BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi adalah proses penyampaian sesuatu yang mengandung arti, lewat media ataupun tidak, yang berupa gagasan/ide/perasaan/ pernyataan dalam upaya mempengaruhi orang lain agar bertindak sesuai dengan apa yang dikehendaki.[1] Kegiatan komunikasi memilki tujuan yaitu untuk membuat pihak yang diajak berkomunikasi menuruti apa yang komunikator kehendaki. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan berkomunikasi maka seseorang dapat mempengaruhi orang lain, tidak hanya itu komunikasi juga bahkan dapat mempengaruhi banyak orang. Karena kegiatan komunikasi dapat menggunakan media komunikasi yang berupa mesin canggih yang memungkinkan komunikator dapat menyampaikan pesanya kepada komunikan yang lebih banyak. Pengguna mesin-mesin cangih untuk berkomunikasi itulah yang disebut dengan media massa.

Media massa dalam suatu kegiatan komunikasi telah menjalankan peran sebagai seorang komunikator dan komunikanya adalah penonton. Komunikasi yang dilakukan adalah jenis komunikasi massa, atau komunikasi yang komunikanya banyak orang. Karena komunikannya yang banyak itu, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa hanya dengan memilki

[1] Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: Laboratorium PPAI, 1992). Hal. 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

media massa maka seseorang telah menggenggam Dunia. Karena itulah dunia media massa sangat penuh dengan tantangan dan banyak orang yang ingin bekerja di dalamnya.

Terdapat banyak media massa atau stasiun televisi di Indonesia, namun ada salah satu stasiun televisi yang menarik yaitu Metro TV, menurut penulis MetroTV telah menempatkan dirinya sebagai pendukung dan pemberi inspirasi terdepan untuk pemuda Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa program-program yang ditayangkanya seperti *stand up comedy, kick andy, mario teguh golden ways*. Tidak ketinggalan pula salah satu hal yang paling menonjol dari MetroTV adalah program-program beritanya yang selalu terdepan dan terbaik. Kesuksesan yang telah diraih oleh Metro TV dalam merebut hati pemirsa Indonesia itu tidak terlepas dari etos kerja para karyawan yang ada di dalamnya, salah satu hal yang menjadi faktornya adalah kedisiplinan dan komunikasi yang baik yang dibangun oleh para karyawan Metro TV Jatim.

Hubungan intim yang terjalin antar karyawan telah menjadikan atmosfir kerja menjadi lebih nyaman dan kondusif, hubungan intim ini terjalin akibat komunikasi antar pribadi yang dibangun sangat baik. Oleh karena derajat hubungan antar pribadi turut berpengaruh terhadap keleluasaan dan kedalaman informasi yang dikomunikasikan, sehingga memudahkan perubahan sikap. Semakin banyak komunikator mengetahui

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

pihak satu sama lain, maka semakin banyak karakter antar pribadi yang terbawa di dalam komunikasi tersebut.

Yang disebut sebagai komunikasi interpersonal yang efektif adalah apabila pesan yang diterima oleh komunikan dapat dipahami dengan baik dan sesuai dengan apa yang tengah dimaksudkan oleh pihak komunikator, dan kemudian pihak komunikan akan memberikan umpan balik yang berupa tindakan yang datang dari komunikan akibat rangsangan pesan dari komunikator. Dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal dikatakan efektif, apabila memenuhi tiga persyaratan utama, yaitu: (1) pesan yang dapat diterima dan dipahami oleh komunikan sebagaimana dimaksud oleh komunikator; (2) ditindak lanjuti dengan perbuatan secara sukarela, (3) meningkatkan kualitas hubungan antar pribadi.[2]

Seseorang yang sering bertemu dan bertatap muka dengan orang yang ada di lingkungan yang bersifat tetap seperti terikat dalam suatu pekerjaan, maka seseorang membutuhkan cara berkomunikasi yang baik dan efektif dapat membangun *chemistry* di dalam pekerjaan yang dijalankan di perusahaan atau instansi itu dapat menjalankan pekerjaan tersebut dengan lancar. Karena ketika bekerja di suatu perusahaan seseorang akan bertemu dan bergaul dengan rekan kerjanya yang memilki latar belakang yang berbeda satu sama lain.

[2] Suranto. Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hal. 77-78

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

Adapun tersebut juga terjadi di kantor televisi MetroTV Jatim yang berada di Jl. Ketampon Ruko Permata Bintoro kav 118-123 Surabaya. Para karyawan yang bekerja di tempat ini sangatlah beragam karena berasal dari daerah yang berbeda, setiap karyawan juga memilki latar belakang pendidikan yang berbeda pula. Segala perbedaan yang ada tersebutlah yang kemudian pasti akan memunculkan gesekan-gesekan pendapat atau ideologi diantara karyawan. Namun di Metro TV Jatim gesekan-gesekan dalam komunikasi tersebut tidaklah membuat hubungan karyawan menjadi buruk.

Di kantor Metro TV ini komunikasi berlangsung sangat ringan dan menyenangkan. Berdasarkan pengalaman bersama yang dialami oleh penulis dan karyawan Metro TV Jatim, penulis mendapatkan beberapa simbol-simbol kedekatan yang baik diantara para karyawan. Diantara simbol tersebut adalah sikap saling merasakan, dimana hal tersebut dialami penulis ketika menyaksikan karyawan membuat sebuah sumbangan kematian untuk salah satu keluarga karyawan yang meninggal. Hal tersebut mengindikasikan adanya sebuah simbol kekeluargaan yang sangat erat diantara mereka. Bahkan selama pengalaman bersama karyawan Metro TV Jatim penulis tidak pernah menyaksikan terjadi pertengkaran atau perselisihan yang membuat pekerjaan karyawan menjadi berantakan.

