

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Interpersonal

a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Meskipun komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Sebagaimana layaknya konsep-konsep dalam ilmu sosial lainnya, komunikasi interpersonal juga mempunyai banyak definisi sesuai dengan persepsi para ahli-ahli komunikasi yang memberikan batasan pengertian. Trenholm dan Jensen mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antar dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). Sifat komunikasi ini adalah (a) spontan dan informal; (b) saling menerima *feedback* secara maksimal; (c) partisipan berperan fleksibel.¹

Sedangkan komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai tukar-menukar pendapat.

¹ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal.3

Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.²

Sunarjo dan Djoenaisih Sunarjo dalam “Sari Ilmu Komunikasi” (*Komunikasi Persuasi dan Retorika*) memberikan gambaran definisi komunikasi sebagai berikut. Menurut William Albig, komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti bagi individu-individu. Wilbur Schramm, komunikasi ialah suatu usaha untuk mengadakan persamaan dengan orang lain.³

Littlejohn (1999) memberikan definisi komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Agus M. Hardjana mengatakan, komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Pendapat senada dikemukakan oleh Deddy Mulyana bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.⁴

² H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000)

³ H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000) hal. 15

⁴ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal.3

Stewart (1977) sebagaimana dikutip Malcolm R. Parks mendefinisikan *interpersonal communication in terms of a willingness to share unique aspects of the self*. Komunikasi interpersonal menunjukkan adanya kesediaan untuk berbagi aspek-aspek unik dari diri individu. Kemudian Weaver (1978) sebagaimana dikutip Malcolm R. Parks mendefinisikan *interpersonal communication about as a dyadic or small group phenomenon which naturally entails communication about the self*. Komunikasi interpersonal sebagai fenomena interaksi diadik dua orang atau dalam kelompok kecil yang menunjukkan komunikasi secara alami dan bersahaja tentang diri.⁵

Joseph A. Devito mengartikan *the process of sending and receiving messages between two person, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback*. (komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan umpan balik seketika).⁶

⁵ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal.4

⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT.Citra Aditya Bhakti, 2003) h.59-60

Interpersonal communication atau komunikasi antar pribadi yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.⁷

Definisi lain, dikemukakan oleh Arni Muhammad, komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui baliknya (komunikasi langsung). Selanjutnya Indriyo Gitosudarmo dan Agus Mulyono memaparkan, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang bentuk tatap muka, interaksi orang ke orang, dua arah, verbal dan non verbal, serta saling berbagi informasi dan perasaan antara individu dengan individu atau antar individu di dalam kelompok kecil.⁸

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dikatakan terjadi secara langsung (*primer*) apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media. Sedangkan komunikasi

⁷ H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000) hal. 14

⁸ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal.4

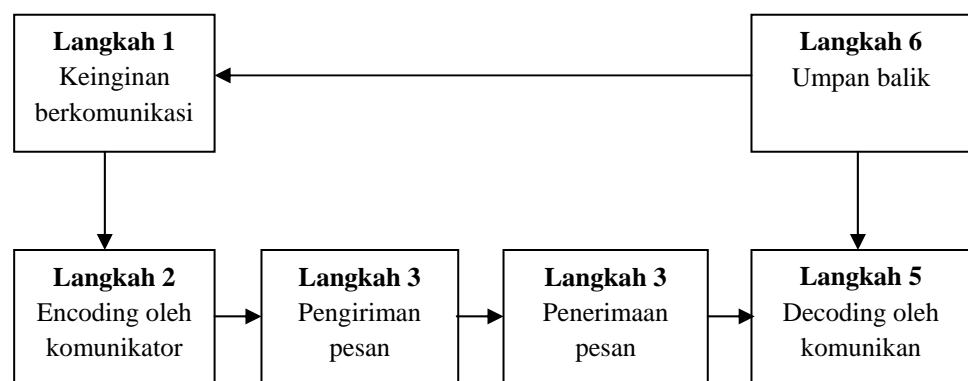
tidak langsung (sekunder) dicirikan oleh adanya penggunaan media tertentu.

b. Proses Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi ialah langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya komunikasi. Memang dalam kenyataannya, semua orang tidak pernah berpikir terlalu detail mengenai proses komunikasi. Hal ini disebabkan, kegiatan komunikasi sudah terjadi secara rutin dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tidak lagi merasa perlu menyusun langkah-langkah tertentu secara sengaja ketika akan berkomunikasi. Secara sederhana proses komunikasi digambarkan sebagai proses yang menghubungkan pengirim dan penerima pesan. Proses tersebut terdiri dari enam langkah:⁹

Bagan 2.1

Proses komunikasi interpersonal



- 1) Keinginan berkomunikasi. Seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain.

