

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Sejenis*

Berdasarkan penelusuran atas penelitian-penelitian terdahulu, berikut adalah penelitian-penelitian mengenai “Pola Komunikasi” yang sebelumnya pernah diteliti:

1. Nama : Kirizki Setiana

Judul : Pola Komunikasi Penyiar Kids Radio

Tempat: Kids Radio 99,2 FM di Jl. Rajamantri 2 No. 4, Buah Batu.

Metode: Metode Kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi.

Peneliti memilih lima penyiar dari setiap program yang berbeda sebagai

KeysInforman yaitu Kak Pman, Kak Wilma, Kak Jane, Kak Fiona, Kak

Rapunzel dan Kak Felix. Penulis juga mewawancarai *Program Director*

(Kak Jane) serta pendengar Kids Radio bernama Hanin yang telah

mendengarkan Kids Radio dari tahun 2005. Data diperoleh melalui observasi partisipan lengka, wawancara terstruktur, dan dokumen.

Hasil : Pola komunikasi Kids Radio Bandung terbentuk dari *basic*

announcing yang harus dimiliki oleh penyiar ditambah dengan karakter suara yang dimiliki, apakah kekanak-kanakan, remaja, atau dewasa.

Karakter suara juga menentukan segmentasi pendengar, karena setiap

penyiar akan ditempatkan di program yang sesuai dengan karakter

suaranya. Begitupun bahasa suara, *basic announcing*, dan juga bahasa

ditambah dengan kaidah interaksi dan norma interpretasi yang ada di Kids Radio akan membentuk pola komunikasi dari penyiar Kids yang khas.

2. Nama : Yossi Destya Putri

Judul : Pola Komunikasi Remaja Siswa Tunarungu Sekolah Luar Biasa Cicendi Bandung

Tempat : SLB Cicendo Bandung

Metode : Metode Kualitatif dengan studi Etnografi Komunikasi. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* dan diperoleh informan berjumlah 2 (dua) orang. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, studi pustaka, observasi dan *internet searching*.

Hasil : Dari hasil observasi yang dilakukan terhadap kedua subjek penelitian, maka mendapatkan hasil bahwa dari keluarga Dimas lebih menerapkan bahasa lisan (verbal lokal) sebagai bahasa sehari-hari, sedangkan dari keluarga Ryan bahasa lisan dan bahasa Isyarat (verbal non vokal) merupakan hal yang penting karena Ryan memiliki keluarga yang berbeda. Pola komunikasi sangat penting untuk membantu proses komunikasi yang dilakukan anak tunarungu dengan guru, orang tua, dan sesama tunarungu, dengan adanya pola komunikasi secara verbal anak tunarungu dapat berlatih berbicara.

3. Nama : Muhammad Fajar

Judul : Pola Komunikasi Organisasi di Lingkungan Pondok Pesantren

Tempat: Pondok Pesantren Darussalam Eretan Kulon Indramayu

Metode: Metode Kualitatif dengan Studi Etnografi Komunikasi. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* dan diperoleh informan berjumlah 4 (empat) orang. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, studi pustaka, dan observasi partisipan.

Hasil : Peristiwa komunikasi yang terjadi di Pondok Pesantren Darussalam meliputi shalat berjamaah, kuliah subuh, *muhaddasah*, kerja bakti, *mudoroh*, mengaji, makan bersama, rapat guru, makan dikelas, dan sebagainya. Semua kegiatan tersebut dilakukan para santri dan guru sebagai kegiatan belajar mengajar dan kegiatan komunikasi mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis dengan ketiga penelitian terdahulu. Persamaannya adalah sama-sama menganalisis mengenai “Pola Komunikasi”. Perbedaannya adalah skripsi 1, meneliti tentang Pola Komunikasi Penyiar Kids Radio dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi. Skripsi 2 meneliti tentang Pola Komunikasi Remaja Siswa Tunarungu Sekolah Luar Biasa Cicendo Bandung dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi, skripsi 3 meneliti tentang Pola Komunikasi Organisasi di Lingkungan Pondok Pesantren dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi. Sedangkan peneliti yang dilakukan penulis mengenai Pola Komunikasi Anggota Korps Protokoler Mahasiswa Unisba dalam Membangun Reputasi Kampus dengan metode studi kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus.

Tabel 2.1
Review Hasil Penelitian Sejenis

No.	Nama	Bentuk	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1	Kirizki Setiana	Skripsi	Pola Komunikasi Penyiar Kids Radio	Metode Kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi.	Pola komunikasi Kids Radio Bandung terbentuk dari <i>basic announcing</i> yang harus dimiliki oleh penyiar ditambah dengan karakter suara yang dimiliki, apakah kekanak-kanakan, remaja, atau dewasa. Karakter suara juga menentukan segmentasi pendengar, karena setiap penyiar akan ditempatkan di program yang sesuai dengan karakter suaranya. Begitupun bahasa suara, <i>basic announcing</i> , dan juga bahasa ditambah dengan kaidah interaksi dan norma interpretasi yang ada di Kids Radio akan membentuk pola komunikasi dari penyiar Kids yang khas.	Meneliti tentang Pola Komunikasi Penyiar Kids Radio dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi	Menganalisis Pola Komunikasi
2	Yossi Destya Putri	Skripsi	Pola Komunikasi Remaja Siswa Tunarungu Sekolah Luar Biasa Cicendo Bandung	Metode Kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi.	Dari hasil observasi yang dilakukan terhadap kedua subjek penelitian, maka mendapatkan hasil bahwa dari keluarga Dimas lebih menerapkan bahasa lisa (verbal lokal) sebagai bahasa sehari-hari, sedangkan dari keluarga Ryan bahasa lisan dan bahasa Isyarat (verbal non vokal) merupakan hal yang penting karena Ryan memiliki keluarga yang berbeda. Pola komunikasi sangat penting untuk membantu proses komunikasi yang dilakukan anak tunarungu dengan guru, orang tua, dan sesama tunarungu, dengan adanya pola komunikasi secara verbal anak tunarungu dapat berlatih berbicara.	Meneliti tentang Pola Komunikasi Remaja Siswa Tunarungu Sekolah Luar Biasa Cicendo Bandung dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi	Menganalisis Pola Komunikasi

