

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN LITERATUR

1. Komunikasi

Komunikasi adalah Komunikasi berasal dari bahasa inggris yang memiliki asal usul kata dari bahasa latin yaitu communis artinya milik bersama atau membagi yang merupakan sebuah proses untuk membangun kebersamaan dan pengertian. Kemudian secara terminologi, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh satu pihak kepada pihak yang lainnya atau banyak pihak supaya bisa terhubung dengan lingkungan yang ada disekitarnya.

Secara mendasar, untuk membuat mengerti seseorang maka diperlukan komunikasi verbal karena komunikasi bisa terjadi jika ada kesamaan antara si pemberi pesan dengan si penerima pesan. Walaupun demikian, ternyata kita masih berkomunikasi antara kedua belah pihak dengan menggunakan bahasa tubuh, semisal mengangguk-angguk, menggeleng-geleng dan tersenyum.

Komunikasi adalah suatu proses dalam menyampaikan pesan dari seseorang kepada orang lain dengan bertujuan untuk memberitahu, mengeluarkan pendapat, mengubah pola sikap atau perilaku baik langsung maupun tidak langsung (Onong Uchjana Effendy : 2006 : 110). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama. Oleh karena itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lain. (Mulyana, 2008:4).

2. Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace (1979) bahwa "*Interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting.*"

Menurut sifatnya, komunikasi antar pribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) dan Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*).

Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog, dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.

Komunikasi kelompok kecil oleh banyak kalangan dinilai sebagai tipe komunikasi antarpribadi karena : Pertama, anggota-anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka. Kedua, pembicaraan berlangsung secara terpotong-potong di mana semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama, dengan kata lain tidak ada pembicara tunggal yang mendominasi situasi. Ketiga, sumber dan penerima sulit

diidentifikasi. Dalam situasi seperti ini, semua anggota bisa berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima.

Tidak ada batasan yang menentukan secara tegas berapa besar jumlah anggota suatu kelompok kecil. Biasanya antara 2-3 orang, bahkan ada yang mengembangkan sampai 20-30 orang, tetapi tidak lebih dari 50 orang.

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya. Komunikasi kelompok kecil dapat terjadi antara lain di masjid, dalam lingkungan sosial, dalam organisasi, dll. Dinamika kelompok adalah bidang penelitian yang menarik untuk dikaji, yang cenderung diarahkan pada komunikasi kelompok-kecil yang berkecimpung dalam pemecahan masalah dan pembuatan keputusan (Tubbs dan Moss, 1996:17) (Dalam Safitri 2012:16).

3. Hambatan Komunikasi Interpersonal

Seringkali komunikasi tidak saling memahami maksud pesan atau informasi dari lawan bicaranya. Hal ini disebabkan beberapa faktor yang menghambat yaitu:

a. Hambatan Biologis

Hambatan psikologis, misalnya komunikator yang gagap berbicara karena gugup. Dan ada juga hambatan gender, misalnya perempuan tidak bersedia

terbuka terhadap lawan bicaranya yang laki-laki. Selain itu sering juga terdapat hambatan lain yang timbul dalam keberlangsungan komunikasi interpersonal yakni keegoisan atau sering juga disebut dengan super ego sering ditemukan pada kasus komunikasi interpersonal yang terjadi antara komunikator dan komunikan dalam rumah tangga seperti suami istri. Dimana suami tidak mau mendengarkan pendapat atau keluhan si istri terlebih dahulu sebelum bertindak dengan dalih bahwa istri yang harus patuh pada suami. Dengan demikian tindakan yang diambil suami pun berkemungkinan besar tidak sesuai dengan yang dibutuhkan oleh kondisi yang ada.

