

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Konteks Penelitian**

Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Perkembangan dunia perbankan saat ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar bank untuk berkompetisi menarik nasabah dengan memberikan produk yang beraneka ragam. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen atau nasabahnya.

Industri perbankan merupakan institusi kepercayaan. Di samping melakukan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana. Bank juga memberikan penawaran jasa perbankan lainnya, antara lain jasa layanan guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan merupakan salah satu upaya bank agar selalu diminati dan diingat oleh nasabahnya. Program pelayanan kepada nasabah merupakan upaya bank untuk memberikan pelayanan terbaik, sehingga nasabah nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank tersebut sehingga pada akhirnya akan tercipta nasabah yang loyal terhadap bank tersebut.

Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menjadikan hubungan antar penyedia jasa dengan pelanggannya harmoni, yang selanjutnya akan menjadikan loyalitas pelanggan dan akhirnya akan menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada sistem

dan juga kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, dan kemampuan yang dimiliki para petugas dalam menjalankan sistem dengan baik, memberikan pelayanan, dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan serta kebutuhan dan harapan nasabah. Dengan sistem dan pelayanan yang berkualitas, maka nasabah akan merasa puas sehingga akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

Mengingat pentingnya menjaga kualitas pelayanan bank terhadap nasabahnya dalam rangka menjawab tantangan dalam persaingan dewasa ini maka bank harus selalu mampu mengukur sejauh mana kualitas pelayanan yang mereka berikan, juga tingkat kepuasan nasabah atas hasil dari pelayanan yang telah diberikan. Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah, pelayanan dari teller sebuah bank merupakan bagian yang sangat berpengaruh terhadap pelayanan keseluruhan, karena hampir sebagian besar nasabah perbankan yang mendatangi *banking hall* bertujuan untuk melakukan transaksi perbankan di *counter* teller. Sedangkan transaksi yang dapat dilakukan di *counter* teller antara lain penyetoran dan penarikan tabungan, pencairan dan penempatan deposito, penarikan cek dan bilyet giro, transfer, kliring, pembayaran–pembayaran tagihan, dan lain – lain. Oleh karena itulah peranan teller sangat penting terhadap reputasi pelayanan sebuah bank. Sehubungan dengan sebagian besar nasabah mengunjungi *counter* teller untuk bertransaksi, maka bank harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan dari tellernya agar tercapai kepuasan nasabah tanpa harus mengesampingkan aspek keamanan dan kehati–hatian.

Salah satu petugas bank yang sangat sering berhubungan dengan nasabah adalah teller. Dalam dunia perbankan, teller merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan dan menjadi ujung tombak bagi perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, khususnya di bidang perbankan dalam persaingan yang ketat untuk mendapatkan tempat di hati nasabah. Baik nasabah lama atau nasabah baru. Pelayanan teller yang memuaskan akan menjadi kepuasan dan rasa nyaman tersendiri bagi para nasabah. Kualitas layanan sangat penting dalam menciptakan kepuasan nasabah dan mendapat tempat di hati nasabah.

Teller akan menggunakan berbagai simbol komunikasi untuk menyampaikan pesan dan berinteraksi dengan nasabah. Baik itu simbol komunikasi verbal atau simbol komunikasi non verbal. Pada kenyataannya simbol-simbol tersebut ada yang langsung dimengerti dan ada yang tidak langsung bisa dimengerti oleh nasabah. Misalnya ketika nasabah melakukan pengisian formulir transaksi yang ada di *counter* teller. Nasabah terkadang tidak semuanya memahami apa yang harus mereka isi pada kolom-kolom yang ada di slip tersebut. Ini menunjukkan simbol atau pesan yang ada di formulir tersebut terkadang tidak cukup memberikan informasi yang jelas kepada nasabah sehingga nasabah perlu bertanya lagi kepada teller atau satpam bank. Jika nasabah tidak bertanya atau teller tidak memberikan pengarahan kepada nasabah maka akan terjadi *miss communication* atau kesalahpahaman dalam pengisian formulir tersebut. Jika terjadi kesalahpahaman maka akan berdampak pada nasabah yang perlu memperbaiki pengisian slip atau mengganti slip yang baru, dimana jika itu terjadi nasabah akan merasa dipersulit dan proses layanan pun menjadi semakin lama.

Hal tersebut akan mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan dalam bertransaksi di *counter teller*.

Dalam berkomunikasi dengan nasabah, teller juga diatur oleh sebuah standar layanan perbankan yang menunjukkan keprofesionalitasan seorang teller dalam bekerja. Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan berkembang semakin pesat seiring dengan kebutuhan nasabah yang juga meningkat dan kompleks serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan dan keterampilan mengenal produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank. Standar penampilan dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah kepada bank, sehingga nasabah dapat terlayani dengan baik dan membuat nasabah puas dengan standar layanan.

Standar penampilan petugas perbankan meliputi standar dalam berpakaian dan penampilan fisik. Dalam pelayanan prima (*service excellent*) diperlukan suatu standar penampilan bagi petugas, maupun perusahaan. Standar penampilan petugas diperlukan guna membangun keyakinan bagi nasabah dan *image* positif bagi perusahaan, meningkatkan pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan. Pelanggan merupakan aset yang sangat berharga dan harus tetap dipertahankan atau dijaga. Penampilan pribadi ini sangat berkaitan dengan citra atau imej (*image*). Penampilan pribadi yang baik akan memberikan imej yang positif bagi perusahaan atau organisasi. Hal ini juga akan membangun atau meningkatkan kepercayaan pelanggan. Penampilan pribadi yang baik akan menumbuhkan rasa percaya diri bagi pelaksana

organisasi maupun karyawan suatu perusahaan. Penampilan pribadi yang buruk akan menurunkan citra dari perusahaan atau organisasi tersebut. Ruang kerja pada umumnya tempat berlangsungnya proses pekerjaan. Standar kebersihan dan kerapihan ruang kerja dapat mendukung kenyamanan dalam memberikan layanan. Ruang kerja yang bersih, rapi dan nyaman memberikan efek kepuasan dan kenyamanan bagi nasabah.

Dalam upaya mewujudkan pelayanan prima teller terhadap nasabah dibutuhkan proses komunikasi yang baik dan efektif. Segala interaksi yang dilakukan teller terhadap nasabah tentu saja menggunakan komunikasi. Baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Teller dituntut bisa berkomunikasi dengan baik agar setiap kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dengan baik dan tepat. Komunikasi dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki oleh teller maupun nasabah dalam kegiatan pelayanan bank. Komunikasi yang tepat bukan hanya komunikasi yang melibatkan komunikator dan komunikan sebagai pemberi dan penerima pesan, namun juga bagaimana seorang komunikan dapat menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator serta bagaimana seorang komunikator dapat menyampaikan pesan yang dimengerti oleh komunikan. Maka selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, peran komunikasi pun tidak kalah penting dalam proses pelayanan teller terhadap nasabah. Teller membutuhkan komunikasi untuk menyampaikan informasi dan kebutuhan nasabah. Maka dari itu teller dituntut untuk bisa berkomunikasi dengan baik kepada nasabahnya. Tanpa adanya komunikasi dalam sebuah pelayanan akan terasa janggal.

### **1.1.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, maka fokus penelitian adalah **”BAGAIMANA SIMBOL KOMUNIKASI PELAYANAN TELLER BANK?”** (Studi Interaksi Simbolik di Bagian Teller PT. Bank OCBC NISP Kantor Cabang Rumah Sakit Cahya Kawaluyan Padalarang).

### **1.1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana simbol komunikasi verbal pelayanan teller bank?
2. Bagaimana simbol komunikasi non verbal pelayanan teller bank?

### **1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.1.3.1 Maksud Penelitian**

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu: **Untuk Mengetahui Simbol Komunikasi Pelayanan Teller Bank** (Studi Interaksi Simbolik Kualitatif di bagian Teller PT. Bank OCBC NISP cabang Rumah Sakit Cahya Kawaluyan Padalarang).

### **1.1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui simbol komunikasi verbal pelayanan teller bank.
2. Untuk mengetahui simbol komunikasi non verbal pelayanan teller bank.

### **1.1.4 Jenis Studi**

Menurut Upe dan Damsid (dalam Elvinaro, 2010: 67-68), ruang lingkup kajian studi interaksi simbolik meliputi:

1. Dalam bertindak terhadap sesuatu, baik yang berupa benda, orang maupun ide, manusia mendasarkan tindakannya pada makna yang diberikannya kepada sesuatu tersebut.
2. Makna tentang sesuatu itu diperoleh, dibentuk, termasuk direvisi melalui proses interaksi dalam kehidupan sehari-hari.
3. Pemaknaan terhadap sesuatu dalam bertindak atau berinteraksi tidak berlangsung secara mekanistik, tetapi melibatkan proses interpretasi.