No.	Nama	Bentuk	Judul	Metode	Hasil	Perbedaan	Persamaan
3	Muhammad Fajar	Skripsi	Pola Komunikasi Organisasi di Lingkungan Pondok Pesantren	Metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Etnografi Komunikasi.	Peristiwa komunikasi yang terjadi di Pondok Pesantren Darussalam meliputi ahlat berjamaah, kuliah subuh, <i>muhaddasah</i> , kerja bakti, <i>mudoroh</i> , mengaji, makan bersama, rapat guru, makan dikelas, dan sebagainya. Semua kegiatan tersebut dilakukan para santri dan guru sebagai kegiatan belajar mengajar dan kegiatan komunikasi mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali.	Meneliti tentang Pola Komunikasi Organisasi di Lingkungan Pondok Pesantren dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Etnografi Komunikasi	Menganalisis Pola Komunikasi
4	Rachman Julistia	Skripsi	Pola Komunikasi Korps Protokoler Mahasiswa Unisba dalam Membangun Reputasi Kampus	Metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus	Pola Komunikasi yang terjadi di Korps Protokoler Mahasiswa Unisba terbentuk dari adanya standar penanganan, cara berinteraksi antar anggota, kasie, dan tamu. Lalu pertukaran informasi antar anggota, kasie, dan tamu. Bahasa nonverbal juga dilakukan oleh anggota saat berinteraksi dengan tamu. Cara anggota berpakaian di saat acara formal atau nonformal juga memperlihatkan cara anggota untuk berkomunikasi. Dalam sebuah kegiatan standar penanganan anggota, standar anggota yang bertugas dan jumlah personil juga sebagai salah satu pola komunikasi yang anggota lakukan	Meneliti tentang Pola Komunikasi Anggota Korps Protokoler Mahasiswa Unisba dalam membangun reputasi kampus dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus	Menganalisis Pola Komunikasi

2.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2010 : 46). Jadi suatu pesan dapat diartikan memiliki makna yang sama baik bagi komunikator maupun komunikan. Secara sederhana, komunikasi dapat terjadi jika terdapat kesamaan makna antara komunikator dan komunikan. Oleh karena itu komunikasi bergantung pada kemampuan untuk dapat memahami satu sama lain. Komunikasi pada hakekatnya membuat komunikator maupun komunikan sama-sama memiliki pandangan yang sama terhadap suatu pesan.

Dilihat dari pendapat ahli yang lain, komunikasi menurut Harold Lasswell (Mulyana, 2010:69) cara baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa dengan Saluran Apa Kepada Siapa dengan Pengaruh Bagaimana?

Dalam penelitian ini, peneliti memilih definisi komunikasi yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Adapun definisi yang sesuai dengan penelitian ini adalah pengertian komunikasi menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yaitu komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih. (Mulyana, 2005:69). Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita

peroleh pada dasarnya bersifat pribadi dan pada komunikasi ini didefinisikan sebagai proses karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, pertukaran, dan perpindahan. Terdapat kontinuitas dalam setiap unsurnya karena sepanjang hidup kita, kita berkomunikasi dengan orang lain.

2.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Organisasi

2.3.1 Pengertian Organisasi

Schein (1982) mengemukakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan melalui pembagian kerja dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab (Muhammad, 2007:23).

Kochler (1976) mengatakan bahwa organisasi adalah sistem hubungan yang terstruktur yang mengkoordinasi usaha suatu kelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Lain lagi dengan pendapat Wright (1977), yang mengatakan organisasi adalah suatu bentuk sistem terbuka dari aktifitas yang dikoordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama (Muhammad, 2007:24).

Dari pengertian di atas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa organisasi merupakan suatu sistem yang mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan dan mencapai tujuan umum.

2.3.2 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi dan keberhasilan organisasi sangat berhubungan, memperbaiki komunikasi organisasi berarti memperbaiki organisasi. Suatu organisasi ideal terbentuk dari unsur-unsur universal, unsur-unsur universal ini dapat ditemukan dan digunakan untuk mengubah suatu organisasi, unsur-unsur ini berkaitan dengan hasil organisasi yang diharapkan dan komunikasi adalah satu dari unsur-unsur organisasi. Tujuan utama dalam mempelajari komunikasi adalah memperbaiki organisasi.

