalisis tentang komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal.

Adapun perbedaan ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini menggunakan divisi *Sales and Marketing* Alana dengan tidak hanya meneliti komunikasi antar pribadi direktur kepada sales akan tetapi juga sebaliknya.

2.1.2. Komunikasi

Wexley dan Yulk dalam Wursanto (2010: 153) mengemukakan komunikasi adalah *communication can be defined as the transmission of information between two or more person* (komunikasi dapat diberikan definisi sebagai pengiriman informasi antara dua orang atau lebih). Berbeda dengan definisi Wexley dan Yulk, Kartono (2004:23) mengemukakan bahwa komunikasi adalah kapasitas individu dan kelompok untuk menyampaikan perasaan, pikiran, ide-ide sendiri kepada orang lain. Wexley dan Yulk dalam definisi komunikasinya hanya berfokus pada pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain. Sementara itu, Kartono lebih menekankan pada menyampaikan perasaan, pikiran, ide-ide dari individu dan kelompok untuk sendiri kepada orang lain.

Selanjutnya, Effendy (2012: 9) menyatakan bahwa komunikasi atau proses komunikasi harus adanya persamaan makna antara komunikator dengan komunikan, sehingga pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat direrima dengan baik oleh komunikan. Dari beberapa pengertian mengenai komunikasi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pesan atau informasi antara dua orang atau lebih, untuk memperoleh kesamaan arti atau makna diantara mereka.

Proses komunikasi itu sendiri menurut Schramm terdiri dari sembilan elemen yaitu:

- a. Pengirim, pihak yang mengirim pesan kepada pihak yang lain (juga disebut sumber atau komunikator).

- b. Penulisan dalam bentuk sandi (*encoding*) adalah proses mengungkapkan pendapat ke dalam bentuk simbolik.
- c. Pesan, serangkaian simbol yang dikirim oleh pengirim.
- d. Media, saluran-saluran komunikasi yang dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan dari pengirim kepada penerima.
- e. Pembacaan sandi (*decoding*), proses ketika penerima mengartikan simbol-simbol yang dikirim oleh pengirim.
- f. Penerima, pihak yang menerima pesan yang disampaikan oleh pihak lain (disebut juga pendengar atau tujuan).
- g. Tanggapan, serangkaian reaksi dari penerima setelah melihat atau mendengar pesan-pesan yang dikirimkan oleh pihak pengirim.
- h. Umpan balik, bagian dari tanggapan penerima bahwa penerima itu mengkomunikasikan kembali kepada pengirim.
- i. Gangguan, atau distorsi yang tak terduga selama proses komunikasi, mengakibatkan penerima memperoleh pesan berbeda dari yang dikirimkan pengirim (Kotler, 2006: 244)

Dari definisi komunikasi di atas, maka di bawah ini akan dijelaskan komponen-komponen yang mencakup untuk terjadinya suatu proses komunikasi menurut pendapat Widjadja (2006 : 39-41) yaitu sebagai berikut :

- a. *Communicator* (Komunikator)

Komunikator dapat berupa individu, kelompok, organisasi dan media massa seperti surat kabar, radio, televisi dan sebagainya.

b. *Message* (Pesan)

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam usaha mencoba mengubah tingkah laku komunikan. Bentuk pesan dapat berupa :

1) Informatif

Memberikan keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informatif lebih berhasil dari pesan persuasif, misalnya pada kalangan cendekiawan.

2) Persuasif

Yaitu pesan yang bersifat rujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran bahwa apa yang disampaikan akan memberikan rupa atau pendapat atau sikap sehingga ada perubahan sikap seperti yang diinginkan oleh komunikator.