### **1.1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.1.5.1 Manfaat Filosofis**

Secara filosofis penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya pengetahuan tentang hubungan komunikasi dengan bisnis terutama bisnis perbankan dengan menggunakan pendekatan kajian komunikasi pelayanan. Dimana komunikasi

pelayanan dibutuhkan pada kegiatan bisnis perbankan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya agar tercapai tujuan-tujuan yang diinginkan.

#### **1.1.5.2 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini dapat menjadi gambaran bahwa ilmu *public relations* sangat berkaitan dengan simbol komunikasi pelayanan dalam setiap melakukan interaksi sosial. Selain itu untuk memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran, dan bahan pertimbangan serta memperkaya ilmu pengetahuan mengenai simbol komunikasi yang digunakan dan dilakukan oleh seorang teller bank dalam berkomunikasi dengan nasabahnya pada kegiatan pelayanan bank.

#### **1.1.5.3 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pihak PT Bank OCBC NISP, khususnya internal perusahaan mengenai simbol komunikasi pelayanan teller terhadap nasabahnya yang menjadi salah satu unsur yang dibutuhkan oleh teller dalam berinteraksi dengan nasabah. Lebih jauh lagi simbol komunikasi digunakan dalam memenuhi kebutuhan nasabah serta menunjang pelayanan yang prima dan pelayanan yang berkualitas bagi teller pada kegiatan pelayanan bank.



## 1.2 Kajian Literatur

### 1.2.1 Review Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Subjudul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Sari, Intan Permata. 2012. Program Studi Manajemen Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Padjadjaran. Bandung.	Kegiatan Komunikasi Interpersonal Teller sebagai <i>Frontliner</i> dalam Pelayanan terhadap nasabah. (Studi Kasus Deskriptif Kegiatan Komunikasi Interpersonal Teller sebagai <i>Frontliner</i> Bank BJB dalam Pelayanan terhadap nasabah)	Deskriptif Kualitatif	Tujuan dari komunikasi interpersonal adalah agar lebih memajukan kualitas pelayanan dari <i>frontliner</i> khususnya teller dimana pesan disampaikan menggunakan kata-kata/bahasa verbal dan non verbal seperti menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya. Terutama teller harus berupaya menyamakan <i>frame of reference</i> dan <i>field of experience</i> dari nasabah. Di samping itu kedua pihak harus mempunyai empati terutama teller sebagai pemberi jasa agar ada kepuasan pelayanan untuk nasabahnya.
2	Saraswati, Anindya. 2009. Program Studi Ilmu Komunikasi.	<i>Costumer Relations</i> dan Kepuasan Nasabah. (Studi Tentang Pelayanan	Deskriptif Kualitatif	Banyak nasabah yang senang melakukan berbagai transaksi perbankan di PT Bank CIMB Niaga, Tbk Solo. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa

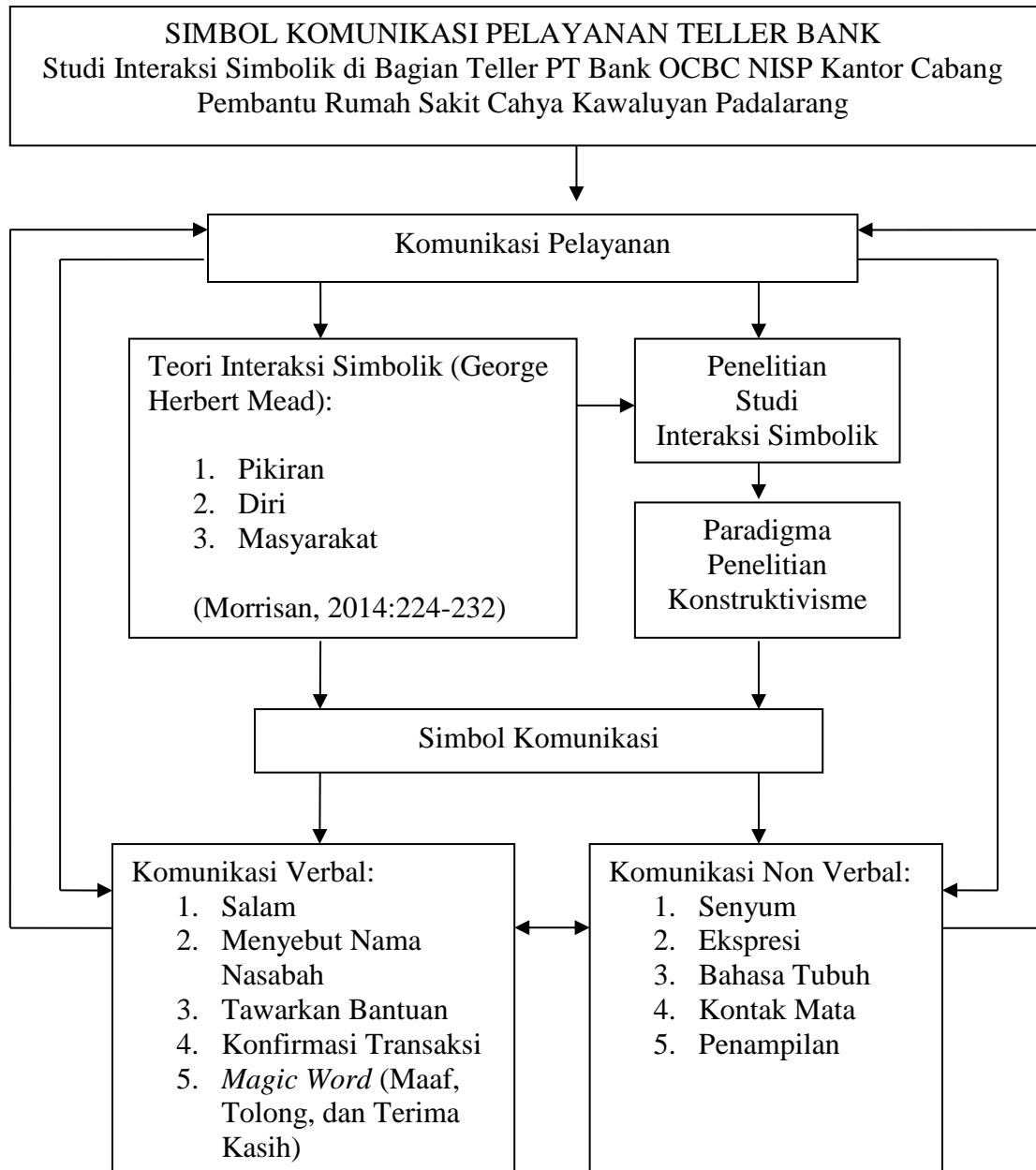
	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret. Surakarta	<i>Costumer Relations Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah PT Commerce Investment Merchant Banking Niaga,Tbk Cabang Solo)</i>		faktor yaitu: keberadaan kecekatan dan kecepatan dari <i>costumer servicedan</i> teller di Bank CIMB Niaga Solo dalam menghadapi dan menanggapi keinginan nasabah serta memberikan suatu solusi terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah dalam bertransaksi, adanya pelayanan bertelepon yang dapat meminimalisir kesulitan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan di Bank CIMB Niaga Solo.
3	Ramadhani, Hennike. 2015. Program Studi Hubungan Masyarakat. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Riau.	Komunikasi Interpersonal <i>Frontliner</i> dalam Melayani dan Memberikan Informasi kepada para Pelanggan PT PLN (PERSERO) Rayon Panam Pekanbaru	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal <i>fronliner</i> dalam melayani dan memberikan informasi kepada pelanggan harus efektif karena frontliner harus mampu menjadi komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi dan memiliki daya tarik sehingga dalam menyampaikan pesan atau informasi dapat dipahami oleh komunikan (pelanggan).

