BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN

2.1.Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan dijelaskan beberapa penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu dijadikan suatu perbandingan dan juga tolak ukur untuk penelitian selanjutnya. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung penulisan penelitian ini, antara lain :

Penelitian yang dilakukan oleh Evawani Elysa Lubis, dalam penelitian yang berjudul Peran Humas dalam Membentuk Citra Pemerintah, penelitian berfokus mengenai fungsi dari Humas Pemerintah Provinsi Riau, faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung serta hambatan dalam aktivitas Humas, Media yang digunakan dalam penyebaran informasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Wiwi Widiawati, penelitian ini berjudul Pengaruh Penyebaran Informasi Terhadap Perubahan Sikap Dan Perilaku Pegawai Studi Korelasional di Bagian Humas Setda Pemerintah Kabupaten Pandeglang. Fokus penelitian ini mengacu pada bagaimana kegiatan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Pandeglang.

Penelitian yang dilakukan oleh Elis Widiyawati, berfokus pada komunikasi Humas eksternal dalam pelayanan publik di KORPRI Kelurahan Bugis Kecamatan Samarinda Ulu. Penelitian ini berfokus pada strategi humas yang dilakukan agar masyarakat berlaku komunikatif terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Humas pemerintah.

Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rudolf O. Large, yang mengangkat judul *Communication capability and attitudes toward external communication of purchasing managers in Germany*. Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana kemampuan komunikasi dan sikap terhadap komunikasi eksternal manajer pembelian di Jerman. Bagaimana kemampuan komunikasi dapat mempengaruhi kepuasan dari khalayak eksternal perusahaan.

Referensi penelitian terdahulu berikutnya bersumber dari Mette Morsing dan Majken Schultz yang berjudul *Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies*, hasil dari penelitian ini perlunya komunikasi informal antara manajer perusahaan dengan para stakeholder. Manajer perlu untuk memperluas peran stakeholder dalam proses komunikasi CSR perusahaan jika mereka ingin meningkatkan upaya mereka untuk membangun legitimasi, reputasi positif dan hubungan pemangku kepentingan abadi.

Lalu ada juga penelitian menjelaskan mengenai pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap tingkat kepuasan masyarakat salah satunya adalah dalam penelitian yang ditulis oleh Ardi Perdana S. dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, penelitian tersebut meneliti tentang suatu studi kasus pelayanan di kantor Kecamatan Krembung Kabupaten Krembung Sidoarjo. Penelitian ini mejelaskan tentang pelayanan punlik yang kurang memuaskan dari instansi kepemerintahan khususnya di bidang pelayanan publikkantor Kecamatan Krembung Kabupaten Krembung Sidoarjo, adapun hal hal yang di teliti di dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap tingkat

kepuasan masyarakat dan Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap tingkat kepuasan masyarakat. Adapun penelitian Ardi Perdana S. mempunyai tujuan Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan publik Kantor Kecamatan Krembung dan terhadap tingkat kepuasan masyarakat di wilayah Kecamatan Krembung.

Lalu ada juga penelitian menjelaskan mengenai strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy di Gunung Kelua, Samarinda Ulu, Gn. Kelua, Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur dengan judul strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik. dalam penelitian yang ditulis oleh Hilman Setiawan dari Universitas Mulawarman Samarinda, penelitian tersebut meneliti tentang suatu studi kasus strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik. Penelitian ini mejelaskan tentang strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy untuk mewujudkan peningkatan kualitas pelayanan publik, adapun hal hal yang di teliti di dalam penelitian ini adalah tentang strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy untuk mewujudkan peningkatan kualitas pelayanan publik agar terlaksana secara optimal. Adapun penelitian Hilman Setiawan mempunyai tujuan Untuk mengetahui strategi komunikasi PT. Telkom dalam menangani gangguan speedy sebagai wujud peningkatan kualitas pelayanan publik di kota Samarinda.

Beberapa penelitian terdahulu di atas memberikan masukan terhadap penelitian ini, baik dari segi teori & metode penelitian yang digunakan serta hasil penelitian dari masing-masing penelitian terdahulu.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Teori Pola Komunikasi

Istilah pola komunikasi biasa disebut juga sebagai model tetapi maksudnya sama, yaitu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan.

