PERILAKU KOMUNIKASI *FREELANCE* PERUSAHAAN CREATIV ANGEL EVENT COMMUNICATION SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) Dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :
Muhammad Ilham Baihaqi
NIM:
B76214044

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2019

PERNYATAAN KEASLIAN HASIL KARYA

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Muhammad Ilham Baihaqi

NIM : B76214044

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Ds. Sidowungu, RT. 06/ 02, Kec. Menganti, Kab. Gresik

Judul : Perilaku Komunikasi *Freelance* Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 11 Januari 2019

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL 20
5851BAFF440625649
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Muhammad Ilham Baihaqi

NIM. B76214044

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Muhammad Ilham Baihaqi

NIM : B76214044

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul : Perilaku Komunikasi *Freelance* Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan:

Surabaya, 11 Januari 2019

Dosen Pembimbing

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.IP., M.Si

197301141999032004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Muhammad Ilham Baihaqi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 07 Pebruari 2019

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M.Ag.
NIP. 196307251991031003

Penguji I

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.IP., M.Si
NIP.197301141999032004

Penguji II

Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si
NIP. 197106021998031001

Penguji III

Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji IV

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si
NIP. 197312171998032002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Ilham Baihaqi
NIM : B76214044
Fakultas/Jurusan : Dakwah / Ilmu Komunikasi
E-mail address : hambaihaq@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Perilaku Komunikasi Freelance Perusahaan Creativ Angel Event Organizer Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Pebruari 2019

Penulis

(Muhammad Ilham Baihaqi)

Muhammad Ilham Baihaqi, NIM B76214044. 2019. Perilaku Komunikasi *Freelance* Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : **Perilaku Komunikasi, Verbal dan Nonverbal, *Freelance* Creativ Angel Event Communication Surabaya.**

Pada skripsi ini fokus penelitian perilaku komunikasi *Freelance* Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya melalui komunikasi verbal dan nonverbal, dan penelitian ini berfokus pada motivasi *Freelance* bergabung ke Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya. Tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah untuk mendeskripsikan dan memahami perilaku komunikasi *Freelance* Creativ Angel Event Communication Surabaya secara verbal dan nonverbal, untuk mendeskripsikan dan memahami motivasi *Freelance* bergabung ke Creativ Angel.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan lebih ditekankan melalui pendekatan studi kasus disebabkan peneliti lebih mendalami tentang proses interaksi *Freelance* dengan *Freelance* lain, maupun *Freelance* dengan pegawai di Creativ Angel Event Communication Surabaya.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku komunikasi *Freelance* di Creativ Angel Event Communication Surabaya secara verbal dapat diketahui melalui penggunaan bahasa. Penggunaan istilah crew untuk *freelance* yang sedang mengerjakan projek Creativ Angel. Perilaku komunikasi nonverbal *Freelance* Creativ Angel Event Communication Surabaya meliputi gaya berpakaian *Freelance* saat berada di Creativ Angel Event Communication Surabaya, gaya rambut sebagai media artifaktual, dan jam tangan. Pemilian gaya bahasa yang segmentatif.

Hal-hal yang menjadi motivasi *Freelance* lebih memilih Creativ Angel Event Communication dari pada *Event Organizer* (EO) lain di Surabaya antara lain karena prospek yang ada di Creativ Angel, Pengalaman di Creativ Angel, dan pendidikan yang di dapat dari Creativ Angel Event Communication.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dan mampu mendalami terlebih dahulu subjek yang akan diteliti. Karena masih banyak yang dapat diteliti mengenai jenis- jenis verbal dan nonverbal. Diharapakan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi salah satu kajian pustaka atau literatur bagi penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR BAGAN ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan 5
D. Manfaat Penelitian 6
E. Kajian Peneliti Terdahuu 6
F. Definisi Konsep 10
G. Kerangka Berfikir Penelitian 14
H. Metode Penelitian 15
   1. Pendekatan dan Jenis Penelitian Penelitian 16
   2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian 17
   3. Jenis dan Symber Data 19
   4. Tahap- Tahap Penelitian 21
   5. Teknik Pengumpulan Data 23
   6. Teknik Analisis Data 25
   7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 27
I. Sistematika Pembahasan 29

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka 31
   1. Perilaku Komunikasi 31
      a. Pengertian Perilaku Komunikasi 31
      b. Jenis – Jenis Perilaku Komunikasi 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Komunikasi Verbal 38
2) Komunikasi Non Verbal 39
(a) Vokalik 40
(b) Bahasa Badan *40*
(1) Ekspresi Muka 41
(2) Pandangan Mata 41
(3) Gestur Isyarat 41
(4) Sentuhan 42
(5) Sikap Tubuh 43
(6) Penggunaan Ruangan dan Jarak 43
(c) Artifak dan Visualisasi 45
(d) Warna 46
(e) Waktu 46
(f) Bunyi 47
(g) Bau 47
c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi ... 47
2. Komunikasi Lingkungan Kerja 48
a. Komunikasi Kebawah 49
b. Komunikasi Keatas 51
c. Komunikasi Horisontal 52
3. Motivasi 53
4. Freelance 54
a. Keuntungan Bekerja *Freelance* 55
b. Kelemahan Bekerja *Freelance* 56
c. Kriteria *Freelance* 57
d. Klasifikasi Karyawan 59
e. Prinsip Dasar Karyawan 60
B. Kajian Teori 63

Teori Interaksi Simbolik 63

BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian 77
1. Profil Lokasi Penelitian 77
2. Profil Informan 78
B. Deskripsi Data Penelitian 81
1. Penampilan Mencerminkan Berpendidikan dan Kesopanan 82
2. Penekanan Terhadap Displin Waktu 84
3. Pemilihan Tempat Meeting 86
4. Proaktif Sebagai Prinsip 88
5. Pemberian Projek dan Pengajaran Memegang Sebuah *Event* Profesional 91

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Motif Mahasiswa Memilih Creativ Angel 95

BAB IV INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

A. Temuan Hasil Penelitian 97
B. Konfirmasi dengan Teori 105

BAB V PENUTUP 110

A. Simpulan 110
B. Rekomendasi 111

DAFTAR PUSTAKA 113

PEDOMAN WAWANCARA 116

LAMPIRAN-LAMPIRAN 117

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian 14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki kodrat saling mempengaruhi sesama manusia. Manusia dikatakan makhluk sosial dikarenakan membutuhkan individu lain atau kelompok untuk melaksanakan sebuah interaksi sosial dalam melangsungkan hidup. Sebagai makhluk sosial artinya manusia membutuhkan orang lain dan lingkungan sosialnya sebagai sarana untuk bersosialisasi. Bersosialisasi disini berarti membutuhkan lingkungan sosial sebagai salah satu habitatnya maksudnya tiap manusia saling membutuhkan satu sama lainnya untuk bersosialisasi dan berinteraksi. Dalam kehidupan sehari-hari selain membutuhkan orang lain, manusia juga mempunyai kebutuhan-kebutuhan tersebut berbeda antar individu. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak lepas dari segala kesibukan. Selama mereka hidup dan ingin memenuhi kebutuhan, akan aktivitas mereka tidak akan berhenti tindakan yang mereka lakukan tentu saja sesuai dengan tujuan masing-masing.[1]

Proses sosialisasi terjadi melalui interaksi sosial, yaitu hubungan antarmanusia yang menghasilkan proses mempengaruhi. Pengalamannya sendiri akan membentuk perilaku sosial (*Behavior system).* Sistem ini juga ikut ditentukan oleh watak pribadi tentang bagaimana cara ia menyikapi suatu pengalaman yang pernah terjadi. Sistem perilaku inilah yang akan menentukan dan membentuk sikapnya (*attitude)* terhadap sesuatu.

[1] Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya, (*Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebuah masyarakat terdiri atas individu-individu yang berinteraksi sehingga terjadi perubahan di dalam masyarakat. Atas dasar itu,proses sosial dapat didefinisikan sebagai perubahan dalam struktur masyarakat sebagai hasil dari komunikasi dan usaha saling mempengaruhi antar individu di dalam sebuah kelompok. Secara tidak sadar, individu berusaha menyesuaikan diri dan melakukan perubahan tidak langsung (bersama individu lainnya) di dalam masyarakat. Dapat dikatakan sertiap individu dan kelompok mempunyai peranan atau fungsi sentral di dalam masyarakatya.[2]

Komunikasi sangat berhubungan dengan perilaku manusia untuk memenuhi kepuasan kebutuhannya. Hampir setiap orang pasti membutuhkan hubungan sosial dengan orang lain, dan kebutuhan ini terpenuhi manusia yang tanpa berkomunikasi mereka akakn terisolasi. Pesan-pesan tersebut dapat terlihat dari perilaku manusia tersebut.[3] Perilaku adalah suatu fungsi dari interaksi antara seorang individu dengan lingkungannya. Perilaku komunikasi sendiri yaitu suatu tindakanbaik itu berupa verbal maupn nonverbal yang pada tingkah laku seorang dalam sebuah kelompok.

Manusia bekerja untuk berkarya dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, bekerja juga merupakan salah satu bentuk pengabdian demi kemajuan bangsa dan negara. Dengan bekerja manusia dapat memenuhi kebutuhannya baik untuk kebutuhan pribadi maupun untuk kebutuhan hidup orang lain. Maksud dari untuk memnui kebutuhan diri sendiri adalah dengan bekerja manusia dapat membeli segala kebutuhan hidup. Kemuadian bekerja untuk memenuhi orang lain artinya manusia di dunia merupakan makhluk

[2] Nina W. Syam, *"Sosiologi Komunikasi",* (Bandung : Humaniora : 2009), 12
[3] Mulyana dan Rakhmat, *Komunikasi Antarbudaya Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya* (Remaja Rosdakarya: Bandung, 2006), hlm. 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial, tidak dapat hidup sendiri, saling membutuhkan. Dimana dengan bekerj keras manusia dapat berbagi rejeki dengan orang lain. Jenis pekerjaan itu sangatlah banyak, kita juga bisa menyebutnya dengan profesi pekerjaan yang beragam. Profesi adalah pekerjaan, namun tidak semua pekerjaan adalah profesi. Profesi mempunyai kereteristik sendiri yang membedakannya dari pekerjaan lainnya. Di negara tercinta indonesia profesi pekerjan sangatlah banyak kita temukan. Mulai dari Pegawai Negeri Sipil (PNS), pengusaha, dokter, polisi, insinyur, sampai karyawan.

Saat ini banyak kawasan perumahan dan hunian mewah dengan fasilitas *interior* yang semakin canggih dan modern. Di Surabaya sendiri banyaknya industri-indutri muda yang tengah berkembang khusunya di kalangan muda mudi Surabaya yang bergerak di bidang tektil, kuliner, otomotif, musik, *photography, videography,* jasa pengantar, jasa acara dan lain sebagainya.

Jasa penyelenggaraan acara adalah istilah mudah untuk penyediaan jasa profesional penyelenggaraan acara. Namun pada zaman ini jasa penyelenggaraan acara sekarang ini banyak disebut dengan istilah modern yaitu *Event Organizer* (EO). Pada dasarnya tugas dari EO adalah membantu kliennya (*clent*) untuk dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan. Bisa jadi hal ini karena keterbatasan sumber daya atau waktu yang dimiliki klien. Namun penggunaan jasa EO juga dimungkinkan dengan alasan agar penyelenggaraan profesional sehingga hasilnya lebih bagus daripada bila dikerjakan sendiri. Dalam hal bisnis EO juga bisa dikatakan sebagai usaha dalam bidang jasa yang secara sah ditunjuk oleh kliennya guna

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengorganisasikan seluruh rangkaian acara, mulai dari perencanaan, persiapan, eksekusi hingga evaluasi, dalam rangka membantu mewujudkan tujuan yang diharapkan klien dengan membut acara.

Perushaan creativ angel event communication surabaya sebagai salah satu jasa acara atau bisa disebut *Event Organizer* (EO) Sebuah perusahaan yang berbasis di Surabaya yang berdiri pada tahun 2007. Perusahaan ini bergerak dibidang *corporate event organizer* yang menangani berbagai kegiatan dalam skala nasionanl. Dengan klien dari berbagai sektor usaha properti, developer, *fashion industry, jewellery, consumer goods.* Dalam Creativ angel ada beberapa bagian atau struktural perusahaan atatu staf yang pada umumnya, seperti bagian *owner* atau pemilik perusahaan, Sekretaris, bagian keuangan, bagian *project,* dan juga *freelence.* creativ angel event communication surabaya memiliki jam kerja masuk kantor pada 08.00 WIB dan jam pulang kantor pada 17.00 WIB. *Freelance* merupakan bagian yang paling banyak diminati semua orang. Karena *freelance* tidak terkait waktu atau jam kerja kantor yang diikuti dan pekerjaannya pun juga *flexibel.* Artinya untuk bergabung dalam EO ini semua *freelance* dapat memutuskan atau memastikan haknya pada saat mereka ingin ikut dalam project sebuah *event.* Disini *freelance* dapat dibagi dalam empat kategori yaitu; *freelance, team leader, project officer, dan production*. Untuk ikut sebagai *freelance* pun tidak semudah yang difikirkan, waktu untuk menjadi bagian dari perusahan ini salah satunya adalah baik dalam berkomunikasi. Baik dalam berkomunikasi sangat diperhitungkan dalam bisnis di bidang ini, karena kemungkinan besar semua yang tergabung dalam sebuah pekerjaan di *Event* ini persiapan sampai pasca

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Event akan berhadapan langsung dengan *owner* atau kliean yang ditangani perusahaan creativ angel event communication surabaya ini.

Fokus permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku mahasiswa saat berkomunikasi dengan klien saat meeting ataupun *Event* berlangsung dan dengan sesama *freelance* creativ angel event communication surabaya saat dikantor ataupun pas *event* berlangsung. Hal ini akan dikaji lebih dalam untuk mengetahui perilaku komunikasi yang tentunya mengandung unsur-unsur komunikasi dan dirasa penting untuk pengembangan keilmuan ilmu komunikasi.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku komunikasi *freelance* perusahaan creativ angel event communication surabaya?
2. Bagaimana motivasi mahasiswa menjadi *freelance* di creativ angel event communication surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah penelitian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perilaku komunikasi *freelance* perusahaan creativ angel event communication surabaya.
2. Untuk mengetahui motivasi memilih untuk menjadi *freelance* perusahaan creativ angel event communication surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Manfaat penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan konstribusi bagi civitas akademik baik secara teoritis maupun praktis :

1. Secara Teoritis

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini, bisa menambah wawasan bagi para penulis dan pembaca pada umumnya tentang perilaku sebuah karyawan perusahaan dengan klien ataupun dengan karyawannya sendiri. Dan juga diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan atau referensi bagi penelitian yang selanjutnya.

2. Secara Praktis

   Bagi Masyarakat

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberi solusi kepada masyarakat agar lebih arif dan bijaksana saat berkomunikasi dalam sebuah perusahaan tertama pada saat dengan klien.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari pengulangan dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan beberapa penelitian yang sebelumnya memiliki keterkaitan dengan judul penelitian, peneliti sadar bahwa pembahasan mengenai perilaku komunikasi freelance creativ angel ini adalah hal yang tidak baru,melainkan telah ada beberapa peneliti terdahulu yang telah membahas sebelumnya, akan tetapi dengan tempat dan waktu yang berbeda seperti paparan skripsi di bawah ini :

1. Penelitian terdahulu ditulis oleh Andi Marthias yang berjudul "PERILAKU KOMUNIKASI ANGGOTA KOMUNITAS AIRSOFTER

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BANDUNG (AIRBAN) (Studi Fenomenologi tentang Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas Airsofter Bandung Dalam kegiatan Skirmish)".[4]

Dalam penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan studi fenomenologi, subjek penelitian adalah para anggota komunitas AIRBAN yang mengadakan kegiatan skirmish sekali dalam seminggu, dengan teknik purposive sampling ditetapkan 4 orang informan penelitian, untuk menguji keabsahan data dilakukan uji kredibilitas. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi partisipan, wawancara, pencarian di internet dan dokumentasi. Teknik analisa data dilakukan dengan pengumpulan, reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan. Hasil Penelitian menunjukan bahwa motif yang mendasari anggota komunitas AIRBAN ada dua, yaitu motif masa lalu, yaitu sama-sama menggemari permainan airsoftgun, dan motif masa depan, untuk refreshing, olahraga dan berososialisasi. Pada saat kegiatan skirmish anggota komunitas AIRBAN menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal. Secara verbal mereka menggunakan bahasa Sunda, bahasa Indonesia dan bahasa khusus militer seperti "Salvo", "Ambush", dan "Clear" yang didukung oleh media komunikasi berupa Radio HT untuk berkomunikasi saat skirmish. Sedangkan secara nonverbal anggota komunitas AIRBAN menggunakan gerakan tubuh dan gerakan khusus militer saat kegiatan skirmish seperti mengepalkan tangan serta tiarap yang sering digunakan oleh para militer.

[4] Andi Marthias, Skripsi Srata I: "*Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas Airsofter Bandung(AIRBAN)"*. (Bandung:UNIKOM, 2015).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain adalah metode yang digunakan kualitatif, kemudian sama-sama meneliti tentang perilaku komunikasi. Perbedaannya subjek penelitian dan juga lokasi penelitian.

2. Penelitian terdahulu ditulis oleh Ekky Puspita Sari yang berjudul "PERILAKU KOMUNIKASI PARA PENGGUNA MEDIA SOSIAL PATH DI KALANGAN MAHASISWA UNIKOM KOTA BANDUNG (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung)".[5]

   Dalam pelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian adalah mahasiswa Unikom yang menggunakan media sosial Path, dengan menggunakan purposive sampling dari 5 orang dengan pertimbangan mahasiswa Unikom pengguna aktif Path dan terlihat dari durasi toge ada di media sosial Path ini. Pengumpulan data dalam penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, studi buku dan pencarian data secara online.

   Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah metode yang digunakan kualitatif, sama-sama meneliti tentang perilaku komunikasi. Perbedaannya adalah subjek penelitian adalah mahasiswa Unicom Bandung Bandung sedangkan penelitian ini meneliti tentang Freelance atau karyawan sebuah perusahaan. Kemudian lokasi penelitian

[5] Ekky Puspita Sari, Skripsi Srata I: "*Perilaku Komunikasi Para Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa UNIKOM Bandung"*. (Bandung:UNIKOM, 2013).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdahulu berada di Bandung sedangkan penelitian saat ini berada di Surabaya.

3. Penelitian terdahulu salah satunya adalah penelitian yang berjudul "Perilaku Komunikasi Anak *Punk* di Surabaya". Penelitian yang dibuat oleh Dwi Prasiska ini berfokus pada perilaku komunkasi verbal dan non verbal sesama anak *punk* di surabaya dan respon masyarakat tentang perilaku anak *punk* di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami perilaku komunikasi verbal dan non verbal sesama anak *punk* di Surabaya serta untuk menngantahui dan memahami respon masyarakat tentang perilaku anak *punk* di Surabaya.[6]

   Metode penelitian yang digunakan peneliti, penelitian ini digunakakanlah metode deskriptif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai perilaku komunikasi anak *punk* di Surabaya, kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan terori interaksi simbolik, sehingga diperoleh analisis yang mendalam tentang perilaku komunikasi anak *punk*. Hasil penelitian ditemukan bahwa, dalam perilaku komunikasi verbal sesama anak *punk* atau dalam hal ini adalah lisan dan tulisan sedangkan perilaku komunikasi nonverbal sesama anak *punk* yang mempunyai makna. Serta berbagai respon diberikan masyarakat tentang perilaku anak *punk*, namun ada juga yang acuh tak acuh dan tidak peduli, ada yang menerima anak *punk* namun tidak menerima perilaku anak *punk*, ada pula yang menolak keberadaan dan

[6] Dwi Prastika, Skripsi Strata I: "*Perilaku Komunikasi Anak di Kota Suarabaya".* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2016).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perilaku anak *punk* dengan melapuorkannya kepada satuan polisi pamong praja Surabaya.