3) Coersif/Instruktif

Memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Bentuk yang terkenal dari penyampaian pesan ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan diantara sesamanya dan pada kalangan publik. Sedangkan pesan yang bersifat instruktif, juga memiliki daya untuk memerintah agar orang yang diberi perintah dapat/mau melaksanakan apa yang diperintahkan.

c. *Channel* (Saluran)

Saluran atau media komunikasi merupakan sarana atau alat-alat yang dipergunakan untuk menyebarluaskan pesan yang akan disampaikan kepada komunikan.

d. *Communican* (Komunikan)

Komunikan atau penerima pesan dapat digolongkan ke dalam tiga bentuk yaitu personal, kelompok dan massa. Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan kerangka pengetahuan dan lingkup pengalaman komunikan.

e. *Effect* (Efek)

Yang dimaksudkan dengan efek komunikasi adalah berbagai perubahan yang timbul pada diri komunikan disebabkan terjadinya kegiatan komunikasi. Efek itu bisa berarti penambahan pengetahuan, perubahan sikap, perubahan tingkah laku dan sebagainya. Menurut Effendy (2012: 10), di dalam kegiatan komunikasi dapat di bagi ke dalam tiga bentuk efek, yaitu :

- 1) Efek kognitif, adalah yang timbul pada diri komunikan yang menyebabkan komunikan menjadi tahu, atau bertambah pengetahuannya (intelektualitasnya) dikarenakan informasi yang diberikan.
- 2) Efek afektif, yaitu mempunyai kadar lebih tinggi dari efek kognitif dikarenakan disini komunikan telah mempunyai rasa atau pesan tersebut telah menimbulkan perasaan tertentu, seperti terharu, sedih dan lain sebagainya.

- 3) Efek behavioral, yakni efek yang timbul dari dalam diri komunikan dengan adanya perilaku tertentu dikarenakan esan yang disampaikan oleh komunikator.

2.1.3. Prinsip-Prinsip Komunikasi

Untuk mencapai hasil komunikasi yang diharapkan dan untuk menghindari hal-hal yang mudah menghambatnya, maka perlu diketahui prinsip-prinsip komunikasi. Menurut Effendy (2012:16-17), bahwa prinsip-prinsip komunikasi yaitu:

- a. Prinsip "hilang dalam perjalanan" (*Principle of line loss*)

Prinsip ini mengatakan bahwa efektifitas suatu komunikasi condong berubah menurut jaraknya, artinya makin banyak orang campur tangan dan makin jauh jarak komunikator dengan komunikan, maka besar kemungkinannya bahwa maksud dan pesan itu diputar balikan, ditunda atau dihilangkan.

- b. Prinsip "himbauan emosional" (*Principle of emotional appeal*)

Hubungan emosional (*appeal to emotion*) lebih cepat dikomunikasikan dari pada himbauan pada akal pikiran (*appeal to reason*), maksudnya adalah bahwa agar komunikan mengerti makna pesan perlu dicari (gantungan emosi)

- c. Prinsip aplikasi (*principle of application*).

Semakin banyak suatu cara komunikasi dipraktekkan, makin baik dimengerti dan dikenangkannya. Manusia bersifat pelupa sehingga agar pesan

atau informasi terikat dalam ingatan orang (selalu diingat) maka perlu diulang-ulang.

2.1.4. Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2010 : 73). Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Dalam komunikasi interpersonal hanya seorang yang terlibat. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing. Komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain. Suatu pesan yang dikomunikasikan, bermula dari diri seseorang (Muhammad, 2007: 158).

Komunikasi antarpribadi pada dasarnya merupakan jalinan hubungan interaktif antara seorang individu dan individu lain, di mana lambang-lambang pesan secara efektif digunakan, terutama lambang-lambang bahasa. Konsep “jalinan hubungan” atau *relationship* sangat penting dalam kajian komunikasi antar pribadi. “Jalinan hubungan” adalah seperangkat harapan yang ada pada partisipan yang dengan itu mereka menunjukkan perilaku tertentu di dalam berkomunikasi (Pawito, 2007 : 18).

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian informasi pikiran dan

sikap tertentu antara dua orang atau lebih yang terjadi pergantian pesan baik sebagai komunikan maupun komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian, mengenai masalah yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan terjadi perubahan perilaku.