4	Hastuti, Puji. 2009. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelas Maret. Surakarta	<i>Costumer Relation</i> dan Kepuasan Nasabah	Deskriptif Kualitatif	Dari hasil analisis menunjukkan bahwa kegiatan <i>costumer relations</i> yang dilakukan oleh BRI Cabang Karanganyar ini telah mendapatkan penilaian positif dari para nasabahnya dan sudah cukup mampu menciptakan kepuasan untuk para nasabahnya, kegiatan <i>frontliner</i> meliputi standar pelayanan yang mewujudkan <i>service excellence</i> mengarah pada <i>customer centric</i> (fokus kepada nasabah) maksudnya pelanggan maunya apa. Bank BRI memberikan standar kepuasan kepada nasabah lebih dariapa yang diharapkannya. Standar pelayanan itu di dukung dengan infra struktur yang memadai, kebijakan pelayanan dan hal-hal lainnya dapat disampaikan kepada nasabah dengan cepat, tepat, dan akurat aplikasi yang memadai dan handal untuk mendukung kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
5	Krisni, Dina Novita. 2014. Program	Peranan <i>Costumer Service</i> dalam meningkatkan	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian yang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia

	<p>Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.</p>	<p>Loyalitas Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung</p>	<p>KCP Tulungagung ini mengenai peranan <i>customer service</i> dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung sangatlah penting, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan yaitu mayoritas sebagian besar kepuasan mereka dan membuat mereka loyal terhadap Bank Maumalat Indonesia KCP Tulungagung dengan adanya pelayanan yang membuat mereka nyaman bertransaksi dan tetap menggunakan jasa dari bank tersebut tanpa beralih ke bank yang lain. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari <i>customer service</i> ini ditingkatkan lagi menjadi taraf yang lebih baik lagi agar nasabah tetap loyal.</p>
--	---	---	--

## 1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



### 1.2.3 Landasan Teoritis

#### 1.2.3.1 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Teori interaksi simbolik (*symbolic interactionism*) memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. Interaksi simbolis pada awalnya merupakan suatu gerakan pemikiran dalam ilmu sosiologi yang dibangun oleh George Herbert Mead, dan karyanya kemudian menjadi inti dari aliran pemikiran yang dinamakan *Chicago School*. Menurut Mead (dalam Morrison, 2013: 225) interaksi simbolis mendasarkan gagasannya atas enam hal yaitu:

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan pengertian subjektifnya.
2. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dan karena itu akan terus berubah.
3. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dari simbol yang digunakan di lingkungan terdekatnya (*primary group*), dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial.
4. Dunia terdiri dari berbagai objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial.
5. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisikan objek-objek dan tindakan yang relevan pada situasi saat itu.

6. Diri seseorang adalah objek signifikan dan sebagaimana objek sosial lainnya diri didefinisikan melalui interaksi sosial dengan orang lain.

Terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead ini yaitu masyarakat, diri, dan pikiran. Ketiga konsep tersebut memiliki aspek-aspek yang berbeda namun berasal dari proses umum yang sama yang disebut “tindakan sosial” (*social act*), yaitu suatu unit tingkah laku lengkap yang tidak dapat dianalisis ke dalam subbagian tertentu. Suatu tindakan dapat berupa perbuatan singkat dan sederhana seperti mengikat tali sepatu, atau bisa juga panjang dan rumit seperti pemenuhan tujuan hidup. Sejumlah tindakan berhubungan satu dengan lainnya yang dibangun sepanjang hidup manusia. Tindakan dimulai dengan dorongan hati (*impulse*) yang melibatkan persepsi dan pemberian makna, latihan mental, pertimbangan alternatif, hingga penyelesaian. (Morrison, 2013: 225)

Aspek pertama dari analisis Herbert Mead adalah masyarakat (*society*). Masyarakat atau kehidupan kelompok terdiri atas perilaku yang saling bekerja sama di antara para anggota masyarakat. Syarat untuk dapat terjadinya kerja sama di antara anggota masyarakat ini adalah adanya pengertian terhadap keinginan atau maksud (*intention*) orang lain, tidak saja pada saat ini tetapi juga pada masa yang akan datang. Dengan demikian, kerja sama terdiri atas kegiatan untuk membaca maksud dan tindakan orang lain dan memberikan tanggapan terhadap tindakan itu dengan cara yang pantas. (Morrison, 2013: 227)

Konsepnya yang kedua yaitu mengenai diri (*self*). Kita memiliki diri karena kita dapat menanggapi diri kita sebagai suatu objek. Kita kadang-kadang memberikan

reaksi yang menyenangkan kepada diri kita. Kita merasa bahagia, bangga, dan bersemangat kepada diri kita. Kita kadang-kadang marah dan merasa jijik kepada diri kita sendiri. Cara terpenting bagaimana kita melihat diri kita sebagaimana orang lain melihat diri kita adalah melalui proses “pengambilan peran” (*role taking*) atau menggunakan perspektif orang lain dalam melihat diri kita, dan hal inilah yang kemudian menuntun kita untuk memiliki ‘konsep diri’ yang merupakan perspektif gabungan yang kita gunakan untuk melihat diri kita. (Morrisan, 2013: 229)

Menurut Mead “diri” memiliki dua sisi yang masing-masing memiliki tugas penting, yaitu diri yang mewakili saya sebagai subjek (*I*) dan saya sebagai objek (*me*). Saya sebagai subjek adalah bagian dari diri saya yang bersifat menuruti dorongan hati (*impulsive*), tidak teratur, tidak langsung dan tidak dapat diperkirakan. Saya sebagai objek adalah konsep diri yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan konsisten yang Anda dan orang lain pahami bersama. Setiap tindakan dimulai dengan dorongan hati saya subjek dan secara cepat dikontrol oleh saya objek atau disesuaikan dengan konsep diri Anda. Saya subjek adalah tenaga pendorong untuk melakukan tindakan, sedangkan konsep diri atau saya objek memberikan arah dan panduan. Mead menggunakan konsep saya objek untuk menjelaskan perilaku yang dapat diterima dan sesuai secara sosial dan saya subjek menjelaskan dorongan hati yang kreatif namun sulit diperkirakan. (Morrisan, 2013: 229-230)

Konsep Mead yang ketiga adalah pikiran (*mind*). Pikiran bukanlah suatu benda tetapi suatu proses yang tidak lebih dari kegiatan interaksi dengan diri kita. Kemampuan berinteraksi yang berkembang bersama-sama dengan diri adalah sangat



penting bagi kehidupan manusia karena menjadi bagian dari setiap tindakan. Berpikir (*mind*) melibatkan keraguan (menunda tindakan terbuka) ketika kita menginterpretasikan situasi. Di sini kita berpikir sepanjang situasi itu dan merencanakan tindakan ke depan. Kita membayangkan berbagai hasil, memilih alternatif, dan menguji berbagai alternatif yang mungkin. (Morrisan, 2013: 230)

### **1.2.3.2 Teori Aturan Percakapan Paul Grice**

Paul Grice mengemukakan seperangkat asumsi umum yang harus dimiliki setiap percakapan untuk dapat menghasilkan percakapan yang koheren yaitu percakapan yang logis dan mudah dimengerti. Prinsip kerja sama (*cooperative principle*) menuntut peserta percakapan memberikan kontribusinya kepada percakapan secara patut. Kerja sama tidak berarti harus ada ungkapan persetujuan, tetapi kerja sama berarti adanya keinginan peserta untuk memberikan kontribusi yang sesuai dengan tujuan percakapan. Misal, jika seseorang mengajukan pertanyaan maka harus dijawab dan ditanggapi dengan cara yang sekurang-kurangnya diakui adanya pertanyaan. Jika tidak maka dinilai tidak sopan. Seseorang akan merasa terganggu jika orang yang ditanya gagal menyelesaikan ucapannya dengan patut karena dapat menimbulkan kebingungan sehingga percakapan menjadi tidak koheren. Menurut Grice (dalam Morrisan, 2013: 238) kerja sama dalam percakapan dapat dicapai melalui empat aturan yaitu:

1. Percakapan berkuantitas (*quantity maxim*).
2. Percakapan berkualitas (*quality maxim*).

3. Percakapan relevan (*relevancy maxim*).
4. Percakapan berperilaku (*manner maxim*) .

Kontribusi peserta kepada suatu percakapan harus memberikan informasi yang cukup dan tidak berlebihan. Dalam hal ini, kita melanggar *quantity maxim* ketika perkataan kita tidak memberikan informasi yang cukup atau terlalu banyak informasi. Perkataan yang kita ucapkan haruslah benar, dan kita melanggar *quality maxim* ketika kita secara sengaja berbohong atau berkomunikasi dengan cara-cara yang tidak menunjukkan suatu maksud yang jujur. Percakapan harus relevan, dan kita melanggar *relevancy maxim* ketika kita mengatakan sesuatu yang tidak berhubungan. Kita melanggar *manner maxim* ketika kita berbicara tidak jelas, mendua (ambigu) dan tidak teratur. (Morrisan, 2013: 239)

Keempat aturan percakapan tersebut sebagai sesuatu yang *absurd* karena sudah seharusnya begitu, tetapi pertanyaan mengenai bagaimana orang menggunakan keempat aturan tersebut dan bagaimana mereka menangani pelanggaran terhadap berbagai aturan tersebut adalah pertanyaan yang kompleks dan menarik. Prinsip kerja sama dan keempat aturan tersebut seringkali dilanggar, dan terkadang disengaja, tetapi apa yang membuat prinsip kerja sama dan aturan tersebut menjadi penting adalah bahwa pembicara tidak pernah melanggar aturan tanpa menghentikan aliran percakapan atau memengaruhi persepsi percakapan. Dengan kata lain, pelanggaran merupakan masalah yang harus ditangani bersama-sama di antara peserta percakapan. (Morrisan, 2013: 239)