⁹ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal.11

- 2) Encoding oleh komunikator. Encoding ini merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
- 3) Pengirim pesan. Untuk mengirim pesan kepada orang yang dikehendaki, komunikator memilih saluran komunikasi seperti telepon, sms, e-mail, surat, ataupun secara tatap muka. Pilihan atas saluran yang akan digunakan tersebut bergantung pada karakteristik pesan, lokasi penerimaan, media yang tersedia, kebutuhan tentang kecepatan penyampaian pesan, karakteristik komunikasi.
- 4) Penerimaan pesan. Pesan yang dikirim oleh komunikator telah diterima oleh komunikasi.
- 5) Decoding oleh komunikasi. Decoding merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah”, berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna. Dengan demikian, decoding adalah proses memahami pesan. Apabila semua berjalan lancar, komunikasi tersebut menterjemahkan pesan yang diterima dari komunikator dengan

benar, member arti yang sama pada simbol-simbol sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.

- 6) Umpan balik. Setelah menerima pesan dan memahaminya, komunikator memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan balik ini, seorang komunikator dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi. Umpan balik ini biasanya juga merupakan awal dimulainya suatu siklus proses komunikasi baru, sehingga proses komunikasi berlangsung secara berkelanjutan.

Shirley Taylor menggambarkan pula langkah-langkah kunci dalam komunikasi interpersonal sebagai sebuah siklus. Proses komunikasi interpersonal dimulai oleh seorang *sender* (pengirim) mengkonsep pesan yang ingin disampaikan kepada seorang *recipient* (penerima). Prosesnya dikategorikan sebagai siklus, karena aktivitas pengiriman dan penerimaan pesan berlangsung secara timbal balik dan berkelanjutan.¹⁰

Dalam komunikasi, proses komunikasi dapat dibedakan menjadi dua proses yaitu proses komunikasi primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau

¹⁰ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal. 12

perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.¹¹

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkan untuk melakukan komunikasi secara efektif. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi berjalan dengan baik dengan berbagai tujuan. Dengan adanya proses komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam mengungkapkan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku "*Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*", proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder, yakni:

"Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan."¹²

Onong Uchjana Effendy mengatakan, "Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu

¹¹ Erlina Hasan, *Komunikasi Pemerintahan* (Bandung: PT. Refika aditama, 2005) hal. 20

¹² Onong Uchjana Effendy, *Teori Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 9

menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain secara terbuka.¹³

Apakah penyampaian bahasa tersebut dalam bentuk ide, informasi atau opini mengenai hal yang jelas (kongkret) maupun untuk hal yang masih samar (abstrak), bukan hanya mengenai peristiwa atau berbagai hal yang sedang terjadi melainkan pada waktu dulu dan masa yang akan datang. Effendy selanjutnya menjelaskan berbagai pemahaman lain dari elemen komunikasi primer tersebut sebagai berikut:

”Kial (gestur) merupakan terjemahan dari pikiran seseorang sehingga dapat terekspresikan secara nyata dalam bentuk fisik, tetapi kial ini hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu secara terbatas. Isyarat juga merupakan cara mengkomunikasikan yang menggunakan alat “kedua” selain bahasa yang biasa digunakan seperti misalnya ketongan, *semaphore* (bahasa isyarat menggunakan bendera), sirine, dan lain-lain. Pengkomunikasian ini juga sangat terbatas dalam menyampaikan pikiran seseorang. Warna sama seperti halnya isyarat yang dapat mengkomunikasikan dalam bentuk warna-warna tertentu sebagai pengganti bahasa dengan kemampuannya sendiri. Dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, warna tetap tidak “berbicara” banyak untuk menerjemahkan pikiran seseorang karena kemampuannya yang sangat terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain. Gambar sebagai lambang yang lebih banyak porsinya digunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tetap tidak dapat melebihi kemampuan bahasa dalam pengkomunikasian yang terbuka dan transparan. Penggunaan bahasa sebagai “penerjemah” pikiran dapat didukung dengan menggunakan gambar sebagai alat bantu pemahaman, tetapi