Studi komunikasi organisasi adalah studi mengenai cara orang memandang objek-objek, juga studi mengenai objek-objek itu sendiri (Pace & Faules, 2006:3). Yang penting adalah orang-orang yang berbeda berperilaku dengan cara-cara yang berbeda terhadap apa yang mereka anggap objek yang layak diamati, dan perbedaan-perbedaan tersebut adalah berdasarkan pada bagaimana orang-orang berpikir tentang objek-objek itu. Suatu objek sosial adalah sekedar objek yang mempunyai makna bagi suatu kolektivitas atau menurut tindakan oleh manusia.

Komunikasi organisasi adalah suatu disiplin studi yang dapat mengambil sejumlah arah yang sah dan bermanfaat (Pace&Faules, 2006:25). Secara fungsional komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai petunjuk dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Pace&Faules, 2006:31).

Redding dan sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Menurut Katz dan Khan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi (Muhammad, 2007:65).

Goldhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai berikut,

“organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of independent relationship to cope with environmental uncertainty”. Atau dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah (Muhammad, 2007:67).

Meskipun bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi, namun ada beberapa hal umum yang dapat disimpulkan, yaitu:

- a. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
- b. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan media.
- c. Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaan, hubungannya dan keterampilan/skilnya (Muhammad, 2007:67).

Goldhaber mengemukakan bahwa komunikasi organisasi mengandung tujuh konsep kunci, antara lain:

1. *Proses*, suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses.

2. *Pesan*, yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang.
3. *Jaringan*, organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi.
4. *Keadaan saling tergantung*, yaitu keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya dan bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh pada bagian lainnya atau mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.
5. *Hubungan*, karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Dengan kata lain jaringan melalui nama jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia.
6. *Lingkungan*, yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem.
7. *Ketidakpastian*, yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan (Muhammad, 2007:68-74).

2.3.3 Komunikasi Organisasi : Formal dan Nonformal

Komunikasi organisasi merupakan proses menciptakan dan saling menukarkan pesan organisasi dalam satu jaringan hubungan yang saling bergantung, baik formal maupun nonformal.

Komunikasi formal merupakan komunikasi yang disepakati secara resmi oleh organisasi yang sifatnya berorientasi kepada kepentingan organisasinya. Isinya berupa cara kerja dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilaksanakan dalam organisasi.

Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara social. Orientasinya bukan pada organisas, melainkan kepada anggota organisasi secara individual.

2.4 Tinjauan Mengenai Komunikasi Verbal

Jika bahasa harus dipahami sebagai wahana komunikasi verbal ada lima fungsi 'kata' yang menunjukkan hubungan antara 'kata' dengan suatu rujukannya, yakni (1) semantik: menyamakan arti 'kata' oleh para penuturnya; pengirim dengan penerima; (2) sintaksis; meliputi hubungan antara 'kata' dengan 'kata' yang lain (suatu kalimat); (3) pragmatis; 'kata' menjadi alat penulis dan pembicara yang memakainya secara kreatif; (4) simbolik; meliputi hubungan antara 'kata' dengan penerima karena fungsi tertentu; (5) performatis; menghubungkan 'kata' dengan maksud dan tujuan, karena 'kata' mewakili suatu *nama* atau ciri penampilan suatu obyek, orang, peristiwa (Liliweri, 1994 : 19-20).

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Komunikasi ini merupakan komunikasi yang paling banyak dipakai dalam setiap aspek kehidupan antar manusia. Komunikasi verbal merupakan sarana utama dalam menyatakan pikiran, perasaan, emosi, dan saling bertukar pikiran. "Komunikasi verbal adalah sarana untuk menyatakan pikiran, dan maksud kita. Komunikasi verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita" (Mulyana, 2010:261).

Dalam komunikasi verbal, bahasa memegang peranan yang sangat penting. Bahasa merupakan simbol-simbol yang digunakan yang dipahami bersama. Menurut Larry L. Barker bahasa memiliki tiga fungsi, yaitu: penamaan, interaksi, dan transmisi informasi (Mulyana, 2010:266). Pada fungsi pertama penamaan menunjuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan atau orang dengan menyebut namanya, sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi menekankan berbagai gagasan dan emosi yang dapat mengandung simpati dan pengertian atau kemarahan dan

kebingungan. Fungsi transmisi melalui bahasa informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Keistimewaan bahasa sebagai sarana transmisi informasi yang lintas waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan berkesinambungan budaya dan tradisi.

2.5 Tinjauan Mengenai Komunikasi Nonverbal

Terdapat dua jenis komunikasi yang sering dilakukan oleh manusia ketika mereka berkomunikasi dengan yang lainnya, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. “Komunikasi verbal yaitu semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih” (Mulyana, 2010:260), suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Sedangkan, “komunikasi nonverbal yaitu setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistik” (Budyatna, 2011:110).

Dalam melakukan proses komunikasi tersebut tidak jarang seseorang menggabungkan kedua jenis komunikasi tersebut, biasanya komunikasi nonverbal digunakan sebagai upaya penegasan dari komunikasi verbal yang diucapkan.

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter mengatakan bahwa:

“Komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang di hasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima” (Mulyana, 2010: 343).