Persamaan dari pemaoaran penelitian terdahulu setidaknya ada beberapa peraman. Peneliti terdahulu dan peneliti saat ini sama-sama berfokus pada perilaku yang akan diteliti dan sama-sama menggunakan teori interaksi simbolik. Perbedaan sedangkan perbedaan dengan peneliti terdahulu, peneliti terdahulu memfokuskan perilaku komunikasi anak *punk* sedangkan peneliti saat ini berfokus pada perilaku Freelance Creativ Angel Surabaya.

F. Definisi Konseptual

a. Perilaku Komunikasi

Perilaku adalah tindakan atau aktifitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati dari luar. Sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup.

Perilaku komunikasi meliputi komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal seperti bahasa merupakan alat simbolis untuk melakukan signifkan, dimana logika ditambahkan secara mendasar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada dunia sosial yang diobjektivikasi.[7] Perilaku komunikasi merupakan upaya dan tindakan seseorang dalam berkomunikasi, baik itu secara verbal maupun nonverbal. Perilaku komunikasi mencakup yang sengaja dilakukan dan bisa diterima oleh komunikan.[8]

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa, bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengbinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan atau dipahami suatu komunitas.[9] Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata.[10]

Perilaku komunikasi pada seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi dan sosial. Namun faktor sosial menjadi panutan penting bagi sesorang dalam berkomunikasi. Lingkungan sosial bisa menentukan cara sesorang dalam berkata, berpakaian dan bekerja, termasuk emosi suka atau duka.[11]

b. *Freelance*

Pengertian *Freelance* menurut wikipedia adalah seseorang yang bekerja sendiri dan tidak berkomitmen kepada majikan jangka panjang tertentu. Istilah "tenaga lepas" atau "pekerja lepas" adalah untuk seseorang yang melakukan suatu pekerjaan. Pekerjaan yang mereka jalani sendiri

---

[7] M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kbijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya,* (jakarta, 2007)hlm. 86.
[8] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu pengantar,* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)hlm. 63-64.
[9] Ibid, hlm260.
[10] Ibid, hlm. 343.
[11] Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)hlm. 138.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disebut "pekerjaan lepas". Dalam bentuk bahasa Inggrisnya, "freelance", istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Sir Walter Scott (1771-1832) dari Britania Raya dalam novelnya "Ivanhoe" untuk menggambarkan seorang "tentara bayaran abad pertengahan" atau metafora untuk sebuah "tombak yang bebas" ("free-lance").[12]

Perkerja, pegawai, karyawan merupakan aset perusahaan. Kehadiran karyawan begitu sangat penting hingga saat ini, tanpa adanya karyawan tidak akan terjadi kelancaran dan proses produksi suatu perusahaan. Karyawan adalah setiap orang ang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Dari defini tersebut maka yang dimaksud dengan tenaga kerja yang melakukan pekerjaan pada setiap bentuk usaha (perusahaan) atau perorangan dengan menerima upah termasuk tenaga kerja yang melakukan pekerjaa diluar hubungan kerja.

c. *Event Organizer*

Event Organizer (EO) adalah Usaha dalam bidang jasa yang ditunjuk secara resmi oleh client untuk mengorganisasikan rangkaian acara, dimulai dari proses pembuatan konsep, perencanaan, persiapan, eksekusi hingga rangkaian acara selesai dalam rangka membantu client mewujudkan tujuan yang diharapkan melalui rangkaian acara yang diadakan.[13]*Event Organizer* merupakan sebuah pihak mengelola dan

[12] https://id.wikipedia.org/wiki/Tenaga_lepas dikutip pada tanggal 25 september 2018 pada pukul 23.53 WIB.
[13] http://ymegananda.blogspot.com/2007/08/difinisi-e.o.html dikutip pada tanggal 25 september 2018 pada pukul 00.33 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengatur suatu acara yang diselenggarakan atas permintaan klien. *Event Organizer* merupakan seni mengatur dan mengelola. *Event Organizer* yang dimaksud dalam kategori media promosi ialah suatu rangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh pemilik *brand* sehingga terjalin interaksi antara pelanggan dengan produk dalam suatu aktivitas tettentu.

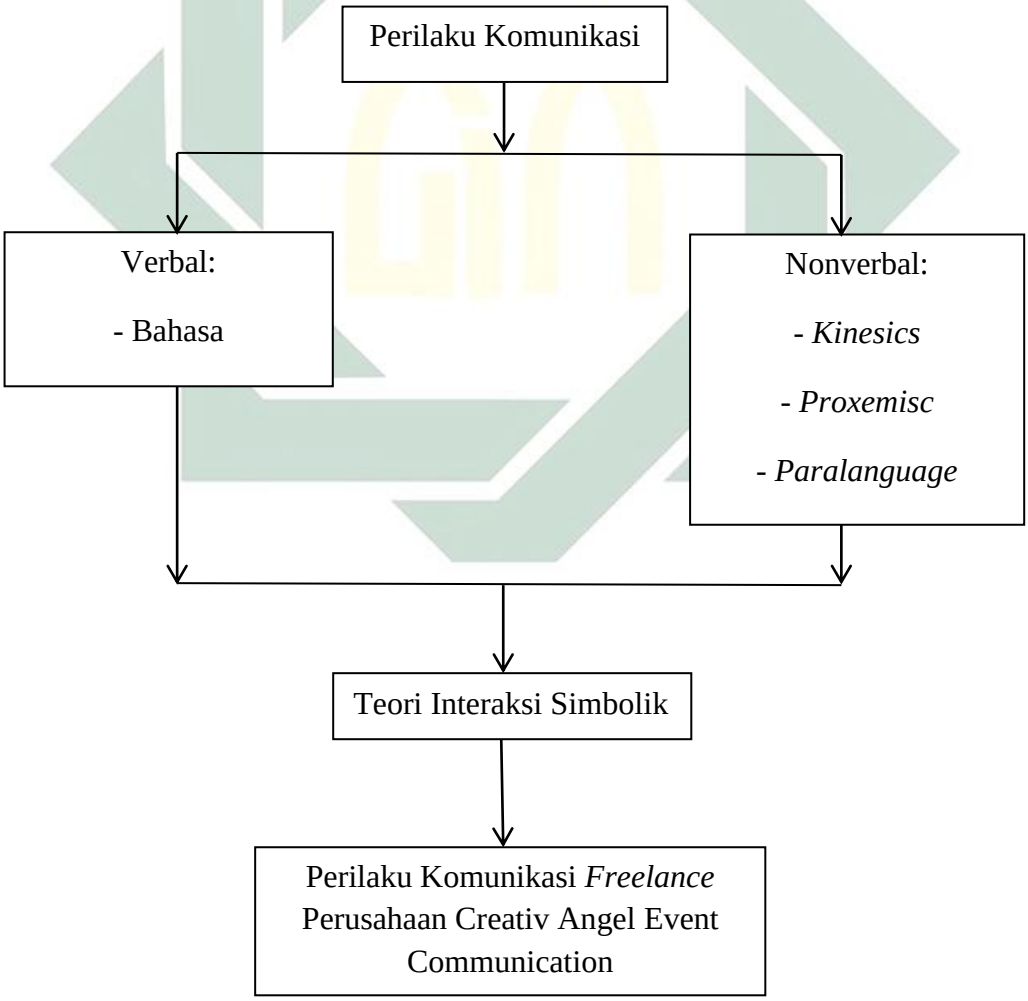
Ragam aktivitas *Event* antara lain *entertaiment event* dalam bentuk pertunjukan musik, nonton bersama, pentas seni dan teatrikal. Disamping itu bentuk *event* lain yang sering dimanfaatkan pemasar untuk mempromosikan produknya ialah *sport event, exibition,* seminar atau *concvention event,* perlombaan dan lain-lain. Pemilihan bentuk *event* tentu saja sangat dipengaruhi oleh sejauh mana keberhasilan suatu *event*. Tolak ukut yang pertama adalah kesuksesan dalam kemasan dan berlangsungnya acara, sedangkan, tolak ukur yang kedua adalah *profit* oleh sebab itu berdasarkan dua hal di atas, *event* dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu *event* murni dan *event* sponsor. *Event* murni yaitu *event* yang segala sesuatu ditanggung dan diselenggaraka oleh pihak *event organizer,* baik kemasan, penyajian acara, maupun pencarian sponsor untuk mendapatkan dana yang nantinya dikurangi dengan seluruh biaya persiapan dan pelaksanaan *event* dapat menjadi keuntungan pihak *event organizer*. *Event* sponsor atau *bysponsor* merupakan *event* yang dikerjakan *event organizer* sebenarnya telah berkurang sebagian karena pembiayaan dan *profit* sudh diperoleh dari sponsor atau perusahaan penyelenggara. *Event Organizer* hanya merampungkan tugas dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berusaha melaksanakan *event* sebaik-baiknya dengan kemasan acara yang dapat menjadi ikon produk dengan target *audiens* keinginan sponsor.

Dengan demikian perilaku komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kajian terhadap perilaku komunikasi sebagai tindakan atau perbuatan baik itu berupa verbal maupun nonverbal yang ada pada tingkah laku mahasiswa yang disini sebagai pekerja *freelance* perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya yan merupakan Event Organizer (EO) yang berbasis di kota Surabaya.

G. Kerangka Pikir Penelitian



Gambar Bagan 1.1 |kerangka pikir penelitian|

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun faham interaksi simbolik ini. Ia mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi di antara manusia baik secara verbal maupun nonverbal. Aksi dan respons yang terjadi, kita memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan, dan karenanya kita dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu. Menurut paham ini, masyarakat muncul dari percakapan bagi pagam interaksi simbolik.[14]

Perilaku komunikasi sendiri yaitu suatu tindakan baik itu berupa verbal ataupun nonverbal yang ada pada tingkah laku seseorang dalam sebuah kelompok. Berdasarkan bagan diatas, penelitian tentang perilaku komunikasi freelance di creativ angel Surabaya akan dilihat dalam dua bentuk perilaku komunikasi yaitu: perilaku komunikasi verbal dan perilaku komunikasi nonverbal. Perilaku komunikasi verbal dapat dilihat dari bahasa yang di gunakan *freelance* saat berada di bekerja. Sementara perilaku komunikasi nonverbal akan dilihat pada bentuk komunikasi nonverbal yang meliputi kinesics, proximics, dan paralanguage dan selanjutnya kana dikonfirmasi dengan teori komunikasi interaksi simbolik. Selanjutnya setelah dikonfirmasi dengan teori, akan dilihat temuan apa yang diperoleh dari perilaku *freelance* di Creativ Angel Event Communication Surabaya.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan hal yang penting, karena berhasil tidaknya suatu penelitian tergantung dari bagaimana peneliti menentukan

[14] Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm 110-111.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

metode yang akan dilakukan. Titik tolak penelitian bertumpu pada minat untuk mengetahui masalah atau fenomena social yang timbul karena berbagai rangsangan, dan bukanlah pada metodologi penelitian. Sekalipun demikan, tetap harus di ingat bahwa metodologi penelitian merupakan elemen penting untuk menjaga reliabilitas dan validalitas hasil penelitian.[15]

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan

Pendekatan fenomenologi berhubungan dengan pemahaman tentang bagaimana keseharian, dunia intersubyektif. Fenomenologi bertujuan untuk menginterpretasikan tindakan sosial sebagai sebuah yang bermakna serta dapat merekonstruksi kembali turunan makna dari tindakan yang bermakna pada komunikasi intersubjektif individu dalam dunia kehidupan sosial. Jadi peneliti menggunakan pedekatan fenomenologi untuk memahami bagaimana kesaharia *freelance* Creativ Angel pada saat mengerjakan projek *event* yang didalam terdapat makan verbal dan nonverbal.

b. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis kualitatif / deskriptif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci, pengalaman sampel sumber data dilakukan secara (gabungan), analisis data bersifat

[15] Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke arah Ragam Varian Kontemporer* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hal. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

induktif/kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi[16]. Sedangkan menurut Bogdan & Taylor penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif mempunyai tujuan agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung kelapangan. Jenis kualitatif ini lebih menekankan makna daripada hasil suatu aktivitas, karena dalam melakukan penelitian, peneliti bukan sebagai orang ahli tetapi orang yang belajar mengenai suatu obyek penelitian.

2. **Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian**.

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber tempat peneliti memperoleh keterangan tentang permasalahan yang diteliti, singkatnya subyek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan.[17] Subjek dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang berusia sekitar 20-35 tahun. Subjek dalam penelitian ini adalah *freelance* Creativ angel event communication surabaya. Rentang usia dipilih untuk memberikan pandangan yang berbeda dari perilaku komunikasi *freelance* ketika *meeting* ataupun saat berada di acara. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive yaitu memilih

[16] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm 13.
[17] Tatang, M. Amirin, "*Menyusun Perencanaan Penelitian*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), p. 66-71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informan secara sengaja dan tidak random. Dimana orang–orang yang diseleksi untuk dijadikan informan dipilih atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian[18]. Adapun kriteria penentuan informan yang tepat dalam pemberian informasi dan data yang akurat mengenai perilaku komunikasi freelance adalah freelance dari perusahaan itu sendri, mahasiswa ataupun orang – orang yang bekerja pada perusahaan ini.

b. Objek Penelitian.

Objek penelitian ini ilmu komunikasi yang berkaitan mengenai perilaku komunikasi freelance atau karyawan. Jadi, dengan objek penelitian tersebut dapat digunakan penelitian dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian menjadi sebuah data nyata dan dapat mendeskripsikan bagaimana perilaku komunikasi Freelance Creativ Angel pada saat *event* ataupun melakukan pekerjaan kantor diluar dan didalam kantor.

c. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian terletak di kota Surabaya. Dikarenakan keberadaan perusahaan Creativ Angel di Kota Surabaya.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data Penelitian

[18] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm: 300.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada Sub bab ini peneliti akan memaparkan mengenai kategori data apa saja yang akan peneliti dapatkan serta dari mana saja asal dari data tersebut.

1) Data Primer

Data primer adalah data tangan pertama. Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran[19]. Atau sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dari data primer ini peneliti mampu mendapatkan data valid yang sesuai dengan tema dan rumusan masalah yang ada. Sumber data primer ini yang langsung memberikan data kepada peneliti[20]. Sumber data primer dari penelitian ini adalah *Freelance* Creativ Angel Event Communication Surabaya yang berusia 20-35 tahun.

2) Data Sekunder

Data sekunder yakni data yang diperoleh peneliti untuk mendukung data primer. Data sekunder ini seperti buku-buku mengenai teori-teori yang berkaitan dengan perilaku komunikasi *freelance* dan buku-buku sejenis yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder juga didapat dari buku *online*, jurnal dan artikel.

b. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu sumber data *library research* dan *field research*.

---

[19] Saifuddin Azwa, *Metode Penelitian, (*Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm: 91.
[20] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D, (*Bandung: Alfabeta, 2008, hlm: 137.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Library Research*

Penelusuran data dengan menggunakan bantuan buku-buku yang ada di Perpustakaan. Digunakan untuk mencari landasan-landasan teori tentang unsur-unsur pada penelitian ini. Seperti buku pengantar ilmu komunikasi, teori komunikasi, hingga buku tentang *freelance*.

2) *Field Research*

Dalam hal ini merupakan informan, merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Adapun pemilihan informan ditentukan berdasarkan teknik *Purposif Sampling* yang mana informan akan dipilih sesuai dengan kriteria tertentu agar data yang didapat lebih mendalam dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penulis. Kriteria informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yang mana peneliti menetapkan responden berdasarkan anggapan bahwa responden yang dipilih, sampel informan yang diambil didasarkan pada pertimbangan tertentu dan informan yang dimaksud dalam penelitan ini adalah sejumlah tokoh Beberapa informan yang sesuai dengan Kriteria *Purposive Sampling:*

Pemilik atau *manager* Creativ angel event communication Surabaya.

(a) Informan yang sebagai data pendukung, merupakan orang yang mengetahui tentang creativ angel event

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

communication surabaya dalam kesehariannya seperti apa.

Freelance Creativ angel event communication Surabaya.

(b) Informan terpenting dalam penelitian ini, karena penelitian ini meneliti perilaku komunikasi *freelance*.

4. Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini, ada 3 tahapan yang dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan pengambilan data.

a. Pra Lapangan

Pada tahap pra lapangan ini peneliti melakukan berbagai persiapan, baik itu konsep penelitian serta perlengkapan penelitian yang di butuhkan pada saat penelitian di lapangan. Diantaranya langkah-langkah yang di lakukan peneliti pada saat pra lapangan adalah :

1) Menyusun rancangan penelitian (proposal penelitian), meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan analisi data serta teknik keabsaan data.
2) Memilih lokasi penelitian dari rancangan penelitian maka akan di temukan lokasi yang tepat sesuai konteks penelitian, dalam hal penelitian ini peneliti mengambil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

judul "Perilaku Komunikasi *freelance* creativ angel event communication surabaya" dari judul ini lokasi yang cocok adalah di kantor creativ angel event communication surabaya. Menilai lokasi penelitian, melihat bagaimana kondisi lapangan yang di gunakan untuk penelitian dan menyiapkan format pertanyaan wawancara yang akan di ajukan kepada informan.

3) Memilih dan memanfaatkan informan, berdasarkan konteks penelitian disini informan harus suka relawan memberikan informasi yang rinci dan informan harus memiliki pengalaman sesuai dengan konteks penelitian.
4) Menyiapkan perlengkapan, hal ini bisa meliputi izin penelitian dan juga perlengkapan kecil yang di gunakan pada saat wawancara.

b. Pekerjaan Lapangan.

Pada tahap ini lebih difokuskan pada pencarian dan pengumpulan data di lapangan, serta mengamati segala bentuk aktivitas pada lokasi penelitian. Pada tahap ini bisa juga di lakukan menulis catatan kecil pada saat di lapangan serta rekaman suara, ini berguna untuk mengingat akan informasi dan data-data agar tidak mudah hilang.

1) Penulisan Laporan.

Tahap ini adalah tahap akhir dimana peneliti menuangkan hasil dari penelitian melalui suatu laporan. Pada tahap ini perlu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperhatikan keabsaan data dari mulai fokus penelitian sampai dengan analisis data dan juga harus menunjang sistematika penulisan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan sebagaian atau seluruh elemen populasi yang akan mendukung penelitian, atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Penelitian mempunyai beberapa teknik dalam proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakantiga teknik, antara lain:

a. Observasi

Observasi langsung adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematik. Observasi langsung dilakukan secara teliti dan sistematis untuk mendapatkan hasil yang bisa diandalkan, dan peneliti harus mempunyai latar belakang atau pengetahuan yang lebih luas tentang objek penelitian mempunyai dasar teori dan sikap objektif.

