

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu

Judul	Tujuan Penelitian	Teori	Metodologi		Hasil
			Teknik Keabsahan Data	Teknik Analisis Data	
Komunikasi Interpersonal Pimpinan Dan Bawahan Dalam Motivasi Kerja Karyawan Pt.Cng Hilir Raya Palembang	Untuk mengetahui Komunikasi interpersonal Pimpinan dan bawahan dalam motivasi kerja karyawan bagian Produksi pada PT.CNG Hilir Raya Palembang.	komunikasi Interpersonal	Triangulasi	Deskriptif Kualitatif	Pimpinan Dan Bawahan Dalam Motivasi Kerja Karyawan Pt.Cng Hilir Raya Palembang mempunyai tanggung jawab yang besar dalam menunjang suatu tujuan organisasi yang sudah ditetapkan bersama. Hasil Penelitian bahwa komunikasi interpersonal yang antara atasan dan bawahan menunjukkan kelima indicator yaitu baik.
Strategi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Gayo Lues	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kendala yang di Hadapi Pimpinan dalam Meningkatkan motivasi kerja pegawai pada Dinas Perhubungan Gayo Lues, untuk mengetahui Strategi Komunikasi Kepemimpinan dalam Meningkatkan	Teori Informasi Organisasi	Triangulasi	Deskriptif Kualitatif	Dari hasil penelitian ini penulis menemukan bahwa yang menjadi kendala pada Dinas Perhubungan tersebut ialah kurangnya Kedisiplinan, kekurangan Sarana maupun Perasarana dan faktor sumber daya manusianya, dampak dari hal ini membuat para pegawai terlihat tidak menunjukkan semangat dalam bekerja. Akan tetapi Strategi Komunikasi pada Dinas Perhubungan yang dilakukan oleh Pimpinan dengan pegawainya sudah baik meski komunikasi yang dilakukan tidak

	Motivasi Kerja Pegawai pada Dinas Perhubungan Gayo Lues.				bersifat verbal melainkan non verbal yaitu dialihkan pada Sekretarisnya dan didukung oleh aturan-aturan yang berlaku, aturan ini diterapkan pada bagian dari strategi Dinas perhubungan
Komunikasi Interpersonal Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Kantor Kementerian Agama Kabupaten Jember	Untuk mengetahui komunikasi interpersonal kepemimpinan dalam meningkatkan motivasi intrinsik kerja pegawai di kantor Kementerian Agama Kabupaten Jember.	Komunikasi Interpersonal	-Tringulasi	Analisa data deskriptif kualitatif	Melalui komunikasi interpersonal pimpinan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Jember menerapkan upaya kedekatan sosial dan kedekatan emosional kepada para pegawainya. Tidak hanya itu aktifitas kerja yang menuntut para pegawai untuk bekerja mencapai target tertentu membuat pimpinan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Jember memberikan tambahan bonus dan insentif bagi para pegawainya yang bekerja dengan tanggungjawab dan disiplin. Hal ini dilakukan oleh pimpinan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Jember agar para pegawainya diharapkan untuk melakukan suatu pekerjaan dengan semangat tinggi menggunakan semua kemampuan dan ketrampilan yang dimilikinya yang bertujuan untuk mendapatkan hasil kerja sehingga mencapai kepuasan sesuai dengan keinginannya.
Peranan Komunikasi Organisasi Dalam	Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui	Komunikasi Organisasi	Tringulasi	Deskriptif kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Peranan komunikasi

<p>Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Di Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar</p>	<p>peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar.</p>				<p>organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di kantor Dinas Komunikas dan informatika kota makassar sangat di tentukan oleh peranan seorang pemimpin dalam mengkomunikasikan tugas dan tanggung jawab sebagai pegawai kepada bawahan.          Faktor- faktor pendukung dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar ditentukan beberapa faktor baik faktor internal maupun eksternal, Pemberian gaji/insentif, pemberian penghargaan, kesempatan mengikuti pendidikan dan pelatihan, menyediakan Lingkungan kerja yang nyaman dan fasilitas kantor yang cukup memadai, Pimpinan Melaksanakan cara terbaik dalam mendorong dan Memotivas media.</p>
<p>Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Café Mella House Of Donuts</p>	<p>Mengetahui bagaimana pelaksanaan komunikasi pemasaran café Mella House of Donuts melalui pemberdayaan penyandang disabilitas.</p>	<p>Teori Komunikasi Pemasaran</p>	<p>Tringulasi</p>	<p>Deskriptif kuantitatif</p>	<p>Strategi Pemasaran dari Café Mella House Of Donuts lebih memfokuskan kepada penjualan langsung di bandingkan menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah untuk memperkenalkan maupun mempromosikan kepada masyarakat luas terkait produk tersebut, melakukan pemasaran secara langsung misalnya dari segi produk yang ditawarkan memiliki banyak varian rasa dan harga yang ditawarkan</p>

					cukup terjangkau. Café Mella House Of Donuts juga melakukan kegiatan Publicity dengan cara membagikan produknya secara cuma- cuma kepada konsumen yang lewat di depan Café Mella House Of Donuts ketika toko sudah hampir tutup .
--	--	--	--	--	---



Adapun didalam Penelitian, langkah untuk mempresentasikan kebaruan dari hasil penelitian yang dilakukan. *State of The Art* adalah yang menjadi pencetus suatu ide, produk dan pemecahan masalah. Selain itu juga *State of The Art* menyatakan bahwa penelitiannya memiliki kegunaan dalam mengambil informasi tentang permasalahan penelitian yang akan diteliti.