Definisi komunikasi nonverbal tersebut mencakup perilaku yang dilakukan dengan sengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa

komunikasi secara keseluruhan, saat berkomunikasi kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa sebenarnya pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari kita menilai orang lain tidak hanya dengan menilai bahasa verbalnya, tetapi juga melalui komunikasi nonverbalnya, sesuai dengan salah satu *frase* yang terkenal “*Bukan apa yang ia katakan, melainkan bagaimana ia mengatakannya*” (Mulyana, 2010:342). Dengan memperhatikan bahasa nonverbal seseorang, kita bisa mengetahui suasana hati orang tersebut ketika berkomunikasi dengan kita. Karena banyak orang yang meyakini bahwa bahasa nonverbal seseorang itu tidak dapat berbohong, itu artinya mereka lebih mempercayai bahasa nonverbal dibandingkan dengan bahasa verbal.

Ekman et.al 1984 mengatakan, bahwa:

“Komunikasi nonverbal lebih mengutamakan pesan rasional pesan-pesan mengenai tingkat perasaan atau emosi dalam komunikasi kita daripada pikiran-pikiran (yang paling baik disampaikan lewat komunikasi verbal); selain itu, sebagian besar pesan nonverbal tidak jelas, kecuali mungkin beberapa sikap tertentu” (Tubbs, 2008:115)

Menurut Knapp dan Hall, isyarat nonverbal, sebagaimana simbol verbal, jarang punya makna denotatif yang tunggal. Salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah konteks tempat perilaku berlangsung (Mulyana, 2010:342). Hal ini yang menjadikan komunikasi nonverbal menjadi sulit untuk dimaknai oleh seseorang ketika sedang berada dalam proses komunikasi, makna isyarat nonverbal akan menjadi lebih rumit untuk kita maknai bila dikaitkan dengan suatu kebudayaan tertentu. Seperti komunikasi verbal, pola nonverbal mencerminkan aturan komunikasi dari budaya dan

komunitas sosial tertentu (Anderson, Hecht, Hoobler, & Smallwood, 2002; Manusov & Patterson, 2006). Hal ini mengimplikasikan bahwa kebanyakan perilaku nonverbal tidak bersifat insting, tetapi dipelajari pada proses sosialisasi (Wood, 2013:117).

Mehrabian (1972) berpendapat bahwa 93% dari semua makna sosial dalam komunikasi tatap muka diperoleh dari isyarat-isyarat nonverbal, dan Birdwhistell (1970) memperkirakan bahwa 65% dari komunikasi semacam ini adalah nonverbal (Tubbs, 2008:113). Berdasarkan presentasi tersebut jelas bahwa dalam proses berkomunikasi seseorang cenderung lebih banyak menggunakan bahasa nonverbal dibandingkan menggunakan bahasa verbal.

Komunikasi nonverbal dapat menjalankan sejumlah fungsi penting, menurut Ekman dan Knapp terdapat enam fungsi utama komunikasi nonverbal yaitu:

1. Untuk Menekankan
2. Untuk Melengkapi
3. Untuk Menunjukkan Kontradiksi
4. Untuk Mengatur
5. Untuk Mengulangi
6. Untuk menggantikan (dalam Devito, 2011:194)

Dalam melakukan komunikasi nonverbal terdapat beberapa tipe yang digunakan seorang komunikator untuk berkomunikasi, di antaranya adalah :

1. Kinesik adalah posisi tubuh dan gerakan tubuh, termasuk wajah
2. Haptik adalah sentuhan fisik
3. Penampilan fisik
4. Artefak adalah objek pribadi yang disetarakan ketika kita mengumumkan identitas dan melakukan personalisasi lingkungan kita. Kita membentuk citra dengan bagaimana kita berpakaian, menggunakan perhiasan dan yang lainnya
5. Kronemis adalah bagaimana kita mempresepsikan dan menggunakan waktu untuk mendefinisikan identitas dan interaksi

6. Parabahasa adalah komunikasi vokal yang tidak meliputi kata-kata. Termasuk di dalamnya adalah suara seperti bergumam dan terengah-engah, dan kaulitas vokal seperti volume, irama, nada, dan perubahan nada.
7. Proksemis adalah ruang dan bagaimana kita menggunakannya
8. Faktor lingkungan merupakan elemen pengaturan yang memengaruhi bagaimana kita merasa dan bertindak
9. Keheningan (Wood, 2013:118)

2.5.1 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Meskipun secara teoritis komunikasi nonverbal dapat dipisahkan dari komunikasi verbal, dalam kenyataannya kedua jenis komunikasi itu menjalin dalam komunikasi tatap-muka sehari-hari. Baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal akan diinterpretasikan bersama-sama oleh penerima pesan. Seperti dijelaskan Mark L.Knapp:

“Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini, peristiwa dan perilaku nonverbal itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal” (Mulyana, 2010: 347).

Komunikasi nonverbal dapat menjalankan sejumlah fungsi penting. Ekman dan Knapp mengidentifikasi enam fungsi utama komunikasi nonverbal, yaitu:

1. Untuk Menekankan
2. Untuk Melengkapi (*Complement*)
3. Untuk Menunjukkan Kontradiksi
4. Untuk Mengatur
5. Untuk Mengulangi
6. Untuk Menggantikan (Devito, 2011:193-194).

Dari beberapa fungsi komunikasi nonverbal yang telah disampaikan oleh di atas, dijelaskan bahwa penggunaan komunikasi nonverbal selalu

mengiringi komunikasi verbal dalam setiap bentuk komunikasi yang dilakukan oleh seseorang.