Pola adalah bentuk atau model (lebih abstrak, suatu set peraturan) yang bisa dipakai untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari sesuatu, khususnya jika yang ditimbulkan cukup mencapai suatu sejenis untuk pola dasar yang dapat ditunjukkan atau terlihat. *(http://id.wikipedia.org)*

Menurut Djamarah (2004), pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam roses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang cepat, sehingga pesan yang dimaksud bisa dipahami. Pola Komunikasi masyarakat terdiri atas beberapa macam yaitu Pola Komunikasi Linear, Pola Komunikasi Sirkuler, Pola Komunikasi Primer dan Pola Komunikasi Sekunder.

2.2.2 Teori Komunikasi Interpersonal

Joseph A.Devito memberikan definisi Komunikasi antar personal sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di antara kelompok kecil oarng-orang, dengan beberapa umpan balik seketika (Effendy, 2000, p.30).

Barlun (1986) mengemukakan Komunikasi interpersonal biasanya dihubungkan dengan pertemuan antara dua orang atau lebih yang terjadi secara spontan dan tidak berstruktur.

Rogers (1998) mengemukakan pula bahwa Komunikasi antar pribadi merupakan Komunikasi dari mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi.Ada beberapa hal yang menyebabkan terjadinya Komunikasi interpersonal. Cassagrade (Liliweri, 1994) menyebutkan beberapa hal penyebab terjadinya Komunikasi interpersonal terjadi karena :

1. Memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kelebihan
2. Ingin terlibat dalam proses perubahan yang relative tetap.
3. Ingin berinteraksi hari ini, dapat memahami pengalaman masa lalu dan mangantisipasi masa depan
4. Ingin menciptakan hubungan baru..

Menurut Effendi, pada hakekatnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan, komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidaknya. Jika ia dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya (Sunarto, 2003, p. 13).

Soemiati (pratikto, 1987), mengemukakan bahwa komunikasi antar pribadi adalah *the sending messeges by one person and the receiving of messegesby another person, or small group of person of persons with some effect and some immediate feedback.* Dari definisi ini tampak bahwa komunikasi antar pribadi terjadi diantara dua orang (diadik) atau dalam suatu kelompok kecil, dalam interaksi tersebut efek dan umpan balik terjadi seketika saat interaksi berlangsung (immediate).

2.2.3 Teori Pelayanan Publik

Menurut Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.Menurut Kotlern dalam Sampara Lukman, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur-unsur kualitas pelayanan merupakan hasil temuan penelitian dari teori kualitas pelayanan ddalam pelayanan Kotlern mencetuskan dimensi servqual. Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuisioner. Teknik servqual dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Servqual memiliki 5 dimensi, diantaranya adalah *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*.

2.3. Kerangka Dasar Pemikiran

Kualitas Pelayanan publik pada dasarnya berhubungan erat dalam aspek komunikasi dan aspek kehidupan sosial yang saling terkait. Dalam kehidupan bernegara, maka pemerintah memiliki fungsi memberikan berbagai pelayanan publik yang diperlukan oleh masyarakat, mulai dari pelayanan dalam bentuk pengaturan ataupun pelayanan-pelayanan lain dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pendidikan, kesehatan, dan lain-lain..

Berdasarkan alasan tersebut peneliti memutuskan untuk menulis penelitian ini dengan judul Hubungan *Interpersonal* untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik (studi kasus di Kantor KOPERTIS Wilayah VII Jawa Timur Surabaya) disini penulis menggunakan tiga teori yang saling berkaitan dan menjadi acuan dalam penelitian ini. Adapaun ketiga teori yang digunakan oleh penulis adalah teori Pola Komunikasi, Teori Komunikasi Interpersonal dan Teori Pelayanan Publik

2.3.1 Pengertian Pola Komunikasi

Pola Komunikasi masyarakat terdiri atas beberapa macam yaitu Pola Komunikasi Linear, Pola Komunikasi Sirkuler, Pola Komunikasi Primer dan Pola Komunikasi Sekunder.