### 1.2.3.3 Teori Urutan Percakapan Harvey Sacks

Ide dibalik teori ini adalah bahwa percakapan terdiri atas urutan (*sequence*) atau serangkaian tindakan bicara (*speech acts*) yang dikontrol oleh sejumlah aturan, dan suatu percakapan yang koheren dapat dicapai dengan cara memastikan bahwa setiap tindakan adalah hasil tanggapan yang sesuai dengan tindakan sebelumnya. Misalnya, pertanyaan, “Halo, apa kabar?” biasanya akan diikuti dengan jawaban, “Baik, Anda sendiri apa kabar?” Ketika kita berbicara maka kita sebenarnya melakukan sesuatu dengan kata-kata seperti kita berjanji, memohon, meminta, atau menegur. Dalam percakapan yang koheren, tindakan bicara salah seorang komunikator biasanya akan mengikuti tindakan bicara komunikator lainnya. (Morrisan, 2013: 242)

Teori urutan percakapan memfokuskan perhatiannya pada apa yang disebut dengan “pasangan kalimat berdampingan” atau *adjancecy pair*, yaitu dua tindakan bicara yang diikat menjadi satu. Bagian pasangan kalimat yang pertama atau *the first-fair part* (FPP) adalah ucapan pertama, bagian pasangan kalimat kedua *the second-fair part* (SPP) adalah ucapan kedua. SPP berfungsi melengkapi tindakan bicara. Melalui pendekatan ini maka percakapan menjadi koheren jika aturan urutan percakapan secara konsisten digunakan di antara FPP dan SPP. (Morrisan, 2013: 242)

Dalam hal ini, model urutan percakapan yang dikemukakan Harvey Sacks dan dua rekannya mungkin menjadi model yang paling berpengaruh. Model ini pada dasarnya merupakan teori giliran bicara (*turn-taking-theory*) yang menyatakan, bahwa giliran bicara berikut dalam suatu percakapan harus merupakan tanggapan

yang pantas untuk melengkapi suatu pasangan kalimat berdampingan tertentu. Misalnya, suatu pertanyaan harus diikuti dengan jawaban, suatu bentuk teguran (*greeting*) harus diikuti dengan teguran lainnya, penawaran diikuti penerimaan, permohonan diikuti dengan penerimaan atau penolakan. Menurut Harvey Sacks (dalam Morris, 2013: 243) sejumlah pasangan kalimat berdampingan lainnya yang dibahas dalam literatur komunikasi terkait dengan topik ini antara lain:

1. Pernyataan-persetujuan/ketidaksetujuan;
2. Pertanyaan-jawaban;
3. Panggilan-jawaban;
4. Penutupan-penutupan;
5. Permohonan-pengabulan/penolakan;
6. Menyinggung-tanggapan;
7. Permintaan maaf-penerimaan/penolakan;
8. Pujian-penerimaan/penolakan;
9. Ancaman-tanggapan;
10. Tantangan-tanggapan
11. Tuduhan-penolakan/pengakuan; dan
12. Menyombongkan diri-apresiasi/ejekan.

Berakhirnya suatu tindakan bicara memberikan sinyal yang menandai giliran pembicara lainnya untuk mulai bicara dan ia diwajibkan untuk memberikan tanggapan menurut aturan yang patut. Seorang pembicara dapat mengarahkan sinyal kepada pembicara tertentu untuk menerima giliran bicara berikutnya, atau pembicara

lain dapat pula secara pantas mengambil alih giliran berbicara, sepanjang terdapat tanggapan yang patut. Kegagalan memberikan tanggapan mendorong seseorang untuk terus berbicara. (Morrison, 2013: 244)

## **1.2.4 Landasan Konseptual**

### **1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi**

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagi pikiran”, “Kita mendiskusikan makna”, dan “Kita mengirimkan pesan”. (Mulyana, 2007: 46)

Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama, dan bahasa, dan masing-masing

bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut. (Mulyana, 2007: 46)

Menurut Hovland, Janis dan Kelley komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Menurut Berelson dan Steiner komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, dan angka-angka. (Mulyana, 2007:68)

Menurut Harold Lasswell (dalam Mulyana, 2007: 69), komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” “mengatakan “apa” “dengan saluran apa”, “kepada siapa” , dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”.(*who says what in which channel to whom and with what effect*).

Komunikasi memiliki peran dan fungsi yang mendasar bagi kehidupan kita. Tanpa komunikasi, tentu saja dari perspektif komunikasi, tiada kehidupan. Bergerak atau diamnya sebarang makhluk hidup tergantung pada komunikasi yang dilakukannya. Terpenuhi atau tidaknya seluruh atau sebagian hajat kita ditentukan oleh keberhasilan komunikasi kita. Sukses atau gagalnya kehidupan kita banyak dipengaruhi oleh keterampilan komunikasi yang kita miliki.

Kenyataannya, kita semua sudah terbiasa melakukan komunikasi untuk memenuhi beragam keperluan sehari-hari kita. Bahkan, untuk yang tuna wicara sekalipun, mereka melakukan komunikasi untuk menyampaikan dan memperoleh

apayang mereka inginkan. Komunikasi bukanlah ilmu murni, sehingga dapat dipelajari untuk diterapkan. Namun komunikasi bukanlah semata-mata ilmu terapan sehingga yang mempelajarinya niscaya memperoleh perspektif dan teori di samping kiat berkomunikasi. Itu sebabnya komunikasi disebut ilmu sekaligus seni (*science and art*).

Sebagai seni, komunikasi menyediakan petunjuk praktis menjadi komunikator dan komunikan yang baik yang bisa dikuasai melalui kursus dan pelatihan. Tentu saja yang baik bilamana kita menguasai keduanya yaitu ilmu dan seninya. Mempraktikkan komunikasi berdasarkan ilmunya niscaya akan lebih baik. Sebagai ilmu (*science*), komunikasi memiliki cakupan dan karakteristik tersendiri. Berdasarkan bidang kajiannya, EM-Griffin (2003:21-36) misalnya, menguraikan tujuh tradisi yaitu sosio-psikologis, sibernetik, retorik, sosio-kultural, kritikal, dan fenomenologi. Sedangkan Fisher (1986) mengajukan empat perspektif dalam teori komunikasi berdasarkan cara kerja yaitu mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis. (Ruben dan Stewart, 2013:xi)

#### **1.2.4.2 Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Pelayanan**

Kegiatan pelayanan adalah kegiatan sadar yang dilakukan oleh seseorang dalam memenuhi kebutuhan orang lain dengan carayang terbaik. Melayani adalah kesediaan seseorang untuk memberikan pada orang lain. Kesediaan memberi haruslah muncul dari sebuah kesadaran dalam diri seseorang tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Agar seseorang mau melakukan secara sadar dan ikhlas dalam melakukan

sesuatu haruslah bermula dari cara pandang seseorang terhadap dirinya dan orang lain. Untuk itu perubahan perilaku petugas pelayanan harus bermula dari cara pandang mereka dan *mindset* mereka terhadap kegiatan pelayanan itu sendiri. (Saleh, 2010: 1-2)

Dalam perkembangan terakhir di Indonesia, perhatian pemerintah terhadap pelaksanaan pelayanan publik telah mulai mengemuka. Bahkan pemerintah pusat berkomitmen untuk memperbaiki citra pemerintahan melalui pelaksanaan pelayanan publik oleh setiap unsur pemerintahan melalui program kompetisi pelaksanaan pelayanan publik bagi pemerintah daerah yang diadakan setiap tahunnya. Untuk itu langkah awal adalah dengan mempersiapkan seluruh aparaturnya untuk dapat merubah paradigma kerjanya menjadi berparadigma pelayanan yaitu melalui perubahan *mindset* atau pola pikir pada birokrat yang selama ini bersikap atau berperilaku sebagai penguasa, mengarah kepada terbentuknya sikap dan perilaku birokrat sebagai pelayan atau hamba masyarakat atau *public service*. (Saleh, 2010: 2)

Salah satu aspek yang penting dalam pelaksanaan pelayanan publik adalah kemampuan seorang petugas layanan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi adalah hal yang paling lumrah dilakukan dalam orang memberikan layanan. Nilai baik tidaknya sebuah layanan sering kali dilihat dari bagaimana cara petugas pemberi layanan dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Keterampilan komunikasi ini haruslah dimiliki dan dikuasai dengan baik oleh setiap petugas pemberi layanan. (Saleh, 2010: 3-4)



Berkomunikasi adalah sebuah cara yang dilakukan manusia untuk mengungkapkan ide, mengekspresikan perasaan, dan mencitrakan diri. Cara seseorang berkomunikasi akan menjelaskan bagaimana dia mempersepsi dirinya dan orang lain. Dalam pelaksanaan pelayanan publik, keterampilan berkomunikasi menjadi salah satu aspek penting yang akan mempengaruhi bagaimana efektifitas pelayanan publik yang diberikan serta akan menentukan bagaimana masyarakat sebagai pelanggan dalam merespon dan mencitrakan organisasi pemberi layanan. Untuk berkomunikasi haruslah mampu menempatkan manusia pada posisi yang terhormat sebagaimana pula pelayanan publik adalah sebuah ikhtiar untuk memanusiakan manusia atau *human humanization*. (Saleh, 2010: 4)