Oleh karena itu, komunikasi nonverbal sangat penting dalam berjalannya suatu proses komunikasi, Dale G. Leathers, penulis *Nonverbal Communication System*, menyebutkan enam alasan mengapa pesan nonverbal sangat penting:

1. *Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal.* Ketika mengobrol atau berkomunikasi tatap muka, kita menyampaikan gagasan dan pikiran kita lewat pesan-pesan nonverbal. Menurut Birdwhistell, “Barangkali tidak lebih dari 30% sampai 35% makna sosial percakapan atau interaksi dilakukan dengan kata-kata,” sisanya dilakukan dengan pesan nonverbal. Mehrabian, penulis *The Silent Massage*, bahkan memperkirakan 93% dampak pesan diakibatkan oleh pesan nonverbal.
2. *Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat pesan nonverbal dari pada pesan verbal.* Menurut Mehrabian (1967), hanya 7% perasaan kasih sayang dapat dikomunikasikan dengan kata-kata. Selebihnya, 38% dikomunikasikan lewat suara, dan 55% dikomunikasikan melalui ungkapan wajah (senyum, kontak mata, dan sebagainya).
3. *Pesan nonverbal menyampaikan makna dan maksud yang relative bebas dari penipuan, distorsi, dan keracunan.* Pesan nonverbal jarang dapat diatur oleh komunikator secara sadar. Komunikate, pada gilirannya, juga lebih percaya pada pesan nonverbal daripada pesan verbal. Dalam situasi komunikasi yang disebut “*double binding*” – ketika pesan verbal bertentangan dengan pesan verbal – orang bersandar pada pesan nonverbal.
4. *Pesan nonverbal mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi.* Fungsi metakomunikatif artinya memberikan informasi tambahan yang memperjelas maksud dan makna pesan.
5. *Pesan nonverbal merupakan cara komunikasi yang lebih efisien dibandingkan dengan pesan verbal.* Dari segi waktu pesan verbal sangat tidak efisien. Dalam paparan verbal selalu terdapat *redundansi* (lebih banyak lambing yang diperlukan), *repetisi*, *ambiguity* (kata-kata yang berarti ganda), dan abstraksi. Diperlukan lebih banyak waktu untuk mengungkapkan pikiran

kita secara verbal daripada nonverbal.

6. *Pesan nonverbal merupakan sarana sugesti yang paling tepat.* Ada situasi yang menuntut kita untuk mengungkapkan gagasan atau emosi secara tidak langsung. Sugesti ini dimaksudkan menyarankan sesuatu kepada orang lain secara *implisit* (secara tersirat). Sugesti paling efektif disampaikan melalui pesan-pesan nonverbal (Leathers, 1976:4-7 dalam Rakhmat (2008 : 287-289).

Walaupun tanpa kita sadari, komunikasi nonverbal memberikan fungsi yang penting dalam suatu proses komunikasi yang dilakukan sehari-hari. Bahasa nonverbal selalu mengikuti bahasa verbal yang kita ucapkan, walaupun pada kenyataan bahasa nonverbal cenderung tidak kita sadari keberadaannya ataupun cenderung untuk mengabaikannya ketika kita melakukan komunikasi dengan orang lain.

2.5.2 Klasifikasi Komunikasi Nonverbal

Dalam proses komunikasi seseorang tidak akan terlepas dari dua jenis komunikasi baik verbal maupun nonverbal, bahasa nonverbal digunakan sebagai penegasan dari bahasa verbal yang diucapkan, sesuai dengan salah satu fungsi yang telah dipaparkan di atas. Setiap pesan nonverbal yang disampaikan oleh seseorang memiliki makna yang berbeda-beda, sehingga cukup rumit untuk mengartikan pesan nonverbal yang sedang disampaikan ketika dalam proses berkomunikasi.

Begitupun dengan apa yang dilakukan antara anggota korps protokoler mahasiswa Unisba ketika melaksanakan tugas untuk saling berkomunikasi. Dalam prosesnya mereka lebih banyak menggunakan bahasa nonverbal dalam proses penyampaian kode-kode untuk saling bertukar pesan. Setiap pesan nonverbal yang disampaikan oleh setiap anggota korps

protokol Unisba memiliki makna yang berbeda-beda.

Perilaku nonverbal kita terima sebagai suatu "paket" siap pakai dari lingkungan sosial kita. Sebagaimana lambang verbal, asal-usul isyarat nonverbal sulit dilacak, meskipun adakalanya kita memperoleh informasi terbatas mengenai hal itu, berdasarkan kepercayaan, agama, sejarah atau cerita rakyat (*folklore*).

"Kita dapat mengklasifikasikan pesan-pesan nonverbal ini dengan berbagai cara. Jorgen Ruesch mengklasifikasikan isyarat nonverbal menjadi tiga bagian. *Pertama*, bahasa tanda (*sign language*) acungan jempol untuk numpang mobil secara gratis; bahasa isyarat tuna rungu; *kedua*, bahasa tindakan (*action language*) semua gerakan tubuh yang tidak digunakan secara eksklusif untuk memberikan sinyal, misalnya, berjalan; dan *ketiga*, bahasa objek (*object language*) pertunjukan benda, pakaian, dan lambang Q A Q nonverbal bersifat publik lainnya seperti ukuran ruang, bendera, gambar (lukisan), musik (misalnya *marching band*), dan sebagainya, baik secara sengaja ataupun tidak" (Mulyana, 2010: 352).