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Teori Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 11

posisinya hanya sebagai pelengkap bahasa untuk lebih mempertegas maksud dan tujuan.”¹⁴

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, tetapi tidak semua orang dapat mengutarakan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya melalui kata-kata yang tepa dan lengkap. Hal ini juga diperumit dengan adanya makna ganda yang terdapat dalam kata-kata yang digunakan, dan memungkinkan kesalahan makna yang diterima. Oleh karena itu bahasa isyarat, sandi, simbol, gambar, dan lain-lain dapat memperkuat kejelasan makna.

Dalam komunikasi bahasa disebut lambang verbal (*verbal symbol*) sedangkan lambang-lambang yang bukan bahasa dinamakan lambang non verbal (*non verbal symbol*).¹⁵ Komunikasi verbal sendiri terdiri dari bahasa lisan (*spoken word*) dan bahasa tertulis (*written word*) sedangkan komunikasi non verbal diantaranya meliputi nada suara, desah, jeritan, kualitas vokal, isyarat, gerakan, penampilan, dan ekspresi wajah.¹⁶ Dalam hal ini lambang verbal dan non verbal banyak digunakan oleh wanita pelayan kafe untuk menarik perhatian dari para pelanggan yang datang. Berbagai macam lambang yang digunakan, misalnya nada bicara yang manja sebagai lambang verbal dan dengan

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Teori Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 12

¹⁵ Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001) hal.33

¹⁶ S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994)

adanya sentuhan-sentuhan lembut, cara berpakaian yang mengundang gairah yang dijadikan sebagai lambang non verbal dalam berkomunikasi.

Setelah proses komunikasi primer, maka proses komunikasi kedua adalah proses komunikasi sekunder. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, “Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.”¹⁷

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh dengan jumlah yang banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain-lain adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Media kedua ini memudahkan proses komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu.

Menurut Onong Uchjana Effendy, Pentingnya peran media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Teori Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 16

efisiensi dalam mencapai komunikan.¹⁸ Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya.

Kefektifan dan efisien komunikan bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut para ahli komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (*frame of reference*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya umpan balik terjadi seketika, dalam artian komunikator dapat mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat itu.

Ini berlainan dengan komunikasi bimedia, apalagi menggunakan media massa yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya dan dalam proses komunikasinya, umpan balik tidak berlangsung saat itu tetapi memerlukan waktu untuk menanggapi.

Komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu. Dalam

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Teori Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 17

menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus mempertimbangkan sifat media yang digunakan. Penentuan media yang akan digunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari atas pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Komunikan media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu.

Onong Uchjan Effendy mengatakan bahwa, “Proses komunikasi sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*mass media*) dan media nirmassa atau nonmassa (*non-mass media*).”¹⁹

Media massa seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan lain-lain memiliki ciri-ciri tertentu, antara massif (*massive*) atau massal, yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif banyak. Sedangkan media nirmassa atau media nonmassa seperti, telepon, surat, telegram, spanduk, papan pengumuman, dan lain-lain tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Teori Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 18

c. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dianggap efektif, jika orang lain memahami pesan anda dengan benar, dan memberikan respon sesuai dengan yang anda inginkan. Komunikasi interpersonal yang efektif berfungsi membantu anda untuk: (a) Membentuk dan menjaga hubungan baik antarindividu; (b) Menyampaikan pengetahuan/ informasi; (c) Mengubah sikap dan perilaku; (d) Pemecah masalah hubungan antar manusia; (e) Citra diri menjadi lebih baik; dan (f) Jalan menuju sukses. Dalam semua aktifitas tersebut, esensi komunikasi interpersonal yang berhasil adalah proses saling berbagi (*sharing*) informasi yang menguntungkan kedua belah pihak, anda dan orang-orang yang berkomunikasi dengan anda.²⁰

mengingat komunikasi interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa di antaranya dipaparkan berikut ini:

1) Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum,

²⁰ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal. 79

melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin, dan cuek.