Pembacaan literatur serta penelitian terdahulu yang berkaitan menjadi salah satu aspek bagi peneliti untuk dijadikan sebagai acuan agar peneliti bisa memahami serta menganalisis masalah penelitian dengan jauh lebih mudah. Adanya penerapan *SoTA* ini, maka penelitian ini dapat dilihat sebagai penelitian yang berbeda karena memiliki variasi pendekatan yang berbeeda juga dalam menemukan suatu solusi. Tidak berhenti disitu saja karena *SoTA* juga memiliki manfaat bagi peneliti agar bisa menemukan hasil penelitian terdahulu yang mungkin dapat dijadikan sebagai rujukan atau sebaliknya tidak..<sup>12</sup>

Dalam rangka melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi interpersonal pimpinan-bawahan dalam mempertahankan motivasi kerja di masa pandemi covid-19, peneliti menggunakan beberapa jurnal serupa terkait strategi komunikasi interpersonal dan motivasi kerja sebagai pembanding penelitian yang dilakukan peneliti dan penelitian sebelumnya.

---

<sup>12</sup> Lance A. B., 2008 . *A State Of The Art Guide To Compensation Strategy And Desaign*. Mcgraw Hill : New york

1. Jurnal pertama yang digunakan oleh peneliti dengan judul “ Komunikasi Interpersonal Pimpinan Dan Bawahan Dalam Motivasi Kerja Karyawan Pt.Cng Hilir Raya Palembang” yang ditulis oleh M Hazuma Shiddieqi.<sup>13</sup> Penelitian ini bertujuan mengetahui komunikasi interpersonal yang terjalin oleh pimpinan dan bawahan dalam hal motivasi kerja karyawan divisi produksi pada PT.CNG Hilir Raya Palembang. Landasan teori dalam penelitian ini adalah komunikasi interpersonal.

Perbedaan yang dimiliki penelitian ini adalah objek, waktu, tempat penelitian dan teori yang digunakan. Adapun persamaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan peneliti ialah metode yang digunakan sangatlah mirip ialah kualitatif, beberapa teknik pengumpulan data, dan juga melihat strategi juga objek penelitian. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah komunikasi interpersonal. Namun teori tersebut kurang tepat digunakan dalam riset ini, menurut penulis seharusnya ketika meneliti tentang strategi komunikasi terhadap motivasi kerja. Teori yang tepat mendasari adalah Teori Akomodasi atau Teori Kebutuhan. Teori yang dituliskan seharusnya masuk kedalam bab konsep penelitian.

2. Jurnal kedua yang digunakan oleh peneliti berjudul “Strategi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai Pada Dinas

---

<sup>13</sup> M Hazuma Shiddieqi, *Komunikasi Interpersonal Pimpinan Dan Bawahan Dalam Motivasi Kerja Karyawan Pt.Cng Hilir Raya Palembang*  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download/15480/15021> (diakses pada 13 oktober 2021, pukul 20.00)

Perhubungan Gayo Lues ” yang ditulis oleh Rusnawati.<sup>14</sup> Tujuan dari penelitian ini mengetahui kendala yang dihadapi atasan untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, serta menggali apa saja strategi komunikasi yang digunakan pimpinan untuk meningkatkan motivasi karyawan departemen transportasi.. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori informasi organisasi dan teori kepemimpinan. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi merupakan penelitian kualitatif.

Apa yang dimaksud sebagai strategi kepemimpinan dalam penelitian ini ialah suatu alat dengan maksud pemakaiannya yang bergantung dalam pencapaian keberhasilan sebuah tujuan. Bukan hanya sebagai suatu rencana, namun strategi yang dimaksud di sini juga sebagai alat untuk melangsungkan perkembangan Lembaga Pendidikan sehingga dengan mengemukakan strategi ini maka bisa dijadikan sebagai penopang dalam program yang akan dilaksanakan dengan maksud meraih tujuan bersama. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah metode penelitian dan pengumpulan data. Menurut penulis, teori yang dituliskan masih belum tepat dan narasumbernya pun masih kurang jelas siapa dan peran apa yang berpengaruh dalam penelitian.

3. Jurnal ketiga yang peneliti gunakan untuk penelitian sebelumnya berjudul “Komunikasi Interpersonal Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Kantor Kementerian Agama Kabupaten Jember” yang ditulis oleh Bayu

---

<sup>14</sup> Rusnawati, *Strategi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Gayo Lue*

Ade Firmansyah.<sup>15</sup> Studi ini diterbitkan dalam jurnal *Acta Diurna Communications*. Ditulis juga bahwa penelitian ini memiliki tujuan yaitu peneliti ingin mengetahui bagaimana komunikasi antarpribadi pimpinan dalam motivasi intrinsik karyawan yang beroperasi di Dinas Agama Kabupaten Jember. Selain itu, dalam menggali komunikasi interpersonal pimpinan dengan meningkatkan motivasi karyawan .

Perbedaan penelitian ini adalah teori, objek, waktu, dan tempat penelitian yang serta teknik dalam pengumpulan data yang digunakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu kualitatif dan wawancara.

4. Jurnal keempat yang digunakan oleh peneliti berjudul “Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Di Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar” yang ditulis oleh Junaidin.<sup>16</sup> Penelitian ini dimuat pada *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan komunikasi organisasi dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar.

Dalam proses peningkatan motivasi kerja karyawan terdapat beberapa indikator baik internal maupun eksternal yaitu seperti insentif tepat waktu, reward, kesempatan pelatihan *skill*, penyediaan lingkungan yang nyaman serta

---

<sup>15</sup> Bayu Ade Firmansyah, *Komunikasi Interpersonal Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Kantor Kementerian Agama Kabupaten Jember* [http://digilib.iain-jember.ac.id/1405/1/Bayu%20Ade%20Firmansyah\\_T20153046.pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/1405/1/Bayu%20Ade%20Firmansyah_T20153046.pdf) , ( Diakses pada 13 Oktober 2021, Pukul 20.00 )

<sup>16</sup> Junaidin ,2017, *Peranan Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Di Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar*, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5609/1/junaidin.pdf> ( diakses pada 10 Oktober 2021, pukul 17.00)

fasilitas memadai, dan dikung manajemen yang baik untuk mendorong dan memotivasi media. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kualitatif seperti metode-metode penelitian, teknik pengumpulan data dan melihat komunikasi subjek yang diteliti.