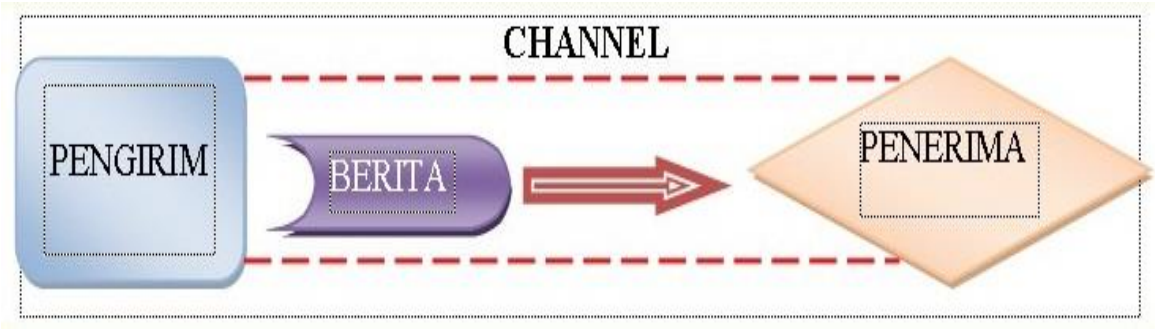
a) Pola Komunikasi linear

Pola komunikasi Linear juga disebut komunikasi satu arah yaitu proses penyampaian pesan dari Komunikator kepada Komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari Komunikan.

Dalam hal ini Komunikan bertindak sebagai pendengar saja.Komunikator aktif menyampaikan pesan tetapi komunikan pasif dalam menerima pesan apapun yang disampaikan komunikator, pesan berlangsung searah dan relative tanpa umpan balik. Komunikasi dianggap suatu proses linear karena di mulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

Model komunikasi linear didirikan oleh Shannon dan Weaver mendukung dan pendukung gagasan komunikasi satu arah. Model ini menggambarkan sumber di salah satu ujung spektrum yang mengkode dan mengirimkan informasi. Pesan dikodekan kemudian berjalan melalui media netral sampai tiba di pikiran peserta lainnya, yang kemudian menerima pesan. Model ini menunjukkan bahwa, pada waktu tertentu selama percakapan atau komunikasi antara orang-orang, hanya satu pihak yang mengungkapkan informasi karena pihak lain secara eksklusif menyerap informasi.

Meskipun pola komunikasi ini mempunyai banyak kelemahan, tapi pola komunikasi ini nantinya akan menjadi inspirasi bagi para ilmuwan komunikasi untuk mengembangkan pola komunikasi modern.



Gambar 1.1 Komunikasi Linear (Satu Arah)

Gambar diatas memperlihatkan pola komunikasi satu arah yang terjadi dalam masyarakat. Misal pada saat menonton televisi, mendengar khotbah, atau pada saat menerima ceramah dalam Upacara Bendera yang tidak memberi kesempatan pada pendengar untuk memberikan tanggapan atau sanggahan.

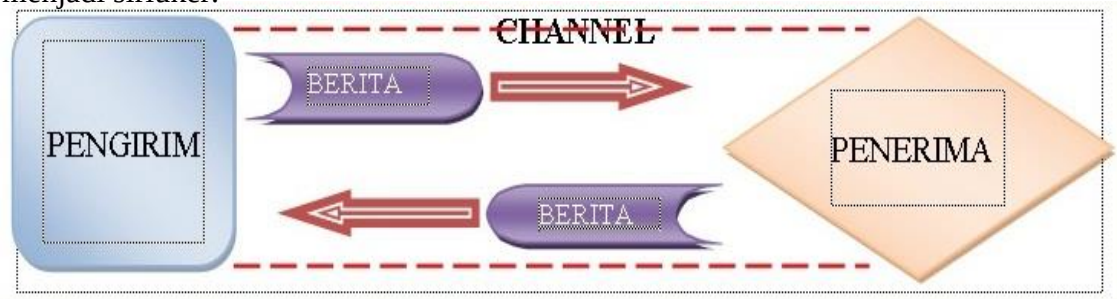
b) Pola Komunikasi Sirkuler

Pola komunikasi sirkuler adalah pola Komunikasi dua arah atau timbal balik (*Two way traffic communication*) adalah komunikator dan komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan tertentu melalui proses komunikasi tersebut, Prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung. (Siahaan, 1991)