Kedekatan hubungan yang terjalin diantara mereka tentu berhubungan dengan komunikasi yang baik, komunikasi yang baik

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

terbangun tentu tidak muncul begitu saja, ada hal-hal yang mendukung terbentuknya komunikasi tersebut. Hal tersebutlah yang disebut dengan komunikasi efektif, komunikasi efektif adalah sebuah komunikasi yang disampaikan dengan baik oleh komunikator, dan dapat diterima dengan baik oleh komunikan, sehingga cepat menimbulkan timbal balik dari pihak komunikan. Komunikasi efektif tersebut dapat dicapai dengan lima hukum komunikasi efektif yaitu REACH. REACH adalah merupakan lima hukum komunikasi efektif dalam komunikasi interpersonal. Kelima hukum tersebut meliputi *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble*.

Respect ialah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. *Empathy* adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. *Audible* adalah dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik, pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. *Clarity* kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. *Humble* adalah sikap rendah hati, pengendalian diri serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.[3] Untuk mengetahui apakah karyawan MetroTV Jatim menjalankan konsep komunikasi tersebut dalam dunia kerja yang dijalankanya. Hal tersebutlah yang kemudian membuat penulis membuat judul skripsi yang berjudul "Konsep REACH Dalam Membangun Komunikasi Antar Pribadi di Metro TV Jatim".

[3] Suranto. Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hal. 80-82

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. Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi antar pribadi karyawan Metro TV Jatim dalam konteks REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble)* ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui konsep REACH yang dijalankan oleh karyawan dalam komunikasi antar pribadi di MetroTV Jatim.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini akan berguna untuk massa depan dalam bidang keilmuan. Karena mungkin saja dengan adanya penelitian ini maka akan muncul teori-teori baru yang berhubungan dengan fenomena komunikasi dalam sebuah organisasi.

2. Praktis

Dengan adanya penelitian ini maka dapat dijadikan pedoman ketika bekerja di suatu tempat maka seseorang harus memahami bahwa kita akan bertemu dengan berbagai macam orang dengan berbagai macam latar belakang yang berbeda. Maka seseorang harus dapat menyesuaikan diri dengan menjalin komunikasi yang efektif agar saat kita bekerja segalanya menjadi lebih mudah dan berjalan dengan lancar atau tanpa hambatan.

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

E. Kajian Terdahulu

1. Penelitian ini ditulis oleh Mohammad Mahrus, Mahasiswa Fak. Dakwah jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan judul Komunikasi Interpersonal mekanik dan pembalap dalam membangun prestasi di team Yamaha Trijaya MBKW2. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan Interaksi simbolik yang berguna untuk menggambarkan dan memaparkan secara jelas data tentang komunikasi interpersonal mekanik dan pembalap di team Yamaha Trijaya Mbwk2.

   Dari hasil penelitian yang ditulis oleh Mohammad Mahrus ini ditemukan bahwa, (1) proses komunikasi interpersonal di team Yamaha Trijaya Mbwk2 melalui tahap perkenalan kemudian dilanjutkan dengan tahap keterlibatan dengan cara sering bertemu maupun dengan menggunakan media sosial secara intens dan terus-menerus, (2) terdapat hambatan-hambatan antara mekanik dan pembalap dalam proses komunikasi interpersonal di team Yamaha Trijaya Mbwk2.

   Perbedaan antara penelitian dari Mohammad Mahrus dengan penelitian yang coba dilakukan oleh penulis adalah pada persoalan yang coba digali. Pada penelitian Mohammad Mahrus persoalan yang hendak digali pada point kedua adalah hambatan-hambatan yang mempengaruhi proses komunikasi interpersonal mekanik dan pembalap di team Yamaha Trijaya Mbwk2, sedangkan pada 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

penulis persoalan yang coba digali adalah bagaimana karyawan MetroTV Jatim menjalankan konsep REACH pada komunikasi interpersonal yang dilakukan dalam kegiatan kerja.

2. Penelitian ini ditulis oleh Nisful Laili, Mahasiswa Fak. Dakwah jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan judul Komunikasi interpersonal antara pendeta dengan jemaat (Studi Pada Gereja Kristen Jawi Wetan Jemaat Waru). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif mengunakan teori *interaksionisme simbolik.* Dari penelitian yang dilakukan didapat bahwa, (1) komunikasi verbal antara pendeta dengan jemaat umumnya menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa. *Shalom* merupakan bahasa verbal yang digunakan untuk kristiani untuk menyapa ketika bertemu dengan jemaat lain, baik didalam ruang ibadah di gereja maupun ibadah rumah tangga, (2) Komunikasi nonverbal antara pendeta dengan jemaat, Berjabat tangan merupakan simbol komunikasi nonverbal yang terjadi baik antar jemaat maupun majelis dengan jemaat.

   Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada subyek penelitian. Sasaran dari subyek penelitian yang dilakukan oleh Nisful Laili tidak memilki intensitas tatap muka yang tetap dan terus-menerus. Berbeda dengan subyek penelitian dari penulis yang adalah merupakan sesama karyawan dari MetroTV Jatim, yang intensitas tatap muka diantara mereka lebih sering, karena dalam seminggu saja

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

waktu kerja dimulai hari senin sampai dengan hari jum'at, dan bisa saja pada hari sabtu dan minggu juga bekerja. Hal tersebut dikarenakan kantor MetroTV Jatim adalah perusahaan yang berupa media massa, jadi jam kerja itu berlaku lebih padat.