Salah satu tujuan berkomunikasi adalah mempengaruhi orang lain. Dalam mempengaruhi orang lain maka langkah yang paling tepat adalah dengan menggunakan cara yang paling disukai dan diminati oleh orang lain tersebut. Maka langkah yang harus dilakukan adalah dengan masuk ke dunia mereka dan itulah yang disebut dengan empati. Sikap ini mewujudkan kepedulian pada orang lain. Kegiatan pelayanan adalah suatu aktifitas untuk lebih peduli (*care*) pada setiap orang yang membutuhkan bantuan kita (petugas layanan). Empati dan peduli yang diberikan oleh petugas layanan pada orang lain (*costumer*) bukan bentuk merendahkan diri melainkan sikap mulia yang akan menempatkan posisi seseorang (pemberi layanan) dalam tempat yang terhormat di mata orang lain/pelanggan. (Saleh, 2010: 4)

### 1.2.4.3 Komunikasi Pelayanan

Pelayanan publik adalah pemberian jasa yang diberikan oleh suatu organisasi (perusahaan, pemerintah, swasta) kepada publiknya dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan atau kepentingan masyarakat. Menurut Saleh (2010: 8) Terdapat beberapa prinsip komunikasi dalam pelaksanaan pelayanan public antara lain:

1. Setiap tindakan dalam pelaksanaan pelayanan berpotensi komunikasi.
2. Interaksi organisasi dengan publiknya melalui tindak komunikasi.
3. Komunikasi bertujuan mempengaruhi, menguasai opini, dan mengajak kerjasama (positivistik).
4. Komunikasi berkepentingan memberikan makna atas setiap interaksi yang terjadi sehinggaterjadi kesalingpahaman dan hubungan yang saling menguntungkan (humanistik).
5. Semakin dekat hubungan psikososial individu/organisasi terhadap kebutuhan/keinginanpelanggan, semakin efektif tindak komunikasi yang dilakukan.

Pelayanan publik sangat penting bagi organisasi karena disebabkan oleh beberapa alasan, antara lain:

1. Melayani masyarakat, baik sebagai kewajiban maupun sebagai kehormatan, merupakan dasar bagi terbentuknya masyarakat yang manusiawi dan bagi organisasi, melayani pelanggan merupakan saat yang

menentukan (*moment of thruts*) serta peluang bagi organisasi untuk menunjukkan kredibilitas dan kapabilitasnya (Tjosvold).

2. Abad modern adalah abad pelanggan yaitu dimana para pengguna jasa diposisikan pada tempat yang terhormat, sehingga organisasi perlu mengembangkan strategi baru untuk ekonomi yang mengutamakan pelanggan (Carlzon).
3. Untuk memberikan pelayanan terbaik tersebut , maka peran komunikasi menjadi sangat penting dalam hubungannya dengan bagaimana suatu organisasi berinteraksi dan memperlakukan publiknya, karena komunikasi adalah memanusiakan manusia.

Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan utama dan terpenting dalam setiap pelaksanaan kegiatan pelayanan publik yang diberikan oleh organisasi pelayanan sehingga mampu memberikan pelayanan terbaik dan berkualitas bagi publiknya sehingga melahirkan kepercayaan publik bagi organisasi tersebut dan mendorong kepuasan bagi para pelanggan sehingga menjadikan mereka loyal terhadap organisasi. (Saleh, 2010: 10)

Dalam pelaksanaan komunikasi pelayanan publik haruslah memperhatikan semuahal yang dapat mendukung tercapainya tujuan pemberian pelayanan yang prima, karena setiap tindakan berpotensi komunikasi dan komunikasi berada dalam ruang dan waktu. Untuk itu maka setiap aspek dalam komunikasi pelayanan publik haruslah bersifat komprehensif yang meliputi aspek komunikator, tata ruang kantor,

hingga pencitraan lembaga melalui penyediaan beberapa sarana dan prasarana yang terbaik dalam memberikan pelayanan terbaik pula pada masyarakat. (Saleh, 2010: 80)

#### **1.2.4.4 Komunikasi Antarpribadi**

##### **A. Komunikasi Verbal**

###### **1. Pesan**

Memproduksi pesan sama mendasarnya bagi kehidupan kita dengan menerima pesan. Dalam kenyataannya, setiap aspek perilaku kita; bahasa, nada suara, penampilan, mata, tindakan, bahkan penggunaan ruang, dan waktu adalah sumber informasi potensial yang dapat dipilih untuk diperhatikan, diinterpretasikan, diingat, dan ditindaklanjuti oleh orang lain. (Ruben dan Stewart, 2013: 137)

Setiap peserta komunikasi berpartisipasi dalam menyediakan informasi dan dalam membangun jenis-jenis kesan tertentu. Individu yang terlibat memiliki tujuan tertentu dalam benaknya, dan berkomunikasi dengan cara yang dirancang untuk mencapainya. Proses ini mengubah ide menjadi pesan yang disebut dengan istilah *encoding*, (*encode*: menyandikan atau membuat pesan). Pesan-pesan yang menimbulkan makna bagi orang lain adalah secara sengaja disandikan. Yang menjadi harapan kita, selaku penyandi, adalah bahwa individu-individu kepada siapa pesan kita sampaikan akan melakukan *decode* atau menerjemahkan menjadi ide dengan hasil yang kurang lebih sama dengan yang kita niatkan. (Ruben dan Stewart, 2013: 39)

## 2. Bahasa

Pada tingkat yang paling dasar bahasa memungkinkan kita untuk memberi nama dan secara simbolis mewakili bermacam unsur di dunia kita. Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistik ternama, berpendapat bahwa hubungan antara kata (“penanda”) dan objek yang diwakilinya (“petanda”) adalah *arbitrary* atau sewenang-wenang. Tidak ada hubungan instristik antara objek dan “tanda-tanda” yang kita gunakan untuk merepresentasikan mereka. (Ruben dan Stewart, 2013: 146)

Menurut hipotesis Sapir Whorf (dalam Ruben dan Stewart, 2013: 147) bahasa adalah tidak hanya alat reproduksi untuk menyuarakan ide-ide, melainkan juga pembentuk ide. Penggunaan bahasa adalah aspek dasar dan halus dari kehidupan manusia yang representasi dan “tiruan” alaminya sering terabaikan. Hal ini terutama terjadi ketika pola penggunaan bahasa tertentu dibagi secara luas. Selama orang lain tampak menggunakan makna yang sama dengan kita, kita boleh percaya bahwa antara “pernyataan” dan “kenyataan” adalah sama.

## 3. Percakapan

### a. Negosiasi Makna

Melalui bahasa kita mampu mengoordinasikan kegiatan kita sendiri dengan orang lain, untuk melakukan proyek bersama, untuk membahas dan memecahkan masalah, dan untuk berbagi dalam mengejar kebutuhan pribadi dan sosial. Dari perspektif internasional, bahasa adalah alat untuk negosiasi makna antara dua atau lebih individu. Ketika kita membuat pesan lisan atau

tertulis, bahasa kita berfungsi sebagai media untuk menyampaikan representasi kita. Hal ini berarti kita memproyeksikan diri dan ide-ide ke lingkungan kita. (Ruben dan Stewart, 2013: 151)

Jadi, dalam percakapan apa pun (atau diskusi tertulis), bahasa berfungsi sebagai medium melalui mana individu membuat, mengeksternalisasi, menafsirkan dan internalisasi makna. Jika interaksi berlanjut, bahasa berfungsi sebagai saluran melalui mana dapat saling dapat menemukan perbedaan dan/atau kesamaan makna di antara mereka, dan menegosiasikan makna secara mutualistik yang sesuai dengan tujuan yang diinginkan. (Ruben dan Stewart, 2013: 152)

b. Aturan Percakapan

Aturan percakapan sebagian besarnya adalah implisit dan halus, dan membimbing perilaku kita dalam interaksi verbal. Peraturan itu menjelaskan bagaimana seseorang menjadi ‘harus’, ‘hendaknya’, atau ‘tidak semestinya’ bersikap tertentu dalam interaksi dengan orang lain. Aturan percakapan memfasilitasi upaya kerja sama, membantu mengatur struktur dan interaksi, memberikan dasar untuk memprediksi pola komunikasi, dan membimbing kita dalam menafsirkan tindakan orang lain. Para ahli komunikasi telah mengidentifikasi sejumlah aturan yang memandu perilaku kita dalam percakapan. Ruben dan Stewart (2013: 153) mengelompokkan aturan-aturan ini ke dalam kategori berikut:

1. *Cooperativeness* (kesediaan kerja sama). Bersikaplah tulus dan buatlah kontribusi anda masuk akal, berikan persetujuan atas tujuan pembicaraan.
2. *Informativeness* (kesediaan informastif). Buatlah kontribusi anda seinformatif mungkin atau seperlu mungkin.
3. *Responsiveness* (kesediaan menanggapi). Perhatian kepada dan tanggap terhadap kebutuhan informasi orang lain.
4. *Interactiveness* (kesediaan berinteraksi). Berbagi tanggung jawab dengan peserta interaksi lainnya untuk mengarahkan dan mengelola percakapan.
5. *Conformance* (kesediaan menyesuaikan diri). Mengetahui dan mengikuti kegiatan percakapan yang diterima. Beritahu orang lain ketika anda melanggar aturan.

