

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Masyarakat kita terutama yang hidup di perkotaan atau kota-kota besar sudah tidak asing lagi jika mendengar kata bank. Bahkan sekarang ini sebagian besar masyarakat pedesaan pun sudah terbiasa mendengar kata bank, terlebih lagi hingar bingar dunia perbankan semenjak Indonesia dilanda krisis beberapa waktu yang lalu yang diikuti bubarkannya puluhan bank. Pengenalan bank dari sebagian masyarakat ini baru sebatas dalam artian sempit. Masyarakat mengenal bank masih sebatas yang ada kaitannya dengan tabungan atau kredit, selebihnya banyak yang tidak tahu, padahal begitu banyak layanan bank yang dapat dinikmati oleh masyarakat saat ini.

Perkembangan dunia perbankan saat ini sudah mulai menunjukkan eksistensinya. Semakin banyak jumlah bank nasional maupun global dengan produk terbarunya yang bermunculan menambah tuntutan bagi manajemen perbankan untuk mengadakan program bank yang diminati oleh masyarakat dengan tawaran yang memudahkan dan menguntungkan. Dunia perbankan harus dapat beradaptasi dengan lingkungan yang semakin kompleks dan dinamis, seperti adanya merger, teknologi baru, peluncuran produk baru. Para pimpinan bisnis bank harus menjalin relasi yang terhubung dengan publik, serta menyeimbangkan respon melalui pelayanan yang diberikan.

Banyak orang menginginkan fasilitas yang mudah diakses tanpa menghambat aktivitas, seperti halnya untuk bertransaksi nasabah harus pergi dan mengurus langsung ke Bank. Bagaimanapun sebagian orang memiliki pekerjaan yang tidak dapat ditinggalkan, misalnya para wirausaha, pekerja kantoran, pekerja yang ada diintansi-intansi, pekerja yang ada dipasar, mall dan lain sebagainya. Mereka tidak mungkin

meninggalkan pekerjaannya dalam waktu yang cukup lama hanya untuk mengurus administrasi ke bank dan itu sangat menyita waktu untuk mereka. Sehingga menimbulkan anggapan bahwa apabila pergi ke bank untuk bertransaksi itu bukanlah hal suatu yang penting. Dan mereka menginginkan sesuatu hal yang bisa membantu mereka dalam memudahkan untuk bertransaksi keuangannya dengan mudah dan cepat.

Berbagai bank menawarkan fasilitas yang dapat memudahkan nasabahnya untuk bertransaksi, diantaranya fasilitas *BRI Mobile* yang membantu nasabahnya agar dapat melakukan transaksi tanpa menyita waktu, Layanan tersebut dapat mengubah pola pikir masyarakat awam yang tidak mengenal bank, menjadi lebih mengerti akan pentingnya bertransaksi melalui bank. Masih ada banyak masyarakat yang belum mempercayai atau menggunakan fasilitas bank disaat zaman semakin modern seperti saat ini, terutama masyarakat yang ada di kota – kota kecil yang mayoritas masih menggunakan transaksi secara tunai dan manual. Kepercayaan terhadap bank sangat sulit dimiliki masyarakat yang ada di kota – kota kecil karena beberapa hal, salah satunya terdapat bank yang pernah hilang komunikasi (*lost contact*) dengan masyarakat yang sudah menjadi nasabah, pihak bank terkait tidak melakukan komunikasi secara berkesinambungan.

Belakangan ini peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif. Bank yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Keunggulan teknologi yang diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik.

Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis ini, kualitas pelayanan perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa perbankan semakin kompleks pasca keluarnya penjaminan terbatas (dana nasabah) yang dilakukan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Hal ini membuat setiap perbankan selalu berusaha meningkatkan

kualitas pelayanannya agar kepuasan nasabah dapat terwujud. Sementara dari sisi produk, banyak bank menawarkan produk yang hampir mirip. Salah satu hal yang bisa membedakan bank satu dengan yang lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan merupakan faktor utama yang mampu menentukan kelangsungan kegiatan perbankan, termasuk dalam menarik minat para nasabah.

Aktivitas jasa perbankan, akhir-akhir ini merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas jasa perbankan tersebut. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya,

sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.