F. Definisi Konsep

1. Konsep REACH

Dalam kehidupan sehari-hari kegiatan komunikasi sangatlah penting untuk diperhatikan, karena apabila dalam kehidupam kita tidak dapat menjalankan komunikasi yang efektif maka kehidupan kita dapat terganggu. Contohnya ketika seseorang berkeinginan menyatakan perasaannya kepada orang yang lain, maka orang tersebut harus mengetahui bagaimana sesungguhnya cara yang tepat untuk menyampaikan perasaanya tersebut agar tidak terjadi kesalahfahaman. Dalam buku *Make Yourself A Leader* (2000), Prijosaksono dkk menyebutkan lima indikator atau lima hukum komunikasi yang efektif(*The 5 Inevitable Laws of Effective Communication*), yang diringkas REACH(*Respect, Empathy, Audible, Clarity,* Humble.[4]

Keefektifan komunikasi interpersonal dapat pula dijelaskan dari perspektif *The 5 Inevitable Laws of Effective Communication* atau lima hukum komunikasi efektif. Lima hukum tersebut antara lain meliputi *Respect*, *Empathy*, *Audible*, *Clarity*, dan *Humble*, sebagai berikut:

[4] ASM. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*,(www,romlitea.com, 2014), Hal.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

1. *Respect* hukum pertama dalam mengembangkan komunikasi interpersonal yang efektif adalah respect, ialah sikap menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang kita sampaikan. Rasa hormat dan saling menghargai merupakan hukum yang pertama dalam kita berkomunikasi dengan orang lain.
2. *Empathy* adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri kita pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Contohnya janganlah Anda melanggar ketertiban dalam suatu antrian.
3. *Audible* bermakna antara lain: dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik.
4. *Clarity* adalah kejelasan pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Clarity dapat pula berarti keterbukaan dan transparansi.
5. *Humble* adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki.[5]

Dari kelima konsep komunikasi efektif yang telah dijelaskan sebelumnya, apabila dikorelasikan dengan fenomena yang tengah

[5] Suranto. Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hal. 80-82

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

diteliti oleh penulis. Hal ini berarti bahwa bagaimana karyawan MetroTV Jatim menerapkan kelima konsep tersebut dalam komunikasi yang dilakukan dalam ruang lingkup pekerjaan. Konsep tersebut dapat berupa sikap atau tindakan yang mengindikasikan konsep tersebut, seperti (1) saling menghargai terhadap perbedaan pendapat yang pasti ada ketika melaksanakan pekerjaan, (2) saling merasakan beban karyawan lain walaupun tidak satu divisi, dengan ikut berperan mencari solusi terhadap kesulitan yang sedang dihadapi karyawan lain, (3) dalam pekerjaan karyawan dituntut tidak hanya mendengarkan namun juga dituntut harus dapat berkomunikasi yang baik dengan orang lain, dengan cara berkomunikasi yang baik sesuai dengan kapasitas komunikanya, (4) karyawan harus bisa berkomunikasi dengan cara atau bahasa yang jelas, sehingga tidak terjadi kesalahfahaman diantara karyawan lain, (5) dan yang terakhir, karyawan harus memilki rasa rendah hati, dengan selalu berusaha menghargai oranglain apapun keadaan orang tersebut, dapat mengendalikan diri sesuai dengan situasi dan kondisi.

2. Membangun

Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan tentang pengertian membangun artinya adalah membuat bentuk, mendirikan: ~ rumah; ~ jembatan.[6] Dari pengertian yang dijelaskan sebelumnya

[6] *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2011), Hal. 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

mengenai kata membangun, maka dapat diambil kesimpulan bahwa membangun dapat diartikan sebagai suatu kegiatan membina atau menjalankan sesuatu secara konstan tentang suatu hal. Membangun memiliki tujuan pendek dan mungkin juga tujuan untuk jangka panjang atau terus-menerus, jadi membangun juga dapat diartikan menjaga atau menjalin.

3. Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi (interpersonal communication) merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara organisasi maupun kerumunan orang.[7] Komunikasi interpersonal ini terjadi bila berkomunikasi dengan oranglain atau seseorang dengan sejumlah orang, baik dilakukan secara verbal, non verbal maupun vokal.[8] Tidak hanya itu komunikasi antar pribadi dapat dikatakan adalah suatu komunikasi yang penting yang harus dilakukan dalam kehidupan sosial, karena besar pengaruhnya terhadap efektifitas komunikasi yang dilakukan. Komunikasi ini biasanya dilakukan seseorang yang memilki ikatan situasi atau keadaan yang sama, sehingga memungkinkan mereka untuk sering bertemu dan berinteraksi.

---

[7] .Wirayanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), Hal.32

[8] Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi/ Diktat Kuliah,* (Surabaya: Laboratorium PPAI Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 1992), Hal. 85

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 definisi sebelumnya yang telah dijelaskan, terdapat hal yang tidak kalah pentingnya dalam komunikasi antar pribadi yaitu ciri-ciri komunikasi antar pribadi, antara lain: (1) spontanitas, terjadi sambil lalu dengan media utama adalah tatap muka, (2) tidak memilki tujuan yang ditentukan terlebih dahulu, (3) terjadi secara kebetulan diantara para peserta yang identitasnya kurang jelas, (4) mengakibatkan dampak yang disengaja dan tidak disengaja, (5) kerap kali berbalas-balasan, (6) mempersyaratkan paling sedikit dua orang dengan hubungan yang bebas dan bervariasi, ada keterpengaruhan, (7) harus membuahkan hasil, (8) menggunakan lambang-lambang yang bermakna.[9]