Observasi secara langsung yang dilakukan peneliti bisa dengan cara mencatat berupa informasi yang berhubungan dengan perilaku komunikasi konsumen. Juga mengamati beberapa *freelance* creativ angel event communication surabaya agar peneliti dapat melihat *freelance* mana yang cocok sebagai subjek penelitian. Dengan melakukan observasi secara langsung peneliti dapat memahami konteks data dalam berbagai situasi. Untuk itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti dapat melakukan pengamatan secara langsung dalam mendapatkan bukti yang terkait dengan objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu[21]. Adapun wawancara yang dilakukan adalah wawancaara tidak terstruktur, dimana didalam metode ini memungkinkan pertanyaan berlangsung luwes, arah pertanyaan lebih terbuka, tetap fokus, sehingga diperoleh informasi yang kaya dan pembicaraan tidak kaku.

Adapun dalam pengumpulan data peneliti melakukan wawancara antara lain dengan *freelance* creativ angel event communication Surabaya, alasan peneliti melakukan wawancara dengan *freelance* peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana perilaku komunikasi *freelance*, dan melakukan wawancara ke karyawan tetap untuk mengetahui sejarah atau visi dan misi creativ angel event communication Surabaya. Hal demikian dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data secara luas dan menyeluruh.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan buktiyang

[21] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) hlm. 186.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan / tulisan, wasiat, buku, undang-undang, dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti.

Dalam hal ini proses dokumentasi adalah catatan seputar perilaku komunikasi *freelance* creativ angel event communication Surabaya dan dokumentasi kegiatan berlangsungnya wawancara. Selanjutnya dokumentasi ini juga berupa dokumen yang dibuat secara pribadi oleh peneliti berupa foto-foto tentang objek penelitian yang diambil saat penelitian berlangsung.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Beberapa teknik analisis data yang akan dilakukan peneliti:

a. Reduksi Data

Dalam reduksi data perlu adanya identifikasi satuan (unit), pada mulanya perlu diidentifikasikan adanya satuan yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian[22].

[22] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) hlm 288.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian yang diperoleh informan yakni dari Freelance yang sedang melaksanakan *event* ataupun meeting dengan klien diluar kantor akan dirangkum dan dipilih sesuai dengan pokok permasalahan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar mempermudah proses analisis data.

b. Display Data

Display data berguna untuk melihat gambaran keseluruhan hasil penelitian, dari hasil reduksi data dan display data itulah selanjutnya peneliti dapat menarik kesimpulan data selanjutnya memverifikasikan data sehingga menjadi kebermaknaan data.

Dalam penelitian ini display data peneliti mendeskripsikan data yang didapat dari wawancara dengan informan tentang bagaimana perilaku komunikasi *freelance* Creativ angel event communication Surabaya dan dideskripsikan secara naratif.

c. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (Conclution Drawing and Verification)

Pada tahap penarikan kesimpulan ini kegiatan yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap hasil penafsiran dan evaluasi. Kegiatan ini mencakup pencarian makna data serta member penjelasan. Selanjutnya apabila penarikan kesimpulan dirasakan tidak kuat, maka perlu adanya verifikasi yaitu menguji kebenaran, kekokohan dan kecocokan maknamakna yang muncul dari data. Merupakan kegiatan akhir dari analisis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan[23].

Penarikan kesimpulan berupa kegiatan evaluasi dan penarikan kesimpulan, hal ini dilakukan sebagai penarikan makna yang telah disajikan. Untuk pemberian makna tentu saja sesuai dengan pemahaman peneliti. Dalam penelitian ini yang di maksud verifikasi data dan penegasan kesimpulan yaitu setelah data mengenai perilaku komunikasi konsumen dideskripsikan kemudian ditarik kesimpulan bagaimana proses komunikasi yang biasa dilakukan *freelance* creativ angel event communication Surabaya apabila dirasa kurang kuat kesimpulannya barulah diinterprestasikan tentang data wawancara maupun observasi terhadap beberapa *freelance* creativ angel event communication Surabaya.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian. Perpanjangan keikutsertaan

[23] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif, (*Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 92-99.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berarti peneliti tinggal dilapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai.[24]

Perpanjangan keikutsertaan dilakukan dengan cara menjalin komunikasi yang harmonis secara terus menerus dengan informan selama 2 minggu, dalam hal ini peneliti juga ikut serta dalam kegiatan informan seperti *meeting* internal kantor, *meeting* dengan klien maupun saat *event.*

b. Penggalian Data Melalui Referensi yang Memadai

Peneliti berusaha mengumpulkan literatur sebanyak mungkin berupa buku-buku komunikasi, buku-buku yang membahas metode penelitian kualitatif sebagai referensi dan bahan perbandingan dengan data-data yang terkumpul melalui proses pengumpulan data.

c. Triangulasi

Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan kontruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat *me-recheck* temuannya dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukan dengan jalan:

1) Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
2) Mengeceknya dengan berbagai sumber data.

[24] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012) hal 321.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.[25]

Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data.

I. Sistematika pembahasan

Agar pembahasan dalam penelitian ini mengarah pada maksud yang sesuai judul, maka pembahasan ini penulis susun menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijabarkan tentang apa yang menjadi latar belakang peneliti melakukan penelitian ini. Permasalahan apa saja yang mungkin muncul, kemudian pengidentifikasian masalah serta, perumusan masalah yang ingin diteliti. Selain itu, dijabarkan juga tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka konsep penelitian, faktor penghambat dan pendukung penelitian, sistematika penelitian dan jadwal penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini, peneliti memaparkan tentang beberapa istilah dan teori yang berfungsi sebagai landasan peneliti dalam menganalisis data yang berhasil dikumpulkan.

[25] Ibid, hal 332.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III : PENYAJIAN DATA PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai Tinjauan tentang perilaku komunikasi *Freelance* Creativ angel event communication Surabaya dan Identitas Informan dan data penelitian

BAB IV : TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini mencakup penyajian data hasil-hasil temuan dilapangan, baik secara observasi, wawancara, maupun dokumentasi, data ini kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditentukan yaitu analisis resepsi

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi mengenai hasil rangkuman dari semua bab yang terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KOMUNIKASI DAN PERILAKU *FREELANCE*

A. Kajian Pustaka

1. Perilaku Komunikasi

a. Pengertian Perilaku Komunikasi

Perilaku adalah segala sesuatu tindakan seseorang. Perilaku adalah suatu fungsi dari interaksi antara seorang individu dengan lingkungannya. Perilaku terjadi setelah adanya stimulus atau rangsangan dari luar yang kemudian diproses menjadi persepsi dan kemudian menimbulkan respon dalam diri seorang individu. Selain adanya stimulus yang merangsang, ada juga pengalaman diri, motivasi diri, dan kepribadian yang dapat mempengaruhi dan menentukan perilaku seseorang[1].

Perilaku atau aktivitas – aktivitas tersebut dalam pengertian yang luas, yaitu perilaku yang menampak (overt behavior) dan atau perilaku yang tidak menampak (inert behavior), demikian pula aktivitas – aktivitas dan kognitif. Perilaku atau aktivitas – aktivitas dalam pengertian yang luas dapat dibagi menjadi dua yaitu perilaku yang tampak *(overt behavior)* seperti kegiatan yang dilakukan sehari-hari, gaya berpakaian, ekspresi wajah, dan lain-lain, dan perilaku yang tidak tampak *(inert behavior)*, seperti, sifat, karakter, watak dan lain-lain. Skiner merumuskan bahwa perilaku

[1] Dwi Prastika, Skripsi Strata I: "*Perilaku Komunikasi Anak Punk di Kota Surabaya*", (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016), hlm 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus[2]. Perilaku dapat dipengaruhi dari berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang yang meliputi pengalaman diri, persepsi, motivasi diri, watak dan kepribadian. Sedangkan faktor eksternal adalah sesuatu yang berasal dari luar diri seseorang meliputi lingkungan, atau dapat juga adanya stimulus atau rangsangan dari luar yang kemudian dapat mempengaruhi respon dan persepsi dalam diri seorang individu.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia, diantaranya adalah faktor personal dan situasional[3]. Faktor personal meliputi faktor biologis dan faktor sociopsikologis. Faktor biologis bisa disebut juga motif biologis meliputi kebutuhan makanan-minuman, istirahat, kebutuhan seksual, dan kebutuhan memelihara hidup. Faktor sociopsikologis, meliputi motif sosiogenesis, sikap dan emosi. Sosiogenesis merupakan motif ingin tahu, motif kompetensi, motif cinta, motif harga diri, kebutuhan akan nilai dan kebutuhan pemenuhan diri, sedangkan sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi dan berfikir. Faktor situasional yang memperngaruhi perilaku manusia sebagai berikut :

1) Faktor ekologis atau keadaan alam, ada sebagian pandangan yang telah diuji mengnai hal ini, seperti efek

[2] Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipt, 2003), hlm. 114
[3] Jalaludin Rachmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hlm. 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

temperatur pada tindakan kekerasan, perilaku interpersonal, dan suasana emosional[4].

2) Faktor rancangan dan arsiteksural.
3) Faktor temporal atau pengaruh waktu, terkadang yang mempengaruhi perilaku manusia bukan saja dimana mereka berada,tetapi juga bilamana mereka berada.
4) Suasana perilaku

Skiner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori skiner disebut teori "S-O-R" atau stimulus - organisme-respon. skiner membedakan adanya dua proses.

(a) *respondent respon* atau *reflecsive*, yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan (stimulus) tertentu. Stimulus semacam ini disebut *electing stimulation* karena menimbulkan respon-respon yang relativ. respondent respon ini juga mencakup perilaku emosional misalnya mendengar berita buruk menjadi sedih atau menangis, lulus ujian meluapkan kegembiraannya dengan mengadakan pesta dan sebagainya.

[4] Ibid, hlm. 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(b) *operant respon* atau *instrumental respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. perangsang ini disebut *reinforcing stimulation* atau *reinforce*, karena memperkuat respon. misalnya apabila seorang petugas keaehatan melaksanakan tugasnya dengan baik kemudian memperoleh penghargaan dari atasannya (stimulus baru), maka petugas kesehatan tersebut akan lebih baik lagi dalam melaksanaka tugasnya.

Sedangkan komunikasi adalah proses makna diantara dua orang atau lebih. Komunikasi tidak dapat terjadi jika tidak ada kesamaan makna diantara komunikator dan komunikan (situasi tidak komunikatif). Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan isi pikiran atau isi perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan medium bahasa. Komunikasi berati juga penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan tersebut terdiri dari aspek isi pesan (the content of the massege) dan lambang (symbol). Isi pesan dimediasi oleh pikiran atau perasaan dan lambang dimediasi oleh bahasa. Berikut ini beberapa definisi komunikasi menurut para ahli:

1) Harold D. Laswell: Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan; Siapa? Mengatakan apa? Dengan Saluran apa? Kepada Siapa?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Efeknya apa? (who? Say what? In which channel? To whom? With what effect?)

2) Carl I. Hovland: Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain.
3) Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss: Komunikasi adalah proses makna di antara dua orang atau lebih.
4) Everett M. Rogers: Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.
5) Murphy dan Mendelson: Komunikasi adalah suatu komunikasi untuk membangun dan mempertahankan organisasi sehingga menghasilkan suatu energi.
6) Louis Forsdale: Komunikasi adalah suatu proses dimana suatu sistem dibentuk, dipelihara dan diubah dengan tujuan bahwa sinyal-sinyal yang dikirimkan dan diterima dilakukan sesuai dengan aturan[5].

Kata lain komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan[6]. Dalam berkomunikasi terdapat lima ide yang sering diabaikan. Ide-ide

[5] Nurudin, *ILMU KOMUNIKASI Ilmiah dan Populer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017) hlm. 37-39.
[6] Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008) Hlm. 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut meliputi sosial, lingkungan, makna, simbol, dan proses.

Pertama-tama sepenuhnya diyakini bahwa komunikasi adalah suatu proses sosial. Ketika menginterpretasikan komunikasi secara sosial, maksud yang disampaikan adalah komunikasi selalu melibatkan menuasia serta interkasi, artinya, komunikasi selalu melibatkan dua orang, pengirim dan penerima. Kemudian, ketika membicarakan komunikasi sebagai proses, hal ini bararti komunikasi bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki akhir. Komunikasi juga dinamis, kompleks, dan senantiasa berubah. Melalui pandangan mengenai komunikasi ini yang ingin ditekankan bahwa menciptakan suatu makna adalah suatu yang dinamis[7]. Selain itu ada simbol yang merupakan sebuah label arbitrer atau representasi dari fenomena. Label dapat disepakati ambigu, dapat berupa verbal dan nonverbal, dan dapat terjadi dalam komunikasi tatap muka dan komunikasi menggunakan media. Simbol biasanya telah disepakati bersama dalam sebuah kelompok, tetapi mungkin saja tidak dimengerti di luar lingkup kelompok terebut. Selain proses dan simbol, makna juga memegang peranan penting. Makna adalah yang diambil orang dari satu pesan. Pesan dapat memiliki lebih dari satu makna atau bahkan berlapis-lapis makna. Tanpa berbagi makna, kita

[7] Ibid, hlm. 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semua akan mengalami kesulitan dalam menggunakan bahasa yang sama atau dalam menginterpretasikan satu kejadian yang sama. Yang terakhir adalah lingkungan yang merupakan situasi atau konteks dimana komunikasi terjadi. Lingkungan terdiri atas beberapa elemen, seperti waktu, tempat, periode sejarah, relasi, dan latar belakang budaya pembicara dan pendengar[8].

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Perilaku komunikasi meliputi komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal seperti bahasa merupakan alat simbolis untuk melakukan signifikasi, dimana logika ditambahkan secara mendasar kepada dunia sosial yang diobjektivikasi. Perilaku komunikasi merupakan upaya dan tindakan seseorang dalam berkomunikasi, baik itu secara verbal maupun nonverbal. Perilaku komunikasi mencakup yang sengaja dilakukan dan bisa diterima oleh komunikan. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa, bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan atau dipahami suatu komunitas. Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata – kata. Dengan demikian perilaku komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kajian terhadap perilaku

[8] Ibid, hlm. 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi sebagai tindakan atau perbuatan baik itu berupa verbal maupun nonverbal yang ada pada tingkah laku seseorang.

b. Jenis-Jenis Perilaku Komunikasi

Komunikasi adalah transisi pesan dari suatu sumber pada penerima.[9] Pesan komuikasi secara umum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pesan komunikasi verbal dan non verbal.

1) Komunikasi Verbal

Menurut Deddy Mulyana, "simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal." Bahasa dapat didefinikasikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol terebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunikasi.[10]

Menurut pendapat lain, komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol atau kata-kata, baik yang ditanyakan secara oral atau lisan maupun tulisan.[11]

Komunkasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai sutau proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk memperngaruhi tingkah laku

[9] Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media & Budaya*, (Jakarta: Erlangga, 2012) hlm. 5.
[10] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014) hlm. 340 .
[11] Arni Muhammad, *Komunikasi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2009) hlm. 95 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penerima. Sedangkan komunikasi tukisan ialah apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandikan dengan simbol-simbol kemudian tulisan ini dapat berupa memo, surat, buku petunjuk, gambar, maupun laporan. Sedangkan komunikasi lisan dapat berupa tatap muka, melalui telepon, radio, televisi dan lain-lain.[12]

2) Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan pesa-pesan non verbal. Istilah non verbal biasanya digunakan untuk melukisakn semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teorits, komunikasi non verbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun, dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita gunakan sehari-hari.[13]

Komunikasi non verbal dalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan. Atau dapat juga dikatakan bahwa semua kejadian disekeliling situasi komunikasi yang tidak berhubungan dengan kata-kata yang diucapkan atau

[12] Ibid, hlm. 96 .
[13] Dasrin Hidayat, *Komunikasi Antar Pribadi dan Medianya Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua dan Anak Remaja*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) hlm. 10 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dituliskan. Dengan komunikasi non verbal orang dapat mengekpresikan perasaannya melalui ekspresi wajah dan nada atau kecepatan biacara.[14]

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi non verbal adalah "komunikasi dengan gejala yang menyangkut : gerak-gerik (*geestures*), sikap (*postures*), ekpresi wajah (*facial expressions*), pakaian yang bersifat simbolik, isyarat dan lain gejala yang sama, yang tidak menggunakan bahasa lain dan tulisan."[15]

Beberapa bentuk komunikasi non verbal, yaitu :

(a) Vokalik

Vokalik adalah tingkah laku non verbal yang berupa suara, tetapi tidak berupa kata-kata. Atau dapat juga dikatakan tanda-tanda yang diciptakan dalam proses mengucapkan pesan, selain dari kata-kata itu sendiri. Termasuk ke dalam vokalik ini adalah kualitas suara, yang berkenaan dengan pengontrolan nada suara, dan kecepatan berbiacara. Lalu karakteristik vokal, seperti tertawa, menangis, berbisik, keluh kesah, menguap, pemeri sifat vokal, intensitas, tinggi suara dan luas suara. Dan pemisah vokal, seperti um, uh-huh dan perbedaan diam dan gangguan suara.[16]

(b) Bahasa Badan

[14] Arni Muhammad , *Komunikasi Organisasi*.....hlm. 130 .
[15] Onong Uchjana E, *dDimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung: alumni, 1981), hlm. 28 .
[16] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*.....hlm. 138 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1) Ekspresi Muka

Ekspresi muka dapat merupakan sumber informasi yang menggambarkan keadaan emosional seseorang seperti perasaan takut , marah, jijik, muak, sedih, gembira dan minat. Para peneliti percaya bahwa adalah sudah umum bagi manusia. Hanya saja keadaan-keadaan tertentu dan kejadian yang mencetuskan emosi seseorang berbeda-beda antara satu individu dengan individu lainnya dan antara satu kebudayaan dengan kebudayaan lainnya.[17]

(2) Pandangan Mata

Mata merupakan alat terpenting untuk berbicara selain telinga, mata juga merupakan alat terpenting untuk mendengar.[18] Kontak mata mengacu sebagai pandangan atau tatapan, ialah bagaimana dan berapa banyak atau berapa sering kita melihat pada orang dan dengan siapa kita berkomunikasi. Kontak mata atau menyapa pada seseorang dapat menyampaikan serangkaian emosi seperti marah, takut, dan rasa sayang.[19]

(3) Gestur atau isyarat

[17] Ibid, hlm. 141 .
[18] Eugene Ehrlic & Gene R. Hawes, *Komunkasi Antarpribadi Lisan,* Semarang: Dahara Price, 1993). Hlm. 10 .
[19] Muhammad Budayana, Dr. Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antarpribadi,* (Jakarta: Kencana, 2011)hlm. 125-126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Geture adalah bentuk perilaku non verbal pada gerakan tangan, bahu, dan jari-jari.[20] Gerstur menurut Kendon adalah suatu bentuk komunikasi non verbal dengan aksi tubuh yang terlihat mengkomunikasikan pesan-pesan tertentu, baik sebagai pengganti wicara atau bersamaan dan paralel dengan kata-kata. Gerstur berbeda dengan komunikasi fisik non verbal yang tidak mengkombinakasikan pesan tertentu seperti tampilan ekspresif, proksemik, atau memperlihatkan atensi bergabung.[21]

(4) Sentuhan

Sentuhan mempunyai aspek yang kritis dalam berkomunikasi. Sentuhan juga memainkan peranan yang penting dalam memberikan dorongan, pernyataan kehalusan budi, sokongan emosional dan bahkan lebih mempunyai kekuasaan daripada kata-kata.