b. Hambatan teknis

Khususnya pada media komunikasi yang digunakan, misalnya masalah pada teknologi komunikasi (microphone, telepon, power point, dan lain sebagainya). Hambatan geografis, misalnya blank spot pada daerah tertentu sehingga signal HP tidak dapat ditangkap. Hambatan simbol/ bahasa, yaitu perbedaan bahasa yang digunakan pada komunitas tertentu. Misalnya kata-kata “wis mari” versi orang Jawa Tengah diartikan sebagai sudah sembuh dari sakit sedangkan versi orang Jawa Timur diartikan sudah selesai mengerjakan sesuatu. Hambatan budaya, yaitu perbedaan budaya yang mempengaruhi proses komunikasi, contohnya proses meminang atau hantaran belanja oleh lelaki batak terhadap perempuan melayu dalam hal ini tentu mempengaruhi berlangsungnya proses komunikasi dalam acara tersebut.

c. Hambatan psikologis

Misalnya komunikasi yang tidak berkonsentrasi dengan pembicaraan. Hambatan gender, misalnya seorang perempuan yang sifatnya pemalu akan tersipu malu jika membicarakan masalah seksual dengan seorang lelaki.

4. Ciri Komunikasi Interpersonal.

Devito mengatakan bahwa keberhasilan menyampaikan suatu informasi sangatlah ditentukan oleh sifat dan mutu hubungan diantara pribadi yang terlibat dan mengandung lima ciri kualitas umum yang dipertimbangkan, yaitu: keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality).

1. Keterbukaan

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Hal ini tidak berarti bahwa orang harus membuka semua riwayat tentang hidupnya namun harus ada kesediaan untuk mengungkapkan informasi yang biasa. Disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. Kedua, mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Aspek ketiga, menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran.

Artinya terbuka adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang orang lontarkan adalah memang miliknya dan harus dipertanggungjawabkan

2. Empati

Henry Backrack (dalam Devito, 1997: 286) mendefinisikan empati sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka di masa mendatang. Pengertian yang empatik ini akan membuat seseorang lebih mampu menyesuaikan komunikasinya.

3. Sikap Mendukung

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Sikap mendukung ditandai dengan sikap (a) deskriptif, bukan evaluatif, (b) spontan, bukan strategik, dan (c) provisional, bukan sangat yakin.

a. Deskriptif adalah mempersepsikan suatu komunikasi sebagai permintaan informasi atau uraian mengenai suatu kejadian tertentu dan tidak merasakannya sebagai ancaman. Sebaliknya sikap evaluatif seringkali membuat orang bersikap defensif (bertahan).

b. Spontanitas. Orang yang spontan dalam komunikasinya dan terus terang serta terbuka dalam mengutarakan pikirannya biasanya memperoleh reaksi yang sama. Sebaliknya, bila seseorang menyembunyikan perasaannya yang sebenarnya, maka orangpun akan bereaksi secara defensif.

c. Provisionalisme. Bersikap provisional artinya bersikap tentatif dan berpikiran terbuka serta bersedia mendengar pandangan yang berlawanan dan bersedia mengubah posisi jika keadaan mengharuskannya. Bila seseorang bersikap yakin tak tergoyahkan dan berpikiran tertutup, akan mendorong perilaku defensif pada diri pendengar.

4. Sikap Positif

Sikap positif dalam komunikasi interpersonal ada dua cara yaitu:

(a) menyatakan sikap positif dan (b) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi.

a. Sikap. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif.

b. Dorongan positif umumnya berbentuk pujian atau penghargaan, dan terdiri atas perilaku yang biasanya kita harapkan. Dorongan positif ini mendukung citra pribadi seseorang dan membuatnya merasa lebih baik.

5. Kesetaraan

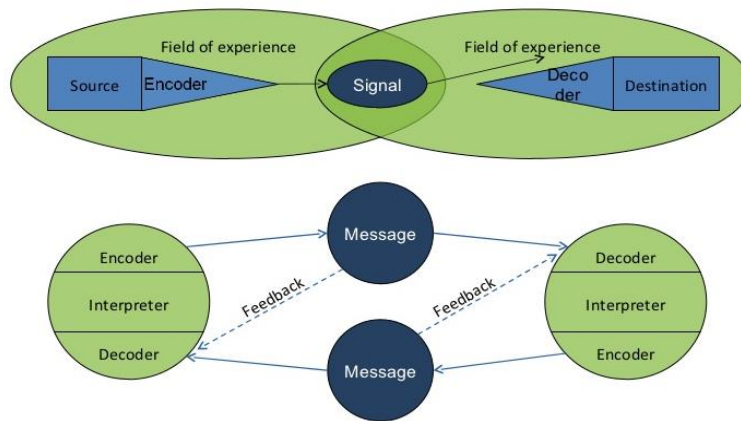
Komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak samasama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Makin baik hubungan interpersonal seseorang, makin