Pola komunikasi sirkuler umumnya berangkat dari paradigma antar pribadi, di mana kedudukan komunikator dan komunikan *relative* setara. Munculnya paradigma baru ini merupakan pemisahan dari paradigma yang lama tentang komunikasi yang linear.

Menurut Scrhamm, untuk pertama kalinya ia menggambarkan dua titik pelaku komunikasi yang melakukan fungsi *encoder, interpreter, dan decoder*.Dalam proses sirkuler ini, setiap pelaku komunikasi bertindak sebagai *encoder* dan *decoder*. Ia meng-*encode* pesan ketika menerimanya. Pesan yang

diterima kembali dapat disebut umpan balik, yang tetap ia beri nama *message*. Umpan balik inilah yang telah membuat pola komunikasi atau model linear menjadi sirluker.



Gambar 2.1 Pola Komunikasi Sirkuler(Dua Arah)

Pola komunikasi dua arah dalam masyarakat dapat terjadi ketika seseorang berbincang-bincang dengan salah satu tetangganya yang terjadi tanya jawab dan akan mendapatkan timbal balik dalam suatu komunikasi.

c) Pola Komunikasi Primer

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

Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain , komunikasi adalah proses membuat pesan yang setala bagi komunikator dan

komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Bagian penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1994) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil (terdapat kesamaan makna) apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*) , yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang diperoleh oleh komunikan. Schramm menambahkan, bahwa bidang (*field of experience*) merupakan faktor penting juga dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila bidang pengalaman komunikan tidak sama dengan bidang pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

d) Pola Komunikasi Sekunder

Komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb.) dan media nirmassa (telepon, surat, megapon, dsb.).

Komunikasi sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi. Surat, misalnya sebagai media komunikasi sekunder yang pada mulanya terbatas sekali jangkauan sasarannya, dengan dukungan pesawat terbang jet, dapat mencapai komunikan di mana saja di seluruh dunia. Demikian pula media telepon, jika pada waktu ditemukan menggunakan kawat yang oleh sebab itu terbatas sekali wilayah jangkauannya, kini dengan radio telepon dapat mencapai, sasaran di kota lain, negara lain, dan benua lain. Televisi siaran dewasa ini yang dipadu dengan komputer menjadi semakin mempesona, baik dalam segi visualnya maupun audialnya, selain jangkauannya semakin jauh dan luas berkat inovasi satelit komunikasi dan antena parabola.

Pada umumnya bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi, karena bahasa sebagai lambang mampu mentransmisikan pikiran, ide,

pendapat, dan lain sebagainya baik mengenai hal yang abstrak maupun yang konkrit; tidak saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, tetapi juga pada waktu yang lalu atau masa mendatang. Karena itulah pula kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa. Seperti telah disinggung diatas, surat atau telepon atau radio, misalnya, adalah media untuk menyambung atau menyebarkan pesan yang menggunakan bahasa.

Pada akhirnaya sejalan dengan berkembangnya masyarakat beserta peradaban dan kebudayaannya, *komunikasi bermedia (mediated communicated)* mengalami kemajuan pula dengan memadukan komunikasi berlambang bahasa dengan komunikasi berlambang gambar dan warna. Maka film, televisi dan video pun sebagai media yang mengandung bahasa, gambar dan warna melanda masyarakat dinegara manapun.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien, karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali ssaja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya.

Umpan balik dalam komunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda*(delayed feedback),* karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak kepada komunikator memerlukan

tenggang waktu. Dalam komunikasi bermedia umpan balik akan terjadi jika komunikator mengetahui tanggapan komunikannya.