Dalam upaya meningkatkan layanan konsep dasar teknologi informasi di industri perbankan dan mempermudah akses nasabah atau pelanggannya, perbankan menggunakan dan selalu meng-update teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Untuk mencapai prestasi yang semakin meningkat, perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya, dari berbagai bidang industri, perbankan merupakan perusahaan mengadopsi terbesar teknologi informasi, penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal maupun untuk kepentingan nasabah. Teknologi informasi yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya pelayanan jasa perbankan seperti teknologi *Electronic Banking* atau *E-Banking*. *E-Banking* juga perlu memperhatikan beberapa unsur pemasaran untuk memasarkan jasa tersebut. Beberapa unsur pemasaran yang akan digunakan adalah unsur-unsur bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran adalah alat bagi

pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Transaksi *E-Banking* dapat dilakukan dimana saja, dibelahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta real-time.

E-Banking adalah salah satu upaya dari pihak perbankan untuk mempermudah akses bagi para nasabahnya dalam bertransaksi. dalam hal ini nasabah tidak lagi dibingungkan oleh berbagai proses layanan yang dapat menghambat aktivitas mereka, seperti : mengantri, harus datang langsung ke bank saat melakukan transaksi dan lain sebagainya. Dengan adanya *E-Banking* nasabah bisa bertransaksi langsung tanpa harus membawa uang tunai atau dapat melakukan transfer uang tanpa harus datang ke teller.

Perkembangan dunia perbankan pada saat ini sangatlah pesat. Banyaknya pesaing menyebabkan perusahaan sulit untuk mempertahankan nasabah. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh lembaga perbankan. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru atau fasilitas jasa perbankan sangatlah signifikan.

PT. Bank Rakyat Indonesia yang merupakan salah satu bank milik pemerintah di Indonesia yang berpusat di daerah Ibu Kota Indonesia, khususnya seluruh Indonesia. PT. Bank Rakyat Indonesia yang mulai menjadi melakukan ekspansi baik di kota – kota besar, maupun di pelosok daerah seluruh Indonesia harus bersaing dengan mempertahankan nasabahnya dengan banyak bank nasional lainnya. Bank Rakyat Indonesia merupakan unit usaha bank konvensional dari PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Bank BRI telah berdiri di Indonesia pada tahun 1895 dan awal berdiri di daerah Purwokerto, Jawa Tengah, oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja. Bank ini merupakan suatu lembaga

keuangan yang berfungsi untuk melayani masyarakat Indonesia. Reminya lembaga ini berdiri pada tanggal 16 Desember 1895.

Para pengguna jasa perbankan dimanjakan dengan berbagai fasilitas yang memudahkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut maka Bank BRI juga mulai bersaing dan berupaya untuk mengembangkan teknologi *BRI-Mobile* berupa Phone Banking, *Mobile Banking*, dan Internet Banking.

Didalam *BRI – Mobile* ini adanya penggunaan peranan teknologi yang sangat signifikan sehingga petugas harus memahami bagaimana peranan teknologi ini terlebih dahulu, sebelum dikomunikasikan langsung kepada nasabah. Terutama bagaimana peranan komunikasi digital yang disampaikan kepada para nasabahnya. Dan peranan komunikasi digital dibagi kebeberapa unsur diantaranya bagaimana cara penggunaannya, bagaimana komunikasi pelayanan yang diberikan, dan bagaimana bentuk dari komunikasi digital tersebut.

Dalam transaksi ekonomi terdapat interaksi antara penjual dengan pembeli untuk memperkuat hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli begitu juga dalam transaksi internet banking. Pihak bank berusaha untuk membangun dan menjaga hubungan atau ikatan jangka panjang dengan nasabahnya. Dalam internet banking, adanya pemisahan secara fisik antara bank dengan konsumennya dan tidak adanya interaksi secara fisik antara konsumen dengan karyawan bank dalam internet banking menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari konsumen adalah yang terpenting bagi bank.

Internet banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan internet banking bagi bank adalah internet banking bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka *outlet* ATM. Tetapi internet banking juga membuka peluang timbulnya kejahatan. Seperti halnya masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi

maupun keuangan dalam internet banking seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan internet banking. Internet banking yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah.

Permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini adalah pentingnya mewujudkan reputasi yang baik didalam bentuk pelayanan , teknik pelayanan , serta proses komunikasi digital yang dilakukan oleh pihak bank kepada nasabah. Ada banyak bank yang memiliki produk pelayanan yang menarik seiring berjalannya waktu, namun semakin sulit mendapatkan kepercayaan dari nasabahnya. Komunikasi yang baik merupakan sebuah kunci untuk memberikan pelayanan prima dari bank kepada nasabahnya. Identitas korporat yang ada di dalam lingkungan PT. Bank Rakyat Indonesia berperan penting dalam pelaksanaan komunikasi Digital *New BRI Mobile* kepada nasabah yang ada di Bandung.

Pelayanan digital *New BRI Mobile* di Bank BRI bandung sudah secara rutin dilakukan sejak tahun 2019 sampai sekarang dengan melayani lebih dari 100 nasabah BRI yang ada di Bandung. Pelayanan *New BRI Mobile* ini menjadi sebuah program dari PT. Bank Rakyat Indonesia untuk pencapaiannya lebih banyaknya nasabah mengetahui fungsi , serta memakai aplikasi tersebut . Karena dengan adanya *New BRI Mobile* ini mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, juga komunikasi yang baik yang terjalin antara nasabah dengan bank terkait.

1.2 Fokus Penelitian

Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pada jasa perbankan dan pemahaman nasabah dalam penggunaan fasilitas *BRI-Mobile* maka sangat penting bagi peneliti untuk mengadakan penelitian dengan judul “Komunikasi Pelayanan Digital *New BRI Mobile*.” Studi Tentang Pelayanan BRI Cabang Bandung.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka pertanyaan penelitian adalah :

1. Bagaimana Bentuk Komunikasi Digital dalam Pelayanan *New BRI Mobile*?
2. Bagaimana Teknik Komunikasi Digital dalam Pelayanan *New BRI Mobile*?
3. Bagaimana Proses Komunikasi Digital dalam Pelayanan *New BRI Mobile*?

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya , mengetahui : “Komunikasi Pelayanan Digital *New BRI Mobile*.” Studi tentang pelayanan *BRI Mobile* Bank Rakyat Indonesia Cabang Bandung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini, untuk menjawab pertanyaan pertanyaan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu :

1. Mengetahui Bentuk komunikasi Digital dalam Pelayanan *New BRI Mobile*
2. Mengetahui Teknik komunikasi Digital dalam Pelayanan *New BRI Mobile*
3. Mengetahui Proses komunikasi Digital dalam Pelayanan *New BRI Mobile*

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah memiliki implikasi yang luas serta cukup mendasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoristis Untuk pengembangan teori

Bagi Bank Bank BRI Pusat Asia Afrika Bandung, dapat menambah sarana informasi dan referensi bagi mahasiswa program Studi Perbankan pada khususnya dan sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan pada umumnya.

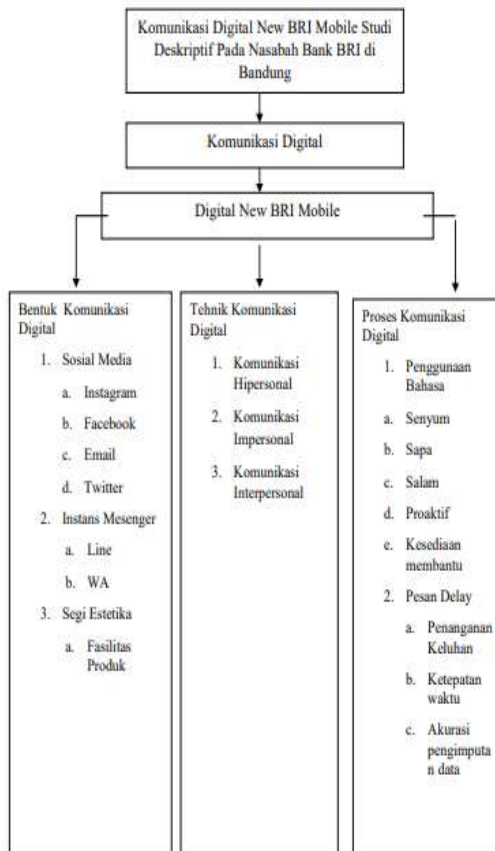
1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis, yaitu :