4. Metro TV Jatim

PT Media Televisi Indonesia merupakan anak perusahaan dari Media Group, suatu kelompok usaha media yang dipimpin oleh Surya Paloh, yang juga merupakan pemilik surat kabar Media Indonesia. PT Media Televisi Indonesia memperoleh izin penyiaran atas nama "MetroTV" pada tanggal 25 Oktober 1999. Pada tanggal 25 November 2000, MetroTV mengudara untuk pertama kalinya dalam bentuk siaran uji coba di 7 kota. Pada awalnya hanya bersiaran 12 jam sehari, sejak tanggal 1 April 2001, MetroTV mulai bersiaran selama 24 jam. Dari awalnya memulai operasi dengan 280 orang karyawan, saat ini

[9] Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Bandung: P.T Citra Aditya Bakti, 1997), Hal. 13

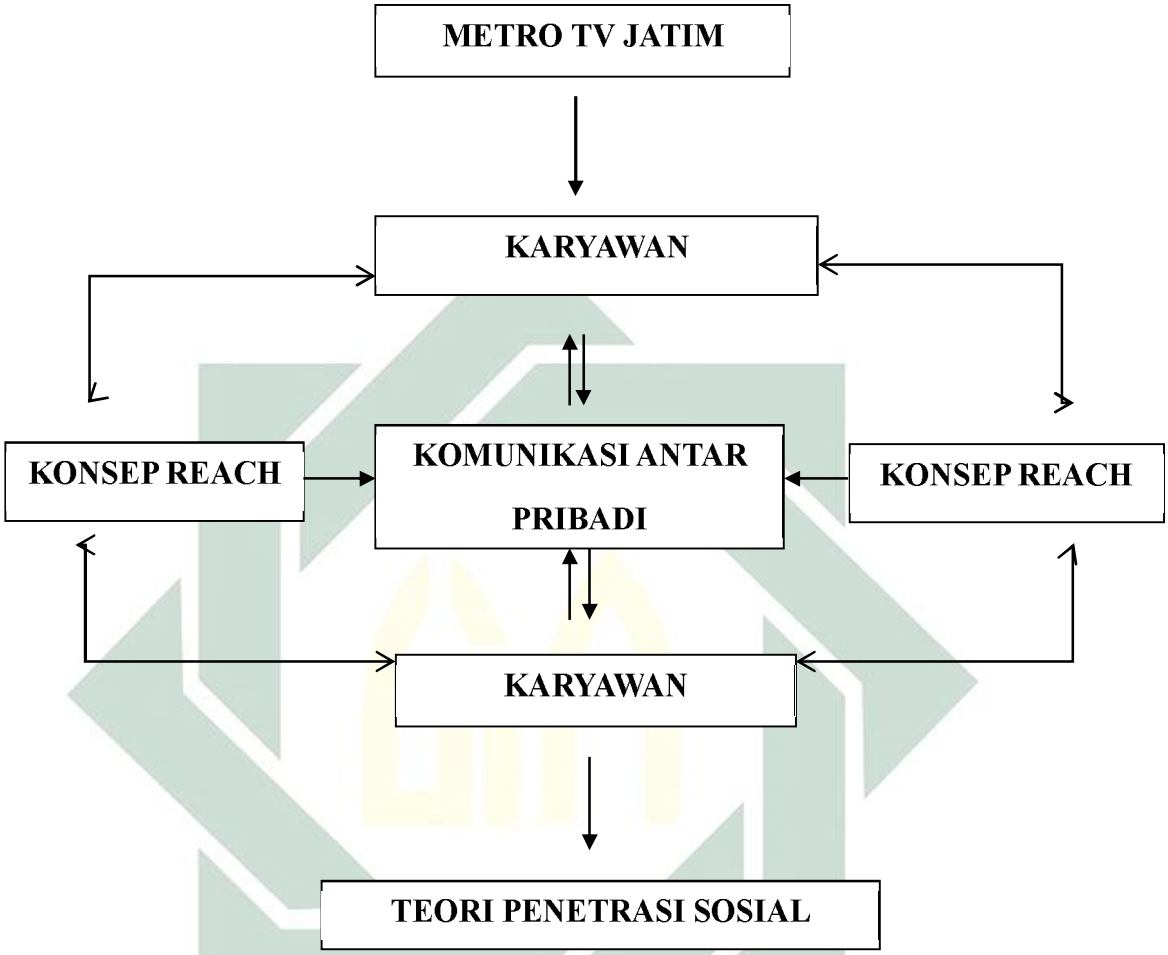
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

MetroTV mempekerjakan lebih dari 900 orang, sebagian besar di ruang berita dan daerah produksi.

Setelah siaran MetroTV Nasional, kemudian PT Media Televisi Indonesia yang telah menayangkan program siaran untuk beberapa daerah di Indonesia ini kemudian mencoba lebih dekat dengan pemirsanya di Jawa Timur dengan mendirikan sebuah stasiun televisi MetroTV Jawa Timur yang khusus mengudara untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Jawa Timur. Kantor MetroTV Jawa Timur ini sesungguhnya telah berdiri sejak lama namun masih berstatus sebagai biro MetroTV untuk wilayah Jawa Timur, kemudian baru pada tahun 2009 sudah berubah status menjadi stasiun televisi karena telah memilki program sendiri khusus penonton Jawa Timur. Kantor yang berada di jl. Ketampon ruko permata bintoro kav 118-123 surabaya ini adalah sebuah ruko yang terdiri dari empat lantai ini telah menayangkan program untuk masyarakat Jawa Timur yakni di beberapa wilayah, antara lain: Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan.