2.3.2 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito, komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera. (Effendy, 2003:30) Kemudian definisi komunikasi interpersonal menurut Burgon dalam bukunya tentang komunikasi interpersonal menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal yakni komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain, untuk mendapatkan umpan balik, baik secara langsung *(face to face)* maupun dengan media. (Burgon dan Huffner, 2002). Pendapat pakar komunkasi yang lain beranggapan, bahwa komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikannya. (Muhammad, 2005,158-159).

Terdapat definisi lain tentang komunikasi interpersonal, yaitu suatu proses komunikasi yang bersetting pada objek-objek sosial untuk mengetahui pemaknaan suatu stimulus *(informasi atau pesan).* (Mc. David dan Harari). Berdasarkan penjelasan berbagai teori, peneliti berkesimpulan fungsi komunikasi interpersonal dijelaskan sebagai berikut :

a) Untuk mendapatkan respon atau umpan balik. Hal ini bermaksud sebagai salah satu tanda efektivitas terjadinya sebuah proses komunikasi.

b) Evaluasi dan antisipasi terhadap penerimaan respon atau umpan balik, setelah terjadinya balik respon atau umpan balik.

c) Untuk melakukan kontrol terhadap lingkungan sosial, yaitu komunikator dapat melakukan modifikasi perilaku orang lain dengan cara persuasi.

Berikut empat unsur komunikasi interpersonal (Burgon dan Huffner, 2002) :

a) Sensasi, yaitu proses menangkap stimulus *(*pesan atau informasi *verbal* maupun *non verbal).* Pada saat berada pada proses sensasi ini maka panca indera manusia sangat dibutuhkan, khususnya mata dan telinga.

b) Persepsi, yaitu proses memberikan makna terhadap informasi yang ditangkap oleh sensasi. Pemberian makna ini melibatkan unsur subjektif. Contohnya, evaluasi komunikan terhadap proses komunikasi, nyaman tidaknya proses komunikasi dengan orang tersebut.

c) Memori, yaitu proses penyimpanan informasi dan evaluasinya dalam kognitif individu. Kemudian informasi dan evaluasi komunikasi tersebut akan dikeluarkan atau diingat kembali pada suatu saat, baik sadar maupun tidak sadar. Proses pengingatan kembali ini yang disebut sebagai *recalling.*

d) Berpikir, yaitu proses mengolah dan memanipulasi informasi untuk memenuhi kebutuhan atau menyelesaikan masalah. Proses ini meliputi pengambilan keputusan, pemecahan masalah dan berfikir kreatif. Setelah mendapatkan evaluasi terhadap proses komunikasi interpersonal maka ada antisipasi terhadap proses komunikasi yang selanjutnya. Kerangka pikir dalam penelitian secara sederhana adalah bagaimana pentingnya

membangun pola komunikasi inter personal pada sebuah institusi untuk meningkatkan pelayanan kemada masyarakat yang membutuhkan

A. Ciri – ciri komunikasi interpersonal :

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

a) Arus pesan dua arah. Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya, komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat.

b) Suasana nonformal. Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Dengan demikian, apabila komunikasi itu berlangsung antara para pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada hierarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan.

c) Umpan balik segera. Oleh karena komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka dapat segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.

d) Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antarindividu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis. Jarak dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukan keintiman hubungan antar individu.

e) Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi inerpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi.

Sementara itu Judy C.Pearson (S. Djuarsa Sendjaja, 2002:2.1) menyebutkan enam karakteristik komunikasi interpersonal, yaitu:

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

ucapan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang, karena sudah terlanjur diterima oleh komunikan. Ibaratnya seperti anak panah yang sudah terlepas dari busurnya, sudah tidak dapat ditarik lagi.

B. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mungkin mempunyai beberapa tujuan. Di sini akan dipaparkan 6 tujuan, antara lain (Muhammad, 2004, p. 165-168) :

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

b) Menemukan Dunia Luar, Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajariatau didalami melalui interaksi interpersonal.

c) Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti, Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabadikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

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

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

f) Untuk Membantu, Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakkan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi

membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

C. **Efektivitas Komunikasi Interpersonal**

Efektivitas Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu (Devito, 1997, p.259-264) :

1. Keterbukaan *(Openness)*, Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya.memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan hal ini. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuhan, bahkan ketidaksependapatan jauh lebih menyenangkan.Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran (Bochner dan Kelly, 1974). Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

2. Empati *(empathy)*, Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai ”kemampuan seseorang untuk ‘mengetahui’ apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.” Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama.Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun non verbal. Secara nonverbal, kita dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan;

   a) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai,
   b) konsentrasi terpusat meliputi komtak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik,
   c) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

3. Sikap mendukung *(supportiveness),* Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap

   a) deskriptif, bukan evaluatif,

   b) spontan, bukan strategic,

   c) provisional, bukan sangat yakin.

4. Sikap positif *(positiveness),* Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri.Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesetaraan *(Equality),* Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari

ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya,, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan,ketidak-sependapatan dan konflik lebih dillihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain.kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta kita untuk memberikan ”penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain.

D. Hambatan Komunikasi Interpersonal

a) Interaksi

Interaksi sosial (*social interaction*) adalah suatu proses berhubungan yang dinamis dan saling pengatuh mempengaruhi antar manusia. Menurut Kimball Young dan Raymond W. Mack dalam buku *Sociology ang Social Life* menyatakan bahwa : "Interaksi sosial adalah kunci dari semua kehidupan sosial, oleh karena tanpa interaksi sosial tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Sementara itu Soerjano Soekamto dalam buku Sosiologi Suatu Pengantar menyatakan bahwa : "Interaksi sosial (yang juga dinamakan proses sosial) merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial." Interaksi antar manusia dimaksud adalah :

- interaksi antara individu dengan individu,
- interaksi antara individu dengan kelompok, dan
- interaksi antara kelompok dengan kelompok.

Hasil dari pada interaksi sosial ada dua sifat kemungkinan :

- Bersifat positif; suatu interaksi yang mengarah kerjasama dan menguntungkan. Contoh persahabatan.
- Bersifat negatif; suatu interaksi yang mengarah pada suatu pertentangan yang berakibat buruk atau merugikan. Contoh perselisihan, pertikaian, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil interaksi yang negatif tersebut di atas maka itulah yang menjadi hambatan dalam proses Komunikasi Interpersonal. Dalam situasi

pertentangan Komunikasi Interpersonal tidak dapat dilaksanakan dengan baik, kalau pun dipaksakan dilaksanakan pasti kegiatan Komunikasi Interpersonal efeknya tidak akan berhasil.

b) Kultur

Istilah kultur meruapakan penyebutan terhadap istilah budaya. Kebudayaan dan tindakan kebudayaan itu adalah segala tindakan yang harus dilalui dan dibiasakan manusia melalui proses belajar (*learned behavior*) . Berkaitan dengan hal tersebut di atas hal tersebut sesuai dengan fungsi komunikasi menurut Harol D. Lasswell yang ketiga yaitu; *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, dalam hal ini *transmission of culture* difocuskan kepada kegiatan mengkomunikasikan informasi, nilai-nilai, dan norma sosial dari suatu generasi ke generasi lain. Itulah fungsi komunikasi terutama Komunikasi Interpersonal.

Yang jadi pertanyaan sekarang, bagaimana kedudukan kultur atau budaya dalam proses kegiatan Komunikasi Interpersonal. Untuk sementara ini para ahli baru meninjau hanya mengenai hambatan budaya/kulur dalam proses Komunikasi Interpersonal terutama kegiatan Komunikasi Interpersonal lintas budaya, yaitu diantaranya :

- Menyampaikan pesan pada orang yang berlainan kultur akan mengundang perbedaan persepsi terhadap isi pesan sehingga efek yang diharapkan akan sukar timbul.