1. Komunikasi Pelayanan Digital yang baik bagi pihak Bank Rakyat Indonesia Cabang Bandung terhadap nasabah.
2. Mempertahankan, memperkenalkan, dan mengembangkan komunikasi pelayanan digital yang dilakukan oleh pihak Bank Rakyat Indonesia kepada nasabah khususnya yang ada dicabang BRI Bandung.

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



1.2.3 Landasan Teoristis

1.2.3.1 Teori CMC

Teori CMC dalam komunikasi atau *Computer Mediated Communication* adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, yang melibatkan orang, terletak dalam konteks tertentu, terlibat dalam proses pembentukan media untuk berbagai keperluan. Teori ini mempunyai jangkauan yang cukup luas dalam penggunaan new media yang saat ini dibahas oleh banyak ahli.

Menurut A.F.Wood dan M.J.Smith dalam bukunya yang berjudul *Computer Mediated Communication Social Interaction and The Internet* mengenai teori CMC :

“*Computer Mediated Communication* menurut adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui computer dalam suatu jaringan internet.” (1997:4)

Teori ini mengatakan bahwa dalam era modern seperti ini, internet telah menjadi salah satu mediator manusia dalam berkomunikasi dan berhubungan dengan individu lain. *Computer Mediated Communication* (CMC) didefinisikan sebagai suatu transaksi komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih computer jaringan. Penelitian *Computer Mediated Communication* (CMC) berfokus terutama pada dampak sosial yang berbeda yang di dukung teknologi komunikasi computer.

Berdasarkan definisi John December dalam karyanya yang berjudul *Computer Mediated Communication Social Interaction*:

“ *Computer Mediated Communication* (CMC) adalah proses komunikasi manusia dengan computer, melibatkan orang-orang, berbeda

dalam konteks yang terbatas, dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk tujuan yang beraneka ragam.” (1997:5)

Computer Mediated Communication (CMC) didefinisikan sebagai suatu transaksi komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih computer jaringan. CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang berbeda yang didukung teknologi computer. Banyak studi baru-baru ini melibatkan internet berbasis jaringan sosial yang didukung oleh perangkat lunak sosial. Berbagai bidang studi fenomena dari ahli yang dapat dijelaskan di bawah payung istilah CMC. Misalnya, banyak mengambil ‘psikologi komunikasi’ pendekatan CMC dengan melihat bagaimana manusia menggunakan ‘komputer’ (atau media digital) untuk mengelola interaksi Intrapersonal, jejak bentuk, membentuk, dan mempertahankan hubungan.

Studi-studi ini sering difokuskan pada perbedaan antara online dan interaksi offline, meskipun penelitian kontemporer bergerak ke arah pandangan bahwa *Computer mediated Communication* (CMC) harus dipelajari sebagaimana tertanam dalam kehidupan sehari-hari. Cara manusia berkomunikasi dengan profesional, sosial, dan lingkungan pendidikan sangat bervariasi, tidak hanya tergantung pada lingkungan tetapi juga metode komunikasi dimana komunikasi terjadi.

CMC Theory menjadi hal yang sangat penting untuk dijadikan sebuah pengetahuan. Dapat dilihat dari sisi menghebohkan yang terjadi di tengah masyarakat modern, bahwa media teknologi komputer kali ini sudah sangat marak, bahkan dapat dilihat dari mundurnya PT. Pos Indonesia dikarenakan teknologi instant sudah melewati batas dunia nyata. Hal ini menjadi penting, karena masyarakat menganggap untuk berkomunikasi dengan semua orang di dunia tidak perlu disusahkan dan tidak perlu lagi membutuhkan biaya yang mahal. Hanya dalam waktu singkat, kita dapat dengan mudah melakukan komunikasi yang kita inginkan dengan menggunakan CMC yang telah dipaparkan tadi. Karena

pada era modern saat ini, setiap individu menginginkan semua hal yang instant ditengah kegiatan mereka yang sangat sibuk.