Sentuhan dapat mengkomuikasikan bermacam-macam pesan tetapi mungkin menimbulkan kesalahan dalam menginterpretasikan karena adanya faktor-faktor yang ikut menentukan seperti suku bangsa, status, seks dan kebudayaan

[20] Hendra Purnama, *Seni Bicara dan Bahasa Tubuh,* (Yogyakarta: Mantra Books, 2014)hlm. 48 .
[21] Adam Kendon, *gasture: Visible Action as Utterance* (Cambridge: Cambridge Univercity Press) hlm 1-2 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari orang yang menyampaikan pesan. Bentuk sentuhan yang sama mungkin mempunyai arti yang berbeda bagi kelompok bangsa lain.[22]

(5) Sikap tubuh

Sikap tubuh huga merupakan satu tanda non verbal dalam komunikasi. Hasil penelitian dari Knap menunjukkan bahwa sikap tubuh memberikan informasi tentang sikap, status, emosi dan kehangatan. Menurut Mehrabian orang akan bersikap rileks bila berkomunikasi dengan orang yang lebih rendah satatusnya atau dengan teman sebaya. Tetapi orang akan kurang rileks bila berhadapan dengan orang yang mempunyai status lebih tinggi.

(6) Penggunaan ruangan atau jarak

Edward Hall mengemukakan bahwa ada empat jarak yang kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dia mengantakan bahwa kita memilih jarak tertentu tergantung kepada bagaimana perasaan kita terhadap orang lain dalam konteks pembicaraan dan tujuan pribadi kita. Pembagian jarak tersebut sebagai berikut :

(1) Jarak yang menunjukkan keintiman

[22] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*.....hlm. 150 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Hall jarak keintiman ini mulai dari kontak kulit sampai jarak 18 inci. Kebanyakan dapat dilihat bahwa kontak lagi jarak intim ini adalah untuk interaksi dengan orang-orang yang kita rasa dekat secara emosional memperlihatkan perasaan melindungi. Jarak intim juga mungkin terjadi dalam keadaan yang kurang intim seperti mengunjungi dokter gigi, penata rambut, dan dalam pertunjuka atletik.[23]

(2) Jarak pribadi atau personal

Dareah jarak yang kedua adalah jarak pribadi atau personal yang berkisar dari 45 cm sampai 135 cm. Bila suatu pasangan berada di tempat pesta dan tiba-tiba datang seorang teman yang berlainan jenis kelaminnya mendekati salah seorang mereka, maka patnerna yang lain mungkin merasa tidak senang. Perpindahan memasuki daerah biasanya dilakukan maksud pecakapan yang lebih bersifat pribadi dan tidak sebagai berkisar 85 cm sampai 135 cm. Itulah daerah di luar jangkuan orang.[24]

[23] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*..... hlm. 152 .
[24] Ibid, hlm 153 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(3) Jarak sosial

Daerah yang ketiga adalah daerah hubungan sosial yang berkisar antara 135 cm sampai 400 cm. Dalam jarak ini bermacam-macam komunikasi yang dapat terjadi seperti komunikasi dalam bisnis.[25]

(4) Jarak umum

Jarak yang paling jauh dalam komunikasi dinamakan jarak umum yaitu lebih dari 400 cm. Jarak umum yang terdekat biasanya digunakan guru di muka kelas. Jarak umum yang terjauh adalah 800 cm yang menjadikan komunikasi dua arah sulit dilakukan. Dalam beberapa hal melakukan pembicaraan terhadap kelompok yang agak banyak dan dalam keadan lain jatak umum ini digunakan apabila orang tidak tertarik untuk mengadakan dialog.[26]

c) Atifak dan Visualisasi

Hasil seni juga banyak memberi isyarat yang mengandung arti. Para antropolog dan antreolog sudah lama memberi perhatian terhadap benda-benda yang digunakan manusia dalam hidupnya, antara lain artifak.

[25] Ibid, hlm. 154 .
[26] Ibid, hlm. 155 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artifak dan visualisasi adalah hasil kerajinan manusia (seni), baik melekat pada diri manusia maupun ditunjukkan untuk kepentingan umum. Artifak ini selain dimaksud untuk kepentingan ektetika, juga menunjukkan maksud atau identitas diri seorang atau suatu bangsa. Misalnya baju, topi, pakaian kantor, cincin, gelang, alat tranportasi, alat rumah tangga, arsitektur, monumen, patung, dan sebagianya.

d) Warna

Warna juga memberi arti terhadap suatu objek. Di Indonesia warna hijau sering kali diidentitaskan dengan warna partai persatuan pembangunan, kuning golongan karya, dan merah

sebagai warna partai demokrasi. Hampir semua bangsa di dunia memiliki arti tersendiri pada warna. Hal ini dapat dilihat pada bendera nasional masing-masing, serta upacara-upacara ritual lainnya yang sering dilambangkan dengan warna-warna.

e) Waktu

Ungkapan *time is money* membuktikan bahwa waktu itu sangat penting bagi orang yang ingin maju., karena itu orang yang sering menepati waktu dinilai sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang yang berpikiran modern. Waktu mempunyai arti tersendiri dalam kehidupan manusia.

f) Bunyi

Jika Paralanguage dimaksudkan sebagai tekanan suara yang keluar dari mulut untuk menjelaskan ucapan verbal, maka banyak bunyi – bunyian yang tidak dapat digolongkan sebagai paralanguage. Misalnya bersiul, bertepuk tangan, bunyi terompet, letusan senjata, beduk, tambur, sirene dan sebagainya.

g) Bau

Bau termasuk menjadi nonverbal. Selain digunakan untuk melambangkan status seperti kosmetik, bau juga dapat dijadikan sebagai petunjuk arah. Misalnya posisi bangai, bau karet terbakar dan semacamnya.[27]

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi

menurut tim ahli *who* (1984), menganalisis bahwa yang menyebabkan seorang itu berperilaku ada empat alasan pokok, yaitu :

1) pemikiran dan perasaan, bentuk pemikiran dan perasaan itu adalah pengetahuan, kepercayaan, sikap dan lain-lain.
2) Orang penting sebagai referensi apabila itu penting bagi kita, maka apapun yang ia katakan dan lakukan cenderung untuk kita.

[27] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004) hlm 101-110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Sumber-sumber daya yang termasuk adalah fasilitas-fasilitas, misalnya : waktu, ruang, tenaga kerja, keterampilan dan pelayanan. Pengaruh sumber daya terhadap perilaku dapat bersifat maupun negatif.

4) kebudayaan perilaku normal, kebiasaan, nilai-nilai dan pengadaan sumber daya di dalam suatu masyarakat akan menghasilkan suatu pola hidup yang disebut kebudayaan. Perilaku yang normal adalah satu aspek dadri kebudayaan dan selanjutnya kebudayaan mempunyai pengaruh yang dalam terhadap perilaku.

2. Komunikasi Lingkungan Kerja

Seperti yang diketahui bahwa kegiatan komunikasi adalah salah satu unsur dari fungsi manajemen yang sangat penting yang tidak bisa dipisahkan di samping fungsi-fungsi lainnya seperti perencanaan,pengawasan,pengorganisasiandan lain-lainnya. Sudah barang tentu komunikasi yang diharapkan adalah komunikasi dua arah karena untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan benar-benar dapat mencapai sasarannya. Dalam hal ini perlu mengetahui situasi komunikan sehingga akan mempermudah terjadinya proses komunikasi yang akan disampaikan oleh pimpinan sebagai komunikator baik dengan lisan, tulisan, isyarat, lambang maupun tanda-tanda tertentu yang dimengerti dan dipahami oleh komunikan atau bawahan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi internal adalah proses penyampaian pesan-pesan yang berlangsung antar anggota organisasi, dapat berlangsung antara pimpinan dengan bawahan, pimpinan dengan pimpinan,maupun bawahan dengan bawahan. Menurut Arni Muhammad komunikasi internal adalah komunikasi yang dikirimkan kepada anggota dalam suatu organisasi dengan kata lain penerima pesan dalam komunikasi internal adalah orang-orang dalam organisasi. terdapat 3 bentuk komunikasi internal yaitu :[28]

1) Komunikasi Kebawah

Yaitu komunikasi yang bergerak dari pimpinan ke bawahan. Tiapkomunikasi yang mengalir dari pimpinan puncak hingga ke bawah mengikuti hierarki adalah komuniksi kebawah. Tipe-tipe komunikasi kebawah dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a) Instruksi tugas

Instruksi tugas atau pekerjaan yaitupesan yang disampaikan kepada bawahan mengenai apa yangdiharapkan dilakukan mereka dan bagaimana melakukannya. Pesan itu dapat berupa perintah langsung,deskripsi tugas, prosedur manualdan program latihan tertentu.

[28] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*..... hlm. 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Rasional

Rasional pekerjaan adalah pesanyang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitanaktivitas itu dengan aktivitas lain dalam organisasi atau obyek organisasi. Kualitas dan kuantitas dari komunikasi rasional ditentukan oleh filosofi dan asumsi pemimpin mengenai bawahannya.

c) Ideologi

Pesan mengenai ideologi ini adalah perluasan dari pesan rasional. Pesan rasional penekanannya ada pada penjelasan tugas dan kaitannya dengan perspektif organisasi,sedangkan pada pesan ideology sebaliknya mencari sokongan dan antusian dari anggota organisasi guna memperkuat loyalitas, moral dan motivasi

d) Informasi

Pesan informasi dimaksudkan untukmemperkenalkan bawahan dengan praktik-praktik organisasi, peraturan-peraturan organisasi,kebiasan dan data lain yang tidak berhubungan dengan instruksi dan rasional.

e) Balikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Balikan adalah pesan yang berisiinformasi mengenai ketepatan individu dalam melakukan pekerjaan. Salah satu bentuk sederhana dari balikan ini adalah apabila pimpinan tidak mengkritik pekerjaannya, berarti pekerjaannya sudah memuaskan.

2) Komunikasi Keatas

Adalah komunikasi yag dilakukan oleh bawahan kepada atasan.[29] Pesan yang disampaikan antara lain laporan pelaksanaan pekerjaan, keluhan karyawan, sikap dan perasaan karyawan tentang beberapa hal,pengembangan prosedur dan teknik,informasi tentang produksi dan hasil yang dicapai. Jika arus informasi keatas tidak lancar maka manajemen tingkat atas atau pimpinan kurang mengetahui dan menyadari secara tepat keadaan organisasi pada umumnya. Komunikasi keatas mempunyai beberapa fungsi atau nilai tertentu sebagai berikut :

a) Mengetahui kapan bawahannya siap untuk diberi informasi dari mereka dan bagaimana baiknya pimpinan menerima apa yang disampaikan karyawan.

b) Arus komunikasi keatas memberikan informasi yang berharga bagi pembuat keputusan.

[29]Ali Nurdin, *"Komunikasi Kelompok dan Organisasi"*(Surabaya;UIN SA Press,2014). hlm 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Komunikasi keatas memperkuat apresiasi dan loyalitas bawahan terhadap organisasi dengan jalan memberikan kesempatan untuk menanyakan pertanyaan mengajukan ide-ide dan saran-saran tentang jalannya organisasi.

3) Komuniksi Horisontal

Komunikasi horisontal ini sangat intern dilakukan antar bagian yang memiliki tingkat sekuensi kerja yang tinggi, yang dimaksudkan untuk menghemat waktu dan memudahkan melakukan koordinasi yang dapat berlangsung secara formal (hubungan-hubungan kerja dalam pembagian struktur kerja diatur secara formal atau secara informal untuk mempercepat tindakan. Komunikasi horisontal mempunyai tujuan tertentu diantaranya sebagai berikut:[30]

a) Mengkoordinasikan tugas-tugas. Bagian-bagian tertentu yang sama jenjangnya dalam organisai kadangkadang perlu mengadakan rapat atau pertemuan untuk mendiskusikan hal-hal yang memberikan kontribusi dalam mencapai tujuan organisasi.

b. Menjamin pemahaman yang sama. Bila perubahan dalam suatu organisasi diusulkan

[30] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*..... hlm. 121.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maka perlu ada pemahaman yang sama dari semua komponen yang ada dalam organisasi.

c. Mengembangkan sokongan interpersonal. Karena sebagian besar dari waktu kerja adalah berinteraksi dengan teman untuk memperoleh sokongan hubungan interpersonal dari temannya.

3. Motivasi

Motivasi berasal dari kata Latin movere yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan daya dan potensi bawahan, agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.[31] Susilo Martoyo mengemukakan motivasi atau motivation adalah proses untuk mencoba mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang kita inginkan. Dengan kata lain Motivasi adalah dorongan dari luar terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu.[32]

Gozali saydam istilah motivasi bermula dari bahasa latin movere sama dengan bahasa inggris to move yang berarti mendorong atau menggerakkan semua kekuatan yang ada dalam diri seseorang yang memberi daya, memberi arah dan memelihara tingkah laku.[33] Jhon Suprihanto, mendefinisikan motivasi adalah merupakan masalah kompleks dalam organisasi, karena kebutuhan dan keinginan setiap anggota berbeda

[31] Malayu. Hasibuan, Manajemen SumberDaya Manusia Edisi Revisi, h. 141.
[32] Susilo Martoyo, Manajemen Sumber Daya Manusia EdisiKeempat (Cet.1; Yogyakarta: BPFE, 2000), hal. 163.
[33] Gouzali Saydam, Manajemen Sumber Daya Manusia (Cet. 2; Jakarta: Gunung Agung, 2000), hal. 227.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu dengan yang lainnya. Hal ini berbeda karena setiap anggota suatu organisasi adalah unik secara biologis maupun psikologis, dan berkembang atas dasar proses belajar yang berbeda pula.[34] Menurut Mangkunegara motivasi adalah kondisi suatu energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan. Sikap mental karyawan yang pro dan positif terhadap situasi kerja itulah yang memperkuat motivasi kerjanya untuk mencapai kinerja maksimal. Artinya karyawan dalam bekerja harus siap secara mental, fisik, sehat, memahami situasi dan kondisi serta berusaha keras mencapai target kerja yakni tujuan utama organisasi. Dalam kehidupan sehari-hari motivasi diartikan sebagai keseluruhan proses pemberian dorongan atau ransangan kepada karyawan sehingga mereka bersedia bekerja dengan rela tanpa dipaksa.

4. *Freelance*

Pengertian *Freelance* menurut wikipedia adalah seseorang yang bekerja sendiri dan tidak berkomitmen kepada majikan jangka panjang tertentu. Istilah "tenaga lepas" atau "pekerja lepas" adalah untuk seseorang yang melakukan suatu pekerjaan. Pekerjaan yang mereka jalani sendiri disebut "pekerjaan lepas". Dalam bentuk bahasa Inggrisnya, "freelance", istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Sir Walter Scott (1771-1832) dari Britania Raya dalam novelnya "Ivanhoe" untuk menggambarkan seorang "tentara bayaran abad

[34] Jhon Suprianto, Th Agung M. Harsiwi, dan Prakoso Hadi, Prilaku Organisasi(Yogyakarta: STIE YKPN, 2005), h.41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertengahan" atau metafora untuk sebuah "tombak yang bebas" ("free-lance").[35]

Dalam sebuah pekerjaan, *freelance* juga mempunyai keuntungan dan kelemahan tersendiri dibandingkan perkerja lainnya. Keuntungan dan kelemahan ini bisa dilihat dari kondisi dan situasi serta perjajian yang sudah tertera. Dan hasil itu akan bisa menjadi keuntungan dan kelemahan *freelance.*

a. Keuntungan Bekerja *Freelance*

1) Fleksibel waktu

Umumnya, Anda bebas mengerjakan tugas Anda kapan saja asal bisa diselesaikan sebelum batas waktu (deadline)yang telah ditentukan. Jadi, Anda bisa libur semaunya dan bisa lebih dekat dengan keluarga. Anda juga tidak perlu pergi ke kantor yang mungkin harus melewati kemacetan yang membuat stres.

2) Tidak mendapat tekanan dari atasan atau perusahaan

Anda bekerja untuk Anda sendiri, jadi tidak ada atasan yang akan memarahi Anda atau menyuruh Anda melakukan sesuatu yang tidak Anda suka. Tidak ada peraturan perusahaan yang akan menyulitkan Anda. Jika Anda tidak menyukai pekerjaan tersebut, Anda cukup mencari pekerjaan lain dengan mudah tanpa ada ikatan kontrak perusahaan.

[35] https://id.wikipedia.org/wiki/Tenaga_lepas dikutip pada tanggal 25 september 2018 pada pukul 23.53 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Pendapatan yang Lebih Besar

Biasanya seorang pekerja lepasan mendapatkan pendapatan yang lebih besar karena semua keuntungan dapat dinikmati sendiri atau bila harus berbagi, porsinya lebih besar dibandingkan gaji yang biasa diterima. Sebagai pekerja freelance, Anda bisa mengatur sendiri besarnya pendapatan yang ingin Anda terima. .[36]

b. Kelemahan Bekerja *Freelance*

1) Tidak ada kepastian pendapatan tetap setiap bulan

Berbeda dengan pekerja kantoranyang menerima gaji setiap bulan, freelancerharus berjuang mencari proyek agar mendapatkan penghasilan tiap bulan.

2) Siap bekerja di hari libur

Anda mungkin harus menerima telapon atau terpaksa megerjakan proyek Anda pada hari Minggu akibat deadline yang sudah dekat. Atau pada saat orang lain sedang rekreasi,Anda terpaksa sibuk mengerjakan proyek tersebut karena pesanan pemilik proyek. Bahkan karena tidak dibatasi jam kerja, Anda harus mengerjakan pekerjaan tersebut hingga larut malam. Bahkan tidak jarang pekerja freelance tidak tidur untuk menyelesaikan proyek mereka.

3) Tidak mendapatkan asuransi kesehatan

[36] http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2011-2-00430-mc%202.pdf dikutip pada tanggal 26 september 2018 pada pukul 00.21 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seorang *freelance* tidak mendapatkan jaminan asuransi kesehatan jika sakit seperti yang otomatis diterima karyawan kantoran ketika sakit. Jika sakit mungkin saja bisa menghabiskan tabungan untuk berobat. Maka harus memiliki asuransi dari perusahaan swasta atau bisa membuat BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial)[37]

c. Kriteria *Freelance*

Selain batas umur, sebagian besar perusahaan menginginkan *freelance* yang ahli atau menguasai bidang tertentu. Tentunya bidang tersebut merupakan bidang yang memang dibutuhkan perusahaan. Selain tiu, kalau memungkinkan keahlian *freelance* tersebut juga mampu meningkatkan kinerja atau prpofit bagi perusahaan. Untuk melihat keahlian atau keampuan seorang *freelance*, biasanya perusahaan melihat latar belakang pendidikan atau pengalman kerja *freelance*.

1) Lulusan SMU atau Sederajat

Perusahaan yang membutuhkan *freelance* lulusan SMU atau sederajat biasanya jenis pekerjaannya tidak membutuhkan keahlian khusus. Pekerjaan yang biasa ditawarkan untuk lulusan SMU dan sederajat anatara lain, sortir surat (dikantor pos), *filinf packing*, dan lain-lain.