- Menyampaikan pesan verbal pada orang yang berlainan kultur tentu saja akan banyak perbedaan dalam bahasa sehingga dalam proses kegiatan Komunikasi Interpersonal tersebut selain hambatan dalam bahasa juga terdapat hambatan semantic, yaitu perbedaan peristilahan dalam masing-masing bahasa.
- Menyampaikan pesan verbal pada orang yang berlainan kultur disertai penekanan pesan dengan pesan non-verbal mungkin akan mengundang penafsiran berbeda hingga tujuan penyampaian pesan tidak akan tersampaikan.
- Menyampaikan pesan pada orang yang berlainan kultur jika bertentangan dengan adat-kebisaannya, norma-normanya maka akan terjadi penolakan Komunikasi Interpersonal.

c) Experience

Pengalaman atau experience adalah sejumlah memori yang dimiliki individu sepenjang perjalanan hidupnya. Pengalaman masing-masing individu akan berbeda-beda tidak akan persis sama, bahkan pasangan anak kembar pun yang dibesarkan sama-sama dalam lingungan keluarga yang sama pengalamannya tidak akan persis sama bahkan mungkin akan berbeda.

Perbedaan pengalaman antara individu (bahkan antar anak kembar) ini bermula dari perbedaan persepsi masing-masing tentang sesuatu hal. Perbedaan persepsi tersebut banyak disebabkan karena perbedaan kemampuan kognitif antara individu termasuk anak kembar tersebut, sedangkan bagi individu yang saling berbeda budaya tentu saja perbedaan persepsi tersebut karena perbedayaan

budaya. Perbedaan persepsi tersebut kemudian ditambah dengan perbedaan kemampuan penyimpanan hal yang dipersepsi tadi dalam strorage sirkit otak masing-masing individu tersebut menjadi long-term memory-nya. Setelah itu perbedaan akan berlanjut dalam hal perbedaan kemampuan mereka memanggil memori mereka jika diperlukan.

Perbedaan pengalaman tentu saja menjadi hambatan dalam Komunikasi Interpersonal, karena seperti telah di bahas di muka bahwa terjadinya heterophilious karena salah satunya diakibatkan perbedaan pengalaman. Sehingga jika terjadi heterophilious maka proses Komunikasi Interpersonal tidak akan berjalan dan tujuan penyampaian pesan pun tidak akan tercapai.

2.3.3 Pengertian Pelayanan Publik

Dalam suatu lembaga pemerintahan yang berorientasi pada kesejahteraan rakyat, pelayanan publik merupakan salah satu unsur penting. Pelayanan dapat diartikan sebagai pemberian (melayani) keperluan perorangan atau masyarakat yang mempunyai kepentinganpada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yangditentukan.

Pelayanan Publik menjadi sorotan utama dalam penyelenggaraanpemerintahan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga makna, (1) perihal atau cara melayani; (2) usaha melayanikebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan atau uang; (3)kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2007:4-5)pengertianpelayanan publik