Computer Mediated Communication (CMC), yaitu komunikasi yang mengambil tempat antara manusia melalui alat komputer (Susan Herring,1996).

1.2.3.2 Teori Media Baru

Terdapat beberapa pengertian mengenai media baru salah satunya seperti yang telah dijelaskan oleh Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (1987 : 16-17). Ia menamakan media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula.

Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Dan juga sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Lev Manovich, dalam *The New Media Reader*, mendefinisikan media baru dengan menggunakan 8 (delapan) proposisi, yaitu :

Media baru vs *Cyberculture*. *Cyberculture* adalah berbagai macam fenomena sosial yang diasosiasikan dengan internet dan jaringan komunikasi. Sementara itu, media baru menekankan pada objek budaya dan paradigma.

Media baru adalah teknologi komputer yang dipakai untuk sebuah platform distribusi.

Sementara itu, Martin Lister dkk dalam bukunya *New Media: A Critical Introduction* (2009 : 13) menyatakan bahwa terminologi media baru mengacu pada perubahan skala besar dalam produksi media,

distribusi media dan penggunaan media yang berifat teknologis, tekstual, konvensional dan budaya.

Karakteristik Media Baru

Denis McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa menjelaskan media telematik atau media baru tersebut memiliki beberapa ciri utama yaitu :

Desentralisasi – Pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pemasok komunikasi

Kemampuan tinggi – Pengantaran melalui kabel dan satelit. Pengantaran tersebut mampu mengatasi hambatan komunikasi dikarenakan pemancar lainnya. Komunikasi timbal balik (interaktivitas) – Penerima dapat memilih, menukar informasi, menjawab kembali, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung.

Kelenturan bentuk, isi, dan penggunaan.

Sementara itu, Martin Lister dkk (2009 : 13-14) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi.

1.2.4 Landasan Konseptual

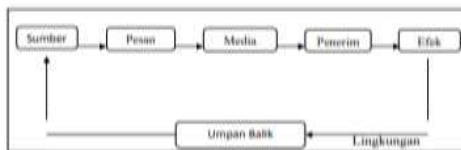
1.2.4.1 Tinjauan Umum tentang Ilmu Komunikasi

Dalam kehidupan sehari – hari manusia pasti membutuhkan komunikasi antar satu individu dan individu lainnya, setiap individu dapat mengenal satu sama lain dan dapat saling mengungkapkan perasaan serta keinginannya melalui komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan. Setelah dapat menanamkan pengertian dalam komunikasi, maka usaha untuk membentuk dan mengubah sikap dapat dilakukan, akhirnya melakukan tindakan nyata adalah harapannya .

1.2.4.2 Unsur – Unsur Komunikasi

Komunikasi yang ada dan berlangsung saat ini tidak dapat berlangsung jika tidak didukung oleh unsur – unsur yang menyertainya, tidak sedikit para ahli yang berbeda pendapat mengenai jumlah dari unsur yang ada didalam komunikasi itu sendiri. Dalam penelitian ini peneliti mengambil tujuh unsur yang terdapat dalam komunikasi itu sendiri yakni, sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik dan lingkungan.

Gambar 2.1 Unsur – unsur Komunikasi



Sumber : Cangara, Hafied: Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012, halaman 26

Unsur – unsur tersebut memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi, keenam unsur tersebut saling bergantung satu sama lainnya dengan kata lain jika didalam unsur – unsur tersebut kehilangan ataupun salah satu dari unsur tersebut tidak diikut sertakan maka akan memberikan pengaruh terhadap pembentukan komunikasi yang dijalani.