5. Jurnal kelima yang peneliti gunakan untuk penelitian sebelumnya berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Café Mella *House Of Donuts*” yang ditulis oleh Reza Triyuli Yatim.<sup>17</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan komunikasi pemasaran Café Mella *House of Donuts* melalui pemberdayaan penyandang disabilitas. Digunakannya teori dalam penelitian ini tidak ada, hanya dimuat beberapa konsep atau pengertian komunikasi pemasaran. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi.

Menurut penjabaran hasil penelitian, ditemukan bahwa strategi pemasaran dari Café Mella *House Of Donuts* ternyata berfokus kepada penjualan langsung daripada memperkenalkan juga mempromosikan produknya melalui media sosial Instagram kepada khalayak. Beberapa cara Café Mella *House Of Donuts* dalam melakukan pemasaran langsung yaitu seperti menyorot pada banyaknya variasi dari rasa produk serta harga yang bisa dibilang terjangkau untuk mayoritas khalayak.

---

<sup>17</sup> Reza Triyuli Yatim, 2018, *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Café Mella House Of Donuts*, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/5609/1/junaidin.pdf> (diakses pada 10 Oktober 2021, pukul 17.00)

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Akomodasi Komunikasi

Sebagaimana dikutip oleh Suheri, Howard Giles beserta teman-temannya telah mengemukakan suatu teori yang disebut sebagai Teori Akomodasi Komunikasi yang di mana merupakan salah satu teori komunikasi yang menjelaskan bagaimana suatu interaksi komunikasi menyangkut penyesuaian interpersonal didalamnya. Pada tahun 1973, mereka menjelaskan teori ini berawal dari pemikiran Giles mengenai model “mobilitas aksen” yang didasarkan pada berbagai aksen yang dapat didengar pada sebuah situasi wawancara. Akomodasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responnya terhadap orang lain.<sup>18</sup>

Adaptasi adalah inti dari teori akomodasi. Seperti bagaimana deskripsi seseorang yang berusaha menyesuaikan komunikasi mereka saat hendak berkomunikasi dengan orang lain. Dalam pengkajiannya, teori ini menjelaskan bagaimana individu yang menyesuaikan pembicaraan, pola vokal, ataupun sikap mereka demi bisa menyesuaikan orang lain. Menurut Turner seperti yang dikutip oleh Suheri, teori akomodasi bertumpu pada premis yang memperjelas bagaimana proses interaksi yang diperlihatkan bahwa adanya penyesuaian pembicaraan pada saat interaksi berlangsung. Adanya pertimbangan motivasi serta konsekuensi dari teori ini, menunjukkan sifat alamiah individu yang dengan langsung menyesuaikan gaya bicarannya ketika bertemu dengan pembicara

---

<sup>18</sup> Suheri. 2019. *Akomodasi Komunikasi*. Jurnal Network Media Vol: 2 (1)

lainnya.<sup>19</sup> Sedangkan Indriani mengutip bahwa teori akomodasi komunikasi menyatakan ialah dalam percakapan orang mempunyai pilihan. Dan jika mereka telah melahirkan komunitas atau perkumpulan percakapan yang di mana menggerakkan diri mereka untuk menjadi beda dengan orang lain dengan melibatkan penggunaan bahasa atau sistem non verbal yang sama. Banyaknya prinsip dan konsep yang sama dengan teori identitas social adalah dasar dari teori ini.<sup>20</sup>

Suheri juga menjelaskan, teori ini berpijak pada premis yang menyatakan bahwa ketika pembicara berinteraksi, mereka menyesuaikan pembicaraan, pola vokal, atau tindakan mereka untuk mengakomodasi orang lain. Akomodasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyesuaikan, memodifikasi, atau mengatur perilaku seseorang dalam responsnya terhadap oranglain. Akomodasi seringkali dilakukan secara tidak sadar. Teori Akomodasi Komunikasi berbicara perihal bagaimana seseorang melakukan adaptasi baik verbal maupun nonverbal dengan lingkungannya. Seseorang mungkin menciptakan komunitas percakapan yang melibatkan penggunaan bahasa atau sistem nonverbal yang sama, membedakan diri mereka dari orang lain atau berusaha terlalu keras untuk beradaptasi. Pilihan tersebut diberi label sebagai konvergensi, divergensi dan akomodasi berlebihan.

21

---

<sup>19</sup> Suheri. 2019. *Akomodasi Komunikasi*. Jurnal Network Media Vol: 2 (1)  
Indriani, K.S.2021. *Akomodasi Komunikasi Pada Percakapan Antar Anggota Keluarga Multilingual*. Bahasa dan Seni: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Pengajarannya Vol : 49 (1)

<sup>21</sup> *Ibid*

## 2.3 Landasan Konsep

### 2.3.1 Strategi Komunikasi Interpersonal

Dalam bahasa Yunani klasik, strategi berasal dari penggabungan kata yaitu “ *stratos*” ialah tentara dan kata “*agein*” artinya memimpin. Secara keseluruhan kata, maka strategi diartikan sebagai ‘memimpin tentara’. Kemudian ada pula kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, bisa disimpulkan strategi ialah suatu rancangan akan rencana tentara dalam mencapai kemenangan peperangan. Konsep militer ini biasa disimbolkan sebagai seni perang para jendral (*the art of general*).<sup>22</sup>

Dikutip oleh Abubakar, komunikasi interpersonal yang biasa disebut sebagai komunikasi antar personal atau komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran pemikiran dari satu individu kepada satu individu lainnya. Komunikasi interpersonal diartikan sebagai salah satu konteks komunikasi dimana setiap individu mengkomunikasikan perasaan, gagasan, emosi, serta informasi lainnya secara tatap muka kepada individu lainnya.<sup>23</sup>

Dalam perencanaan komunikasi, maka dibuatnya strategi komunikasi sebagai awalan adalah taktik yang bagus untuk dilakukan. Bagian kebijakan komunikasi ialah perencanaan komunikasi sendiri dalam pengertiannya ialah suatu perencanaan yang berorientasi pada waktu yang lama dan harus dipaparkan ke dalam perencanaan operasional. Sebab itu, apapun yang dikatakan sebagai

---

<sup>22</sup> Cangara, H., 2017, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi revisi, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, h. 64

<sup>23</sup> Abubakar F., 2015. *Pengaruh Komunikasi Interpersonal antara Dosen dan Mahasiswa Terhadap Motivasi Belajar dan Prestasi Akademik Mahasiswa*, Jurnal Pekommas, Vol. 18 (1).

bagian dari perencanaan komunikasi, maka harus ada pula pondasi berupa konsep strategi komunikasi yang menjadi bagian dalam perencanaan komunikasi.<sup>24</sup> Banyak hal yang dapat diterapkan dari perencanaan komunikasi, bukan cuman pada komunikasi itu sendiri, namun bisa digunakan oleh lembaga yang didapat dukungan dari banyak masyarakat serta kegiatan pemasaran.