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

G. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan tersebut menunjukkan bahwa karyawan yang bekerja di MetroTV Jatim menggunakan konsep REACH dalam membangun kedekatan satu sama lain dalam proses komunikasi antar pribadi. Hal tersebut akan memberikan dampak terhadap perkembangan hubungan mereka yaitu mulai dari kenal sampai dengan intim atau dekat, karena ketika seseorang sudah dekat maka orang tersebut akan saling memahami dan menerima satu sama lain. Hal teresbut karena konsep REACH yang

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

digunakan membuat komunikasi antar pribadi yang dijalin menjadi lebih efektif atau mengena terhadap pihak yang menjalankanya tersebut.

Komunikasi antar prbadi yang dibangun melalui pendekatan komunikasi dengan menerapkan konsep REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*) dengan tujuan utama menjalin kedekatan (*proximity*) akan berproses sangat baik. Perkembangan hubungan yang berjalan mualai dari awal pertemuan sampai dengan saat ini akan berkembang sangat baik dan dalam, sesuai dengan yang telah dijelaskan dalam *Teori Penetrasi Sosial*. *Teori Penetrasi Sosial* adalah bahwa dalam hubungan antar pribadi selalu terjadi penyusupan sosial, ketika seseorang baru berkenalan dengan seseorang yang lain, seseorang sebenarnya mulai dengan suatu suasana yang tidak akrab, namun setelah proses hubungan terus berlanjut maka situasi hubungan mulai berubah menjadi lebih akrab.[10]

Teori yang disusun oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor ini, merupakan salah satu karya penting dalam perjalanan panjang penelitian bidang perkembangan hubungan (*relationship development*). Teori pertama dari Altman dan Taylor ini disusun berdasarkan suatu gagasan yang sangat populer dalam tradisi sosiopsikologi yaitu ide bahwa manusia membuat keputusan didasarkan atas prinsip “biaya” (*cost*) dan “imbalan” (*reward*). Dengan kata lain, jika untuk mencapai atau meraih sesuatu membutuhkan biaya besar maka orang akan berpikir dua kali sebelum

[10] Alo Liliweri. *Komunikasi Antarpribadi*, (Bandung: P.T Citra Aditya Bakti, 1997), Hal. 53

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

melakukanya. Jika hasil yang akan diperoleh dari sesuatu yang akan diraih itu memberikan imbalan yang besar maka orang akan melakukanya walaupun biayanya juga besar. Setiap keputusan adalah keseimbangan antara biaya dan imbalan ini. Bila kita menerapkan prinsip ini pada interaksi manusia, maka kita melihat pada suatu proses yang disebut dengan "pertukaran sosial" (*social encharge*). [11]

Karyawan Metro TV Jawa Timur juga pasti mengalami hal sama, pada awal mereka bekerja mereka tidak saling mengenal, namun secara perlahan mereka melakukan pendekatan komunikasi dimulai dengan menyapa, dari menyapa satu sama lain dengan karyawan, hubungan menjadi semakin dekat, setelah lebih dekat maka mereka akan memulai berbincang, setelah sering berbincang dan merasa nyaman dengan karyawan lain, maka hubungan akan menjadi semakin dekat lagi. Kedekatan yang terbentuk tersebut dapat dilihat dengan keterbukaan antara karyawan satu dengan yang lain, mereka semakin nyaman dalam berbagi berbagai hal, misalnya saja saat istirahat makan siang, kegiatan berbincang berbagi masalah kesulitan pekerjaan. Tidak hanya itu mereka akan semakin peka terhadap karyawan lainya, problematika rekan kerja akan menjadi problematikanya. Kedekatan tersebut semakin berkumpul membentuk sebuah hubungan yang semakin intim selayaknya sebuah keluarga dalam lingkungan pekerjaan.

[11] Morrisan, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP, 2013), Hal. 296

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

Hubungan erat yang terjalin dari proses konsep REACH yaitu saling *menghargai*, *memahami*, *dapat berkomunikasi dengan baik/Audible*, *perhatian*, dan *rendah hati* di antara pelaku komunikasi tersebut menghasilkan teori penetrasi sosial. Hal tersebut kemudian membuat komunikasi berjalan dengan baik dan lancar, dan kemudian berpengaruh terhadap pekerjaan yang dijalankan menjadi lancar pula.

H. Metode Penelitian

Metode berasal dari Yunani, *methodos*, yang berarti cara atau jalan. Sehubungan dengan upaya ilmiah, maka metode menyangkut masalah cara kerja, yaitu cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan.[12] Sedangkan penelitian itu sendiri bermakna usaha untuk menemukan sesuatu yang dilakukan dengan menggunakan metode-metode ilmiah. Sebagai suatu proses, yaitu serangkaian langkah-langkah yang dilakukan secara terencana dan sistematis guna mendapatkan pemecahan masalah dan jawaban atas pertanyaan tertentu dan dapat dipertanggung jawabkan.[13] Dari pernyataan tersebut, metode penelitian dapat diartikan mengemukakan secara teknis tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian.[14]

---

[12] Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat Edisi Ketiga*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hal. 7.
[13] Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, *Pengantar Metode Penelitian Kualtitatif*, (Surabaya: Unesa University Press, 2009), hal. 4.
[14] Noeng Muhadjir, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1994), hal. 3.