terbuka orang tersebut untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsinya terhadap diri sendiri, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung diantara pelaku komunikasi. Hal ini sangat berpengaruh terhadap pola komunikasi antara pemilik dan pelanggan ketika berlangsung nya komunikasi interpersonal yang bersamaan dengan proses perawatan atau pelayanan salon.

5. Model Komunikasi Interpersonal

Devito (dalam Wisnuwardhani & Mashoedi, 2012: 38) mengatakan komunikasi merupakan tingkah laku satu orang atau lebih yang terkait dengan proses mengirim dan menerima pesan.

Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, maka diperlukan komunikasi yang baik untuk membantu proses penyampaian pesan atau makna yang diinginkan oleh si pemilik salon dengan pelanggan salon. Penelitian ini membahas bagaimana Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik Rudy Salon Dengan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Untuk itu diperlukan suatu model komunikasi.

Gambar 2.1 Model komunikasi Interpersonal¹

Oleh : Schramm (1954)

Model komunikasi ini sesuai dengan konsep komunikasi sebagai transaksi yang mengansumsikan kedua peserta komunikasi sebagai pengirim dan sekaligus juga penerima pesan. Ketika seseorang berbicara (mengirim pesan) orang itu akan mengamati perilaku mitra bicaranya dan bereaksi terhadap perilaku tersebut, proses komunikasi berlangsung spontan dan serentak.

Pada penelitian ini komunikator 1 (Pemilik salon) melakukan komunikasi secara transaksi kepada komunikator 2 (Pelanggan salon) secara timbal balik atau mempengaruhi. Sebenarnya siapa yang menjadi komunikator 1 atau 2 tidak dapat dipastikan karena dalam kenyataannya komunikasi dapat saja dimulai oleh siapa saja, namun untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini, komunikator

1 dapat dikatakan sebagai pemilik salon yang menawarkan jasa pelayanan salon dan komunikator 2 sebagai pelanggan salon.

Proses selanjutnya pemilik salon akan menentukan bagaimana pesan itu disusun agar bisa dipahami dan direspon secara positif oleh pelanggan salon. Pesan-pesan yang disampaikan berupa pesan-pesan verbal maupun non verbal bisa disengaja maupun tidak disengaja, pesan-pesan tersebut berupa informasi mengenai jasa perawatan meliputi perawatan seluruh tubuh yang sudah di susun dalam menu perawatan biasa ataupun menu perawatan yang dipaketkan yang tersedia di salon, mengenai harga dan lain sebagainya.

Pesan tersebut dapat disalurkan melalui media tertentu, bisa melalui alat indera mulut dan pendengaran, maupun media sosial seperti BBM. Namun sesuai dengan model teori Schramm dalam menyampaikan pesan terdapat unsur encoder atau decoder yang dianggap penting. Encodes artinya menyandi atau memformulasikan pesan, dan hal ini dilakukan oleh sang pengirim pesan, sedangkan decodes artinya membaca sandi atau menerjemahkan pesan. Dalam hal ini pemilik salon akan menyandi pesan tersebut dan kemudian juga terdapat *feedback* yang tidak kalah pentingnya dalam proses komunikasi tersebut sebagai tolak ukur efektifnya komunikasi yang sedang berlangsung tersebut.

6. Komunikasi Verbal Dan Non Verbal

a. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal merupakan komunikasi dengan pesan yang berbentuk pesan verbal atau sering dikatakan sebagai pesan dengan kata-kata. Komunikasi ini dapat dikomunikasikan dengan bentuk voice (lisan) atau teks (tulisan).