## **B. Komunikasi Non Verbal**

### 1. *Paralanguage*

*Paralanguage* adalah bukan soal apa yang anda katakan, tetapi bagaimana anda mengatakannya. Apa yang kita katakan dengan menggunakan kata, frasa, dan kalimat jelas penting untuk komunikasi. Namun cara kita menggunakan bahasa bahkan bisa lebih penting daripada kata-kata kita sebagai sumber informasi. *Paralanguage* mengacu pada setiap pesan yang menyertai dan lebih melengkapi bahasa. Salah satu fokus pembahasan tentang *paralanguage* adalah tentang hal-hal yang terkait dengan suara (*vocalis*) seperti pesan pendengaran, pesan selain dari kata-kata yang diciptakan dalam proses pembicaraan. Vokalik, yang meliputi tinggi rendah suara, kecepatan

bicara, irama, batuk, tertawa, sengau, berhenti, bahkan keheningan, adalah sumber-sumber pesan yang sangat penting dalam komunikasi tatap muka. (Ruben dan Stewart, 2013: 175)

Sebagai bahasa ucapan, isyarat paralinguistik semisal besar kecilnya volume suara, kecepatan bicara, nada, kata seru, variasi tinggi suara, dan pengukuran jeda, dapat memiliki pengaruh besar terhadap apa dan bagaimana, orang bereaksi terhadap individu dan verbalisasinya. Atas dasar tinggi suara, misalnya, kita dapat menentukan apakah suatu ucapan tertentu adalah suatu pernyataan atau pertanyaan, komentar serius, atau sindiran kasar. Apakah pengucapan kata “benar” secara lisan, akan ditafsirkan sebagai “Benarkah?” atau “Benar!” lebih ditentukan melalui *paralanguage* daripada melalui kata itu sendiri. Dengan *paralanguage* pula kita akan memutuskan apakah,ucapan lisan; “Itu indah!”, harus dipahami secara harfiah atau berarti sebaliknya. (Ruben dan Stewart, 2013: 176)

Dalam bahasa tulis, isyarat paralinguistik berfungsi sebagai dasar kesimpulan umum tentang seseorang mengenai bagaimana pendidikannya, kehati-hatiannya, sikap hormatnya, atau keseriusannya, serta memberikan kita petunjuk tentang suasana atau emosinya pada saat menulis. Pada gilirannya, isyarat ini dapat memengaruhi cara berpikir kita tentang orang lain dan berhubungan dengan penulis. (Ruben dan Stewart, 2013:177)



## 2. Wajah

Umumnya kita bereaksi terhadap tampilan wajah seseorang secara holistik. Ketika kita melihat wajah seseorang, kita mendapatkan kesan keseluruhannya dan jarang memikirkan ciri-ciri khususnya. Selain arti pentingnya dalam menyumbang penampilan seseorang secara keseluruhan, ekspresi wajah juga bisa menjadi sumber pesan dirinya sendiri, menyediakan informasi terbaik tentang kondisi emosi seorang individu—kegembiraan, ketakutan, terkejut, kesedihan, marah, jijik, merendahkan, dan ketertarikan. Perasaan kita sering menjadi apa yang diibaratkan oleh pepatah “menulis seluruh raut wajah kita”. (Ruben dan Stewart, 2013:179)

Fitur bagian wajah yang paling berpengaruh dalam komunikasi adalah mata, sebagaimana dicatat oleh Ellsworth (Ruben dan Stewart, 2013:179):

Berbeda dari banyak perilaku non verbal yang masing-masing hanya memiliki sebuah isyarat potensial yang nilainya jarang disadari, seperti gerakan kaki, atau perubahan secara halus wajah dan postur, tatapan mata langsung memiliki peluang yang tinggi untuk ditanggapi. Untuk perilaku yang melibatkan sedikit gerak dan tanpa gangguan, tatapan mata memiliki kapasitas luar biasa untuk menarik perhatian meski dibatasi oleh jarak.

Para peneliti telah menunjukkan bahwa fungsi utama terjadinya kontak mata atau tidak terjadinya, adalah untuk mengatur interaksi. Kontak mata menyediakan sejenis sinyal kesiapan untuk berinteraksi, sedangkan ketiadaan kontak mata bisa mengurangi kemungkinan interaksi, sengaja maupun tidak. Sekalipun perilaku mata penting bagi komunikasi manusia, banyak di antara kita tidak begitu peduli mengenai kesadaran kita kepadanya, dan tidak pula

memiliki kemampuan untuk memahami ciri-cirinya secara tepat. Di antara mereka yang mempelajari perilaku non verbal pada aspek mata ini, mengemukakan beberapa istilah yang membantu memberi deskripsi:

- a. *Face contact* (kontak wajah): Melihat wajah seseorang.
- b. *Eye contact or gaze* (kontak mata atau pandangan mata): Melihat mata seseorang.
- c. *Mutual Gaze* (saling pandang): Saling memandangi wajah oleh dua individu.
- d. *One-Sided-Gaze* (tatapan satu sisi): Satu orang melihat wajah orang lain, tapi tidak mendapatkan balasan.
- e. *Gaze-Avoidance* (menghindari pandangan): Seseorang secara aktif menghindari tatapan mata orang lain.
- f. *Gaze-Omission* (pandangan yang gagal): Seseorang gagal untuk memandangi orang lain, tetapi tidak niat melakukannya. (Ruben dan Stewart, 2013:180)

### 3. Tubuh

#### a. Rambut

Rambut dan jenggot panjang, warna, dan gaya adalah juga sumber pesan non verbal yang penting. Faktor-faktor ini berkontribusi terhadap daya tarik keseluruhan dan juga dapat berfungsi sebagai dasar kesimpulan atas kepribadian seseorang, usia, pekerjaan, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai. (Ruben dan Stewart, 2013:184)

b. Fisik

Fisik mencakup tipe, ukuran, dan bentuk tubuh. Penelitian telah menunjukkan sebagai contoh, bahwa kesimpulan yang dapat ditarik tentang kepribadian berdasarkan *somatype*, yaitu bentuk dan ukuran tubuh. Orang yang tampak “lunak”, “bulat”, dan kelebihan berat badan (*endomorphs*) dapat dianggap berperasaan, kalem, ceria, terbuka, pemaaf, lembut hati, atau hangat. Orang yang tampil berotot dan tampang atletis (*mesomorphs*) akan mendapat stereotip sebagai aktif, argumentatif, tegas, kompetitif, percaya diri, dominan, optimis, atau ceroboh; orang dan yang tinggi dan kurus dalam penampilan (*ectomorphs*) dapat dianggap penyendiri, cemas, hati-hati, keren, introspektif, teliti, sensitif, atau pemalu. (Ruben dan Stewart, 2013:184)

c. Pakaian dan Perhiasan

Pakaian memenuhi sejumlah fungsi bagi kita sebagai manusia, termasuk dekorasi, perlindungan fisik dan psikologis, daya tarik seksual, pernyataan diri, penyangkalan diri, penyembunyian, identifikasi kelompok, dan menampilkan status atau peran. Kosmetik, perhiasan batu permata, kacamata, tato, kepanjangan rambut, bulu mata palsu, dan tindikan pada tubuh, juga banyak digunakan untuk tujuan-tujuan tersebut.

Pakaian dan perhiasan layak dicatat dan sering digunakan sebagai dasar penilaian kepantasan sebagai jenis kelamin, usia, kemudahan didekati, kesejahteraan finansial, kelas sosial, selera, nilai-nilai, dan latar belakang budaya. (Ruben dan Stewart, 2013:185)

d. Artefak

Kita dikelilingi dengan berbagai macam artefak, seperti mainan, teknologi, furnitur, benda-benda hiasan, dan sebagainya. Mobil dan rumah kita juga adalah artefak—benda—yang menyediakan pesan-pesan tambahan hingga orang lain dapat menarik kesimpulan tentang sumber keuangan kita, selera estetika, kepribadian, status atau pekerjaan. Kartu kredit tertentu, tas kerja, atau kartu bisnis dapat menjadi pemberi isyarat nyata yang dengannya orang-orang membentuk kesan dan bereaksi berdasarkan penampilan kita. (Ruben dan Stewart, 2013:186)

4. Gerak—Isyarat

Gerakan serta isyarat dapat berfungsi sebagai pesan yang punya tujuan. Pesan yang dimaksudkan untuk meraih tujuan tertentu, maupun sekedar kebetulan, dan tidak sengaja. Beberapa gerakan dapat digunakan sebagai pelengkap bahasa. Gerakan digunakan untuk menggantikan kata-kata.