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. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan ini menggunakan *pendekatan Interaksionisme simbolik*, Pendekatan Interaksi Simbolik berasumsi bahwa pengalaman manusia ditengahi oleh sebuah penafsiran. Orang dalam situasi tertentu sering mengembangkan definisi bersama karena mereka secara teratur berhubungan dan mengalami pengalaman bersama.[15]

Pendekatan interaksi simbolik ini muncul dari pengalaman yang telah dialami oleh penulis bersama dengan karyawan Metro TV Jatim, menurut penulis karyawan ini memiliki lingkungan yang berbeda dengan lingkungan kerja di tempat lainya. Mereka memiliki kedekatan yang sangat intim dan koordinasi yang baik diantara semua karyawan. Tidak hanya dengan sesama karyawan, karyawan juga menerapkan hal yang sama dengan beberapa pihak yang berada disekitar Metro TV Jatim ini diantaranya adalah peserta magang dan pegawai kantor lain disekitar kantor Metro TV Jatim.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghadirkan pendekatan lebih subyektif. Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen.[16]

---

[15] Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009), Hal. 19-20

[16] Noeng Muhadjir, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1994), hal. 3.

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. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

   a. Subyek Penelitian: Karyawan di Metro TV Jatim.

Penelitian ini akan mengambil informan sebanyak 6 orang karyawan yang ada yang terdiri dri berbagai divisi di Metro TV Jatim. Diantara karyawan yang menjadi subyek dari penelitian ini antara lain dari divisi MCR, *Traffic*, Tehnik, Presenter Program, *Security*, Petugas Kebersihan. Terdapat kriteria khusus yang harus dimiliki seorang informan untuk dapat sesuai dengan penelitian ini antara lain :

1. Informan dapat berkomunikasi dengan baik terhadap lawan komunikasinya
2. Informan adalah seseorang yang aktif dan sering bersosialisasi dengan sesama karyawan Metro TV Jatim
3. Informan memilki pekerjaan yang hubungannya dengan pekerjaan lainya, sehingga menuntut adanya komunikasi yang aktif setiap harinya
4. Informan termasuk pekerja yang aktif dalam pekerjaan yang dijalankanya
5. Informan memiliki banyak relasi di dalam kantor
6. Waktu luang atau istirahat dan diluar jam kerja kantor, Informan masih berkomunikasi dengan pegawai lainya.

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. Obyek Penelitian: komunikasi antar pribadi antara karyawan dengan sesama karyawan di Metro TV Jatim dalam konsep REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*).

c. Lokasi Penelitian: MetroTV Jatim

Kantor yang berada di Jl. Ketampon Ruko Permata Bintoro kav 118-123 Surabaya ini telah menayangkan program untuk masyarakat Jawa Timur yakni di beberapa wilayah, antara lain: Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan. Sesungguhnya terdapat banyak media massa atau stasiun televisi di Indonesia, namun ada salah satu stasiun televisi yang menarik menurut penulis yaitu Metro TV, karena menurut penulis MetroTV telah menempatkan dirinya sebagai pendukung dan pemberi inspirasi terdepan untuk pemuda Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa program-program yang ditayangkanya seperti *stand up comedy, kick andy, mario teguh golden ways dst.* Tidak ketinggalan pula salah satu hal yang paling menonjol dari MetroTV adalah program-program beritanya yang selalu terdepan dan terbaik.

Beberapa program yang ditayangkan di Metro TV menjadi salah satu program yang ditunggu oleh masyarakat, diantara program tersebut yaitu Mario teguh Golden Ways, Kick Andy, StandUP Comedy, dan prgram berita. Tidak hanya itu Metro TV

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

juga menjadi stasiun televisi yang menyajikan hasil *Quick Count* paling mendekati akurat pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yang baru saja diselenggarakan. Hal tersebut membuktikan bahwa MetroTV sangat berkompeten dalam menyajikan informasi untuk masyarakat Indonesia. Kesuksesan tersebut menjadi bukti bahwa para pegawai yang bekerja memilki etos kerja yang baik, dan etos kerja yang baik itu tentu berhubungan pula dengan komunikasi yang baik antara sesama karyawan. Hal tersebutlah yang membuat penulis kemudian begitu tertarik untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang dijalankan oleh para karyawan yang bekerja dalam naungan Metro TV.

Penulis kemudian memutuskan untuk melakukan penelitian di Metro TV Jatim yang adalah merupakan tempat penulis melakukan kegiatan magang sebelumnya, tempat tersebut begitu melekat pada diri penulis karena telah membarikan banyak pengetahuan serta pengalaman berharga kepada penulis. Selain itu penulis juga telah meyaksikan sendiri bagaimana suasana bekerja di Metro TV Jatim, penulis mengalami interaksi dengan para pegawai yang bekerja di tempat tersebut, melihat bagaimana pola komunikasi yang begitu harmonis walaupun berada dalam lingkungan yang heterogen.

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. Jenis dan Sumber Data

Definisi data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan yang menunjukkan fakta. Data kualitatif ialah data yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata.[17]

a. Sumber Data: menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah: *kata-kata*; dan *tindakan*, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan sebagainya.[18] Data tersebut dapat diperoleh melalui pengamatan terhadap bagaimana karyawan Metro TV Jatim saat berkomunikasi misalnya penggunaan bahasa yang digunakan, respon yang ditunjukkan oleh karyawan saat menerima pesan dari karyawan lain, dan bagaimana karyawan meluruskan segala bentuk kesalahfahaman yang terjadi akibat kesalahan dalam penyampaian maupun penerimaan pesan.

b. Jenis data

Berdasarkan jenis dan sumber data, data di bagi dua data primer dan sekunder.

1) Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama yang ada dilapangan, dalam penggalian data

[17] Ikbar, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, (Bandung: Refika Aditama, 2012), hal. 155
[18] Lexy Moleong, *Metodologi PenelitianKualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013) hal. 157

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

ini peneliti banyak menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang, membutuhkan jawaban terkait masalah keberlangsungan program adapun data primer ini diperoleh dengan melihat langsung objek yang diteliti bukan berasal dari pihak lain atau pihak kedua. Jenis Data Primer yang digunakan ialah komunikasi antar pribadi. Data ini akan diperoleh dengan membuat pertanyaan yang berhubungan dengan komunikasi antar pribadi dan berfokus kepada bagaimana karyawan Metro TV Jatim membangun hubungan personal melalui konsep REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*) . Langkah-langkah dalam persiapan dalam penggalian data primer dijelaskan sebagai berikut: a) Pertama-tama penulis akan membuat pedoman wawancara, penulis harus dapat menentukan batasan pertanyaan agar sesuai dengan fokus penelitian, 2) Penulis mempersiapkan peralatan yang akan membantu proses penggalian data primer seperti bulpen, buku catatan, *tape recorder* atau *handphone*.

2) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain biasanya berbentuk informan atau bacaan yang sudah ada. Data ini adalah data tambahan yang akan melengkapi data primer, yang dapat berupa pernyataan

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 sekitar yang sangat dekat aktifitasnya dengan karyawan Metro TV Jatim, seperti peserta magang. Peserta magang adalah salah satu data yang tidak boleh dilupakan, karena aktifitas peserta magang sangat berhubungan dengan aktifitas para karyawan. Profil Metro TV Jatim juga dapat digunakan dalam data sekunder, yang akan melengkapi data-data lain yang telah ada. Selain data profil perusahaan penulis dapat melengkapi data sekunder dengan data yang berupa foto.

4. Tahap-tahap penelitian

a. Pra-lapangan: Merupakan kegiatan sebelum melaksakan penelitian, diantaranya menyusun rancangan penelitian, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menjajaki dan menilai lapangan; memilih dan memanfaatkan informan; menyiapkan perlengkapan penelitian, dan melaksanakan etika penelitian dengan baik.

1. Menentukan objek penelitian sebagai judul penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada awal April 2015, yang akan dilaksanakan di kantor Metro TV Jatim. Tempat ini sangat bersejarah bagi penulis karena merupakan tempat penulis melaksanakan kegiatan magang pada semester 7 kemarin, oleh karena telah

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

memberikan kesan yang menyenangkan ketika melaksanakan kegiatan magang di tempat ini, karena itu penulis sangat bahagia dapat kembali ke tempat ini untuk melakukan kegiatan penelitian. Tidak haya itu tempat ini juga sangat mudah dijangkau karena dekat dengan kampus.

Beberapa kemudahan lain yang akan didapatkan penulis karena melakukan kegiatan penelitian di Metro TV Jatim adalah penulis sudah mengenal beberapa karyawan, sehingga hal tersebut akan lebih memudahkan penulis dalam melakukan penggalian informasi untuk penelitian yang sedang dilaksanakan.

2. Menentukan informan

Informan adalah seseorang yag sangat penting dalam suatu kegiatan penelitian karena dapat memberikan data secara deskriptif mengenai hal yang sedang diteliti. Karena itu tidak berlebihan bila seorang informan memiliki kedudukan yang penting dalam sebuah penelitian.

Sebagai seorang informan terdapat beberapa hal yang harus dimiliki agar informasi yang dicari sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh peneliti. Maka dalam penelitian ini informan yang sangat sesuai adalah

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

karyawan Metro TV Jatim. Tidak hanya itu informan pendukung juga dibutuhkan oleh peneliti, informan pendukung ini adalah seseorang yang bukan termasuk karyawan Metro TV Jatim namun informasi mereka juga sangat penting untuk dijadikan acuan, informan pendukung itu adalah para peserta magang yang membantu pekerjaan para karyawan Metro TV Jatim.

Pada tahapan ini akan dipersiapkan segala macam kebutuhan yang diperlukan guna proses penelitian, misalnya persiapan perizinan, persiapan pertanyaan yang akan diajukan saat wawancara, alat untuk merekam, tempat wawancara, dan perencanaan waktu wawancara.

b. Lapangan: dibagi menjadi tiga bagian, yaitu memahami latar penelitian dan mempersiapkan diri, memasuki lapangan dan berperan serta sambil mengumpulkan data. Karena pengamatan sebelumnya telah dilakukan oleh penulis sejak lama, jadi penulis dapat melangkah ke tahap selanjutnya. Pada tahap awal yaitu persiapan akan dimulai dengan: 1) menentukan informan yang sesuai untuk penelitian ini, 2) mempersiapkan pedoman wawancara sesuai dengan fokus penelitian, 3) kemudian penulis 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

mempersiapkan peralatan yang akan digunakan dalam proses penggalian data, dan 3) selanjutnya adalah mempersiapkan mental penulis dalam melakukan penggalian data. Langkah kedua adalah saat memasuki lapangan yaitu: 1) penulis akan menemui pimpinan yang berwenang memberikan izin penggalian data dalam hal ini adalah Pak Wuriyanto, 2) penulis menunggu waktu yang tepat untuk proses penggalian data, 3) setelah waktu memungkinkan untuk proses penggalian data, maka penulis akan langsung melakukan penggalian data berupa wawancara.

c. Penulisan Laporan: proses ini adalah proses terakhir dalam penyusunan sebuah penelitian, dimana penulis akan mengumpulkan semua data-data baik data primer maupun data sekunder yang didapatkan dari hasil pengamatan, wawancara dan sebagainya. Penulis akan menghimpun semua menjadi satu dan menghubungkan hasil dari data dengan teori yang bersangkutan.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Partisipasi Observasi

Partisipasi observasi atau pengamatan terlibat. Adalah kegiatan mengamati keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya

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

selain pancaindra lain, dengan ikut berperan menjadi subyek penelitian. Oleh karena itu, kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lain. Berperan dalam hal ini adalah dengan menjadi peran yang sama dengan subyek.