Melalui buku Hafied Cangara *Communication Strategy and Planning*, Rogers mengungkapkan: “Suatu konsep yang dibuat untuk mengubah perilaku masyarakat dalam skala yang lebih besar dengan mentransformasikan perilaku masyarakat. menyampaikan ide-ide baru adalah merupakan strategi komunikasi”. Kemudian ada juga pernyataan Middleton dalam buku yang sama, di mana: “Strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran komunikasi. (media), penerima efek dirancang untuk mencapai komunikasi yang optimal. tujuan”.<sup>25</sup>

Untuk membuktikan apabila komunikasi interpersonal dianggap efektif atau justru tidak, Joseph A. De Vito menurut yang dikutip oleh Suryani, menguraikan jika paling tidak komunikasi harus mencakup lima hal berikut, yaitu: keterbukaan, empati, dukungan, kepositifan, kesamaan. Komunikasi lainnya jika di bandingkan terhadap komunikasi interpersonal, dalam aktivitas mengubah sikap, kepercayaan, pendapat dan perilaku seorang komunikan dinilai paling ampuh. Alasannya komunikasi terjadinya kontak pribadi ( *personal contact* ) saat

---

<sup>24</sup> Cangara, H., 2017, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi revisi, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, h 62-63

<sup>25</sup> *Ibid.*

berlangsungnya komunikasi interpersonal secara tatap muka ialah saat seorang menyentuh pribadi komunikan.<sup>26</sup>

Dalam kutipan Mulyana, Ketika sebuah pesan terkirim, yang terjadi adalah respon langsung muncul, lihat bagaimana komunikator merespon pesan yang dikirimkan kepada mereka, hal ini dapat diperhatikan dari ekspresi dan *style* berbicara. Jika *feedbacknya* positif berarti umpan baliknya yang menyenangkan, kami akan mempertahankan gaya komunikasi kami, sebaliknya jika *feedback* negatif kami perlu mengubah *style* komunikasi kami sampai komunikasi dikatakan berhasil. Maka, kemampuan untuk mengubah sikap, keyakinan, pendapat dan perilaku komunikator, sehingga bentuk komunikasi interpersonal yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi secara persuasif, adalah teknik komunikasi psikologis manusia yang halus dan fleksibel dalam bentuk mengundang, membujuk atau merayu.<sup>27</sup>

Dalam hal berkomunikasi adapun Devito dalam Suranto sebagaimana riset Novianti menyatakan Kemampuan berkomunikasi antarpribadi merupakan hal krusial sebab kesuksesan seseorang secara personal dan professional dipengaruhi kemampuan berkomunikasi yang baik. Kegiatan wawancara pekerjaan, berpartisipasi dalam rapat di kantor, memasarkan produk, mengedukasi satuan kerja, melayani masyarakat, dan banyak contoh lain yang mana membutuhkan kecakapan komunikasi antarpribadi. Begitu juga dengan pimpinan-karyawan perlu meningkatkan kemampuan berkomunikasi antarpribadi satu dengan yang lain agar

---

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, 2010 Bandung: Remaja Rosdakarya

tercipta kondisi saling memahami sehingga kondisi tersebut mendukung pimpinan-karyawan bekerja sama dalam mencapai target kinerja.<sup>28</sup>

Efektivitas sering dimaknai sebagai ketepatan output suatu aktivitas/usaha sesuai dengan tujuan yang diniatkan (intention). Demikian juga dengan komunikasi dikatakan efektif jika seseorang (komunikator) dapat menangkap (memahami) pesan yang disampaikan komunikator dengan tepat. Namun hal tersebut merupakan salah satu ukuran keefektifan komunikasi.<sup>29</sup>

Menurut Tubbs dan Moss ”*communication is effective when the stimulus as it was initiated and intended by the sender, or source, corresponds closely to the stimulus as it is perceived and responded to by the receiver*” komunikasi dikatakan efektif jika stimulus/rangsangan yang diniatkan dan disampaikan oleh pengirim pesan atau sumber pesan berkaitan erat dengan respon yang diberikan oleh penerima.<sup>30</sup>

Komunikasi interpersonal yang efektif juga penting bagi seseorang dalam menjalankan perannya di sebuah organisasi. Setidaknya komunikasi yang efektif dapat memberikan kesepahaman (mutual understanding) ketika berkomunikasi, sehingga kesalahpahaman dapat diminimalisir atau bahkan dihilangkan. agar komunikasi berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa indikator yg harus diperhatikan oleh pelaku komunikasi interpersonal tersebut antara lain:

---

<sup>28</sup> Anugrah W., 2019. *Trategi Komunikasi Interpersonal Dalam Membentuk Perilaku keagamaan* , Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Intan Lampung.