Secara garis besar, Larry A. Samovar dan Richard E. Porter membagi pesan-pesan nonverbal menjadi dua kategori, yakni:

"*Pertama*, perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, bau-bauan, dan parabahasa; *kedua*, ruang, waktu dan diam. Klasifikasi Samovar dan Porter ini sejajar dengan klasifikasi John R. Wenburg dan William W. Wilmot, yakni isyarat-isyarat nonverbal perilaku (*behavioral*) dan isyarat-isyarat nonverbal bersifat publik seperti ukuran ruangan dan faktor-faktor situasional lainnya" (Mulyana, 2010: 352-353).

Klasifikasi komunikasi nonverbal mendapat perbedaan dari setiap ahli komunikasi. Namun demikian perbedaan tersebut hanya nampak dalam pengelompokan tetapi tidak pada isinya. Menurut Duccan dalam Samavor dan Porter (1976) mengelompokkan komunikasi nonverbal menjadi:

1. Gerakan tubuh
2. Paralinguistik
3. Proksemik
4. Penciuman
5. Kepekaan Kulit (Sentuhan)
6. Penggunaan artifak seperti pakaian dan kosmetik (Liliweri, 1994:114)

Sedangkan menurut Deddy Mulyana klasifikasi komunikasi nonverbal adalah:

“Berbagai jenis pesan nonverbal yang bersifat perilaku hingga pesan nonverbal yang terdapat dalam lingkungan kita diantaranya: bahasa tubuh, sentuhan, parabahasa, penampilan fisik, bau-bauan, orientasi ruang dan jarak pribadi, konsep waktu, diam, warna dan artefak” (Mulyana, 2010: 353-433).

Barker dan Collins (1983) mengemukakan bahwa pada hakikatnya komunikasi nonverbal dilakukan secara otomatis sehingga efek komunikasinya tidak terkontrol. Meskipun tindakan komunikasi itu tidak terkontrol namun ada beberapa suasana yang pada umumnya melibatkan manusia yaitu *space*/ruang-jarak, suhu, cahaya, warna (Liliweri, 1994:116).

Schefflen menyebutkan dengan istilah lain: kinesik, sentuhan (*tactile*), bau-bauan (*odorific*), teritorial, proksemik, dan artifaktual. Sambil mengikuti klasifikasi Leathers dengan sedikit perubahan, maka Rakhmat (2008) membagi pesan nonverbal pada tiga kelompok besar;

Pesan nonverbal visual yang meliputi kinesik, proksemik, dan artifaktual; pesan nonverbal auditif yang di sini hanya terdiri dari satu macam saja, yaitu pesan paralinguistik; dan pesan nonverbal nonvisual nonauditif, artinya tidak berupa kata-kata, tidak terlihat, tidak terdengar, dan meliputi sentuhan dan penciuman (Rakhmat, 2008: 289).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan klasifikasi nonverbal menurut Deddy Mulyana, namun hanya membatasi pada segi bahasa tubuh, sentuhan, parabahasa, dan artefak.

1. Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh adalah perilaku nonverbal yang menyertai pesan verbal seseorang. Mulyana (2008: 353) menyatakan bahwa:

“Bidang yang menelaah bahasa tubuh adalah kinesika (*kinesics*), suatu istilah yang diciptakan seorang perintis studi bahasa nonverbal, Ray L. Birdwhistell. Setiap anggota tubuh seperti wajah (termasuk senyuman dan pandangan mata), tangan, kepala, kaki dan bahkan tubuh secara keseluruhan dapat digunakan sebagai isyarat- simbolik”.

Menurut Bellak dan Baker (Liliweri, 1994:143) terdapat bentuk dan tipe umum dari gerakan tubuh, yakni:

a. Kontak Mata

Kontak mata juga mengacu pada sesuatu yang disebut *gaze* yang meliputi suatu keadaan penglihatan secara antar orang di saat sedang berbicara. Melalui kontak mata seseorang dapat menceritakan suatu pesan kepada orang lain. Kontak mata sebagai suatu simbol komunikasi nonverbal mempengaruhi perilaku, kepercayaan dalam berkomunikasi. Ketika seseorang mulai melakukan sebuah kontak mata dalam proses komunikasi maka orang lain dapat mengukur sejauh mana kemampuan orang tersebut dalam melakukan komunikasi.

Kontak mata mempunyai dua fungsi dalam komunikasi antarpribadi. *Pertama*, fungsi pengatur, untuk memberi tahu

orang lain apakah kita akan berhubungan dengan orang itu.