2.1.5. Komponen Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (2007 : 10) beberapa komponen komunikasi antar pribadi (interpersonal) adalah sebagai berikut :

a. Pengirim – Penerima

Komunikasi antarpribadi paling tidak melibatkan dua orang, setiap orang terlibat dalam komunikasi antarpribadi memfokuskan dan mengirimkan serta mengirimkan pesan dan juga sekaligus menerima dan memahami pesan. Istilah pengirim–pengirim ini digunakan untuk menekankan bahwa, fungsi pengirim dan penerima ini dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi, contoh komunikasi antara orang tua dan anak.

b. *Encoding – Decoding*

Encoding adalah tindakan menghasilkan pesan, artinya pesan– pesan yang akan disampaikan dikode atau diformulasikan terlebih dahulu dengan menggunakan kata–kata simbol dan sebagainya. Sebaliknya tindakan untuk menginterpretasikan dan memahami pesan–pesan yang diterima, disebut juga sebagai *decoding*. Dalam komunikasi antarpribadi, karena pengirim juga bertindak sekaligus sebagai penerima, maka fungsi *encoding–decoding* dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi antar pribadi.

c. Pesan–Pesan

Dalam komunikasi antar pribadi, pesan–pesan ini bisa terbentuk verbal (seperti kata–kata) atau non verbal (gerak tubuh, simbol) atau gabungan antara bentuk verbal dan non verbal.

d. Saluran

Saluran ini berfungsi sebagai media dimana dapat menghubungkan antara pengirim dan penerima pesan atau informasi. Saluran komunikasi personal baik yang bersifat langsung perorangan maupun kelompok lebih persuasif dibandingkan dengan saluran media massa. Hal ini disebabkan pertama, penyampaian pesan melalui saluran komunikasi personal dapat dilakukan secara langsung keada khalayak. Contoh dalam komunikasi antarpribadi kita berbicara dan mendengarkan (saluran indera pendengar dengan suara). Isyarat visual atau sesuatu yang tampak (seperti gerak tubuh, ekspresi wajah dan lain sebagainya).

e. Gangguan atau *Noise*

Seringkali pesan–pesan yang dikirim berbeda dengan pesa yang diterima. Hal ini dapat terjadi karena gangguan saat berlangsung komunikasi, terdiri dari :

1) Gangguan Fisik

Gangguan ini biasanya berasal dari luar dan mengganggu transmisi fisik pesan, seperti kegaduhan, interupsi, jarak dan sebagainya.

2) Gangguan Psikologis

Gangan ini timbul karna adanya perbedaan gagasan dan penilaian subyektif diantara orang yang terlibat diantara orang yang terlibat dalam komunikasi seperti emosi, perbedaan nilai–nilai, sikap dan sebagainya.

3) Gangguan Semantik

Gangguan ini terjadi kata–kata atau simbol yang digunakan dalam komunikasi, seringkali memiliki arti ganda, sehingga menyebabkan penerima gagal dalam menangkap dari maksud–maksud pesan yang disampaikan, contoh perbedaan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi.

f. Umpan Balik

Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam proses komunikasi antarpribadi, karena pengirim dan penerima secara terus menerus dan bergantian memberikan umpan balik dalam berbagai cara, baik secara verbal maupun non verbal. Umpan balik ini bersifat positif apabila dirasa saling menguntungkan. Bersifat positif apabila tidak menimbulkan efek dan bersifat negatif apabila merugikan.

g. Bidang Pengalaman

Bidang pengalaman merupakan faktor yang paling penting dalam komunikasi antarpribadi. Komunikasi akan terjadi apabila para pelaku yang terlibat dalam komunikasi mempunyai bidang pengalaman yang sama.

h. Efek

Dibanding dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh untuk mengubah sikap, perilaku kepercayaan dan opini komunikas. Hal ini disebabkan komunikasi dilakukan dengan tatap muka.

2.1.6. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Muhammad (2007: 168) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal mempunyai beberapa tujuan, yaitu :

a. Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang disukai, atau mengenai diri sendiri. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

b. Menemukan Dunia Luar

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

c. Membentuk dan Menjaga Hubungan yang Penuh Arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita digunakan

dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

d. Berubah Sikap dan Tingkah Laku

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

e. Untuk Bermain dan Kesenangan

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

f. Untuk Membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Hal ini karena seseorang juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal sehari-hari, misalnya berkonsultasi

dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi antara guru dengan siswa tentang mata pelajaran dan lain sebagainya.