Dalam penelitian ini, proses pengamatan telah dilakukan oleh penulis selama kurang lebih 2 bulan. Proses pengamatan dan berperan serta dalam lingkungan penelitian ini telah dilakukan penulis bersamaan dengan masa magang penulis pada semester 7, penulis telah mengamati segala bentuk interaksi yang berupa komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal ini berupa perkataan, mengamati bagaimana cara karyawan berkoordinasi satu sama lain dalam menjalankan pekerjaan, dan mengamati perbincangan diluar konteks pekerjaan. Pengamatan kedua berupa pesan *non verbal*, pesan non verbal adalah berupa tindakan misalnya mimik wajah, nada bicara, dan bahasa tubuh saat berkomunikasi.

b. Wawancara

Ketika penelitian yang dilakukan berupa penelitian kualitatif, maka tehnik yang digunakan adalah teknik

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

wawancara. Wawancara adalah alat yang dipergunakan dalam komunikasi tersebut yang berbentuk sejumlah pertanyaan lisan yang diajukan oleh pengumpul data sebagai pencari informasi (*interviewer*) atau informasi yang dijawab secara lisan pula oleh responden (*interview*).[19]

Wawancara akan dilakukan dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya, berdasarkan pedoman wawancara penulis akan mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan fokus penelitian. Sebelumnya penulis telah menentukan batasan waktu untuk melakukan proses wawancara yaitu sekitar 15 menit untuk setiap informan, dan akan bertanya dengan pertanyaan yang akan membuat informan memberikan jawaban secara deskriptif, karena itu penulis menyusun pedoman wawancara dengan kata "bagaimana?", "seperti apa?", "contohnya seperti apa?" sehingga penulis dapat menggali informasi lebih dalam.

6. Tehnik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis induktif dengan mengembangkan teori. Analisis ini didasarkan kepada peristiwa yang bersifat khusus dari data yang telah didapatkan di

[19] Hadari Nawawi. Martinihadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press, 1995), hal. 119.

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

lapangan, data ini dapat berupa perkataan, perbuatan, dan situasi kondisi saat proses penggalian data berlangsung. Setelah mendapatkan data tersebut, kemudian kita akan menyatukannya menjadi model, konsep, teori, proposisi/definisi.

Metode analisis induktif ini dimulai dengan membaca hasil wawancara secara cermat, sehingga dapat menentukan tema dari hasil wawancara kedalam beberapa kategori. Sesungguhnya maksud umum dari pendekatan induktif memungkinkan temuan-temuan penelitian muncul dari "keadaan umum", kedaan umum yang dimaksud adalah tema yang dominan, yang didapatkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti.[20]Dan langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Untuk memulai analisis ini maka peneliti harus membaca transkrip wawancara secara berulang-ulang kali agar dapat menemukan tema dan kategori secara khusus, setelah menemukan tema khusus tersebut penulis dapat mengembangkan tema khusus tersebut menjadi tema-tema umum sesuai dengan yang dibutuhkan penelitian ini.
2. Tema yang telah didapatkan melalui proses membaca secara berulang ini kemudian dapat digunakan untuk

[20] Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), Hal. 297

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

memfokuskan diri pada temuan yang muncul, dan kemudian dikaitkan dengan penelitian.

I. Sistematika Pembahasan

Setelah proposal penulisan penelitian selesai dan telah mendapatkan persetujuan, kemudian diteruskan dengan pengumpulan data. Tahap selanjutnya adalah proses penulisan laporan penelitian. Untuk mempermudah pelaksanaan penulisan laporan penelitian, maka berikut ini akan diuraikan sistematika penulisannya yang meliputi :

1. BAB I PENDAHULUAN

   Bab ini mengawali seluruh rangkaian pembahasan yang terdiri dari: konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, konseptualisasi dan sistematika pembahasan.

2. BAB II KAJIAN TEORITIS

   Dalam bab ini berisi tentang beberapa artikel yang berkaitan dengan topik penelitian, yaitu hubungan interpersonal dan keakraban. Selain itu, juga membahas tentang kerangka pikir bagaimana teori persepsi terhadap diri pribadi dan teori persespsi terhadap orang lain memandang topik penelitian, yakni komunikasi antar pribadi yang dijalin oleh karyawan.

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. BAB III PENYAJIAN DATA

Bab ini terdiri dari deskripsi subyek penelitian, lokasi penelitian, serta data-data yang diperoleh selama penelitian, dan juga menjawab rumusan masalah.

4. BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini menampilkan analisis data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Pemaparan dalam bab ini berisikan temuan-temuan selama proses penelitian yang selanjutnya dibandingkan dengan teori yang relevan.

5. BAB V PENUTUP

Bagian penutup (bab penutup) sebuah laporan penelitian sebagai satu laporan penelitian, berisikan dua hal yang masuk dalam sub bab yaitu, kesimpulan dan saran.

6. BAGIAN AKHIR

Bagian akhir memuat daftar pustaka dan lampiran.

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