2) Menemukan diri sendiri

Artinya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain. Peribahasa mengatakan “Gajah di pelupuk mata tidak tampak, namun kuman diseberang lautan tampak.” Artinya seseorang tidak mudah melihat kesalahan dan kekurangan pada diri sendiri, namun mudah memukan pada orang lain. Bila seseorang terlibat komunikasi interpersonal dengan orang lain, maka terjadi proses belajar banyak sekali tentang diri maupun orang lain.

Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk berbicara tentang apa yang disukai dan apa yang dibenci. Dengan saling membicarakan keadaan diri, minat, dan harapan maka memperoleh informasi berharga untuk mengenai jati diri, atau dengan kata lain menemukan diri sendiri.

3) Menemukan dunia luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual. Jadi komunikasi merupakan “jendela dunia” karena dengan berkomunikasi dapat mengetahui berbagai kejadian di dunia luar.

4) Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Pepatah mengatakan, “mempunyai seorang musuh terlalu banyak, mempunyai seribu teman terlalu sedikit.” Maksudnya kurang lebih, bahwa manusia tidak dapat hidup sendiri, perlu bekerja sama dengan orang lain.

Semakin banyak teman yang dapat diajak bekerja sama, maka semakin lancarlah pelaksanaan kegiatan dalam hidup sehari-hari. Sebaliknya apabila ada seorang saja sebagai musuh, kemungkinan akan menjadi kendala. Oleh karena itulah setiap orang telah menggunakan banyak waktu untuk komunikasi interpersonal yang diabdikan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain.

5) Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

Komunikasi interpersonal ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung (dengan menggunakan media). Dalam prinsip komunikasi, ketika pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan telah mendapat pengaruh dari proses komunikasi. Sebab pada dasarnya, komunikasi adalah sebuah fenomena, sebuah pengalaman. Setiap pengalaman akan member makna pada situasi kehidupan manusia, termasuk member makna tertentu terhadap kemungkinan terjadinya perubahan sikap.

6) Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi interpersonal sekedar mencari kesenangan atau hiburan. Berbicara dengan teman mengenai acara perayaan hari ulang tahun, berdiskus mengenai olah raga, bertukar cerita-cerita lucu adalah merupakan pembicaraan untuk mengisi dan menghabiskan waktu.

Di samping itu juga dapat mendatangkan kesenangan, karena komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang

memerlukan suasana rileks, ringan, dan menghibur dari semua keseriusan berbagai kegiatan sehari-hari.

7) Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*mis communication*) dan salah interpretasi (*mis interpretation*) yang terjadi antara sumber dan penerima pesan. Karena dengan komunikasi interpersonal dapat dilakukan pendekatan secara langsung, menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan interpretasi.

8) Memberikan bantuan

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Begitupula di suatu perusahaan, komunikasi interpersonal juga memainkan peran dalam hal konseling. Dalam hal ini konseling adalah komunikasi antarpersona antara pimpinan dengan karyawan.²¹

Selain hal yang telah disebutkan di atas mengenai tujuan komunikasi interpersonal, Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah:

²¹ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal. 19-22.

1) Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2) Mendidik (*to educate*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyalurkan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3) Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan dan menghibur orang lain.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.²²

²² Onong Uchjana Effendy, *Teori Komunikasi, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 36

d. Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal, merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Apabila diamati dan dikomparasikan dengan jenis komunikasi lainnya, maka dapat dikemukakan ciri-ciri komunikasi interpersonal antara lain:²³

- 1) Arus pesan dua arah. Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat.
- 2) Suasana nonformal. Komunikasi biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Dengan demikian, pesan yang dikomunikasikan biasanya bersifat lisan, bukan tertulis. Di samping itu, forum komunikasi yang dipilih biasanya cenderung bersifat nonformal, seperti percakapan intim di lobi, bukan forum formal seperti rapat.
- 3) Umpan balik segera. Oleh karena itu komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan

²³ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal. 14-15

atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.

- 4) Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antarindividu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis, menunjukkan keintiman hubungan antarindividu.
- 5) Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai dengan tujuan komunikasi.