Desmond Morris, seorang antropolog menunjukkan bahwa gerakan diperoleh melalui warisan, penemuan, peniruan, dan latihan. Beberapa gerakan kita temukan saat kita mengidentifikasi keterbatasan dan kemampuan dari tubuh kita. Kita memperoleh banyak gerakan yang kita ketahui secara tidak sadar dari orang-orang di sekitar kita. (Ruben dan Stewart, 2013: 187)

Jenis gerak menurut Morris (dalam Ruben dan Stewart, 2013: 188-189):

a. Penegas dan Pemandu

Digunakan untuk menggarisbawahi atau menekankan masalah tertentu yang dibuat secara lisan

b. Sinyal Ya—Tidak

Cara utama dari membuat sinyal ya—tidak adalah dengan menggerakkan kepala

c. Salam dan Memberi Hormat

Bentuk salam paling dikenal adalah jabat tangan, pelukan, dan ciuman mengisyaratkan rasa senang kita atas kedatangan seseorang atau atas keberangkatan penting dari seseorang

#### **1.2.4.5 Manajemen Perbankan**

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya *bangku*. Bangku inilah yang dipergunakan oleh bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. (Hasibuan, 2011: 1)

Bank sangat penting dan berperan untuk mendorong pertumbuhan perekonomian suatu bangsa karena bank adalah:

1. Pengumpul dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan penyalur kredit kepada masyarakat yang kekurangan dana.
2. Tempat menabung yang efektif dan produktif bagi masyarakat.
3. Pelaksana dan memperlancar lalu lintas pembayaran dengan aman, praktis, dan ekonomis.
4. Penjamin penyelesaian perdagangan dengan menerbitkan L/C.
5. Penjamin penyelesaian proyek dengan menerbitkan bank garansi (Hasibuan, 2011:3).

Bank digolongkan menjadi beberapa perbedaan. Menurut Undang-Undang RI No. 7 Tahun 1992 (dalam Kasmir, 2013:23-33), bank dibedakan menjadi :

1. Berdasarkan Jenisnya:
  - a. Bank Umum
  - b. Bank Perkreditasi Rakyat
2. Berdasarkan Kepemilikannya
  - a. Bank Milik Pemerintah
  - b. Bank Milik Pemerintah Daerah
  - c. Bank Milik Swasta Nasional
  - d. Bank Milik Koperasi
  - e. Bank Asing/Campuran

3. Berdasarkan Bentuk Hukumnya:
  - a. Bank berbentuk hukum Perusahaan Daerah
  - b. Bank berbentuk hukum Perseroan (PERSERO)
  - c. Bank berbentuk hukum Perseroan Terbatas (PT)
  - d. Bank berbentuk hukum Koperasi
4. Berdasarkan Kegiatan Usahanya:
  - a. Bank Devisa
  - b. Bank Bukan Devisa
5. Berdasarkan Sistem Pembayaran Jasa:
  - a. Bank berdasarkan pembayaran bunga
  - b. Bank berdasarkan pembayaran berupa pembagian hasil keuntungan (bank dengan prinsip syariah)

Dalam menjalankan operasionalnya bank harus dikelola oleh sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya masing-masing. Salah satu pengelolaan paling penting dalam dunia perbankan di samping pemasaran bank adalah pengelolaan terhadap sumber daya manusia. Hal ini disebabkan sumber daya manusia merupakan tulang punggung dalam menjalankan roda kegiatan operasional suatu bank. Untuk itu, penyediaan sumber daya manusia (*bankir*) sebagai penggerak operasional bank haruslah disiapkan sedini mungkin. (Kasmir, 2013:154)

Memiliki karyawan yang benar-benar profesional seperti yang diinginkan oleh bank bukanlah perkara mudah. Banyak hal yang harus dilakukan sehingga karyawan yang diperoleh nantinya benar-benar memiliki kemampuan seperti yang diinginkan.

Bank perlu merancang struktur dan peranan dari masing-masing fungsi karyawan dengan baik agar pekerjaan yang akan dijalani oleh setiap karyawan sesuai dengan alur kerja yang diharapkan oleh perusahaan. (Kasmir, 2013:155-156)

#### **1.2.4.6 Teller Bank**

Menurut Pedoman BRI-1990 (dalam Hasibuan, 2011:161), teller adalah petugas yang dapat bekerja cepat, tepat, jujur, dan ramah serta mampu bekerja, sekalipun di bawah tekanan yang berat karena teller adalah garis depan bank yang sering dinilai sebagai standar profesional dan sikap teller mencerminkan bank tersebut.

Teller adalah karyawan kasir bank yang melayani dan bertanggungjawabkan lalu lintas pembayaran uang tunai. Menurut Prof. Dr. Faisal Afiff, SPEC. LIC,dkk-1996 (dalam Hasibuan, 2011:161), teller adalah karyawan bank yang bertanggung jawab terhadap lalu lintas uang tunai. Teller disebut juga kuasa kas terbatas, karena dalam jumlah uang terbatas karyawan bank tersebut dapat bertindak secara langsung untuk melakukan transaksi.

Menurut Hasibuan (2011: 163) teller bisa dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Corporate* Teller, adalah teller yang hanya melaksanakan tugas untuk menerima setoran dan pembayaran dengan uang tunai kepada nasabah bank.
2. *Individual* Teller, adalah teller yang hanya bertugas menerima setoran dan pembayaran uang tunai dari nasabah bank perorangan saja.



3. *Local Currency Teller*, adalah teller yang hanya bertugas untuk menerima setoran dan pembayaran dengan uang tunai valuta sendiri (rupiah).
4. *Foreign Currency Teller*, adalah teller yang bertugas untuk menerima setoran dan pembayaran dengan uang tunai valuta asing (valas).
5. *Express Teller*, adalah teller yang otoritasnya hanya melakukan pembayaran dengan uang tunai di bawah nilai tertentu dan saldo konkret rekening korannya mencukupi.
6. *Mixed Transaction Teller*, adalah teller yang dapat melaksanakan penerimaan setoran dan pembayaran dengan uang tunai, baik dengan valuta sendiri ataupun valuta asing, dalam semua jenis teller.
7. *Special Teller*, adalah teller yang bertugas untuk menerima setoran dan pembayaran dengan uang tunai dengan jumlah yang relatif sangat banyak.

Pada prinsipnya uraian pekerjaan (*job description*) semua jenis teller itu sama. Bedanya hanya terletak pada besarnya wewenang yang dimilikinya. Uraian pekerjaan teller menurut Hasibuan (165-166) antara lain sebagai berikut:

1. Teller pada pagi hari menerima sejumlah uang tunai dari kuasa kas setelah menandatangani tanda terimanya.
2. Teller harus menerima setoran tunai dan menandatangani bukti setorannya
3. Teller berhak membayar tunai, pencairan uang giral (cek, wesel L/C, dan lain-lain) dan menandatangani jika syarat-syaratnya terpenuhi.
4. Teller wajib menghitung, memyortir, dan mengikat rapi semua saldo uang tunai setelah kas ditutup untuk umum.

5. Teller harus menyetorkan saldo uang tunai kepada kuasa kas, setelah menghitungnya dengan benar dan kuasa kas harus menandatangani tanda terimanya.
6. Teller berhak meminta peralatan yang diperlukannya demi kelancaran tugas dan kuasa kasnya.
7. Teller harus melaksanakan semua tugas dan mempertanggungjawabkannya kepada kuasa kas.
8. Teller dengan persetujuan kuasa kas atau pimpinan bank melaksanakan penyetoran dan penarikan uang tunai dari dan kepada Bank Indonesia.
9. Teller harus menerima setoran dari dan atau pembayaran kepada nasabah bank.
10. Teller harus mengelola, mengadministrasi, mempertanggungjawabkan, dan menjaga semua uang tunai yang ada dalam kekuasaannya dengan baik.

Sebagai *front officer* yang berhubungan langsung dengan nasabah, teller perlu mempunyai suatu etika untuk memuaskan para nasabah. Etika *front officer* menurut Hasibuan (2011: 167) antara lain sebagai berikut:

1. Penampilan, yaitu para teller sebaiknya mempunyai penampilan yang menarik, antara lain dengan menggunakan seragam yang mencirikan adanya kesatuan dan ciri khas bank bersangkutan.
2. Kepribadian, yaitu para teller harus mempunyai sikap yang ramah, bersahabat, dan hormat terhadap nasabah.

3. Kecepatan pelayanan dari teller, sehingga dapat memuaskan para nasabah.
4. Menjaga kerahasiaan, yaitu teller harus menjaga kerahasiaan nasabah maupun kerahasiaan bank.