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> Novianti D., Sodakh M., Rembang M., 2017. Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *E-Jurnal "Acta Diurna"* 6 (2) : 5-6

## 1. Keterbukaan (*Openness*)

Seperti dikutip Novanti, keterbukaan bisa dijadikan sebagai tanda seseorang ingin terbuka dan berkomunikasi dengan orang lain. Keterbukaan ini terkait dengan setidaknya beberapa hal komunikasi interpersonal. Yang pertama ialah, komunikator harus terbuka kepada orang-orang yang berinteraksi dengan mereka. Itu tidak berarti orang harus segera membuka resume mereka. Tetapi biasanya tidak membantu dalam komunikasi. Di sisi lain, selama pengungkapan diri ini sesuai, Anda harus bersedia mengungkapkan informasi yang biasanya tersembunyi. Kedua, kesadaran untuk secara tulus menanggapi pesan dari orang lain. Orang yang pendiam dan tidak responsif pada umumnya adalah pembicara yang membosankan.<sup>31</sup>

Masih mengutip Novanti, adapun minimal 3 (tiga) aspek lainnya dalam mendapatkan komunikasi interpersonal yang terbuka. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Terbuka kepada orang lain tidak berarti seseorang harus membuka seluruh riwayat hidup dengan serta merta, namun melalui proses interaksi yang perlahan. Kemauan komunikator untuk mengungkapkan diri akan membantu komunikasi berjalan efektif. Aspek yang kedua dalam keterbukaan adalah kemauan komunikator bereaksi jujur terhadap stimulus yang datang.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Novianti D., Sodakh M., Rembang M., 2017. Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *E-Jurnal "Acta Diurna"* 6 (2): 5-6

<sup>32</sup> Shulhuly, 2017. *Implementasi Keterbukaan dan Dukungan dalam Komunikasi Antarpribadi (Studi Komunikasi Pimpinan dan Karyawan di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju)*, Skripsi. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UMBIbid.

Peserta percakapan yang jemuik yaitu orang-orang yang suka diam, tidak kritis, dan tidak berniat untuk merespon biasanya tidak dapat terbuka dalam komunikasi interpersonal yang dijalinnya. Aspek ketiga dalam keterbukaan adalah kepemilikan rasa dan pikiran. Terbuka dalam pengertian aspek ini yaitu mengakui bahwa pesan yang dilontarkan adalah pesan yang mewakili rasa dan pikiran komunikator, sehingga komunikator wajib bertanggung jawab atas pesan yang dilontarkan. Rasa tanggung jawab ini dapat dinyatakan dengan menggunakan kata saya (kata ganti orang pertama tunggal) dalam penyampaian pesan. Kalimat aktif menjelaskan dengan utuh bahwa pesan tersebut merupakan gambaran dari pikiran komunikator.

## **2. Empati (*Empathy*)**

Seperti yang dikutip oleh Shulhuly Ashfahani, empati dalam pengertiannya digambarkan sebagai suatu keahlian seseorang dalam memahami apa yang orang lain rasakan dalam benaknya. Berempati dengan orang lain berarti merasakan apa yang orang lain rasakan, mencoba memahami cara berpikir orang lain.<sup>33</sup> Berempati nyatanya adalah kemampuan yang sangat sulit untuk diterapkan dalam diri seseorang. Hal ini disebabkan karena setiap individu memiliki cara pandang, prinsip prinsip yang berbeda sehingga dalam proses berkomunikasi dengan orang lain

---

<sup>33</sup> Novianti D., Sodakh M., Rembang M., 2017. Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *E-Jurnal "Acta Diurna"* 6 (2): 5-6

seringkali terjebak dalam pikiran dan perasaannya sendiri.<sup>34</sup> Cara agar seseorang mencapai empati sendiri adalah dengan memposisikan diri untuk mampu menghindari keinginan yang besar untuk mengkritik, mengevaluasi, bahkan menilai orang lain dari kekurangan yang terlihat pada dirinya. Diharapkan agar reaksi tersebut tidak dimunculkan dalam diri seseorang, karena dapat menghambat pemahaman.<sup>35</sup>

Empati berfokus pada “pemahaman”. Bagaimana seorang individu memiliki pemahaman tentang orang lain menurut pengalaman, motivasi, sikap, maupun perasaan yang dirasakan orang tersebut. Kemudian, ketika seorang individu sangat mengenal individu lainnya dengan amat mendalam, maka akan semakin tinggi juga rasa empati yang diberikannya karena ia mampu untuk merasakan perasaan individu tersebut. Lalu terakhir, empati mendorong perasaan seseorang untuk iba terhadap orang lain dengan mengalami perasaan yang sama dengan orang tersebut melalui cara yang sama pula.<sup>36</sup>



---

<sup>34</sup> Novianti D., Sodakh M., Rembang M., 2017. Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *E-Jurnal "Acta Diurna"* 6 (2) : 5-6

<sup>35</sup> Shulhuly , 2017. *Implementasi Keterbukaan dan Dukungan dalam Komunikasi Antarpribadi (Studi Komunikasi Pimpinan dan Karyawan di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju)*, Skripsi. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UMB

<sup>36</sup> *Ibid.*

### **3. Dukungan (*Supportiveness*)**

Dukungan terdiri dari tiga hal. Pertama, deskripsi dipahami sebagai lingkungan yang tidak dihargai sebagai kebebasan untuk mengekspresikan emosi, tidak defensif sehingga orang tidak takut untuk mengungkapkan perasaannya dan orang tidak merasa terus-menerus dikritik. Kedua, daya tarik dipahami sebagai kemampuan berkomunikasi secara spontan dan berwawasan ke depan, yang memiliki sikap terbuka dalam menyampaikan pemikirannya. Ketiga, sementara dipahami sebagai kemampuan berpikir terbuka seperti yang dikatakan Novianti.<sup>37</sup>

Ada banyak cara untuk menunjukkan dukungan, termasuk cara spontan yang membantu menciptakan suasana mendukung. Orang-orang yang spontan dalam berkomunikasi dan terus terang dan terbuka dalam mengungkapkan pikiran mereka sering bereaksi dengan cara yang sama seperti mereka yang terus terang, terbuka, dan deskriptif. Di sisi lain, ketika kita merasa seseorang menyembunyikan perasaan kita yang sebenarnya bahwa dia memiliki rencana atau strategi tersembunyi, kita bereaksi secara defensif.