Sementara itu Judy C. Pearson (S. Djuarsa Sendjaja, 2002:

2.1) menyebutkan enam karakteristik komunikasi interpersonal, yaitu:²⁴

- 1) Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (*self*). Artinya bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian mengenai orang lain, berangkat dari diri sendiri.
- 2) Komunikasi interpersonal bersifat transaksional. Ciri komunikasi seperti ini terlihat dari kenyataan bahwa komunikasi interpersonal bersifat dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.
- 3) Komunikasi interpersonal menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi. Maksudnya bahwa efektifitas komunikasi interpersonal tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, melainkan juga ditentukan kadar hubungan individu.
- 4) Komunikasi interpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dengan kata lain, komunikasi interpersonal akan lebih efektif manakala antara pihak-pihak yang berkomunikasi itu saling bertatap muka.
- 5) Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu dengan yang lainnya (*interpendensi*). Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan ranah emosi, sehingga

²⁴ Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal. 16

terdapat saling ketergantungan emosional diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.

- 6) Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang. Artinya, ketika seorang sudah terlanjur mengucapkan sesuatu kepada orang lain, maka ucapan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang, karena sudah terlanjur diterima komunikan.

2. Pelayan Kafe

a. Pengertian Pelayan Kafe

Pelayan mempunyai pengertian: orang yang bekerja di restoran, bar, maupun kafe untuk melayani pengunjung atau pelanggan yang datang. Sedangkan kafe, berasal dari bahasa Perancis *café* yang arti secara harfiahnya adalah minuman (kopi), tetapi kemudian menjadi tempat dimana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya kopi, tetapi juga minuman yang lainnya. Di Indonesia, kafe berarti semacam tempat sederhana, tetapi cukup menarik dimana seseorang bisa makan dan minum. Dengan ini kafe berbeda dengan warung.

Ada pula yang mendefinisikan pelayan ialah orang yang bekerja di kafe untuk melayani pengunjung yang datang. Pekerjaan ini termasuk dalam sektor jasa. Pelayan mencatat pesanan pengunjung dan kemudian membawa makanan atau minuman ke meja pemesan. Seorang pelayan yang baik dapat membantu

pengunjung dengan merekomendasikan menu terbaik.²⁵ Dalam hal ini, yang dimaksudkan adalah pelayan yang berada di kafe KR. Selain bekerja melayani pelanggan yang datang, pelayan di kafe KR juga berprofesi ganda. Artinya, pelayan yang ada bisa diajak untuk berkencan jika ada pelanggan yang mau dengan mereka.

Secara sederhana, setelah melihat uraian di atas maka komunikasi interpersonal wanita pelayan kafe merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dimana komunikator maupun komunikan adalah para wanita pelayan kafe, yaitu wanita yang mempunyai profesi melayani pelanggan yang datang dengan imbalan tertentu.

B. Kajian Teori

1. Teori Self Disclosure (Model Pengungkapan Diri)

Self-disclosure merupakan proses mengungkapkan informasi pribadi kita pada orang lain ataupun sebaliknya. Sidney Jourard (1971) menandai sehat atau tidaknya komunikasi antarpribadi dengan melihat keterbukaan yang terjadi dalam komunikasi.

Mengungkapkan yang sebenarnya mengenai diri kita kepada orang lain, yang juga bersedia mengungkapkan yang sebenarnya tentang dirinya, dipandang sebagai ukuran dari hubungan yang ideal. Joseph Luft mengemukakan teori *self-disclosure* lain yang didasarkan pada model interaksi manusia, yang disebut *Johari Window*. Menurut

²⁵ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/pelayan>

Luft, orang memiliki atribut yang hanya diketahui oleh dirinya sendiri, hanya diketahui orang lain, diketahui dirinya sendiri dan orang lain, dan tidak diketahui oleh siapapun, seperti berikut ini:²⁶

Tabel 2.2

Teori Johari Window

	Diketahui oleh diri sendiri	Tidak diketahui oleh diri sendiri
Diketahui oleh orang lain	(1) TERBUKA	(2) BUTA
Tidak diketahui oleh orang lain	(3) TERSEMBUNYI	(4) TIDAK DIKETAHUI

Jika komunikasi antara dua orang berlangsung dengan baik, maka akan terjadi *disclosure* yang mendorong informasi mengenai diri masing-masing ke dalam kuadran "Terbuka". Kuadran 4 sulit untuk diketahui, tetapi mungkin dapat dicapai melalui refleksi diri dan mimpi.