Kedua, Fungsi ekspresif, untuk memberitahu orang lain bagaimana perasaan yang dirasakan (Mulyana, 2008:373)

b. Ekspresi Wajah

Ekspresi wajah meliputi pengaruh raut wajah yang dipergunakan untuk berkomunikasi secara emosional atau bereaksi terhadap suatu pesan. Wajah setiap orang selalu menyatakan hati dan perasaan. Pernyataan wajah menjadi masalah ketika (1) ekspresi wajah tidak merupakan tanda perasaan; atau (2) ekspresi wajah yang dinyatakan tidak seluruhnya/tidak secara total merupakan tanda pikiran dan perasaan. Dengan demikian ekspresi wajah sangat tergantung pada orang yang menanggapi atau menafsirkannya.

c. *Gestures*

Gestures merupakan bentuk perilaku nonverbal pada gerakan tangan, bahu, jari-jari. Gerakan-gerakan itu sering kita gunakan baik secara sadar maupun tidak sadar yang bertujuan untuk menekankan pesan verbal kita. Tetapi setiap anggota korps protokoler Unisba melakukan gerakan jari atau bahu dengan keadaan sadar agar bisa menyampaikan komunikasi yang benar.

d. Penggunaan Gerakan Tubuh

Setiap gerakan tubuh yang kita lakukan mengkomunikasikan fungsi tertentu. Ekman dan Friesen mengkategorikan sebagai berikut :

1) Emblem

Emblem merupakan terjemahan pesan nonverbal yang melukiskan suatu makna bagi suatu kelompok. Contoh dari emblem adalah tanda 'v' menunjukkan suatu tanda kekuatan dan kemenangan.

2) Ilustrator

Ilustrator merupakan tanda-tanda nonverbal dalam komunikasi. Tanda ini merupakan gerakan anggota tubuh yang menjelaskan atau menunjukkan pesan verbal. Contoh dari ilustrator adalah ketika mengatakan "ayo bangun" biasanya diikuti dengan gerakan kepala atau tangan ke arah menaik.

3) Adaptor

Adaptor merupakan gerakan anggota tubuh yang bersifat spesifik. Pada mulanya gerakan ini berfungsi untuk menyebarkan atau membagi ketegangan anggota tubuh, misalnya meliuk-liukan tubuh, memulas tubuh, menggaruk kepala, loncatan kaki.

Gerakan adaptor sebenarnya gerakan seseorang yang menggambarkan perilaku ikonik dan intrinsik yang kadang-kadang secara sadar dilakukan terhadap diri sendiri, kecuali untuk orang lain maka adaptor bertujuan menumbuhkan interaksi dan komunikasi.

4) Regulator

Regulator adalah gerakan yang berfungsi mengarahkan, mengawasi, mengkoordinasikan interaksi dengan sesama. Regulator merupakan tanda yang bersifat interaktif, bentuknya ikonik dan intrinsik.

Regulator mengisyaratkan kepada pembicara apa yang kita harapkan mereka lakukan, misalnya “teruskanlah”, “lalu apa lagi?”, “saya tidak percaya”, atau “Tolong agak lambat sedikit.” Bergantung pada kepercayaan mereka, mereka mengubah perilaku sesuai dengan pengarahan regulator (Devito, 2011:207).

5) *Affect Display*

Perilaku *affect display* selalu menggambarkan perasaan dan emosi. Wajah merupakan media yang paling banyak digunakan untuk menunjukkan reaksi terhadap pesan yang direspons. Bentuk *affect display* bersifat intrinsik yang digunakan untuk fungsi interaktif dan informatif.

2. Sentuhan

Studi tentang sentuh menyentuh disebut haptika (*haptics*). Sentuhan, seperti foto, adalah perilaku nonverbal yang multi makna, dapat menggantikan seribu kata. Kenyataannya sentuhan ini bisa merupakan tamparan, pukulan, cubitan, senggulan, tepukan, belaian, pelukan, pegangan (jabatan tangan), rabaan, hingga sentuhan lembut sekilas. (Mulyana, 2010: 379)

Sentuhan dapat mengkomunikasikan berbagai hal, seperti rasa hormat dan sopan santun, sebagai mana anggota korps protokoler mahasiswa Unisba saat saling berkomunikasi untuk menyambut dan mempersilahkan tamu VIP untuk menempati tempat yang telah di khususkan.

Menurut Heslin, terdapat lima kategori sentuhan, yang merupakan suatu rentang dari yang sangat impersonal hingga yang sangat personal. Kategori-kategori tersebut yaitu:

- a. *Fungsional-profesional*. Di sini sentuhan bersifat "dingin" dan berorientasi-bisnis.
- b. *Sosial-sopan*. Perilaku dalam situasi ini membangun dan memperteguh pengharapan, aturan dan praktik sosial yang berlaku.
- c. *Persahabatan-kehangatan*. Kategori ini meliputi setiap sentuhan yang menandakan afeksi atau hubungan yang akrab.
- d. *Cinta-keintiman*. Kategori ini merujuk pada sentuhan yang menyatakan keterikatan emosional atau ketertarikan.
- e. *Rangsangan seksual*. Kategori ini berkaitan erat dengan kategori sebelumnya hanya saja motifnya bersifat seksual. (Mulyana, 2010: 380)

Stannley Jones dan Elaine Yarbrough (1985) mengidentifikasi lima makna utama sentuhan secara mendalam, membahas mengenai fungsi-fungsi sebagian besar untuk mengilustrasikan sejumlah besar pesan yang dapat dikomunikasikan oleh sentuhan:

- a. **Afeksi Positif.** “Sentuhan merupakan sistem isyarat yang ampuh”, kata Desmond Morris (1972), “sentuhan begitu erat berkaitan dengan perasaan emosial di antara kita sehingga dalam perjumpaan biasa sentuhan ini dilakukan pada tingkat minimum”.
- b. **Bercanda.** Bila kita mengkomunikasikan ageksi dan agresi dengan cara bercanda, emosi akan kendur dan ini mengisyaratkan kepada orang lain untuk tidak memandangnya teralau serius. Sentuhan canda memeriahlan interaksi.
- c. **Mengarahkan/mengendalikan.** Sentuhan mungkin juga mengarahkan perilaku, sikap atau perasaan orang lain. Pengaturan demikian dapat mengkomunikaikan sejumlah pesan.
- d. **Ritual.** Sentuhan ritualistik terpusat pada salam dan perisahan.
- e. **Keterkaitan dengan tugas.** Dilakukan sehubungan dengan pelaksanaan fungsi tertentu (Devito, 2011: 223-225).