[37] Rahmansyah Dermawan,Desi Saraswati, *Cari Duit Dari Freelance.*(Jakarta: Penebar Plus,2009). hlm 9 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Lulusan D1-D3

Pada umumnya, perusahaan menargetkan standar pendidikan pada jenjang ini keahlian yang dimiliki lulusan D1-D3 ini tentunya sesuai dengan jurusan yang diambilnya, misalnya sekretaris, akuntansi, desain grafis, penerbit, dan lain-lain.

3) Lulusan S1

Lulusan S1 mampu mengembangkan kemampuan dirinya untuk menguasai berbagai keahlian. Luusan akuntansi misalnya, ia dapat menjadi seorang *freelance* akuntan atau editor. Lulusan sarkana bisa memiliki nilai jual lebih jika ditambah dengan keahlian khusus yang dimiliki atau kursus-kursus yang pernah diikutinya, seperti menguasai salah satu atau beebrapa bahsa asing, program komputer, atau fotografi.[38]

Dalam aktivitas sehari-hari karyawan di kantor Creativ angel event communication mempunyai panggilan kerja atau dikatakan sebagai *Freelance.* Panggilan dipakai ini dengan saat meeting dengan klien ataupun *Event* berlangsung (PraProduksi, Produksi, PaskaProduksi). Menurut kamus pengertia dari *Freelance* ialah kb. 1 awak kapal. 2 regu dayung. 3 pekerja-

[38] Rahmansyah Dermawan,Desi Saraswati, *Cari Duit Dari Freelance.*(Jakarta: Penebar Plus,2009). hlm 13-15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pekerja, pegawai-pegawai. c. cut potongan rambut laki-laki yang pendek sekali.[39]

Selain pengertian di atas, ada banyak sekali pengertian kata karyawan yang telah diutarakan oleh para ahli, seperti beberapa contohnya adalah sebagai berikut :

Menurut subri, karyawan merupakan setiap penduduk yang masuk ke dalam usia kerja (berusia di rentang 15 hingga 64 tahun), atau jumlah total seluruh penduduk yang ada pada sebuah negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan akan tenaga yang mereka produksi, dan jika mereka mau berkecimpung / berpartisipasi dalam aktivitas itu. Menurut Hasibuan, pengertian karyawan adalah setiap orang yang menyediakan jasa (baik dalam bentuk pikiran maupun dalam bentuk tenaga) dan mendapatkan balas jasa ataupun kompensasi yang besarannya telah ditentukan terlebih dahulu.

d. Klasifikasi Karyawan

Jika dikelompokkan berdasarkan statusnya, karyawan dalam perusahaan dapat dibagi menjadi dua jenis kelompok karyawan yaitu karyawan tetap dan karyawan tidak tetap.

1). Karyawan Tetap

Karyawan tetap merupakan karyawan yang telah memiliki kontrak ataupun perjanjian kerja dengan perusahaan dalam jangka waktu yang tidak ditetapkan

[39] https://kamuslengkap.com/kamus/inggris-indonesia/arti-kata/*Freelance* yang di kutip pd tgl 08 september 2018, pkl 14.14 WIB.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(permanent). Karyawan tetap biasanya cenderung memiliki hak yang jauh lebih besar dibandingkan dengan karyawan tidak tetap. Selain itu, karyawan tetap juga cenderung jauh lebih aman (dalam hal kepastian lapangan pekerjaan) dibandingkan dengan karyawan tidak tetap.

2.) Karyawan Tidak Tetap

Karyawan tidak tetap merupakan karyawan yang hanya dipekerjakan ketika perusahaan membutuhkan tenaga kerja tambahan saja. Karyawan tidak tetap biasanya dapat diberhentikan sewaktu-waktu oleh perusahaan ketika perusahaan sudah tidak membutuhkan tenaga tambahan lagi. Jika dibandingkan dengan karyawan tetap, karyawan tidak tetap cenderung memiliki hak yang jauh lebih sedikit dan juga cenderung sedikit tidak aman (dalam hal kepastian lapangan pekerjaan).[40]

e. Prinsip Dasar Karyawan

setiap perusahaan mempunyai prinsip dasar yang harus dimiliki oleh karyawannya. Dan individu harus memiliki prinsip dasar terbebut. Berikut beberapa prinsip dasar ang harus dimiliki oleh karyawan:

1). Kejujuran

Kejujuran menampakkan diri dalam komunikasi umpan balik yang jujur diantara manajer, pekerja, dan rekan

[40] https://pengertiandefinisi.com/pengertian-karyawan-dan-jenis-jenis-karyawan-di-perusahaan/ yang di kutip pada tanggal 08 september 2019, pada pukul 13.52 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kerja. Proses penilaian akan memperluas pemahaman bawahan dengan cara mengajak mereka untuk jujur menyatakan apa yang memotivasi mereka,apa yang mereka suka dan tidak suka mengenai perkerjaan mereka, apa yang mereka inginkan dan apa yang menjadi kepentingan mereka dan bagaimana mereka harus dibantu.

2). Pelayanan

Yang dimaksud dengan pelayanan disini adalah bagaimana memberikan pelayanan kepada para pekerja, seperti jika pekerja mengalami kesulitan menyelesaikan pekerjaannya, maka manajer membantu pekerja tersebut agar mampu menyelesaikan pekerjaannya tersebut.

3). Tanggung jawab

Tanggung jawab merupakan prinsip dasar dalam mengembangkan kinerja. Dengan memahami dan menerima tanggung jawab atas apa yang mereka kerjakan dan yang tidak mereka kerjakan untuk mencapai tujuan mereka.

4). Bermain

Manajemen kinerja menggunakan prinsip dasar bahwa bekerja sama dengan bermain. Dengan menggunakan prinsip bermain, maka perkerjaan yang dikerjakan tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan menjadi beban, justru akan menyenangkan dan menjadi semangat ketika mengerjakan pekerjaan tersebut.

5). Rasa Kasihan

Makna rasa kasihan adalah seorang manajer memiliki sikap memahami dan empati terhadap orang lain. Rasa kasihan seorang manajer akan melupakan kesalahan dibelakang dan akan memulai dengna sesuatu yang baru.

6). Perumusan Tujuan

Manajemen kinerja memulai dengan melakukan perumusan dan mengklrifikasi terlebih dahulu tujuan yang hendak dicapai organisasi.

7). Konsensus dan Kerja Sama

Manajemen kinerja mengandalkan pada kerja sama antara atasan dan bawahan dari pada menekankan pada kontrol dan melakukan pemaksaan.

8). Berkelanjutan

Manajemen kinerja merupakan proses yang sifatnya berlangsung secara terus menerus dan berkelanjutan.

9). Komunikasi Dua Arah

Manajemen kinerja memerlukan gaya manajemen yang bersifat terbuka dan jujur serta mendorong terjadinya komunikasi dua arah.dengan komunikasi dua arah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bawahan mudah memahami apa yang diinginkan oleh atasannya. Sebaliknya, atasan lebih memahami apa yang terjadi dan apa yang diinginkan oleh bawahan.

10). Umpan Balik

Umpan balik dalam hal ini berupa kemungkinan pengalaman dan pengetahuan kinerja pada masa lalu, yang gunanya untuk meninjau kembali perencenaan kinerja.[41]

B. Kajian Teori

1. Teori Interaksi Simbolik

Konsep teori interaksi simbolik ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer sekitar tahun 1939. Dalam lingkup sosiologi, idea ini sebenarnya sudah lebih dahulu dikemukakan George Herbert Mead, tetapi kemudian dimodifikasi oleh Blumer guna mencapai tujuan tertentu. Teori ini memiliki idea yang baik, tetapi tidak terlalu dalam dan spesifik sebagaimana diajukan George Herbert Mead.

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran symbol yang diberi makna. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra

[41] Drs. Bintoro, M. T, Drs Daryanto, *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan.*(Yogyakarta:Gava Media, 2017). hlm. 12-14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendiri yang menentukan perilaku manusia. Dalam konteks ini manusia, makna dikontruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan social memainkan perannya, melainkan justru merupakan subtansi sebenarnya dari organisasi social dan kekuatan social.[42]

Menurut teori interaksi simbolik, kehidupan social pada dasarnya adalah interaksi manusia yang mengunakan simbol-simbol, mereka tertarik pada cara manusia mengunakan simbol-simbol yang mereprentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran symbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi social.

Secara ringas teori interaksi simbolik didasarkan pada premis-premis berikut.[43]

1. Individu merespon suatu situasi simbolik, mereka merspon lingkungan termasuk objek fisik (benda) dan objek sosil (perilaku manusia) berdasarkan media yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka.
2. Makna adalah produk interaksi social, karena itu makna tidak melihat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, negosiasi itu dimungkinkan karena

[42] Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2002) hal 68-70
[43] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2004) hal 199

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manusia mampu mewarnai segala sesuatu bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu) namun juga gagasan yang abstrak.

3. Makna yang interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interkasi social, perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Karya tunggal Mead yang amat penting dalam hal ini terdapat didalam bukunya yang berjudul *Mind, Self* dan *society*. Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah teori interaksi smbolik.[44] Tiga konsep itu dan hubungan diantara kegiatan ketiganya merupakan inti pemikran Mead, sekaligus *key word* dalam teori tersebut. Interaksi simbolik secara khusus menjelaskan tentang bahasa, interaksi *social*, dan reflektivitas.

a. *Mind* (Pikiran)

Pikiran, yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran

[44] Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2007). Hal 136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi pikiran juga didefinisikan secara fungsional ketimbang secara substantif. Karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemampuan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan. Itulah yang kita namakan pikiran. Melakukan sesuatu berarti memberi respon terorganisir tertentu, dan bila seseorang mempunyai respon itu dalam dirinya, ia mempunyai apa yang kita sebut pikiran. Dengan demikian pikiran dapat dibedakan dari konsep logis lain seperti konsep ingatan dalam karya Mead melalui kemampuannya menanggapi komunitas secara menyeluruh dan mengembangkan tanggapan terorganisir. Mead juga melihat pikiran secara pragmatis. Yakni, pikiran melibatkan proses berpikir yang mengarah pada penyelesaian masalah[45].

Mead mendefinisikan pikiran (*mind*) sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dan Mead percaya bahwa manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain. Bahasa tergantung pada apa yang disebut Mead sebagai simbol signifikan, atau simbol-simbol yang memunculkan makna yang

[45] George Ritzer and Douglas J Goodman, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 280.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sama bagi banyak orang. Dengan menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain, kita mengemangkan apa yang dikatakan Mead sebagai pikiran, dan ini membuat kita mampu menciptakan *setting interior* bagi masyarakat yang kita lihat beroperasi di luar diri kita. Jadi, pikiran dapat digambarkan sebagai cara orang menginternalisasi masyarakat. Akan tetapi, pikiran tidak hanya tergantung pada masyarakat. Mead juga menyatakan bahwa keduanya mempunyai hubungan timbal balik. Pikiran merefleksikan dan menciptakan dunia sosial. Ketika seseorang belajar bahasa, ia belajar berbagai norma sosial dan aturan budaya yang mengikatnya. Selain itu, ia juga mempelajari cara-cara untuk membentuk dan mengubah dunia sosial itu melalui interaksi[46].

Terkait erat dengan konsep pikiran atau pemikiran, yang dinyatakan oleh Mead sebagai percakapan oleh diri sendiri. Menurut Mead salah satu aktifitas penting yang diselesaikan orang melalui pemikiran adalah pengambilan peran, atau kemampuan untuk secara simbolik menempatkan dirinya sendiri dalam diri khayalan dari orang lain. Proses ini juga disebut sebagai pengambilan perspektif karena kondisi ini mensyaratkan bahwa seorang menghentikan perspektifnya sendiri terhadap sebuah pengalaman dan sebaliknya membayangkan dari perspektif orang lain.

[46] Richard West dan Lynn H. Turner, *PENGANTAR TEORI KOMUNIKASI Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hlm. 149-150.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Diri (*Self*)

Mead mendefinisikan diri (*self*) sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dari perspektif orang lain. Dari sini anda dapat melihat bahwa Mead tidak percaya bahwa diri berasal dari intropeksi atau dari pemikiran sendiri yang sederhana. Bagi Mead, diri berkembang dari jenis pengambilan peran yang khusus maksudnya, membayangkan bagaimana kita dilihat oleh orang lain[47].

Pada dasarnya diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menjadi subjek maupun objek. Diri mensyaratkan proses sosial: komunikasi antarmanusia. Binatang dan bayi yang baru lahir tidak mempunyai diri. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas dan hubungan sosial. Menurut Mead adalah mustahil membayangkan diri yang muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Tetapi, setelah segera diri berkembang, ada kemungkinan baginya untuk terus ada tanpa kontak sosial.

Mead menggunakan istilah significant gestures (isyarat-isyarat yang bermakna) dan significant communication dalam menjelaskan bagaimana orang berbagi makna tentang simbol dan merefleksikannya. Ini berbeda dengan binatang, anjing yang menggonggong mungkin akan memunculkan reaksi pada anjing yang lain, tapi reaksi itu hanya sekedar insting, yang

[47] Ibid, hlm. 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak pernah diantisipasi oleh anjing pertama. Dalam kehidupan manusia kemampuan mengantisipasi dan memperhitungkan orang lain merupakan ciri khas kelebihan manusia.

Jadi *the self* berkait dengan proses refleksi diri, yang secara umum sering disebut sebagai *self control* atau *self monitoring*. Melalui refleksi diri itulah menurut Mead individu mampu menyesuaikan dengan keadaan di mana mereka berada, sekaligus menyesuaikan dari makna, dan efek tindakan yang mereka lakukan. Dengan kata lain orang secara tak langsung menempatkan diri mereka dari sudut pandang orang lain. Dari sudut pandang demikian orang memandang dirinya sendiri dapat menjadi individu khusus atau menjadi kelompok sosial sebagai suatu kesatuan.

Mead membedakan antara "*I*" (saya) dan "*me*" (aku). *I* (Saya) merupakan bagian yang aktif dari diri (*the self)* yang mampu menjalankan perilaku. "*Me*" atau aku, merupakan konsep diri tentang yang lain, yang harus mengikuti aturan main, yang diperbolehkan atau tidak. *I* (saya) memiliki kapasitas untuk berperilaku, yang dalam batas-batas tertentu sulit untuk diramalkan, sulit diobservasi, dan tidak terorganisir berisi pilihan perilaku bagi seseorang. Sedangkan "*me*" (aku) memberikan kepada *I* (saya) arahan berfungsi untuk mengendalikan *I* (saya), sehingga hasilnya perilaku manusia lebih bisa diramalkan, atau setidak-tidaknya tidak begitu kacau.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena itu dalam kerangka pengertian tentang *the self* (diri), terkandung esensi interaksi sosial. Interaksi antara "*I*" (saya) dan "*me*" (aku). Disini individu secara inheren mencerminkan proses sosial. Seperti namanya, teori ini berhubungan dengan media simbol dimana interaksi terjadi. Tingkat kenyataan sosial sosial yang utama yang menjadi pusat perhatian interaksionisme simbolik adalah pada tingkat mikro, termasuk kesadaran subyektif dan dinamika interaksi antar pribadi.

Ternyata kita tidak hanya menanggapi orang lain, kita juga mempersepsi diri kita. Diri kita bukan lagi personal penanggap, tetapi personal stimuli sekaligus. Bagaimana bisa terjadi, kita menjadi subjek dan objek persepsi sekaligus? Diri (*self*) atau kedirian adalah konsep yang sangat penting bagi teoritisi interaksionisme simbolik. Rock menyatakan bahwa "diri merupakan skema intelektual interaksionis simbolik yang sangat penting. Seluruh proses sosiologis lainnya, dan perubahan di sekitar diri itu, diambil dari hasil analisis mereka mengenai arti dan organisasi[48].

Diri adalah di mana orang memberikan tanggapan terhadap apa yang ia tujukan kepada orang lain dan di mana tanggapannya sendiri menjadi bagian dari tindakannya, di mana ia tidak hanya mendengarkan dirinya sendiri, tetapi juga merespon dirinya sendiri, berbicara dan menjawab dirinya

[48] Herman Arisandi, *Pemikiran Tokoh-Tokoh Sosiologi: Dari Klasik sampai Modern*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2015), hlm. 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri sebagaimana orang lain menjawab kepada dirinya, sehingga kita mempunyai perilaku di mana individu menjadi objek untuk dirinya sendiri. Karena itu diri adalah aspek lain dari proses sosial menyeluruh di mana individu adalah bagiannya.

Mead menyadari bahwa manusia sering terlibat dalam suatu aktivitas yang didalamnya terkandung konflik dan kontradiksi internal yang mempengaruhi perilaku yang diharapkan. Mereka menyebut "konflik intrapersonal", yang menggambarkan konflik antara nafsu, dorongan, dan lain sebagainya dengan keinginan yang terinternalisasi. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan self yang juga mempengaruhi konflik intrapersonal, diantaranya adalah posisi sosial. Orang yang mempunyai posisi tinggi cenderung mempunyai harga diri dan citra diri yang tinggi selain mempunyai pengalaman yang berbeda dari orang dengan posisi sosial berbeda[49].

Bagian terpenting dari pembahasan Mead adalah hubungan timbal balik antara diri sebagai objek dan diri sebagai subjek. Diri sebagai objek ditunjukkan oleh Mead melalui konsep "*me*", sementara ketika sebagai subjek yang bertindak ditunjukannya dengan konsep "*I*". Ciri utama pembeda manusia dan hewan adalah bahasa atau "simbol signifikan". Simbol signifikan haruslah merupakan suatu makna yang

[49] Sindung Haryanto, *Spektrum Teori Sosial dari Klasik hingga Postmodern*, (Yogyakarta: AR-Ruzz Media, 2012), hlm. 79–80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimengerti bersama, ia terdiri dari dua fase, "*me*" dan "*I*". Dalam konteks ini "*me*" adalah sosok diri saya sebagaimana dilihat oleh orang lain, sedangkan "*I*" yaitu bagian yang memperhatikan diri saya sendiri. Dua hal itu menurut Mead menjadi sumber orisinalitas, kreativitas, dan spontanitas[50].

Kita tak pernah tahu sama sekali tentang "*I*" dan melaluinya kita mengejutkan diri kita sendiri lewat tindakan kita. Kita hanya tahu "*I*" setelah tindakan telah dilaksanakan. Jadi, kita hanya tahu "*I*" dalam ingatan kita. Mead menekankan "*I*" karena empat alasan. Pertama, "*I*" adalah sumber utama sesuatu yang baru dalam proses sosial. Kedua, Mead yakin, didalam "I" itulah nilai terpenting kita ditempatkan. Ketiga, "*I*" merupakan sesuatu yang kita semua cari perwujudan diri. Keempat, Mead melihat suatu proses evolusioner dalam sejarah dimana manusia dalam masyarakat primitif lebih didominasi oleh "*Me*" sedangkan dalam masyarakat modern komponen "*I*" nya lebih besar "*I*" bereaksi terhadap "*Me*" yang mengorganisir sekumpulan sikap orang lain yang ia ambil menjadi sikapnya sendiri. Dengan kata lain "*Me*" adalah penerimaan atas orang lain yang di generalisir.