Joseph A. Devito (1986) dalam bukunya “the interpersonal communication book” memaparkan komunikasi verbal merupakan komunikasi dengan bahasa dapat dibayangkan sebagai kode, atau sistem symbol, yang digunakan untuk membentuk pesan-pesan verbal. Dapat didefinisikan bahwa bahasa sebagai sistem produktif yang dapat dialih-alihkan dan terdiri atas symbol-simbol yang cepat lenyap, bermakna bebas, serta dipancarkan secara cultural.

Jalaluddin Rakhmat (1994), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan dimiliki bersama, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tatabahasa. Setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan supaya memberi arti. Kalimat dalam bahasa Indonesia Yang berbunyi ”Di mana saya dapat menukar uang?” akan disusun dengan tatabahasa bahasa-bahasa yang lain sebagai berikut:

1. Inggris: Dimana dapat saya menukar beberapa uang? (Where can I change some money?).

2. Perancis: Di mana dapat saya menukar dari itu uang? (Où puis-je changer de l'argent?).
 3. Jerman: Di mana dapat saya sesuatu uang menukar? (Wo kann ich etwas Geld wechseln?)
 4. Spanyol: Di mana dapat menukar uang? (¿Dónde puedo cambiar dinero?)
- a. Unsur dan fungsi bahasa

Tatabahasa meliputi tiga unsur yaitu fonologi, sintaksis, dan semantik. Fonologi merupakan pengetahuan tentang bunyi-bunyi dalam bahasa. Sintaksis merupakan pengetahuan tentang cara pembentukan kalimat. Semantik merupakan pengetahuan tentang arti kata atau gabungan kata-kata.

Menurut Larry L. Barker (dalam Deddy Mulyana, 2005), bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (naming atau labeling), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjurukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

b. Keterbatasan Bahasa Dan Solusi Keterbatasan Bahasa

Jumlah kata yang tersedia terbatas untuk mewakili objek. Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak.

Namun makna dapat menjadi solusi keterbatasan bahasa. Ketika kita berkomunikasi, kita menterjemahkan gagasan kita ke dalam bentuk lambang (verbal atau nonverbal). Proses ini lazim disebut penyandian (encoding). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitu baik (lihat keterbatasan bahasa di atas), untuk itu diperlukan kecermatan dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

Makna dapat pula digolongkan ke dalam makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif adalah makna yang sebenarnya (faktual), seperti yang kita temukan dalam kamus dan diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Makna konotatif adalah makna yang subyektif, mengandung penilaian tertentu atau emosional (Onong Effendy, 1994, hal. 12)

c. Sifat kata

1. Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual.

Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula. Kata berat, yang mempunyai makna yang nuansanya beraneka ragam. Misalnya: tubuh orang itu berat; kepala saya berat; ujian itu berat; dosen itu memberikan sanksi yang berat kepada mahasiswanya yang nyontek.

2. Kata-kata mengandung bias budaya.

Bahasa terikat konteks budaya. Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketika mereka menggunakan kata yang sama. Misalnya kata awak untuk orang Minang adalah saya atau kita, sedangkan dalam bahasa Melayu (di Palembang dan Malaysia) berarti kamu.

Komunikasi sering dihubungkan dengan kata Latin *communis* yang artinya sama. Komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki makna yang sama. Pada gilirannya, makna yang sama hanya terbentuk bila kita memiliki pengalaman yang sama. Kesamaan makna karena kesamaan pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif disebut isomorfisme. Isomorfisme terjadi bila komunikasi-komunikasi berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama; pendeknya mempunyai sejumlah

maksimal pengalaman yang sama. Pada kenyataannya tidak ada isomorfisme total.

2. Percampuran adukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.

Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Contoh: apa yang ada dalam pikiran kita ketika melihat seorang pria dewasa sedang membelah kayu pada hari kerja pukul 10.00 pagi? Kebanyakan dari kita akan menyebut orang itu sedang bekerja. Akan tetapi, jawaban sesungguhnya bergantung pada: Pertama, apa yang dimaksud bekerja? Kedua, apa pekerjaan tetap orang itu untuk mencari nafkah? Bila yang dimaksud bekerja adalah melakukan pekerjaan tetap untuk mencari nafkah, maka orang itu memang sedang bekerja. Akan tetapi, bila pekerjaan tetap orang itu adalah sebagai dosen, yang pekerjaannya adalah membaca, berbicara, menulis, maka membelah kayu bakar dapat kita anggap bersantai baginya, sebagai selingan di antara jam-jam kerjanya.

b. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Menurut Richard L. Weaver II (1993) kata-kata pada umumnya memicu salah satu sekumpulan alat indra seperti pendengaran sedangkan komunikasi nonverbal dapat memicu sejumlah alat indra seperti penglihatan, penciuman, perasaan, untuk menyebutkan beberapa.