2.1.7. Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal yang efektif adalah penting bagi anggota organisasi pimpinan dan karyawan diharapkan dapat membawa hasil pertukaran informasi dan saling pengertian (*mutual understanding*). Efektivitas komunikasi interpersonal dalam pandangan humanistik menurut De Vito (2007:4) mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

a. Keterbukaan

Sifat keterbukaan menunjuk paling tidak dua aspek tentang komunikasi interpersonal. Aspek pertama, bahwa kita harus terbuka pada orang-orang yang berinteraksi dengan kita. Hal ini tidak berarti bahwa seseorang harus menceritakan semua latar belakang kehidupannya. Namun yang penting ada kemauan untuk membuka diri pada masalah-masalah umum, dengan demikian, orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran, dan gagasan kita, sehingga komunikasi akan mudah dilakukan. Aspek kedua, adalah kemauan kita untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terang tentang segala sesuatu yang dikatakannya. Demikian pula sebaliknya, kita ingin orang lain memberikan tanggapan secara jujur dan terbuka tentang segala sesuatu yang kita katakan.

b. Empati

Empati merupakan kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang

lain melalui kacamata orang lain. Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Empati yang akurat melibatkan kepekaan baik kepekaan terhadap perasaan yang ada maupun fasilitas verbal untuk mengkomunikasikan pengertian ini.

c. Sikap Mendukung

Hubungan Interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Sikap supportif merupakan sikap yang mengurangi sikap defensif. Sikap ini muncul bila individu tidak dapat menerima, tidak jujur dan tidak empatik. Sikap defensif mengakibatkan komunikasi interpersonal menjadi tidak efektif, karena orang yang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami komunikasi. Komunikasi defensif dapat terjadi karena faktor-faktor personal (ketakutan, kecemasan, harga diri yang rendah) atau faktor-faktor situasional yang berupa perilaku komunikasi orang lain.

d. Sikap Positif

Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, mempunyai perasaan positif terhadap orang lain dan berbagai situasi komunikasi.

e. Kesamaan

Kesamaan dalam komunikasi interpersonal ini mencakup dua hal. Pertama adalah kesamaan bidang pengalaman diantara para pelaku komunikasi. Artinya, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila para pelaku komunikasi mempunyai nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa ketidaksamaan tidaklah komunikatif. Tentu saja dapat, namun komunikasi mereka lebih sulit dan perlu banyak waktu untuk menyesuaikan diri. Kedua, kesamaan dalam memberikan dan menerima pesan. Sebagai contoh, bila seseorang berbicara terus dan orang lain mendengar terus, tentunya komunikasi interpersonal kurang efektif.

2.1.8. Hambatan Komunikasi Antarpribadi

Dalam melakukan komunikasi pasti memiliki pemikiran supaya apa yang menjadi tujuan dalam berkomunikasi dapat terwujud sesuai rencana yang berupa tujuan jangka panjang atau pun serta merta mendapat tanggapan secara langsung. Tujuan yang tidak didapatkan dari berkomunikasi tentu muncul karena adanya masalah kesalahan atau kekurangan dari komunikasi yang dilakukan, sehingga akan dapat. Ada berbagai macam hambatan ketika melakukan komunikasi yang disampaikan Hubeis, dkk (2013: 41), yaitu:

- a. Hambatan dari pengirim pesan: Beberapa hambatan dari pengirim pesan biasanya terjadi karena pesan yang disampaikan tidak lengkap, isi pesan tidak mudah dimengerti, atau karena suasana dan kondisi komunikator sedang tidak dalam keadaan baik sehingga mempengaruhi isi pesan yang diterima.