Sebagaimana Mead, Blumer berpandangan bahwa seseorang memiliki kedirian (*self*) yang terdiri dari unsur *I* dan *Me*. Unsur I merupakan unsur yang terdiri dari dorongan,

[50] Wirawan, *Teori-Teori sosial dalam tiga paradigm* (Fakta Sosial, Definisi Sosial, & Perilaku Sosial), hlm. 124.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengalaman, ambisi, dan orientasi pribadi. Sedangkan unsur *Me* merupakan "suara" dan harapan-harapan dari masyarakat sekitar. Pandangan Blumer ini sejalan dengan gurunya, yakni Mead, yang menyatakan bahwa dalam percakapan internal terkandung didalamnya pergolakan batin antara unsur *I* (pengalaman dan harapan) dengan unsur *Me* (batas-batas moral).

Pemahaman makna dari konsep diri pribadi dengan demikian mempunyai dua sisi, yakni pribadi (*self*) dan sisi sosial (*person*). Karakter diri secara sosial dipengaruhi oleh "teori" (aturan, nilai-nilai dan norma) budaya setempat seseorang berada dan dipelajari memalui interaksi dengan orang-orang dalam budaya tersebut. Konsep diri terdiri dari dimensi dipertunjukan sejauh mana unsur diri berasal dari sendiri atau lingkungan sosial dan sejauh mana diri dapat berperan aktif. Dari perspektif ini, tampaknya konsep diri tidak dapat dipahami dari diri sendiri. Dengan demikian, makna dibentuk dalam proses interaksi antar orang dan objek diri, ketika pada saat bersamaan mempengaruhi tindakan sosial. Ketika seseorang menanggapi apa yang terjadi dilingkungannya, ketika ia sedang menggunakan sesuatu yang disebut sikap.

c. Masyarakat (*society)*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mead medefinisikan masyarakat (*society*) sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu-individu terlibat didalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Jadi, masyarakat menggambarkan keterhubungan beberapa perangkat perilaku yang terus disesuaikan oleh individu-individuu. Masyarakat ada sebelum individu tetapi diciptakan dan dibentuk oleh individu, dengan melakukan tindakan sejalan dengan orang lain. Masyarakat, karenanya, terdiri atas individu-individu, dan Mead berbicara mengenai dua bagian penting masyarakat yang memengaruhi pikiran dan diri[51].

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (*society*) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat penting perannya dalam membentuk pikiran dan diri. Di tingkat lain, menurut Mead, masyarakat mencerminkan sekumpulan tanggapan terorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk "aku" (*me*). Menurut pengertian individual ini masyarakat mempengaruhi mereka, memberi mereka kemampuan melalui kritik diri, untuk mengendalikan diri mereka sendiri. Sumbangan terpenting Mead tentang masyarakat, terletak dalam pemikirannya mengenai pikiran dan diri.

[51] Richard West dan Lynn H. Turner, PENGANTAR TEORI KOMUNIKASI Analisis dan Aplikasi ..... hlm. 107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tingkat kemasyarakatan yang lebih khusus, Mead mempunyai sejumlah pemikiran tentang pranata sosial *(social institutions*). Secara luas, Mead mendefinisikan pranata sebagai "tanggapan bersama dalam komunitas" atau "kebiasaan hidup komunitas". Secara lebih khusus, ia mengatakan bahwa, keseluruhan tindakan komunitas tertuju pada individu berdasarkan keadaan tertentu menurut cara yang sama, berdasarkan keadaan itu pula, terdapat respon yang sama dipihak komunitas. Proses ini disebut "pembentukan pranata".

Pendidikan adalah proses internalisasi kebiasaan bersama komunitas ke dalam diri aktor. Pendidikan adalah proses yang esensial karena menurut pandangan Mead, actor tidak mempunyai diri dan belum menjadi anggota komunitas sesungguhnya sehingga mereka tidak mampu menanggapi diri mereka sendiri seperti yang dilakukan komunitas yang lebih luas. Untuk berbuat demikian, actor harus menginternalisasikan sikap bersama komunitas.

Dalam konsep teori Herbert Mead tentang interaksionisme simbolik terdapat prinsip-prinsip dasar yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) manusia dibekali kemampuan berpikir, tidak seperti binatang.
2) kemampuan berpikir ditentukan oleh interaksi sosial individu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) dalam berinteraksi sosial, manusia belajar memahami simbol-simbol beserta maknanya yang memungkinkan manusia untuk memakai kemampuan berpikirnya.
4) makna dan simbol memungkinkan manusia untuk bertindak (khusus dan sosial) dan berinteraksi.
5) manusia dapat mengubah arti dan simbol yang digunakan saat berinteraksi berdasar penafsiran mereka terhadap situasi
6) manusia berkesempatan untuk melakukan modifikasi dan perubahan karena berkemampuan berinteraksi dengan diri yang hasilnya adalah peluang tindakan dan pilihan tindakan.
7) pola tindakan dan interaksi yang saling berkaitan akan membentuk kelompok bahkan masyarakat[52]

[52] George Ritzer and Douglas J Goodman, Teori Sosiologi Modern ..... hlm. 287-289.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

1. Profil Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini terletak di Citraland Surabaya. Lokasinya berada di daerah Alam Hijau E3 no 5, Citraland, kota Surabaya.

Alasan penelitian memilih Creativ Angel Event Communication Surabaya daripada *Event Organizer* (EO) lain yang ada di kota Surabaya. karena Creativ Angel Event Communication Surabaya ini lebih sering memakai *freelance* yang merupakan mahasiswa-mahasiswa di kota surabaya.

a. Creativ Angel Event Communication Surabaya

Creativ Angel Event Communication Surabaya adalah sebuah Perusahaan yang berbasis di Surabaya berdiri sejak tahun 2007. bergerak di bidang *corporate event organizer* yang menangani berbagai kegiatan dalam skala Nasional. Dengan Klien dari berbagai sektor usaha seperti *properti, developer, fashion industry, jewellery, consumer goods.*

Ada tida slogan yang dipakai di perusahaan cretaiv angel event communication ini yaitu simpel, proaktif, dan unik. Simpel adalah mengibaratkan ketika terjadi sebuah masalah yang besar pada event, seorang pegawai harus mempunyai solusi yang meminimalkan akibat yang terjadi setelah adanya sebuauh masalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

besar. Dan setelah diminimalisir terselesaikanlah masalah itu tanpa mengganggu jalan acara yang sedang berlangsung. Sedangkan proaktif adalaah kegiatan atau perbuatan pegawai yang didasari dari latar belakang pegawai untuk melancarkan acara. Dan unik adalah pemacatan masalah yang diharapkan menjadi sebuah timbulnya kretaifitas pada pegawai.

2. Profil Informan

Peneliti ini memilih subjek dengan teknik *purposive sampling* dimana peneliti telah membuat kriteria atau kategorisasi tentang jenis subjek yang layak dijadikan sample :

a. *freelance* berstatus mahasiswa

b. *freelance* berusia 20-25 tahun

c. *freelance* dengan gaya berpakaian menarik

d. subjek *freelance* maupun pegawai memiliki emampuan komunikasi secara verbal dan nonverbal baik

e. pegawai *Creativ Angel* Surabaya yang mengetahui perilaku dan kesibukan *freelance* sebagai data pendukung

f. *freelance* yang sering ikut *event Creativ Angel* Surabaya dalam 5 5 bulan terakhir, bulan Mei - September 2018

g. *freelance* yang bergabung di *Creativ Angel* Surabaya untuk mencari ilmu dan pengalaman.

Subjek terdiri dari 5 *freelance Creativ Angel* Surabaya dan 1 pegawai *Creativ Angel* Surabaya sebagai data pendukung dalam penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Profil Informan I

Sonia Uda Norita De Precilia mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, semester 7. Sonia berusia 21 tahun. Dia bergabung di *Creativ Angel* Surabaya pada bulan januari 2018. Selain menjadi *freelance Creativ Angel* Surabaya kegiatan sehari-hari Sonia yaitu membantu mamanya membungkus barang dagangannya. Sonia pernah memegang sebuah projek dan menjadi *team leader* dalam event di *Creativ Angel* Surabaya.

2) Profil Informan II

Lely Rika Marinda mahasiswi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, jurusan akuntansi semester 7. Lely bergabung di *Creativ Angel* Surabaya diajak sonia pada *event* yang berlokasi di salah satu mall kota Surabaya. sebelum menjadi *freelance* lely bekerja sejak lulus SMA menjadi kasir di tempat perbelanjaan selama setahun sehingga dia termasuk telat kuliah satu tahun dari teman-teman seangkatannya. Dia keluar ditempat kerjanya karena diterima di kampus STEISIA dan menggeluti pekerjaan sampingan yang saat ini dia jalani yaitu sebagai *freelance.*

3) Profil Informan III

Ragitta Trisnayana Pradipta mahasiswi Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, jurusan keperawatan semester 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gita memulai pekerjaannya menjadi *freelace* sejak semerter 5. Gita memulainya di salah satu perusahaan spg di surabaya.

4) Profil Informan IV

Mohammad Miftahul Ahyar mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, jurusan Ilmu Komunikasi semester 7. Bisa dibilang mifta berkecimpung didunia *event organizer* sudah lama. Bersama kakaknya dia sudah memulai saat masih SMA kelas 3 yaitu pada tahun 2014. Tetapi dia masuk di *Creativ Angel* Surabaya sejak kuiah semester 5. Itupun diajak kakak senior dikampusnya yang sekarang menjadi pegawai di *Creativ Angel* Surabaya.

5) Profil Informan V

Mochammad Khoiru Rifan Adi Mai Rizki mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, jurusan Ilmu Komunikasi semester 7. Rifan menjadi freelance sejak semester 4. Dia sering ikut dalam *wedding* Organizer(WO). Biasanya dalam WO dia menempati posisi sebagai penjaga makanan. Setengah tahun setelah itu rifan diajak senior kampusnya bergabung dalam sebuah event di cretaiv angel event communication. Dan sampai sekarang dia menjadi *freelance* cretaiv angel event communication surabaya.

6) Profil Informan VI

Ilham Wijaya pegawai creativ angel event communication surabaya. ilham sebelumnya bekerja pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun 2008. Dia mengawali karriernya dengan menjadi seorang *freelance*. Ilham adalah dulunya mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma, namun tidak sampai tuntas. Sampai saat ini ilham bertahan di perusahaan creativ angel event communication surabaya yang bisa peneliti istilahkan menjadi tangan kanan pak andi yaitu pimpinan perusahaan creativ angel event communication surabaya.

B. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan fokus dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui perilaku komunikasi *freelance Creativ Angel* Surabaya. Maka peneliti melakukan wawancara dan pengamatan langsung terhadap setiap informan dalam penelitian ini. Peneliti mengamati bagaimana komunikasi *freelance* baik verbal maupun nonverbal untuk mendapat data yang dibutuhkan terkait perilaku komunikasi. Peneliti juga berkomunikasi langsung dengan informan untuk memperoleh data yang diperlukan selain itu juga mengamati komunikasi mereka dengan *freelance* yang lain.

Pengumpulan data ini dilakukan di kantor cretaiv angel event communication Surabaya, mulai tanggal 15 Mei 2018 – 15 Desember 2018. Peneliti memperoleh data secara langsung dari wawancara *freelance* Creativ Angel dan karyawan cretaiv angel event communication Surabaya tentang perilaku komunikasi *freelance* perusahaan cretaiv angel event communication Surabaya dan motif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

freelance memilih creativ angel event communication sebagai tempat mereka bekerja atau mengisi waktu luang.

1. Penampilan Mencerminkan Berpendidikan dan Kesopanan

Dalam kajian ilmu komunikasi, bahwa segala yang melekat pada tubuh merupakan simbol. Simbol-simbol itu biasanya merepresentasikan pengguna simbol. Peneliti memasukkan pemanimpaln sebagai simbol. Karean penampilan juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi. Penampilan yang menarik, segar, dan serasi akan turut menunjang suksesnya berkomunikasi.

Seperti yang dikatakan oleh informan Sonia Pada saat sebelum meeting dengan klien dia memerhatikan penampilannya sebelum berangkat. Mulai dari rambut, make up, baju tas dan sepatu tanpa terkecuali parfum yang dibawanya. Menurut sonia penampilan sangat penting bagi dia untuk memberikan rasa percaya diri walaupun itu juga perintah dari atasannya yang mengharuskan *freelancenya* untuk selalu berpenampilan baik dan sopan.

> *"Klo di CA itu mintanya bapak itu rapi always rapi, dalam arti klo perempuannya itu rambutnya di gelung kyak pramugari gitu, cantik, bersih, nggak rambutnya rembayk digebyar nggak aturan, dari segi pakaian pun yang nggak seksi atau gimana gitu untuk dari segi perempuan,.....klo untuk laki laki rambutnya potongannya rapi nggak gondrong, nggak tindikan, nggak tatoan, Parfum, biasanya klo perempuan itu make up terutama, Trus klo cowok itu harus wangi juga, pakai jam tangan biar kita keliatannya rapi elegan gitu loo"*[1]

[1] Wawancara dengan sonia, 8 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> " kalau di CA itu mintanya bapak itu rapi selalu rapi, dalam arti perempuannya itu rambutnya digelung seperti pramugari gitu, cantik, bersih, rambutnya tidak digebyar tidak aturan, dari pakaian pun yang tidak seksi untuk perempuan.... kalau untuk laki-laki rambutnya potongannya rapi tidak gondrong, tidak tindikan, tidak tatoan, pakai parfum,biasanya kalau perempuan itu pakai make up terutama, terus kalau cowok itu harus wangi juga, memakai jam tangan, biar keliatannya rapi elegan gitu loo.."

Sedangkan dari informan Rifan yang datang saat akan brifing tim di kantor cretaiv angel event communication Surabaya. dia menguturakan yang sama mengenai penampilan dalam event di cretaiv angel event communication Surabaya.

> *"Nek nang CA iki penampilane kudu rapi soale kan event e biasane properti dadi bedo ambek event konser.. rambut rapi gak gondrong, kemejaan, sytlenya harus rapi bersih lah.."*[2]
>
> "kalau di CA ini berpenampilannya harus rapi, soalnya eventnya biasanya kan properti jadi beda sama event konser.. rambutnya rapi tidak gondrong, pakai kemeja, penanmpilannya harus rapi bersihlah.."

Benar adanya yang diutarakan infoman Rifan. Saat akan brifing dikantor Creativ Angel Surabaya dia berpakaian sangat rapi memakai kemeja panjang yang dilipat lenganya setengah dibawah sikut, rambutnya yang rapi dengan panjang satu centimeter dengan garis lurus dibelahan rambutnya yang menirukan gaya rambut artis luar negeri, memakai kacamata, dan bercelana hitam juga tentu bersepatu yang sangat modis. Menurutnya berkonsisten dengan penampilan menarik sangatlah menjadi kebutuhan pribadinya juga. Karena dengan berpenampilan yang modis dia tidak merasa malu dengan dirinya

[2] Wawancara dengan rifan, 27 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri saat tiba-tiba bertemu dengan teman lama atau klien lama kantor cretaiv angel event communication Surabaya.

> *"Yo penampilan iku menjadi image creativ angel dimata klien karyawan kita sopan, walaupun klien gak ro lek iku mek freelance atau karyawan seng wes kontrak kerja ambek CA"*[3]
>
> "Ya penampilan itu menjadi image creative angel dimata klien karyawan kita sopan, walaupun klien tidak tau klo itu cuman *freelance* atau karyawan yang sudah kontrak dengan creativ angel"

Pak Ilham membenarkan dengan pernyataanya diatas, bahwa memang benar jika penampilan itu penting bagi perusahaan creativ angel event communication surabaya. informan menjelaskan juga bahwa jika berpenmpilan baik klien akan tidak mudah meremahkan karyawan atau *freelance* yang mngerjakan projek *event*.

2. Penekanan Terhadap Displin Waktu

Disiplin merupakan perasaan taat dan patuh terhadap nilai-nilai yang dipercaya merupakan tanggung jawab. Dispilin juga bisa diartikan taat aturan. Contoh dispilin yang diterapkan *event organizer* cretaiv angel event communication Surabaya tidak telat saat meeting dengan klien, mengumpulkan laporan sesuai waktu yang ditentukan, dan mengerjekan sesuai *jobdisk* yang telah diposisikan.

Seperti yang diungkapkan informan Sonia dan Lely, dipilin waktu bagi mereka sangat penting karena dengan disipin waktu pekerjaan yang dikerjaan akan menjadi lebih santai.

[3] Wawancara dengan pak ilham, 30 novembe 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *"Disiplin waktu itu penting, yo kan nek rundown e awakdewe telat sak menit ae akan mengganggu jadwal yang lain, lek kita disiplin waktu kan kita juga lebih enak, nggak terburu-buru teros isok santai juga."*[4]
>
> **"**displin waktu itu penting, ya kan kalau jadwalnya kita telat satu menit saja akan menganggu jadwal yang lainnya. Kalau kita disiplin waktu kan kita juga lebih enak, tidak terburu-buru terus bisa santai juga."

Bagi Sonia saat rundown acara molor beberapa menit, dia pasti merasakan tekanan dari atsanya saat dilapangan. Terburu dan akan mengakibatkan tidak efektifnya pembagian tugas yang sudah disepakati saat brifing di kantor Creativ Angel Suabaya. Apalagi secara komunikasi sangatlan tidak mengenakkan bagi dia yang sebagai *leader* pada saat itu. Semua *crew* yang bertugas memberikan pertanyaan terakait masalah yang dihadapi mereka sendiri, dan bagi sonia sebenarnya mereka bisa menyelesaikannya dengan tidak bertanya atau meminta bantuan dengan dia.

Begitupun Lely sependapat dengan Sonia, tetapi dia mempunyai alasan tersendiri mengenai dipilin waktu. orang lain akan mengetahui kinerjanya supaya kedepannya lebih dipercaya jika ada pekerjaan yang memebutuhkan jasa mereka.

> *"Kan enak klo kita kerjoane gak pernah telat jadi kita lebih dikenal orang itu postif, jadi nek konco nek onok seng dolek arek kene kan pasti gamapang dapet soale image e awakdewe wes apik dimata temen2 , jadi temen kene ya enak nge rekom no ne ng wong liyo.. soale kene displin"*[5]
>
> "Kan enak kalau kita kerjanya tidak pernah telat jadi kita lebih dikenal orang itu poritif, jadi kalau temen kita butuh orang kita kan pasti mudah sapat soalnya *image* nya kita sudah baik dimata temen-temen, jadi temen kita ya enak

[4] Wawancara dengan sonia, 8 desember 2018
[5] Wawancara dengan lely, 16 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> kalau merekomendasikan kita ke orang lain.. soanya kita displin."

Memang pada dasarnya latar belakang atau kebiasaan yang membuat orang lain bisa menghafal kearah negatif atau positif difikiran mereka. Peneliti setuju dengan informan Lely yang menganggap orang lain tidak hanya menilai dari penampilan tetapi juga dengan kebiasaan kita bagiamana saat event. Tidak hanya di Creativ Angel Surabaya informan lely juga terkadang menjadi *freelance* di *event organizer* itupun karena kediplinan dia saat bekerja yang menjadikan temannya merekomendasikan kepada *event organizer* lain.