1.2.4.3 Jenis Komunikasi

Jenis komunikasi pada dasarnya terdiri dari dua yakni komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

1. Komunikasi Verbal adalah jenis komunikasi yang menggunakan kata – kata atau bahasa oral.

Mulyana didalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengungkapkan mengenai keterlibatan bahasa dengan kehidupan manusia yakni sebagai berikut :

Semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha – usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan oranglain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal. (2005 : 237)

Aspek – aspek dari komunikasi verbal adalah :

- a. *Vocabulary* (perbendaharaan kata – kata). Oleh kata merupakan hal yang sangat penting dalam komunikasi. Penggunaan kata – kata yang sederhana dan mudah dimengerti akan membuat kegiatan komunikasi lebih efektif.
- b. *Racing* atau tempo (kecepatan). Tempo atau kecepatan akan mempengaruhi efektivitas dalam kegiatan berkomunikasi. Cepat atau lambatnya dalam menyampaikan pesan itu mempengaruhi komunikasi dalam menerima informasi.
- c. *Intonasi* suara. Intonasi suara sangat penting dalam kegiatan berkomunikasi. Jika intonasi suara datar, maka akan maksud dan tujuan dalam informasi yang disampaikan akan berbeda. Intonasi suara dapat mengartikan pesan tegas atau biasa saja, seperti penekanan, pertanyaan, atau pernyataan.
- d. Singkat dan jelas . Penyampaian pesan dalam komunikasi akan lebih efektif jika pesan tersebut disampaikan secara singkat dan jelas, serta langsung ke pokok permasalahan tanpa berbelit – belit.

- e. *Training* (waktu yang tepat). Apabila seseorang bersedia untuk berkomunikasi, artinya orang tersebut dapat menyediakan waktu untuk mendengar atau memperhatikan pesan yang disampaikan.
2. Komunikasi Nonverbal adalah jenis komunikasi yang dikemas menggunakan bentuk non verbal, tanpa kata – kata.

Samovar dan porter yang dikutip oleh Mulyana didalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu pengantar menjelaskan pengertian komunikasi non verbal sebagai berikut :

Komunikasi nonverbal mencakup semua rangkaian (kecuali rangsangan verbal) dalam satu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima, jadi definisi ini mencakup pelaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan. (2005 : 308).

Aspek – aspek dari komunikasi nonverbal menurut Mulyana didalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar adalah :

1. Bahasa tubuh adalah kinesika (kinesics).
2. Sentuhan adalah suatu perilaku nonverbal yang multimakna, dapat menggantikan seribu kata.
3. Parabahasa, atau vokalika (vocalics).
4. Penempilan fisik.
5. Bau – bauan
6. Orientasi ruang dan jarak pribadi.
7. Konsep waktu.

8. Diam.
9. Warna.
10. Artefak. (2005 : 317-380)

Komunikasi verbal dan nonverbal ini mewarnai proses pesan dari komunikasi itu sendiri, dari penjabaran diatas dapat terlihat jika pembuktian dari manusia tidak dapat untuk tidak berkomunikasi ada dipemaparan diatas, dengan diamnya manusia itu adalah sebuah komunikasi dan masuk kedalam komunikasi nonverbal itu sendiri, pembuktian ini dapat menjadi sebuah data yang membuktikan jika memang benar komunikasi terus dilakukan oleh umat manusia.

1.2.4.4 Tujuan Komunikasi

Effendy didalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi menyebutkan tujuan dari komunikasi yakni :

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah Opini (*to change the opinion*)
3. Mengubah Perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah Masyarakat (*to change the society*). (2003:55)

Tujuan dari komunikasi yang telah dipaparkan diatas dapat memperlihatkan kepada kita dengan mempelajari komunikasi dengan baik maka kita dapat menghasilkan tujuan – tujuan yang telah dipaparkan diatas sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan dengan proses yang kita lalui dengan baik pula maka akan mencapai tujuan – tujuan komunikasi yang direncanakan.

1.2.4.5 Hambatan – hambatan komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain dimana didalamnya terdapat sebuah

hambatan yang selalu ditemui didalam prosesnya. Effendy didalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi menjelaskan hambatan – hambatan secara umum yang ada didalam proses komunikasi yakni sebagai berikut :

1. Gangguan adalah segala sesuatu yang mengintervensi suatu proses komunikasi. Terdapat dua jenis gangguan terdapat jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklarifikasikan sebagai gangguan mekanik dan semantik yakni :
 - a. Gangguan mekanik (*mechanical channel noise*) merupakan gangguan yang disebabkan saluran kegaduhan yang bersifat fisik.
 - b. Gangguan semantik (*sematic noise*) adalah gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak.
2. Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan yang ada kepentingannya.
3. Motivasi terpendam akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya.
4. Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi sesuatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang memiliki prasangka belum apa – apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. (2003:45-49)