- b. Hambatan dalam penyandian: Sandi bisa juga diartikan sebagai bahasa. Ketika komunikasi yang digunakan menggunakan simbol, bahasa, gestur, yang tidak mudah dimengerti atau tidak sewajarnya dilingkungan tertentu akan mempengaruhi komunikasi tidak berjalan lancar. Dalam penyandian ini juga termasuk ketika komunikator dalam menyampaikan sandi kurang dapat dimengerti dan dalam penyandian ini juga termasuk ketika komunikator dalam menyampaikan sandi kurang dapat dimengerti dan komunikan yang sulit mencerna simbol yang disampaikan komunikator.
- c. Media: Ketika komunikasi harus dilakukan melalui media, ada beberapa kendala seperti HP, TV, media sosial, radio, surat kabar. Ketika gangguan muncul berupa signal yang lemah, angin yang mengganggu, tidak jernihnya layanan operator akan membuat hambatan komunikasi semakin jelas ada.
- d. Komunikan: Seringkali komunikan tidak langsung memberikan tanggapan dengan alasan sebut saja tidak mempercayai komunikator. Atau prasangka yang berlebihan sehingga komunikasi hanya dilakukan oleh komunikator.
- e. *Feedback* : Umpan balik yang diberikan tidak serta merta, bukan karena tidak percaya namun terkadang komunikan telat memberikan jawaban karena beberapa kendala karena mereka (komunikator dan komunikan) tidak berada pada satu ruang dan waktu.
- f. Hambatan fisik: Gangguan fisik bisa terjadi ketika komunikator dan komunikan tidak sedang dalam keadaan kesehatan yang baik.

- g. Semantik: Sering ketika melakukan komunikasi, para pelaku komunikasi menggunakan bahasa yang memiliki makna berlebih atau terlalu banyak basa-basi baik dari komunikator maupun komunikan.
- h. Psikologis: Terkadang, meskipun komunikasi yang berjalan cukup baik namun harapan dan gambaran dari komunikasi yang terjalin memiliki tujuan yang berbeda.

2.1.9. Strategi Menanggulangi Hambatan Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antarpribadi yang dilakukan setiap hari, ketika individu satu dengan yang lain bertemu di jalan dan menginginkan jawaban yang secepatnya. Komunikasi antarpribadi juga akan memiliki beberapa hambatan seperti halnya dalam berkomunikasi secara umum. Seperti yang diutarakan Depari (1988:43) bahwa ciri komunikasi antarpribadi adalah arus pesan cenderung dua arah, konteks komunikasi adalah tatap muka, tingkat umpan balik yang tinggi, kemampuan untuk mengatasi tingkat selektivitas sangat tinggi, kecepatan untuk menjangkau sasaran yang besar sangat lamban dan efek yang terjadi antara lain perubahan sikap. Dengan ciri-ciri yang disebutkan diatas tentu menjadikan komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang pribadi namun terbuka.

Komunikasi yang tinggi dalam artian komunikasi tersebut akan saling terus menerus dan saling memberikan umpan dan jawaban. Sehingga terdapat kedekatan yang menyerupai kaitan psikologis. Berikut strategi dalam menanggulangi komunikasi menurut Cultip, dkk (2006: 43), yaitu:

- a. *Credibility* : Dalam hal ini komunikator dan komunikan terdapat rasa saling percaya.