Tidak ada bedanya dengan *event organizer* lain dan *creativ angel surabaya* semua tempat yang pernah di datanginya untuk bekerja pasti mengedepankan displin sebagai hal yang sangat penting bagi kantor ataupun pribadi sesorang. Bahkan saat seorang pekerja yang tidak menaati peraturan pada saat event berlangsung seketika itu juga *leader* nya akan memulangkakn atau membebas kerjakan orang itu dari tanggungannya bisa dibilang di pecat dari keikut sertaan dia di event tersebut.

3. Pemilihan Tempat Meeting

Dalam pemilihan ruangan meeting, memang ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar suasana lebih mencair dan tidak membosankan, dan mengahsilkan ide-ide yang cemerlang.

Bagitu pun yang diungkapakan informan Mifta, dia menganggap pemilihan tempat meeting adalah sebagai hal yang harus diperhatikan. Tidak menjadwalkan tempat semaunya karena menurutnya itu juga ada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungannya dengan klien, misalnya klien yang anak muda biasanya kalau meeting itu di tempat yang nyaman, santai sehingga membuat suasana rileks untuk berfikir menentukan keputusan dalam segala hal terutama mengenai *budget*.

> *"bedo klien iku bedo tempat lo yo, misale nek klien awakdewe enom iku biasane meetinge nang kafe, utowo panggon nogkrong2 nang excelso, nang starbuck. Tapi onok seng luwe formal njalok e nang kantor,, tergantung teko klien e sisan teko penjalukke klien dewe, soale biasane pengaruh nek ng kantor ambek nang panggon netral pas meeting.."*[6]
>
> "Beda klien itu beda tempat ya, misalnya klo klien kita muda itu biasanya meetingnya di cafe, atau tempat nongkrong2 di exelso di starbuck , tapi da yang lebih formal mintanya di kantor,, tergantung dari kliennya juga dari kemauan kliennya itu sendiri, soalnya bisanya pengaruh kalau di kantornya sama di tempat yang netral.."

semua klien yang pernah ditemui Mifta terkadang juga mengajak untuk meeting dikantornya. Itu dirasakan Mifta saat meeting dengan klien di kantornya, dia merasa kurang santai karena ruangan meeting dikantor klien sangat formal dengan bentuk ruangan yang perseg panjang dengan papan tulis didepan sebelah pintu masuk ruangan dan proyektor diatasnya. Terasa kaku dirasanya untuk meeting internal.

Beda dengan halnya informan Rifan, dia merasa klien ada raja. Melayani dengan menerima semua suasana dan kondisi ruangan saat meeting adalah hal yang harus dibiasakan bagi seorang yang terjun di *event organizer*. Karena orang yang sudah berkecimpung dibiang *event*

[6] Wawancara dengan mifta, 26 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organizer harus menjadi kreatif dan bisa mengatasi *problem solfing* sekalipun bagi dirinya sendiri.

> *"Biasane nang mall iku meetinge ng resto, starbuck, excelso, pkoke panggon seng santai dan suasane yo enak tergantung klien juga njalok e nandi.. kita harus mengikuti klien secara klien iku costumer kita dadi awakdewe ya harus melayani custumer dengan baik,njalok meetinge nandi ya kita turutin walaupun jauh pun tempatnya.. dan onok mangan e dan minum e lah minimal.."*[7]
>
> "biasanya di mall itu meetingnya di resto, starbuck, excelso, intinya tempat yang santai dan suasananya ya enak tergantung klien juga minta dimana.. kita harus mengikuti klien secara klien itu costumer kita, jadi kita ya harus melayani costumer dengan baik, minta meetingnya dimana ya kita menuruti walaupun jauh pun tempatnya.. dan ada makan dan minumnya lah minimal.."

Jarak bukan berarti hal yang dipertimbangkan. Jauh dekanya tempat meeting adalah merupakan kesempatan yang berharga bagi Creativ Angel Surabaya. Tentu sangatlah bersedia jika klien meminta segera mungkin untuk mengagendakan meeting. Karena meeting adalah strategi *event organizer* untuk bernegosiasi menyatukan presepsi antara *event organizer* dengan klien untuk memininalisir *problem solfing* yang akan terjadi di saat *event* berlangsung.

4. Proaktif Sebagai Prinsip

Bersikap proaktif merupakan langkah menuju kemenangan pribadi. Bersikap proaktif adalah lebih dari sekedar mengambil inisiatif. Sikap proaktif sangat berguna bagi manusia terutama dalam menghadapi rintangan maupun dalam berinteraksi dengan manusia lain. Sikap proaktif menunjukkan tingkat kecerdasan emosi yang tinggi.

[7] Wawancara dengan sonia, 8 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti yang ungkapkan Ragita bahwa bekerja disebuah *event organizer* harus mempunyai sikap yang proaktif yang dia terjemahkan sebagai semangat tinggi, pekerja keras, tanggap, tidak malas-malasan.

> *"Teros seng komunikastif, seng kerja keras, duwe daya tangap seng lebih lah ya... seng ulet, semangat kerjone gak gelem seng males-malesan, proaktif."*[8]
>
> "truss yang komunikatif, yang kerja keras, dan daya tanggap yang lebih lha yaa...yang ulet, semangat nggak mau yang males-malesan, proaktif."

Benar adanya yang dikatakan informan. Peneliti mengamati perilaku komunikasi *freelance* cretaiv angel event communication Surabaya saat *event*. sering kali menenkankan proaktif terhadap semua pekerjaanya. Rasa semangat bukan karena tidak lambat dalam jadwal yang ditentukan dan berpenampilan menarik saja, melainkan tanggap saat melayani tamu yang hadir, mencari solusi saat masalah terjadi pada saat *event* berlangsung.

Proaktif juga menjadi salah satu alasan cretaiv angel event communication Surabaya memfilter *freelance* yang ikut dalam berbagai projek *event.* Ketika proaktif dalam seseorang stabil atau malah bertambah baik dimata atasan, maka secara otomatis dia akan naik level ke jenjang yang lebih tinggi untuk ikut ke dalam projek event dalam hal ini posisi yang di emban *freelance* akan bertambah tinggi secara tanggung jawab dan gaji yang diberikan.

> *"Awakdewe lek event ya kudu cepet tanggap, peduli ambk tamu, ibarat nek awakdewe tamu trus bingung atau telat pas acara inti, pastikan awadewe takok ng panitia utowo crew evevnt kan dan nek pelayane gak apik trus gak*

[8] Wawancara dengan ragita, 17 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *memuaskan awadewe kan yo mangkel kan nah podo karo iku dadi awakdewe kudu proaktiflah ng segala hal apapun kondisi dan situasine kudu tetep tanggung jawab sisan."*[9]
>
> "kita kalau *event* harus cepat tanggap, peduli dengan tamu, ibarat kalau kita tamu terus bingung atau telat pas acara inti, pastinya kita tanya ke panitia atau crew *event* kan dan kalau pelayanannya tidak bagus terus tidak memuaskan kita kan ya jengkel kan, nah sama halnya itu tadi kita harus proaktif ke segala hal, apapun kondisi dan situasinya harus tetap tanggung jawab juga."

Pengibaratan menjadi tamu menjadi salah satu alasan Lely menggambarkan sikap proaktif pelayanan penitia atau *crew event* saat berada dilokasi. di *event* cretaiv angel event communication kebanyakan event properti yaitu *show unit, produk knowlage,* dan nomor unit pemesanan yang mengutamakan pelayanan sebagai salah satu kunci keberhasilan *event.* Maka dari itu *freelance* cretaiv angel event communication Surabaya sangatlah diharuskan untuk komunikatif saat melayani para tamu.

Karena bagi *event organizer* ini kalau seseorang yang komunikatif berarti dia mempunyai ketenangan dalam berfikir dan akan menghasilkan kelancaran dalam berbicara sebagaimana pelayanan yang diharapkan dalam tugas *freelance* saat brifing sebelum event dimulai.

> *"Proaktif iku kunci, kabeh event organizer (EO) pasti proaktif karena kita yang punya acara jadi harus ngerti dan setiap seng kita kerjakno kudu mempunyai alasan dan wes dibagi dalam jobdisk. Dadi gaonok EO meneng ae, lek meneng ae masalah gak akan menemukan solusi"*[10]
> "proaktif itu kunci, semua *event organizer* (EO) pasti proaktif karena kita yang punya acara jadi harus ngerti dan setiap yang kita kerjakno kudu mempunyai alasan dan wes

[9] Wawancara dengan lely, 16 november 2018
[10] Wawancara dengan pak ilham, 30 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibagi dalam jobdesk. Jadi tidak ada EO diam saja, kalau diam saja masalah tidak akan menemukan solusi"

Infroman pak Ilham menjelaskan kalau perusahaan EO dimanapun pasti akan menerapkan proaktif sebagai hal yang paling diutamakan untuk melayani kliennya. Tetapi dia menambahkan juga bahwa walaupun proaktif sebagai prinsip tergantun penerapanan dan konsistensi dalam mengawasi karyawannya untuk selalu proaktif. Informan Ilham juga meneruskan pernyataannya bahwa banyak juga EO yang tidak memerhatikan proaktifnya karyawan saat event berlangsung dan akibatnya banyak juga perusahaan EO yang mempunyai pandangan negaitif terhadap kinerja karyawannya.

5. Pemberian Projek dan Pengajaran Memegang Sebuah *Event* Profesional

Pengajaran sebuah *event* pada *freelance* cretaiv angel event communication Surabaya adalah salah satu cara untuk menyeleksi seseorang menjadi karyawan. Dikantor cretaiv angel event communication Surabaya tidak tahapan melamar pekerjaan untuk menjadi seorang *freelance*, akan tetapi seleksi alamlah yang menjadikan seseorang bergabung di *freelance* cretaiv angel event communication Surabaya. disiplin waktu, berpenampilan menarik adalah salah satu tahapan untuk menjadi calon pegawai tetap di cretaiv angel event communication Surabaya.

Proakif, komunikatif adalah hal yang sangat diutamakan didalam membawa sebuah projek *event*. Akan tetapi semua itu akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berjalan melalui proses setiap individu. cretaiv angel event communication Surabaya mengistilahkan hal ini yaitu "*pemuridan*". Seperti halnya yang diungkapkan oleh pimpinan creativ angel event communication surabaya pak andi saat disela-sela *event* berlangsung.

> "Kita disini sampai saat ini mencari anak yang mau saya pegangi projek saya, karena dari dulu di *Creativ Angel* ini memang sengaja mempunyai sistem yaitu yang kita sebut *pemuridan*''

Peneliti tidak mewawancarai pempinan dari cretaiv angel event communication Suarabaya, tetapi peneliti mengamati setiap perilaku *freelance* dan pegawai, bahkan pimpinannya. Benar adanya yang dikatakan pimpinan cretaiv angel event communication Surabaya mengenai istilah *pemuridan*. Karena menurut informan sonia merasakan adanya bimbingan dari semua pegawai bahkan pimpinan sekaligus.

> *"Nang kunu awakdewe dibelajari disiplin, awakdewe dibelajari rpoaktif, awakdewe dibelajari dadi wong seng komunikatif, ambek aku isok kenal wong akeh teros anyar, oleh pengalaman akeh, awakdewe dibelajari cakcek iku yeopo, dibelajari peduli ambek wong, kudu duwe roso pengen ero ne tinggi"*[11]
>
> "Disitu kita diajarin disilin, kita diajarin proaktif, kita diajarin sebagai orang yang komunikatif, dan aku bisa kenal orang banyak dan baru, dapat pengalaman banyak, kita diajari tanggap itu yang bagaimana, diajari peduli dengan orang,harus punya rasa ingin tau yang tinggi.."

Proses pembimbingan tidak hanya dirasakan pada saat *event* saja, tetapi mulai dari nol. Membuat konsep acara, membuat agenda meeting, bernegosiasi tentang *budget* sampai mempersiapkan keseluruhan

[11] Wawancara dengan sonia, 8 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perlengkapan *event* adalah tanggung jawab yang harus dijalankan seorang *project officer* dengan waktu yang sudah ditentukan. Tetapi semua itu tidak semata dibebankan kepada *freelance* yang memegang projek *event*. Karena semua mendapatkan pendampingan, bimbingan dan bahkan bantuan ketika *freelance* mendapat kesulitan.

Hal ini juga diungkapkan oleh informan Rifan yang berpendapat sama. Bahwa bukan hanya sekedar pengalaman dan bertemu orang-orang hebat yang ia dapat dari ikut *event organizer,* tetapi ilmu yang sangat bermanfaat secara ia masih berstatus mahasiswa.

> *"Sebagai mahasiswa ilmu komunikasi aku ngeroso nek ilmu ne EO iku akeh dan sejalan karo aku. Sakjane aku mendhir pas meeting ambek wong dhukur-dhukur. Soale aku ngeroso durung siap presentasi ng ngarep e wong ngnu. Tapi nang Creativ Angel gak langsung di pasrahi mas, tapi dikongkong ngamati disek, dipelajarilah kondisine, opo ae seng perlu disiapno secara pribadi. Dadi aku didudokno mas cara-carane negoisasi, mengambil keputusan, dan terutama carane takok seng bener."*[12]
>
> "Sebagai mahasiswa ilmu komunikasi aku merasa kalau ilmunya *event organizer* itu banyak dan sejalan dengan saya. Sebenarnya saya minder pas *meeting* dengan orang hebat-hebat. Soalnya aku merasa belum siap presentasi di depannya orang begitu. Tapi di creativ angel tidak langsung dibebankan mas, tapi disuruh mengamati dulu, dipelajarilah kondisinya, apa saja yang perlu disiapkan secara pribadi. Jadi saya diberitahu mas cara-caranya negoisasi, mengambil keputusan, dan terutama caranya tanya yang benar."

Informan Rifan merasa mendapat banyak ilmu yang didapat dari ikut serta dalam meng*handle event*. Mempersiapkan diri, memahami kondisi ruangan meeting, menyiapkan powerpoint untuk presentasi adalah beberapa perilaku dari yang di persiapan. Sedangkan informan Mifta

[12] Wawancara dengan rifan, 27 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai asumsi mengapa ketika *freelance* diikut sertakan memegang sebuah projek *event* selalu didampingi terlepas dari sistem pembelajaran yang diterapkan oleh Creativ Angel Event Communication Surabaya.

> *"Lek selama iki se ndek kunu (CA) pasti dituntun se, ya digirnglah maksud e diawasi lek kurang bener di kandani. Tpi menurutku sisi lain paleng ya onok wedine koyoke, wedi klien e ocol soalnya mek ng CA tok seng menurtku nyekel klien tpi digawe sistim pembelajaran. Makannya kita diawasi pisan toh ben klien g ngeroso event gede kok digwe ajang belajar anak buah e, ngnu.. iku klo sisi pandangku lo"*[13]
>
> "kalau selama ini sih di situ (CA) pasti dituntun sih, ya digiringlah maksudnya diawasi kalau kurang benar diberitahu. Tapi menurutku sisi lain paling ya ada takutnya kayaknya, takut kliennya lepas soalya hanya di CA saja yang menurutku pegang klien tapi dibuat untuk sistem pembelajaran. Makanya kita diawasi kan biar klien tidak berfikiran *event* besar kok dibuat ajang belajar anak buahnya, gitu.. itu kalau sisi pandangku lo"

sistem pembelajaran yang diterapkan oleh cretaiv angel event communication Surabaya bagi *freelance* sangatlah membantu juga. Ketika adanya kekurangan pada detail-detail acara, dengan melalui proses *freelance* mulai bisa melengkapi kekurangan itu. Sistem "*pemuridan*" ini dirasa berhasil juga karena latar belakang mahasiswa. Artinya mahasiswa adalah individu yang mudah untuk diarahkan secara akademis. Rasa penasaran yang tinggi seorang mahasiswa membuat cretaiv angel event communication Surabaya terus berkonsisten untuk mendidik *freelance*nya supaya kedepannya nanti mejadi seseorang yang mempunyai karakter

[13] Wawancara dengan mifta, 26 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disiplin, berpenampilan menarik, dan detail terhadap memaknai semua hal yang dilakukannya.

6. Motiavsi Mahasiswa Memilih Creativ Angel

Meningkatnya populasi penduduk di surabaya, memancing banyaknya acara yang akan dibuat dari berbagai konsep untuk masyarakat. Banyak perusahan – perusahaan yang berdiri surabaya, yang mengakibatkan surabaya menjadi kota metropolitan ke dua setelah jakarta. Akibat dari banyaknya perusahaan yang bermunculan, menyebabkan berdirinya perusahaan jasa acara yaitu yang sudah melekat dengan istilah *event organizer* (EO).

Setiap informan memiliki alasan yang berbeda, karena setiap informan memiliki latar belakang yang berbeda yang mengakibatkan kepentingan yang berbeda pula dalam bekerja. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan Lely.

> *"Ng CA iku mas crew ne kyok di ramut. Diperhatikno banget, jam makan yo makan, makane di tuokokno sisan, masio tugas kene g mestine iku tapi kudu ngerti yugas liane selain jobdisk e, nek wayane mangan ganitian, jadi mas tertiiib ngnu, tuertib wes mas.*[14]*"*
> "Di CA itu mas crewnya seperti di hidupi. Diperhatikan banget. Jam makan ya makan, makannya dibelikan juga, walaupun tugas kita tidak harus itu tapi harus paham tugas lainnya selain jobdisknya, kalau waktunya makan gantian, jadi mas tertib gitu, tuertib pokoknya mas."

Informasn Lely menjelaskan juga bahwa terlalu tertibnya sampai makan pun di waktu, ganti pakaian diwaktu, dan ke toilet pu di waktu. Menurtu informan Lely hal inilah yang membuat pembeda bagi *event organizer* (EO) lain yang dia pernah bekerja. Pengalaman yang informan

[14] Wawancara dengan lely, 16 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lely dapatkanlah yang membuat penerapan dalam dirinya juga untuk menjadiakan dirinya lebih pasti menjalani apapun dalam keseharian di rumah maupun di kampus.

Sedangkan beda yang utarakan oleh informan Sonia. perusahaan creativ angel event communication surabaya sangat menghargai mahasiswa dalam proses mencari pengalaman ataupun hanya sekedar mengisi waktu kosong untuk memncari uang tambahan demi menghidupi kesehariannya. Di perusahan ini setiap individu boleh mencari pengalaman apapun yang ingin dia dapat tanpa mengeluarkan syarat apapun.

> *"Creativ angel (CA) iku enake awakdewe oleh pengalaman akeh, aku pernah pengen ngerti rasane jadi project officer (PO), team leader (TL) dan ko andy langsung menawarnakan. Padahal aku mek nyeplos omongan tok lo mas.*[15] *"*
>
> "Creativ angel (CA) itu enaknya kita dapat pengalaman banyak, aku pernah pengen tau rasanya menjadi project officer (PO), team leader (TL) dan ko andy langsung menawarkan, padahal aku tidak sengaja mengucapkan itu lo mas."

Informan Sonia menambahkan bahwasannya selain untuk memuaskan keinginannya untuk mengetahui segala beban saat memgang sebuah projek, informan Sonia menjadi *freelance* supaya bisa mencukupi kebutuhan sehariannya dan juga supaya bisa punya uang yang lebih untuk bisa ditabung. Terlepas dari itu juga dia gunakan untuk mencukupi uang kuliahnya.