Meskipun *self-disclosure* mendorong adanya keterbukaan, namun keterbukaan itu memiliki batas. Artinya, perlu dipertimbangkan kembali apakah menceritakan segala sesuatu tentang diri seseorang kepada orang lain akan menghasilkan efek yang positif bagi hubungan dengan orang tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan yang ekstrim akan memberikan efek negatif terhadap hubungan.

²⁶ S Djuarsa Sendjaja, *Teori komunikasi*, (Universitas Terbuka : 1994) hal. 79

Altman dan Taylor (1973) mengemukakan suatu model perkembangan hubungan yang disebut *social penetration* atau penetrasi sosial, yaitu prose di mana orang saling mengenal satu dengan yang lainnya. Model ini melibatkan self disclosure juga menjelaskan bilamana harus melakukan disclosure dalam perkembangan hubungan.

Penetrasi sosial merupakan proses bertahap, dimulai dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab dan terus berlangsung hingga menyangkut topik pembicaraan yang lebih pribadi atau akrab, seiring dengan berkembangnya hubungan. Di sini orang akan membiarkan orang lain untuk lebih mengenal dirinya secara bertahap. Dalam proses ini orang biasanya akan menggunakan persepsinya untuk menilai keseimbangan antara upaya dan ganjaran (*costs and reward*) yang diterimanya atas pertukaran yang terus berlangsung untuk memperkirakan prospek hubungan mereka. Jika perkiraan tersebut menjajikan kesenangan atau keuntungan, maka mereka secara bertahap akan bergerak menuju tingkat hubungan yang lebih akrab.

Altman dan Taylor menggunakan bawang merah (*onion*) sebagai analogi untuk menjelaskan bagaimana orang melalui interaksi saling mengelupas lapisan-lapisan informasi mengenai diri masing-masing. Lapisan luar berisi informasi superfisial seperti nama, alamat, dan umur. Ketika lapisan ini sudah terkelupas, semakin mendekati

lapisan terdalam yang berisi informasi lebih mendasar tentang kepribadian.²⁷

Pengaturan batasan memerlukan pertimbangan dan pikiran. Orang membuat keputusan mengenai bagaimana dan kapan untuk memberi tahu, dan mereka memutuskan mengenai bagaimana merespon permintaan orang lain. Artinya, seseorang harus mempertimbangkan kembali apakah menceritakan segala sesuatu tentang diri kita kepada orang lain akan menghasilkan efek positif bagi hubungan kita dengan orang tersebut atau justru sebaliknya.

Kamar pertama disebut daerah terbuka (*open area*), meliputi perilaku dan motivasi yang kita ketahui dan diketahui orang lain. Pada daerah inilah seseorang sering melakukan pengelolaan kesan yang sudah dibicarakan, dia berusaha menampilkan dirinya dalam bentuk topeng. Seringkali seseorang menggunakan topeng, sehingga orang tersebut tidak menyadarinya. Orang lain sebaliknya mengetahui. Orang yang rendah berusaha jual tampang, meyakinkan orang lain tentang keunggulan dirinya, dan merendahkan orang lain. Ia tidak menyadarinya, tapi orang lain mengetahui, ini termasuk daerah buta (*blind area*). Tentu ada diri seseorang yang sebenarnya, yang hanya Allah yang tahu, ini daerah tidak dikenal (*unknown area*). Makin luas diri publik kita, makin terbuka kita pada orang lain, makin akrab hubungan kita dengan orang lain. Pengertian yang sama tentang

²⁷ S Djuarsa Sendjaja, *Teori komunikasi*, (Universitas Terbuka : 1994) hal. 80

lambang-lambang, persepsi yang cermat tentang petunjuk-petunjuk verbal dan non verbal, terjadi pada daerah publik. Makin baik seseorang mengetahui orang lain, makin akrab hubungan mereka, makin lebar daerah terbuka jendela orang tersebut.²⁸

²⁸ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012) hal. 106