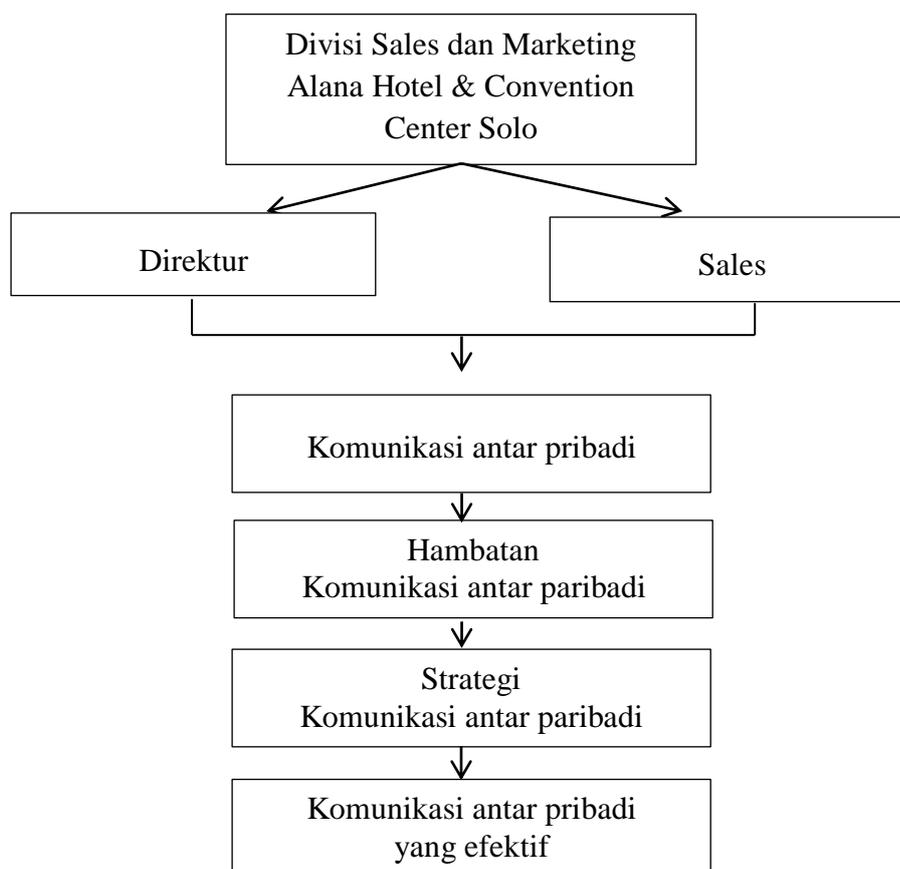
- b. *Context* : Komunikasi akan berjalan dengan baik jika situasi dan kondisi setempat tidak ada gangguan antara komunikator dengan komunikan, serta sarana/media komunikasi yang saling bertautan.
- c. *Content* : Komunikator dan komunikan dapat saling memberi dan menerima pesan yang perbincangkan. Sehingga kedua belah pihak saling merasa puas.
- d. *Clarity* : Komunikator harus menyampaikan pesan/ berita secara jelas, dengan istilah apa pun harus jelas agar tercapai tujuan.
- e. *Continuity and consistency* : Hal ini menunjukkan komunikasi berlangsung terus dan pesan tidak saling bertentangan (tidak berubah-ubah dan tetap).
- f. *Capability of audience* : Seorang komunikator juga harus memperhatikan kemampuan dari komunikan, apakah dia bisa menerima baik isi pesan yang diberikan supaya tidak terjadi kesalahpahaman.
- g. *Channels of distributinon* : Komunikasi harus menggunakan media/ alat komunikasi yang sudah biasa digunakan oleh umum. Karena penggunaan media yang tidak sewajarnya ketika komunikasi dilakukan oleh orang- orang tertentu juga akan menghambat prosesnya komunikasi.

2.2. Kerangka Pemikiran

Komunikasi merupakan suatu tindakan. Setiap tindakan manusia didasari suatu motivasi. Bentuk komunikasi yang dilakukan adalah dalam komunikasi antar pribadi. Dengan adanya komunikasi antar pribadi yang terjalin di Divisi Sales and Marketing Alana Hotel & Convention Center Solo diharapkan dapat menumbuhkan kinerja yang lebih baik karena komunikasi ini dapat menimbulkan

kedekatan secara emosional antara atasan dengan bawahan sehingga atasan lebih mudah untuk menyemangati, mendukung, memberikan perhatian, pujian, dan komunikasi yang terdapat suatu umpan balik (*feedback*) yang dapat dirasakan langsung oleh karyawan. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui hambatan komunikasi yang timbul sehingga membuat komunikasi tidak berjalan efektif di Divisi Sales and Marketing Alana Hotel & Convention Center Solo.

Penelitian ini berusaha untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh manajer Divisi Sales and Marketing Alana Hotel & Convention Center Solo dalam upaya untuk mengatasi hambatan komunikasi antar pribadi yang terjadi di hotel. Analisis komunikasi antar pribadi ini dapat digambarkan dengan alur pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1. Alur Penelitian