[15] Wawancara dengan sonia, 8 november 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS MOTIF DAN PERILAKU KOMUNIKASI *FREELANCE* CREATIV ANGEL

A. Temuan Hasil Penelitian

Hasil temuan penelitian adalah adalah tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah semua data yang diperoleh peneliti. Selain itu, juga berguna untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang diperoleh. Analisis data juga merupakan implementasi usaha penelitian untuk mengatur urutan data, kemudian mengkoordinasikan dalam satu pola, kategori dan uraian dasar. Dari hasil penyajian data yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diperoleh temuan-temuan yang akan diuraikan sesuai hasil sumber penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti.

Hasil pengumpulan data-data yang dilakukan peneliti berkaitan Perilaku Komunikasi *Freelance* Perusahaan Creative Angel Event Communication Surabaya yang ada di Surabaya menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut :

1. Pemberian Pesan Artifaktual Bagi Klien Melalui Tampilan Fisik yang *Stylish*

Dalam komunikasi non verbal terdapat berbagai macam klasifikasi missal bahasa tubuh, sentuhan, penampilan fisik, bau-bauan (minyak wangi), dan lain sebagainya. Komunikasi non verbal dalam bentuk penampilan fisik atau disebut juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi artifaktual adalah hal yang sangat penting karena melalui penampilanlah dapat menciptakan kesan pertama. Dengan kata lain penampilan akan membentuk sebuah *image* diri yang melekat pada pikiran orang lain. Setiap orang mempunyai persepsi mengenai penampilan fisik seseorang baik itu busananya (model, kualitias bahan, dan warna) ataupun dandanannya. Sering kali orang memberi makna tertentu pada karakteristik fisik wanita wanita berkulit kuning langsat dianggap menarik. Sedangkan yang berkulit sawo matang atau coklat dianggap kurang menarik dibandingkan yang berkulit kuning langsat. Setiap orang memiliki persepsi terhadap penampilan seseorang. Nilai-nilai Agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan, nilai kenyamanan, dan tujuan pencitraan.

Mahasiswa diharuskan memberikan penilaian tentang kepribadian orang dalam foto dengan mengisi angket ukuran kepribadian. Kemudian mereka harus memperkirakan kemungkinan perkawinannya dan keberhasilan dalam kariernya. Subjek-subjek eksperimen terbukti menilai orang cantik lebih bahagia dalam pernikahannya, dan lebih mungkin berhasil memperoleh pekerjaan yang baik, ketimbang rekan-rekannya yang berwajah jelek.

Penampilan fisik seseorang dapat mempengaruhi reaksi dari orang-orang lainnya. Orang yang gemuk berharap langsing, dan juga orang yang kurus. Warna kulit, warna rambut, panjang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rambut, penampilan secara umum, riasan wajah, dan perhiasan juga akan mempengaruhi orang lain. Pakaian, kadang-kadang membuat orang dapat berkomunikasi, mengenal status ekonomi, pekerjaan serta nilai sama baiknya dengan citra diri. Sehingga penampilan fisik dapat mewarnai persepsi orang terhadap pesan dari seseorang.

Anggapan seorang wanita yang cantik sekarang ini dinilai dari tingkat putih kulitnya, rambutnya yang hitam bergerai tanpa ketombe, ketiak yang selalu kering dan tidak berbau badan, wajahnya yang tidak berjerawat dan potongan tubuhnya yang semampai, tinggi langsing dan proporsional. Sementara untuk kaum pria muncul istilah metroseksual yaitu yang selalu up to date dengan tren model terkini dengan ciri badan tinggi proporsional, penampilan yang cantik, selalu berbau harum, tidak buncit perutnya, serta mapan pekerjaan dan hidupnya.

Fashion berasal dari bahasa Latin factio, yang artinya membuat atau melakukan dan dari kata inilah diperoleh fraksi, yang memiliki arti politis, facere yang artinya membuat atau melakukan. Karena itu, arti asli fashion mengacu pada kegiatan. Fashion merupakan sesuatu yang dilakukan *freelance*, tanpa fashion *freelance* tidak akan bisa dinali kreatif ataupun pintar dihadapan klien.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Para *freelance* memakai seragam *event* berwarna abu-abu kehitaman lambang pekerja keras. Pakaian pun berkaitan dengan umur pemakainya. Orang muda tidak suka berpakaian sama dengan orang tua. Orang muda lebih senang berpakaian norak, ramai, terang, dan riang. Pakaian yang dikenakan *freelance* saat meeting menunjukkan santai, rapi dan sopan. Dengan begitu mereka lebih kelihatan segar dan siap untuk menghadapi klien saat berpresentasi.

Sering kali *freelance* laki-laki mengenakan celana (apakah panjang atau pendek) yang sering dipakai. Sedangkan blus dan rok/ bawahan sering dipakai wanita. Perbedaan jenis kelamin ditunjukkan oleh model pakaian yang dipakai.tetapi saat *event* terkadang *freelance* wanita memakai celana karena memang celana lebih dinamis dan mudah digerakkan, sehingga saat *event* bisa bergerak bebas untuk membantu rekan yang lain saat ada malasah atau tambahan tenaga.

Pakaian sebagai media komunikasi memiliki tiga fungsi, yakni penyampaian emosi, perilaku, dan perbedaan. Pertama, pakaian adalah sebuah simbol dan mengomunikasikan informasi perasaan.misalnya pakaian hari minggu, pakaian malam, dan sebagainya. Kedua, pakaian memiliki dampak pada perilaku pemakainya. Ketika seorang *freelance* memakai pakaian ketat dan pendek yang tidak dalam waktu bekerja maka akan mengubah perilakunya. Ketiga, fungsi pakaian adalah untuk membedakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

setiap individu ketika mereka berada dalam kondisi yang berbeda terutama dikantor ataupun disaat *event*.

Hal ini sangat relevan dengan apa yang terjadi pada mahasiswa pelaku freelance di Perusahaan Creative Angel Event Communication Surabaya yang ada di Surabaya. Narasumber dalam penelitian ini mengaku bahwasanya semua pekerja freelance diwajibkan untuk mengenakan pakaian yang rapi, hal ini dilakukan karena untuk menarik minat klien untuk lebih tertarik dengan perusahaan yang rapi dalam berpakaian maka rapi pula dalam merancang sebuah event yang akan dilaksanakan. Hal ini juga memberi kenyamanan pada klien saat melakukan konsultasi dan juga tidak merasa kurang nyaman.

Perusahaan Creative Angel Event Communication Surabaya menuntut pekerja freelance berpakaian rapi saat bekerja juga demi sebuah kesan pertama yang diberikan kepada orang lain dan klien yang akan bekerjasama dengan Perusahaan Creative Angel Event Communication Surabaya. Alasannya lainnya adalah bertemu dengan klien adalah kesempatan yang harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Banyak hal yang dapat disampaikan saat pertemuan tersebut. Mulai dari perkenalan, presentasi event sampai diskusi tanya jawab yang dilakukan bersama dengan klien. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesan yang buruk terhadap Perusahaan Creative Angel Event Communication Surabaya dan bisa menjalin kerjasama dengan rasa percaya sepenuhnya dan bisa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terus bekerja sama dalam jangka waktu yang lama terlebih bisa menjadi pelanggan dalam melaksanakan sebuah event-event, baik itu event wedding, atau event-event lain.

Komunikasi non verbal adalah proses dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunukasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, pengggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Gaya rambut memang sangat mempengaruhi dalam membangun image profesional. Hal ini bukanlah sebuah kebetulan, seperti halnya pekerja freelance yang berkerja di Perusahaan Creative Angel Event Subaya menuntut pekerjanya untuk memiliki gaya atau potongan rambut yang rapi. Karena rambut dapat menunjukkan seseorang lebih terlihat dewasa dan lebih terlihat dominan. Dengan gaya rambut yang rapi meliki pesan artifaktual tentang profesionalisme bekerja maka akan membuat klien lebih nyaman saat berdiskusi, rapat ataupun saat event yang diadakan berlangsung.

Di era digital ini, wajar apabila fungsi jam sebagai penunjuk waktu dipertanyakan. Tetapi sering berjalannya waktu, fungsi petunjuk waktu tidak dapat dipungkiri semakin lama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin tergerus. Dikarenakan semakin mudahnya bagi mudahnya bagi seseorang untuk mendapatkan informasi mengenai waktu saat ini. Jam tangan adalah aksesoris yang sering dikenakan oleh masyarakat secara umum. Jam tangan juga dapat menjadi media komunikasi artifaktual dari komunikan saat melakukan komunikasi.

Jam tangan merupakan aksesoris pelengkap akhir, khususnya bagi para *freelance*. Karena orang yang menggunakan jam sendiri dalam komunikasi artifaktual dapat mengandung makna atau kesan sudah mempersiapkan segalanya dengan rapi, termasuk dalam hal berpakaian sendiri.

Dalam Perusahaan Creative Angel Event Communication Surabaya kebanyakan pelaku freelance menggunakan jam tangan, dan narasumber mengaku bahwasanya jam merupakan aksesoris yang sangat penting. Peneliti mengasumsikan bahwasanya komunikasi artifaktual akan terjadi saat bertemu dengan klien. Saat bertemu klien narasumber tidak mugkin akan mengeluarkan hand phone atau bermain hand phone hanya untuk melihat waktu, jadi untuk meningkatkan rasa sopan dan menghormati klien maka dari itu jam tangan sangat membantu untuk memberikan pesan artifaktual terhadap klien.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pemilihan Gaya Bahasa yang Segmentatif

Komunikasi non verbal adalah proses dimana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, pengggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

Bahasa yang digunakan oleh setiap orang bukan tidak mungkin untuk berbeda antara yang satu dengan yang lain. Dalam berkomunikasi, suatu kelompok tertentu mempunyai bahasa yang khas yang hanya ada atau digunakan pada kelompok tersebut. Tak terkecuali *freelance* Creativ Angel, setiap *freelance* yang bergabung ke Creativ Angel mempunyai karakteristik berbeda-beda termasuk dalam hal bahasa.Variasi pengguna bahasa bisa ditinjau dari segi tempat. Seperti *freelance* Creativ Angel Event Communication Surabaya, penggunaan bahasa *freelance* dan pegawai berbeda. Para *freelance* saat bertemu orang baru seusianya ia penggunaan bahasa yang mereka pakai disamakan dengan bahasa yang mereka gunakan dalam keseharian, seperti *freelance* yang seusia dengan peneliti bahasa yang digunakan saat wawancara merupakan bahasa suroboyoan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lingkungan dapat memberikan andil yang cukup besar dalam kemampuan berbahasa. Berbeda lagi dengan pegawai, saat bertemu orang baru mereka pasti sangat sopan dan menggunakan bahasa yang baik seperti bahasa indonesia walaupun sedikit terlihat medok suroboyoan. Usia dewasa biasanya variasi bahasa yang digunakan lebih tertata, sebab sudah dipengaruhi pengalaman yang didapat orang dewasa tersebut dan juga disebabkan adanya latar belakang pendidikan yang semakin tinggi.

Dalam bekerja di Perusahaan Creative Angel Event Surabaya para pekerja freelance tentulah menggunakan gaya bahasa resmi dan gaya nada tidak tinggi. Pemilihan gaya bahasa sangatlah penting saat berhadapan dengan klien, hal ini dilakukan untuk meningkatkan rasa kepercayaan klien terhadap Perusahaan Creative Angel Event Surabaya.

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran symbol yang diberi makna. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

situasi, objek dan bahkan diri mereka sendiri yang menentukan perilaku manusia. Dalam konteks ini manusia, makna dikontruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan social memainkan perannya, melainkan justru merupakan subtansi sebenarnya dari organisasi social dan kekuatan social.[1]

Menurut teori interaksi simbolik, kehidupan social pada dasarnya adalah interaksi manusia yang mengunakan simbol-simbol, mereka tertarik pada cara manusia mengunakan simbol-simbol yang mereprentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran symbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi social.

Bahasa tergantung pada apa yang disebut Mead sebagai simbol signifikan , atau simbol-simbol yang memunculkan makna yang sama bagi banyak orang. Sama seperti penggunaan bahasa yang digunakan *Freelance* Creativ Angel, mereka menggunakan bahasa yang berbeda-beda. Beberapa dari mereka cenderung menggunakan bahasa indonesia namun terlihat medok suroboyoan, ada juga yang menggunakan bahasa jawa seperti bahasa suroboyoan yang sering mereka gunakan dalam keseharian. Sehingga dalam proses komunikasi, komunikator dan komunikan harus bisa menyesuaikan penggunaan bahasa yang mereka gunakan. Karena usia dan lingkungan sangat berpengaruh

[1] Dedi Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2002) hal 68-70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam penggunaan bahasa seseorang. Ketika manusia tersebut mengendaki untuk berkomunikasi dengan sesamanya, maka dia akan memakai sebuah bahasa yang memang biasa digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi.

Pikiran juga berkembang dari proses interaksi. Terutama interaksi dengan lingkungan yang dalam hal ini adalah interaksi dengan sesama teman yang menurut peneliti mempunyai keasamaan dalam *style* cara berpenampilan saat datang ditempat meeting. Seperti yang diamati peneliti diwaktu yang berbeda. Mereka memperlihatkan gestur memulai pertemanan dengan mengomentari penampilan rekan kerjanaya pada saat datang meeting. Bahkan saat ada perbedaan *style* diantara *freelance,* mereka cenderung mengekspresikan pertemanan hanya sekedar formalitas kerja. Jadi tidak murni mereka menjalin hubungan dengan teman baru melainkan hanya sekedar saat berada pada satu projek *event* di Creativ Angel.

Ciri khas pikiran adalah kemampuan individu "untuk tidak sekedar membangkitkan respon orang lain dari dalam diri sendiri, namun juga respon katakanlah, komunitas secara keseluruhan. Inilah yang memberi individu apa yang kita sebut dengan "pikiran". Realisasi teori dengan fenomena yang diteliti berupa jam tangan merupakan aksesoris pelengkap akhir, khususnya bagi para *freelance*. Karena orang yang menggunakan jam sendiri dalam komunikasi artifaktual dapat mengandung makna atau kesan sudah mempersiapkan segalanya dengan rapi, termasuk dalam hal berpakaian sendiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam Perusahaan Creative Angel Event Communication Surabaya kebanyakan pelaku freelance menggunakan jam tangan, dan narasumber mengaku bahwasanya jam merupakan aksesoris yang sangat penting. Peneliti mengasumsikan bahwasanya komunikasi artifaktual akan terjadi saat bertemu dengan klien. Saat bertemu klien narasumber tidak mugkin akan mengeluarkan hand phone atau bermain hand phone hanya untuk melihat waktu, jadi untuk meningkatkan rasa sopan dan menghormati klien maka dari itu jam tangan sangat membantu untuk memberikan pesan artifaktual terhadap klien. Hal ini menunjukkan bahwasanya konsep diri pada teori interaksionisme simbolik relevan dengan masalah sosial yang terjadi pada pekerja freelance Perusahaan Creativ Angel Surabaya.

Pemikiran-pemikiran Mead secara umum, dan khususnya tentang pikiran, melibatkan gagasannya tentang pentingnya konsep diri, yaitu kemampuan seseorang menjadikan dirinya sendiri sebagai objek. Diri adalah kemampuan khas untuk menjadi subjek sekaligus objek. Perilaku komunikasi pekerja freelance Perusahaan Creativ Angel Surabaya adalah sebagai objek sekaligus subjek dalam melakukan sebuah komunikasi. Komunikasi non verbal atau komunikasi artifaktual ini dilakukan oleh pekerja freelance sebagai subjek sekaligus sebagai objek dari hal yang ia lakukan pada dirinya sendiri.

Seperti halnya pekerja freelance yang berkerja di Perusahaan Creative Angel Event Subaya menuntut pekerjanya untuk memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gaya atau potongan rambut yang rapi. Karena rambut dapat menunjukkan seseorang lebih terlihat dewasa dan lebih terlihat dominan. Dengan gaya rambut yang rapi meliki pesan artifaktual tentang profesionalisme bekerja maka akan membuat klien lebih nyaman saat berdiskusi, rapat ataupun saat event yang diadakan berlangsung.

Bagi Mead istilah masyarakat berarti proses sosial terus-menerus mendahului pikiran dan diri. Karena arti pentingnya bagi pembentukan pikiran dan diri, masyarakat jelas menempati posisi sentral dalam pemikian Mead. Baginya masyarakat mempresentasikan serangkaian respon terorganisasi yang diambil oleh individu dalam membentuk “me”.

Jika dikaitkan lebih dalam lagi maka adanya sebuah komunikasi artifaktual yang terjadi saat bekerja freelance di Perusahaan Creativ Angel Surabaya itu terjadi karena adanya pengembangan dari pemikiran-pemikiran yang dibentuk oleh sebuah klien dan juga terjadi karena adanya factor dorongan dari pimikiran dan diri (mind and self). Klien mengaggap ketika penampilan *freelance* yang ditugaskan untuk memegang projek mereka peracaya bahwa ketika mereka suda berpenampilan menarik akan mepunyai kreatifitas yang sangat banyak untuk mengkonsep sebuah acara yang akan diadakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perilaku Komunikasi *Freelance* Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya.

   Perilaku komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kajian terhadap perilaku komunikasi sebagai tindakan atau perbuatan baik itu berupa verbal maupun nonverbal yang ada pada tingkah laku *freelance* di Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya. Dalam perilaku komunikasi verbal *freelance* Perusahaan Creativ Angel Event Communication Surabaya dalam hal ini adalah lisan dan tulisan.

   Setiap *freelance* yang datang ke Creativ Angel mempunyai karakteristik berbeda-beda termasuk dalam hal bahasa. Bahasa lisan *freelance* Perusahaan Creativ Angel memiliki karakteristik berbeda-beda, Penggunaan istilah crew untuk *freelance* yang sedang mengerjakan projek Creativ Angel.

   Perilaku komunikasi nonverbal *Freelance* Creativ Angel Event Communication Surabaya meliputi gaya berpakaian *Freelance* saat berada di Creativ Angel Event Communication Surabaya, gaya rambut sebagai media artifaktual, dan jam tangan. Pemilihan Gaya Bahasa yang Segmentatif

2. Motivasi *Freelance* Memilih Creativ Angel

Motivasi *Freelance* lebih memilih Creativ Angel Event Communication dari pada *Event Organizer* (EO) lain di Surabaya antara lain karena prospek yang ada di Creativ Angel, Pengalaman di Creativ Angel, dan pendidikan yang di dapat dari Creativ Angel Event Communication yang sangat bisa diterapkan mahasiswa dibidang apapun dalam pekerjaan.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat baik secara praktis maupun secara teoritis. Penelitin ini sangat jauh dari kesempurnaan, akan tetapi berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat disajikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi pihak Creativ Angel, diharapkan dapat lebih mensejahterakan karyawannya terutama *freelance.* Supaya *image* Creativ Angel salalu baik dikalangan *freelance*.

2. Bagi pekerja *freelance,* diharapkan lebih cermat dalam memahami setiap jobdis atau intruksi tambahan dari atasan. Untuk yang sudah lebih dari satu tahun lebih bersemangat untuk mengawal *freelance* yang baru untuk menjadi pekerja yang selalu displin dan berpakaian baik dan sopan saat pra*event* sampai pasca*event*.

3. Saran bagi program studi Ilmu Komunikasi. Diharapakan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi salah satu kajian pustaka atau literatur bagi penelitian selanjutnya.