### **4. Perasaan positif (*Positiveness*)**

Peale dalam kutipan Rahmawati, yang menjelaskan bahwa rasa positif dapat digambarkan melalui kemampuannya untuk mengatasi persoalan, peka terhadap kebutuhan orang lain, memberi dan menerima penghargaan tanpa merasa bersalah, diterima pada kebiasaan sosial yang ada, dapat memberi dan menerima pujian tanpa pura-pura, dll. Individu

---

<sup>37</sup> Novianti D., Sodakh M., Rembang M., 2017. Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah. *E-Jurnal "Acta Diurna"* 6 (2) : 5-6

yang berpikir positif akan mendapatkan hasil yang positif dan individu yang berpikir negatif akan mendapatkan hasil yang negatif.<sup>38</sup>

Sikap positif dalam komunikasi interpersonal dikomunikasikan sebagai berikut:

a) Menunjukkan sikap positif. Menurut Kutipah Rahmawati, komunikasi interpersonal akan meningkat jika orang memiliki sikap positif terhadap dirinya sendiri. Orang yang merasa positif tentang diri mereka sendiri akan memberikan sinyal perasaan tersebut kepada orang lain, yang juga akan mencerminkan emosi positif tersebut. Seseorang dengan perasaan negatif terhadap dirinya selalu mengungkapkannya kepada orang lain dan pada gilirannya mengembangkan perasaan negatif tersebut pada orang lain. Jadi memiliki emosi positif sangat penting untuk interaksi yang efektif.

<sup>39</sup>

b) Dorongan. Kata-kata penyemangat yang diberikan dapat berupa verbal seperti ucapan selamat atau non verbal seperti senyuman atau anggukan. Penguatan positif biasanya berupa pujian atau penghargaan dan mencakup perilaku yang umumnya diharapkan dan dihargai, dan perilaku yang dibanggakan. Dinamika positif ini mendukung citra pribadi seseorang dan membuat seseorang merasa lebih baik.

---

<sup>38</sup>Rahmawati I., 2015. Komunikasi sebagai Motor Melihat Realitas Bersama (Kajian Shared Reality Theory). *Buletin Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada 2 (1):33-34*

<sup>39</sup> *Ibid.*

## 5. Kesetaraan (*Equality*)

Novianti menjelaskan akan lebih efektif bila komunikasi interpersonal suasananya setara. Maksudnya, secara diam-diam harus ada pengakuan bahwa sama-sama bernilai terhadap kedua belah pihak dan berharga, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan dari masing-masing pihak.<sup>40</sup> Dalam suatu hubungan antarpribadi harus ada pemahaman bahwa tidak ada perbedaan apalagi maksud menjtuhkan satu pihak. Harus ada rasa menerima dan memberi penghargaan terhadap orang lain yang memiliki perbedaan. Ada saling mengakui yang bernilai antar kedua belah pihak.



---

<sup>40</sup>Rahmawati I., 2015. Komunikasi sebagai Motor Melihat Realitas Bersama (Kajian Shared Reality Theory). *Buletin Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada* 2 (1):33-34

## 2.3.2 Macam-macam Komunikasi

### 2.3.2.1 Komunikasi Verbal

Secara umum menurut Muhamad dalam bukunya, komunikasi verbal pada dasarnya merupakan cara berinteraksi dengan seseorang dengan menggunakan kata-kata melalui ucapan atau lisan mereka secara sadar. Biasanya komunikasi verbal menjadi salah satu tempat untuk menggabungkan pendapat atau persepsi yang disampaikan oleh seorang komunikan. Menurut Deddy Mulyana bahwa bahasa verbal mempunyai komponennya meliputi suara, kata-kata, berbicara dan bahasa. Bahasa verbal menggunakan sebuah kata-kata yang mana dapat menerangkan terkait jenis aspek realitas dari diri setiap individu.<sup>41</sup>

Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah media yang dapat digunakan seseorang untuk berinteraksi maupun bertukar pesan yaitu salah satunya dengan menggunakan jenis komunikasi verbal. Seperti seorang orang tua yang memiliki penyandang disabilitas tuna rungu, maka cara komunikasi dengan anaknya juga akan memiliki sedikit perbedaan yaitu terletak pada saat kita menyampaikannya pesannya dengan sedikit perlahan dan dengan menggunakan bahasa yang jelas. Hal tersebut dilakukan agar anaknya yang menjadi penyandang disabilitas tuna rungu tersebut dapat menerima apa maksud dari pesan yang disampaikan dari orang tuanya.

---

<sup>41</sup> Muhammad A., 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Dalam menyampaikan sebuah pesan, harus adanya seseorang yang menyampaikan isi pesan yang ingin maksud atau biasa disebut dengan seorang komunikator, gambaran komunikasi yang diberikan dari komunikator ke komunikan biasanya berbentuk tulisan maupun lisan. Selain itu adapun bentuk dari komunikasi verbal yaitu *oral communication* dan *written communication*.

#### 1) *Oral Communication*

Di bentuk komunikasi ini biasanya dilakukan dengan komunikasi secara lisan yang dimana bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi bentuk ini sebagai bentuk untuk menyampaikan dan memperjelas sebuah pesan secara tepat dan akurat.<sup>42</sup>

Untuk menyampaikan sebuah pesan agar efektif kita bisa memulainya dengan berbicara atau dengan menulis (*speaking and writing*), karena pada dasarnya hal tersebut akan terasa nyaman dan praktis saat kita menyampaikannya. Selain itu juga sebuah pesan yang sifatnya utuh dan penting pada umumnya sering menyampaikan pesan tersebut dengan bentuk tertulis.<sup>43</sup> berbicara merupakan bentuk dari sebuah komunikasi yang bersifat oral namun, jika kita juga tidak tahu tentang apa yang kita bicarakan maka komunikasi tidak akan terjadi dan bersifat fatal.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Tri Anjaswari, 2016. *Komunikasi Dalam Keperawatan*, Jakarta: Pusdik SDM Kesehatan, Hal. 6-7

<sup>43</sup> Sutrisna Dewi, 2006. *Komunikasi Bisnis*, Jogjakarta: CV Andi Offset, hlm 11.