Menurut Hasibuan (2011: 167) teller juga perlu menaati aturan dan tata tertib kerja yang sudah ditetapkan, seperti:

1. Pada jam kerja atau operasi bank yang diperkenankan berada di daerah teller adalah karyawan bagian kas (*head teller* dan teller), pimpinan bank atau auditor di waktu-waktu tertentu, dan pejabat Bank Indonesia yang telah mendapat izin dari pimpinan bank.
2. Setiap teller hanya dapat melayani transaksi di *counter* teller, kecuali telah mendapat izin dari *head teller* atau pimpinan bank.
3. Teller tidak diperkenankan makan di *counter* teller, membawa tas ke ruangan teller dan menggantungkan baju atau sejenisnya di dalam ruangan teller.
4. Pintu masuk ruangan teller harus terkunci, ruangan teller harus dilengkapi sistem alarm yang baik, dan setiap pengambilan uang tunai ke brankas harus diketahui teller kepala atau pimpinan bank.
5. Pada akhir jam kerja, teller wajib menghitung uang yang ada pada boks teller. Jika terdapat kelebihan, ia wajib menyetorkannya pada *head teller*. Jika terdapat kekurangan, teller wajib mengganti kekurangan tersebut.

### 1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut Bogdan dan Taylor (dalam Basrowi dan Suwandi, 2008: 22-23) bertujuan untuk menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau suatu organisasi tertentu dalam suatu *setting* konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

Menurut Miles dan Huberman (dalam Basrowi dan Suwandi, 2008: 22), metode kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Menurut Hadjar penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perpektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan analisis tersebut kemudian ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum yang sifatnya abstrak tentang kenyataan-kenyataan. (Basrowi dan Suwandi, 2008:23)

Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data

secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapa pun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan. (Creswell, 2009:5)

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi interaksi simbolik dimana peneliti ingin melihat dan mengamati bagaimana interaksi yang terjadi antara teller dengan nasabah. Terutama interaksi yang berfokus pada komunikasi verbal dan non verbal dalam kegiatan komunikasi pelayanan. Dengan metode penelitian kualitatif akan diperoleh data berupa suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati antara teller dengan nasabah dalam konteks komunikasi pelayanan.

Penelitian ini juga berusaha mendapatkan pemahaman atas suatu realita sosial yakni komunikasi pelayanan antara teller dengan nasabah dengan terlebih dahulu melakukan analisis mendalam terhadap fokus penelitian yaitu simbol komunikasi sehingga akan diperoleh sebuah simpulan mengenai komunikasi verbal dan non verbal yang terjadi antara teller dengan nasabah dalam konteks komunikasi pelayanan.

Peneliti melakukan observasi terhadap partisipan yaitu teller dan nasabah. Teknik observasi yang digunakan pun adalah teknik observasi terlibat dimana peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan partisipan atau informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian. Selain itu peneliti juga melakukan

wawancara mendalam dengan para informan agar peneliti lebih leluasa dalam memahami makna dan mengeksplorasi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### **1.3.1. Paradigma Penelitian Konstruktivisme**

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Komunikasi dipahami, diatur, dan dihidupkan oleh pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan peniptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri sang pembicara. Oleh karena itu analisis dapat dilakukan demi membongkar maksud dan makna-makna tertentu dari komunikasi. (Ardianto dan Anees, 2011:151)

Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganiasi dan bermakna. Keberagaman pola konseptual atau kognitif merupakan

hasil dari lingkungan historis, kultural, dan personal yang digali secara terus menerus. (Ardianto dan Q Anees, 2011:151)

Paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Teori konstruktivisme dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya, yaitu konstruksi pribadi atau konstruksi personal (*personal construct*) oleh George Kelly. Ia menyatakan bahwa orang memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya. (Ardianto dan Q Anees, 2011:158)

### **1.3.2. Pendekatan Penelitian Studi Interaksi Simbolik**

Menurut Roger dan Kincaid (dalam Elvinaro, 2010: 67-68), interaksional simbolik sangat berpengaruh dalam perkembangan ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi (termasuk sub ilmu komunikasi *public relations*, jurnalistik, periklanan, dll). Lebih dari itu, interaksional simbolik juga memberikan inspirasi bagi kecenderungan semakin menguatnya pendekatan kualitatif dalam studi penelitian komunikasi. Pengaruh itu terutama dalam hal cara pandang secara holistik terhadap gejala komunikasi sebagai konsekuensi dari berubahnya prinsip berpikir sistemik menjadi prinsip interaksional simbolik. Prinsip ini menempatkan komunikasi sebagai suatu proses menuju kondisi-kondisi interaksional yang bersifat konvergensif untuk mencapai pengertian bersama (*mutual understanding*) di antara para partisipan

komunikasi. Informasi dan pengertian bersama menjadi konsep kunci dalam pandangan konvergensif terhadap komunikasi.

Interaksional simbolik memandang bahwa makna (*meanings*) diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi dalam kelompok-kelompok sosial. Interaksi sosial memberikan, melanggengkan, dan mengubah aneka konvensi, seperti peran, norma, aturan, dan makna-makna yang ada dalam suatu kelompok sosial. Konvensi-konvensi yang ada pada gilirannya mendefinisikan realitas kebudayaan dari masyarakat itu sendiri. Dalam hubungan ini, bahasa dipandang sebagai pengangkut realita (informasi) yang karenanya menduduki posisi sangat penting. Interaksional simbolik merupakan gerakan cara pandang terhadap komunikasi dan masyarakat yang pada intinya berpendirian bahwa struktur sosial dan makna-makna diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi sosial. (Erdianto, 2010:68)

#### **1.3.2.1. Penentuan Sumber Data Penelitian**

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa ialah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah nasabah di PT Bank OCBC NISP cabang Rumah Sakit Cahya Kawaluyan.



### **1.3.2.2. Proses Pendekatan Terhadap Informan**

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak guna meminta izin kesediannya untuk diteliti dan bertemu untuk melakukan wawancara dengan informan pangkal.
2. Pendekatan personal (*rapport*), dimana peneliti berkenalan dengan pakar di bidang teller yaitu Kepala Cabang yang akan dijadikan sebagai informan kunci.

### **1.3.3. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

#### **1.3.3.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini difokuskan tepatnya pada bagian teller di PT Bank OCBC NISP kantor cabang Rumah Sakit Cahya Kawaluyan. Pemaknaan simbol-simbol dalam komunikasi interaksi simbolik ketika nasabah melakukan komunikasi dengan teller pada saat nasabah bertransaksi di *counter* teller PT Bank OCBC NISP cabang Rumah Sakit Cahya Kawaluyan.

#### **1.3.3.2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini direncanakan selama 7 (tujuh) bulan yaitu dimulai dari Desember 2015 sampai dengan Juni 2016, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Jadwal Penelitian 2016						
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni
1	Observasi Awal	X						
2	Penyusunan Proposal Skripsi	X						
3	Bimbingan Proposal Skripsi		X					
4	Seminar Proposal Skripsi			X				
5	Perbaikan Proposal Skripsi			X				
6	Pelaksanaan Penelitian				X			
7	Analisis Data				X			
8	Penulisan Laporan				X			
9	Konsultasi					X		
10	Seminar Draft Skripsi					X		
11	Sidang Skripsi						X	
12	Perbaikan Skripsi							X

#### 1.3.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data berdasarkan prosedur pengumpulan data menurut Cresswel (2013: 267) adalah sebagai berikut:

a. Pengamatan (Observasi) Kualitatif

Observasi kualitatif merupakan observasi yang di dalamnya peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam pengamatan ini, peneliti merekam/ mencatat baik dengan cara terstruktur maupun semistruktur (misalnya, dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang memang ingin diketahui oleh peneliti) aktivitas-aktivitas dalam lokasi penelitian. Para peneliti kualitatif juga dapat terlibat dalam peran-peran yang beragam, mulai dari sebagai nonpartisipan hingga partisipan utuh.

b. Wawancara Kualitatif

Peneliti dapat melakukan *face to face interview* (wawancara berhadapan) dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon, atau terlibat dalam wawancara kelompok tertentu yang terdiri dari enam sampai delapan partisipan per kelompok. Wawancara-wawancara seperti ini tentu saja memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan.

c. Studi Kepustakaan

Metode dokumentasi (Dalam Moelong, 2010: 216) adalah instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data, metode observasi, kuisioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk

mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Seperti dikatakan Linclon dan Guba, teknik kepustakaan adalah “teknik pengumpulan data sekunder, yaitu data yang diperoleh berdasarkan informasi dari penelitian sebelumnya, dan pelengkap atau dokumen yang berhubungan dengan judul buku-buku yang relevan serta referensi yang mendukung penelitian tersebut”.

### **1.3.5. Teknik Analisis Data**

Analisis dan kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Moleong (2005: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

Tahap I : Mentranskripsikan Data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan data rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim dosen pembimbing.

Tahap II : Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya

menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

Tahap III : Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan simbol komunikasi pelayanan teller bank

Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

### **1.3.6. Validitas Data dan Otentitas Data**

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode yaitu:

#### **1. Triangulasi Data:**

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini

memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2. Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori interaksi simbolik juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah simbol komunikasi pelayanan teller bank.