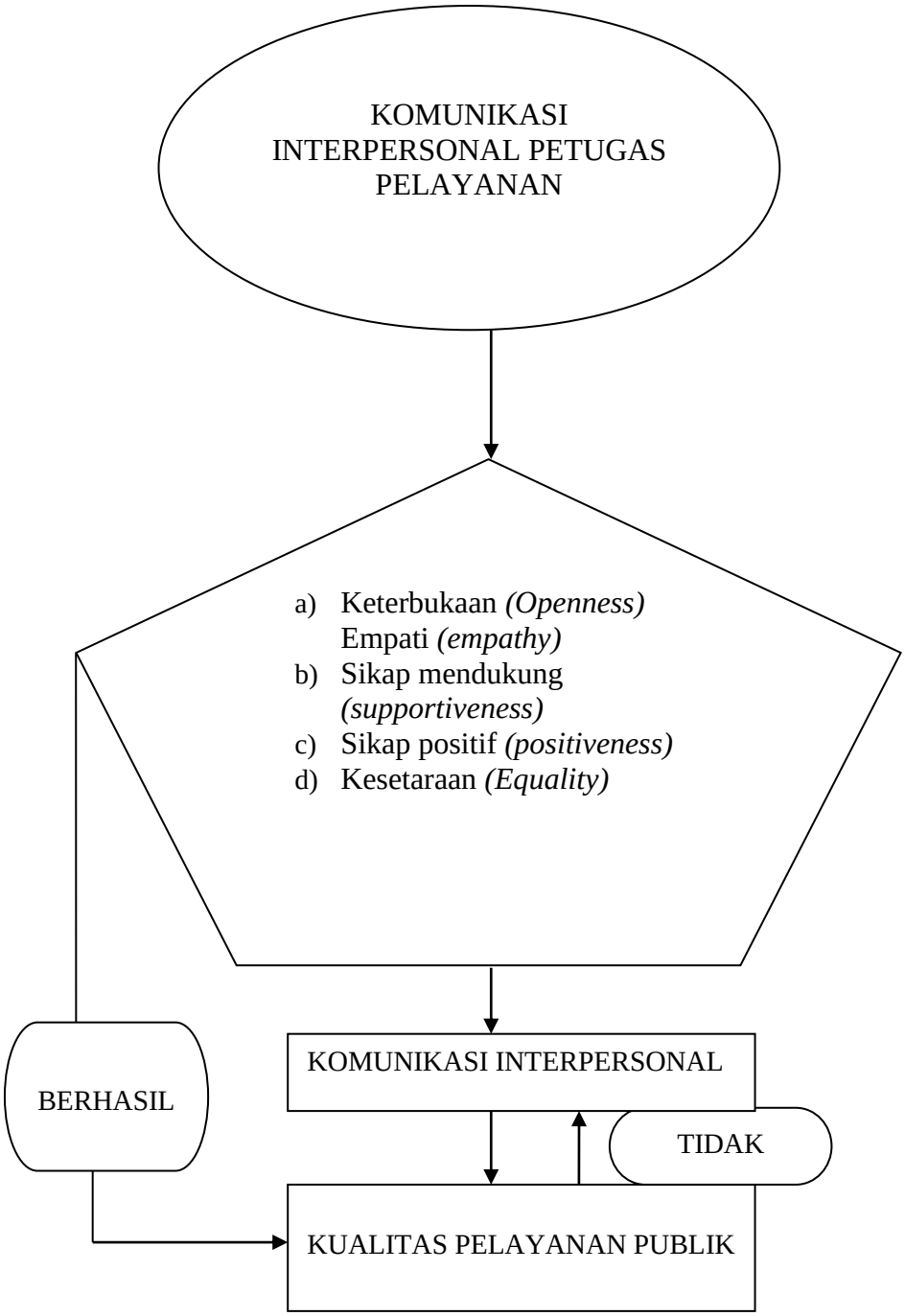
atau pelayanan umum adalah : Pelayanan Publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003, definisi dari pelayanan umum adalah : Segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan

Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa, baik dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan menurut Bab 1 Pasal 1 Ayat 1 UU No. 25/2009, yang dimaksud dengan pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/ atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.Pelayanan publik merupakan salah satu kebutuhan dalam rangka pemenuhan pelayanan sesuai peraturan perundang-undangan. Pemenuhan kebutuhan merupakan hak dasar bagi setiap warga negara dan penduduk untuk mendapatkan pelayanan atas barang, jasa dan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik dengan maksimal.

Pengertian lain menurut Hardiyansyah (2011:12) pengertian pelayanan publik adalah Melayani keperluan orang atau masyarakat atau organisasi yang memiliki kepentingan pada organisasi, sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan.

Dari pengertian pelayanan publik di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah baik yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintah itu sendiri ataupun oleh lembaga non-pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maupun pelaksanaan ketentuan yang telahditetapkan dengan segala sarana, dan perlengkapannya melalui prosedurkerja tertentu guna memberikan jasa pelayanan dalam bentuk barang danjasa.

Pelayanan publik yang dimaksud dalam penelitian ini termasuk dalam segala bentuk pelayanan pada masyarakat yang dilakukan oleh Kantor Kopertis Wilayah 7 Jawa Timur dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang dilakukan berdasarkan asas, prinsip dan standar pelayanan publik agar mewujudkanpemerintahan yang demokratis.



Gambar 3.1 Alur pemikiran Teknik Analisis Data