<sup>44</sup> *Ibid.*

Cara selanjutnya yaitu dengan mendengar dan membaca (listening and reading), biasanya hal ini terjadi dari orang-orang yang bekerja didalam dunia bisnis karena mereka biasanya cenderung suka mendapatkan informasi dari pada kita yang menyampaikan informasi tersebut. Karena mendengar dan membaca dapat efektif untuk kita dalam hal untuk melatih pikiran atau konsentrasi kita juga, karena kita terfokus dan menyimak informasi tersebut.<sup>45</sup>

## 2) *Written Communication*

Biasanya didalam bentuk ini berupa bentuk tulisan atau dokumentasi, komunikasi tertulis juga bisa dilakukan dengan secara manual atau kita menulis sendiri dengan alat tulis atau dengan menggunakan alat elektronik sebagai medianya.<sup>46</sup> Pertama, seseorang yang membaca dikatakan sebagai komunikasi yang sifatnya pasif, hal tersebut bisa dikatakan karena apabila seorang komunikator tersebut berbicara maka seorang komunikan tersebut dalam posisi pasif. Seperti juga sebaliknya dilihat dari posisi membaca dan menulis.<sup>47</sup> sebagai seorang pembaca ada kiat yang diterapkan agar membaca kita sebagai efektif dan efisien yaitu dengan mempersiapkan kita, meminimalkan

---

<sup>45</sup> Dewi S., 2006. *Komunikasi Bisnis*, Jogjakarta: CV Andi Offset, hlm 11.

<sup>46</sup> Khoiruddin M. A., 2012. *Peran Komunikasi Dalam Pendidikan*. Peran Komunikasi. Vol. 23 (1)

<sup>46</sup> Wahab R., 2016. *Psikologi Belajar*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

gangguan, duduk dengan sikap tegak, dan meluangkan waktu beberapa saat untuk menenangkan pikiran.

Yang kedua yaitu bentuk dari komunikasi non verbal yaitu menulis, disini berbicara dapat digolongkan menjadi bentuk dari komunikasi aktif yang dituju secara lisan, sedangkan disini menulis dapat menjadi solusi dalam berkomunikasi secara aktif.

### **2.3.2.2 Komunikasi Non Verbal**

Didalam jenis non verbal ini biasanya komunikasinya dapat dilakukan dengan kita tidak menggunakan bahasa yang sifatnya lisan atau langsung, tetapi di komunikasi ini kita menggunakan sebuah isyarat maupun dalam bentuk *symbol* untuk kita menyampaikan isi pesan yang ingin kita sampaikan kepada komunikan. Menurut Larry A.Samovar dan Richard E. Porter yang dikutip oleh Sanati, komunikasi jenis ini menangkap segala macam rangsangan (kecuali rangsangan verbal) yang terdapat dalam suatu pengaturan dalam komunikasi, dan biasanya dapat dihasilkan dari seorang individu tersebut maupun dari lingkungan dari individu. Maka dari itu dari definisi penjelasan diatas didapat bahwa komunikasi nonverbal dapat menangkap semua dari jenis banyaknya sebuah rangsangan non verbal dalam menyampaikan pesan.<sup>48</sup>

Lanjut Sanati melanjutkan, komunikasi non verbal mempunyai beberapa jenis dalam mereka menyampaikannya, menurut dari Sendjaja Sasa Djuarsa menjelaskan mengenai kategori yang ada, antara lain *vocalics* atau (sentuhan),

---

<sup>48</sup> Wahab R.,2016. *Psikologi Belajar*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

penampilan fisik (tubuh dan cara berpakaian), *chronemics* (waktu) dan *olfaction* (bau). Dimana *Paralanguage*, *kinesic* ini yang menangkap semua spek gerakan tubuh ,perilaku mata (*eye behaviour*), lingkungan yang mencakup objek benda dan artefak, *proxemics* yang merupakan ruang dan teritori pribadi, *haptics* atau bahasa tubuh.<sup>49</sup> Dengan kata lain yaitu bahas tubuh sangat penting dan dapat memperlancar proses komunikasi yang ada. Karena dengan kita tahu arti dari bahasa tubuh maka kita juga dapat melihat terkait perasaan seseorang tersebut sebenarnya.

Beberapa jenis yang masuk kedalam komunikasi nonverbal dalam jurnal M. Arif Khoirudin yang berjudul Peran Komunikasi dalam Pendidikan adalah:

- 1) Ekspresi wajah, sumber utama dari komunikasi adalah wajah, karena wajah dapat melihat ekspresi atau suasana emosi dari seseorang tersebut.
- 2) Kontak mata sering disebut dengan sinyal yang sifatnya alami dalam berkomunikasi. Karena dengan seseorang membuat kontak mata selama kita berinteraksi dengan orang tersebut, maka bisa disebut kita menghargai apa yang seseorang tersebut katakan bukan sekedar mendengarkannya. Selain itu kita juga bisa mengobservasi seseorang tersebut dengan menggunakan kontak mata.
- 3) Sentuhan dalah bentuk komunikasi personal mengingat sentuhan lebih bersifat spontan dari pada komunikasi verbal. Beberapa jenis pesannya yaitu seperti memberikan sebuah perhatian, mendapat

---

<sup>49</sup> Wahab R.,2016. *Psikologi Belajar*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

dukungan secara emosional bahkan kasih sayang maupun simpati yang dapat dilakukan melalui sentuhan.