Jalaludin Rakhmat (1994) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

1. Pesan kinesik adalah Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
2. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kemarahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut:
 - a. Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan taksenang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek penelitiannya baik atau buruk.
 - b. Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak berminat pada orang lain atau lingkungan.
 - c. Wajah mengkomunikasikan intensitas keterlibatan dalam situasi situasi; d. Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap

pernyataan sendiri; dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.

3. Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
 - a. Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah:
 1. Immediacy yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan penilaian positif.
 2. Power mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah.
 3. Responsiveness, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.
 - b. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain.
 - c. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya

tentang tubuhnya (body image). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.

- d. Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Dedy Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.

- e. Pesan sentuhan dan bau-bauan.

Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian.

Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

Mark L. Knapp (dalam Jalaludin, 1994), menyebut lima fungsi pesan nonverbal yang dihubungkan dengan pesan verbal:

1. Repetisi, yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah mengatakan penolakan saya, saya menggelengkan kepala.

2. Substitusi, yaitu menggantikan lambang-lambang verbal. Misalnya tanpa sepatah katapun kita berkata, kita menunjukkan persetujuan dengan mengangguk-anggukkan kepala.

3. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terhadap pesan verbal. Misalnya anda 'memuji' prestasi teman dengan mencibirkan bibir, seraya berkata "Hebat, kau memang hebat."

4. Komplemen, yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya, air muka anda menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak terungkap dengan kata-kata.

5. Aksentuasi, yaitu menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, anda mengungkapkan betapa jengkelnya anda dengan memukul meja. Sementara itu, Dale G. Leathers (1976) dalam *Nonverbal Communication Systems*, menyebutkan enam alasan mengapa pesan verbal sangat signifikan. Yaitu:

a. Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Ketika kita mengobrol atau berkomunikasi tatamuka, kita banyak menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Pada gilirannya orang lainpun lebih banya 'membaca' pikiran kita lewat petunjuk-petunjuk nonverbal.

b. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal ketimbang pesan verbal.

c. Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi, dan kerancuan. Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar.

d. Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memeperjelas maksud dan makna pesan. Diatas telah kita paparkan pesan verbal mempunyai fungsi repetisi, substitusi, kontradiksi, komplemen, dan aksentuasi.

e. Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal. Dari segi waktu, pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat redundansi, repetisi, ambiguity, dan abtraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran kita secara verbal.

f. Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Ada situasi komunikasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan dan emosi secara tidak langsung. Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara implisit (tersirat).

B. Defenisi operasional

Dalam penelitian lapangan konsep yang relevan dan berkedudukan sentral dalam penelitian terlebih dahulu harus dibuat operasional. Jadi tidak cukup kiranya jika konsep itu hanya sekedar didefenisikan secara eksplisit.

Menurut Soetandyo Wignjosoebroto (1983), spesifikasi prosedur ini (yang memungkinkan penegasan dan atau tidaknya realitas tertentu sebagaimana digambarkan menurut konsepnya) disebut pembuatan defenisi operasional.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu metode yang tidak menggunakan data statistik atau angka-angka tertentu karena data kualitatif berbentuk kata-kata atau kalimat – kalimat, gambar-gambar pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam - dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.

Penelitian ini mencoba menjabarkan tentang komunikasi interpersonal antara pemilik Rudy Salon dengan pengunjung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini tidak di bicarakan hubungan variabel sehingga tidak ada pengukuran variabel bebas atau terikat. Pelaksanaan penelitian ini terjadi secara alamiah apa adanya. Dalam situasi normal dan tidak dimanipulasi baik kondisi maupun objek yang sedang di teliti dan juga bisa menekankan pada keadaan secara alamiah.