Mukarom didalam bukunya yang berjudul Manajement Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)

menjabarkan hambatan komunikasi yang lebih spesifik yakni sebagai berikut :

1. Hambatan dari proses komunikasi yang terdiri dari :
 - a. Hambatan dari pengirim pesan seperti pesan yang akan disampaikan belum jelas bagi dirinya atau pengirim pesan.
 - b. Hambatan dari penyedia/symbol.
 - c. Hambatan media.
 - d. Hambatan dalam bahasa sandi.
 - e. Hambatan dalam memberikan balikan.
2. Hambatan fisik adalah hambatan yang dapat mengganggu komunikasi yang efektif. Contohnya gangguan kesehatan.
3. Hambatan semantik adalah hambatan yang datang dari pemilihan kata – kata yang digunakan dalam komunikasi yang datang dari pemilihan kata – kata yang digunakan dalam komunikasi yang kadang – kadang mengandung arti mendua yang berbeda, tidak jelas, atau berbelit – belit antara pemberi pesan dan penerima.
4. Hambatan psikologi adalah hambatan mengenai perbedaan nilai – nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan. (2015:90)

Hambatan didalam komunikasi akan selalu ada dikarenakan banyaknya instrumen yang ikut hadir ketika komunikasi itu berlangsung, hambatan yang telah dijabarkan diatas pun memaparkan banyak sekali

jenisnya, dari pemaparan tersebut kita dapat lebih berhati – hati dan mengelola hambatan yang datang dengan lebih baik lagi.

1.3. 1 Desain Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami gejala – gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi. Menurut John W. Creswell dalam buku *Research Design*, penelitian kualitatif merupakan :

“Penelitian kualitatif merupakan metode – metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya – upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan – pertanyaan dan prosedur – prosedur , mengumpulkan data yang spesifik dari 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 . Siapapun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan”. (2013 : 4-5)

Metode penelitian kualitatif menurut Creswell “berkembang dinamis melalui pertanyaan – pertanyaan terbuka, di mana data wawancara, data observasi, data dokumentasi, dan data audio – visual diolah menggunakan analisis tekstual dan Data bersifat emik (dari sudut pandang informan, gambar serta melalui interpretasi tema – tema dan pola – pola.” (2013 : 24).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menurut Creswell (2013 : 19) adalah :

“Proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata – kata , melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami gejala – gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi . Menurut John W, Creswell dalam buku *Research Design*, penelitian kualitatif merupakan :

“Penelitian kualitatif merupakan metode – metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan . Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya – upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan – pertanyaan dan prosedur – prosedur, mengumpulkan data yang yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema – tema yang umum, dan menafsirkan makna data laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapaun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan.” (2013 : 4- 5)

Metode penelitian kualitatif menurut Creswell “berkembang dinamis melalui pertanyaan – pertanyaan terbuka, di mana data wawancara, data observasi, data dokumentasi dan data audio – visual diolah menggunakan analisis tekstual dan Data bersifat emik (dari sudut pandang informan, gambar serta melalui interpretasi tema – tema dan pola – pola.” (2013 : 24)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif menurut Creswell (2013 : 19) adalah :

“Proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata – kata , melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam seting alamiah.”

1.3.2 Jenis Studi

Menurut jalaludin Rakhmat, metode deskriptif kualitatif sangat berguna untuk melahirkan beberapa teori – teori tentatif . Perbedaan esensial antara metode deskriptif kualitatif dengan metode – metode yang lain yaitu :

“Metode dekritif kualitatif ialah menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah (natural setting). Peneliti terjun langsung ke lapangan , bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku , mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi (instrumennya adalah pedoman observasi). Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variabel”. (Rakhmat, 2011 : 24)

1.3.3 Lokasi peneliti dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan secara langsung terjun ke objek penelitian di PT. Bank BRI, yang bertempat di jalan Jl. Asia Afrika No.57-59, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 4 (Empat) bulan yaitu dimulai dari bulan juni 2020 sampai oktober 2020