- 4) Postur tubuh dan gaya berjalan, berbagai jenis dari cara seseorang untuk berjalan, duduk, berdiri maupun bergerak dapat menunjukkan ekspresi dari dirinya. Postur tubuh dan gaya berjalan mempertimbangkan dari bentuk emosi, konsep diri, dan tingkat kesehatannya.
- 5) *Sound* (Suara) rintihan, menarik nafas panjang, tangisan juga merupakan bentuk dari sebuah ungkapan seseorang yang dapat dijadikan dalam sebuah komunikasi. Bila digabungkan dengan semua bentuk dari komunikasi non verbal lainnya sampai desis atau suara dapat menjadi pesan yang sangat jelas
- 6) Gerak isyarat adalah merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang dapat mempertegas pembicaraan, menggunakan isyarat sebagai bagian total dari komunikasi seperti mengetuk-ngetukan kaki atau mengerakkan tangan selama berbicara menunjukkan seseorang dalam keadaan stress bingung atau sebagai upaya untuk menghilangkan stress.<sup>50</sup>

#### **2.3.4 Motivasi Kerja**

Menurut Winardi, istilah motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti “menggerakkan”. Menurut Mitchell dari Winardi, ada banyak bentuk

---

<sup>50</sup> Khoiruddin M. A., 2012. *Peran Komunikasi Dalam Pendidikan*. Peran Komunikasi. Vol. 23 (1)

motivasi, motif mewakili proses psikologis yang bertanggung jawab atas munculnya, arah dan kelangsungan hidup jangka panjang kegiatan sukarelawan menuju tujuan tertentu. Setiap pemimpin harus memahami proses psikologis jika ingin berhasil melatih karyawan untuk mengejar tujuan organisasi. Motivasi juga didefinisikan sebagai motivasi dari dalam individu ke yang menyebabkan orang berperilaku dengan cara tertentu untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya

51

Motivasi adalah pemberian motivasi yang menimbulkan semangat kerja seseorang, sehingga mau bekerja sama, bekerja secara efektif dan ikut serta dalam segala usahanya untuk mencapai kepuasan. Semangat kerja anggota organisasi, peningkatan produktivitas, kedisiplinan dan terciptanya kesejahteraan organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi dengan baik. Berbicara tentang motivasi, ada banyak pendapat di antaranya sebagaimana dikutip oleh Mahrdikad dalam Jurnal Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan:<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> <sup>51</sup> Habibi B., 2005. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Kerja Karyawan Di Pt. Askes Regional Vi Jawa Tengah Dan D.I.Y Bagian Sumber Daya Manusia Dan Umum Semarang. *Tugas Akhir*, Semarang: Universitas Negeri Semarang.

<sup>52</sup> *Ibid.*

### 2.3.5 Disabilitas

Penyandang Disabilitas atau yang dikenal pula dengan penyandang difabel sebagai singkatan dari kata Bahasa Inggris yaitu *different ability people* atau *differently abled people*, dimaknai sebagai individu yang memiliki kemampuan berbeda. Ada pula istilah lainnya, seperti *differently able* yaitu sesuatu yang berbeda dan memiliki kekurangan.<sup>53</sup>

Dalam memahami konsep makna antara disabilitas (*disability*), dengan kecacatan (*impairment*), keduanya berbeda. Dimana *impairment* merupakan kondisi yang dialami oleh individu sejak lahir, sehingga kondisi tersebut berdampak pada hilangnya fungsi mekanisme tubuh dari individu tersebut. Sedangkan, *disability* yaitu ketidakmampuan individu untuk dapat melakukan berbagai kegiatan yang disebabkan oleh lingkungan yang tidak dapat memberikan akses secara penuh.<sup>54</sup>

Dengan adanya kondisi keterbatasan yang dialami oleh individu, menyebabkan terbatasnya pula akses yang dimiliki oleh para penyandang disabilitas. Sedangkan, penyandang disabilitas pun sebagai individu yang memiliki hak yang setara dengan individu lainnya. Namun, kerap kali para penyandang disabilitas masih dianggap sebagai individu yang lemah dan tidak mandiri. Munculnya stigma yang berbeda atas penyandang disabilitas di tengah masyarakat, membuat individu tersebut merasakan adanya diskriminasi yang

---

<sup>53</sup> Sugiono, Ilhamuddin, dan Arief Rahmawan, '*Klasterisasi Mahasiswa Difabel Indonesia Berdasarkan Background Histories dan Studying Performance*' (2014) 1 Indonesia Journal of Disability Studies 20, 21

<sup>54</sup> Igak Wardani, *Pengantar pendidikan luar biasa*, Jakarta, 2008 : Universitas Terbuka.

muncul akibat dari stigma masyarakat. Hal ini, membuat para penyandang disabilitas memiliki kesulitan dan tantangan dalam beradaptasi dengan lingkungannya, serta menghambat individu dalam proses penyesuaian diri.<sup>55</sup>

### **2.3.6 Kerangka Berfikir**

Cara orang berkomunikasi satu sama lain tentu berbeda. Hal ini didasarkan pada berbagai faktor. Salah satunya adalah karena pembatasan berikut: Pembatasan berbicara, mendengarkan, dan memahami pesan yang dikirim. Tentu saja, ada beberapa teknik komunikasi yang dapat membantu penyandang disabilitas berinteraksi dengan orang lain. Komunikasi itu sendiri dapat dibagi menjadi dua jenis: komunikasi linguistik dan komunikasi nonverbal. Komunikasi lisan adalah komunikasi yang menggunakan sarana komunikasi lisan dan tulisan. Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, gerakan mata, ekspresi wajah, kecepatan dan volume bicara, bahkan keheningan untuk menyampaikan suatu pesan.

Komunikasi non verbal sering kali digunakan oleh orang yang memiliki keterbatasan seperti tuna rungu dan tuna wicara untuk melakukan komunikasi dengan orang lain, hal tersebut dikarenakan komunikasi non verbal dapat dengan mudah merepresentasikan pesan yang akan disampaikan. Peneliti ingin mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi

---

<sup>55</sup> Bagir Manan dkk., *Perkembangan Pemikiran dan Pengaturan Hak Asasi Manusia di Indonesia*, Alumni, 2006 h.140-152

interpersonal yang dilakukan pimpinan saat sedang melakukan komunikasi dengan bawahan karyawan disabilitas, apakah komunikasi interpersonal yang dilakukan pimpinan dengan bawahan berlangsung dengan efektif dan berhasil.



**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**