Pengertian komunikasi interpersonal dalam penelitian ini adalah bentuk komunikasi yang terjadi antara pemilik Rudy salon dengan pengunjung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Agar tidak terjadi salah pengertian terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan pengertian sebagai berikut :

1. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain untuk mendapatkan umpan balik, baik secara langsung (face to face) maupun dengan media. Berdasarkan definisi ini maka terdapat kelompok maya atau faktual. Contoh kelompok maya, misalnya komunikasi melalui internet (chatting, face book, email, etc.). Berkembangnya kelompok maya ini karena perkembangan teknologi media komunikasi. Terdapat definisi lain tentang komunikasi interpersonal, yaitu suatu proses komunikasi yang bersetting pada objek-objek sosial untuk mengetahui pemaknaan suatu stimulus (dalam hal ini: informasi/pesan)
2. Pemilik adalah seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua resiko dan aktivitas perusahaan.
3. Pengunjung adalah orang yang mendatangi suatu usaha yang berpotensi menjadi calon pembeli.
4. loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut yang membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang. Kemudian selain itu loyalitas pelanggan dapat juga diartikan sebagai pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

C. Penelitian terdahulu yang relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil
1.	FIRA NURBILLAH PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS BRAWIJAYA 2010	KOMUNIKASI INTERPERSONAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEFORMA BERMUSIK (Studi Deskriptif Kualitatif pada Marching Band Ken Arok Duta Swara Kota Malang)	Mendekatkan pribadi antar atlet yang nantinya dapat berdampak pada penerimaan materi musik dan akhirnya dapat meningkatkan peforma atlet.
2.	AHMAD KHOIRON PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA 2015	KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA PIMPINAN DAN STAF (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Interaksi Komunikasi Interpersonal Antara Pimpinan Dan Staf Sekretariat Dinas Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Tengah)	Hasil dari observasi, wawancara dan dokumentasi kegiatan bahwa sekretarian anta pimpinan dan staf dalam mempertahankan pola komunikasi melakukan beberapa aktifitas Komunikasi yang diantaranya: <ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi Dua Arah 2. Memotifasi para staf 3. Kegiatan Non Formal 4. Pola komunikasi kekeluargaan
3.	YENNY WIJAYANTI PRODI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA SURABAYA 2013	PROSES KOMUNIKASI INTERPERSONAL AYAH DAN ANAK DALAM MENJAGA HUBUNGAN	Ayah yang banyak meluangkan waktu untuk bercakap-cakap dengan anaknyapun dapat meningkatkan kemampuan bahasa sang anak hingga dua kali lipat dibandingkan sebelumnya. (Reader's Digest, November 2008, p. 124- 125).

Penelitian saya ini memiliki kesamaan tema dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fira Nurbillah, Ahmad Khoiron dan Yenny Wijayanti. Namun terdapat perbedaan yaitu pada subjek dan objek penelitiannya.

Subjek dari penelitian yang saya lakukan adalah pemilik Rudy Salon dan pengunjung salon dan objek dari penelitian ini adalah komunikasi interpersonal antara pemilik Rudy Salon dengan pengunjung dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, Sedangkan subjek dari penelitian yang dilakukan oleh Fira Nurbillah adalah antara atlet dengan atlet Marching Band Ken Arok Duta Swara Kota Malang, dan objek dari penelitian ini adalah komunikasi interpersonal yang terjadi antara atlet dengan atlet Marching Band Ken Arok Duta Swara Kota Malang

Dan berbeda juga dengan penelitian yang di lakukan oleh Ahmad Khoiron. Subjek dari penelitian Ahmad Khoiron adalah pimpinan dan staf Sekretariat Dinas Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Tengah) dan objek dari penelitiannya adalah komunikasi interpersonal antara pimpinan dan staf Sekretariat Dinas Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Tengah).

Kemudian berbeda lagi dengan penelitian yang dilakukan oleh Yenny Wijayanti dilihat dari subjek penelitiannya yakni antara Ayah dan Anak dan Objek dari penelitian ini adalah komunikasi interpersonal antara ayah dan anak dalam menjaga hubungan.