3. Unsur Paralinguistik (Parabahasa)

Parabahasa (*Paralanguage*) adalah komunikasi vokal yang tidak meliputi kata-kata. Termasuk di dalamnya adalah suara seperti bergumam dan terengah-engah, dan kualitas vokal seperti volume, irama, nada, dan perubahan nada (Wood, 2013:126). Setiap karakteristik suara yang dihasilkan seseorang dapat mengkomunikasikan emosi dan pikiran yang dirasakannya. Suara

yang terengah-engah menandakan kelemahan, sedangkan ucapan yang terlalu cepat menandakan ketegangan, kemarahan atau ketakutan.

Suara kita adalah instrumen serbaguna yang memberitahu orang lain bagaimana cara menafsirkan kita dan apa yang kita katakan. Isyarat vokal meminta orang lain menafsirkan apa yang kita katakan sebagai gurauan, ancaman, pernyataan fakta, pertanyaan, dan seterusnya (Wood, 2013:126). Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan dengan cara yang berbeda pula.

Mehrabian dan Ferris menyebutkan bahwa parabahasa adalah terpenting kedua setelah ekspresi wajah dalam menyampaikan perasaan atau emosi. Parabahasa andil 38% dari seluruh dampak pesan. Oleh karena ekspresi wajah punya andil 55% dari keseluruhan dampak pesan. Lebih dari 90% isi emosionalnya ditentukan secara nonverbal. Bahkan Mehrabian dan Ferris mengakui bahwa dampak kata-kata terucap terhadap komponen emosional pesan hanya sekitar 7% (Mulyana, 2010: 387-388).

4. Artefak

Komunikasi nonverbal tidak hanya dalam bentuk perilaku saja, tampilan dari seseorang merupakan salah satu bentuk dari penyampaian pesan nonverbal atau disebut dengan artefak. Artefak

adalah objek pribadi yang diseratakan ketika kita mengumumkan identitas dan melakukan orientasi lingkungan kita (Wood, 2013:121).

Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh seperti pakaian, perhiasan, kosmetik ataupun benda-benda yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia sehari-hari. Penampilan yang baik merupakan salah satu cara seseorang untuk membentuk citra dirinya di mata orang lain. Menurut Kefgen dan Touchie-Specht, “Pakaian menyampaikan pesan. Pakaian terlihat sebelum suara terdengar Pakaian tertentu berhubungan dengan perilaku tertentu” (Rakhmat, 2008:292).

Pakaian merupakan alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan siapa diri kita kepada orang lain, menyampaikan identitas berarti menunjukkan bagaimana kita berperilaku dan bagaimana orang lain harus memperlakukan kita. Selain itu juga, pakaian dipakai untuk menyampaikan perasaan, status dan peranan, dan formalitas (Rakhmat, 2008:292).

Selain penampilan, benda-benda yang kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu dari pesan artifaktual. Benda-benda tersebut sering memiliki makna tertentu. Bidang studi mengenai hal ini disebut objektika (*objectics*). Rumah, kendaraan, perabot rumah (furnitur, barang elektronik, lampu kristal) patung, lukisan, kaligrafi, foto, buku yang kita

pajang di ruang tamu, koran dan majalah yang kita baca, dan benda-benda lainnya yang berada di lingkungan kita adalah pesan-pesan bersifat nonverbal, sejauh dapat diberi makna.

2.6 Tinjauan Mengenai Pola Komunikasi

Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004:1).

Sedangkan Tubs dan Moss mengatakan bahwa, pola komunikasi atau hubungan itu dapat dicirikan oleh komplementaris atau simetris. Dalam hubungan komplementer satu bentuk perilaku dominan dari satu partisipan mendatangkan perilaku tunduk dan lainnya. Dalam simetri, tingkatan sejauh mana orang berinteraksi atas dasar kesamaan. Dominasi bertemu dengan dominasi atau kepatuhan dengan kepatuhan. (Tubbs, Moss, 2008:26). Di sini kita mulai melihat bagaimana proses interaksi menciptakan struktur sistem. Bagaimana seseorang merespon satu sama lain menentukan sejenis hubungan yang mereka miliki.

Dari pengertian di atas, maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerima pesan yang dikaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas sebagai komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi.

2.7 Tinjauan Mengenai Protokoler

Protokoler adalah organisasi yang memiliki pola komunikasi. Secara etimologis istilah protokol dalam bahasa Inggris *protocol*, bahasa Perancis *protocole*, bahasa Latin *protocoll* dan bahasa Yunani *protocollon*. Dalam kamus Bahasa Inggris Oxford,

"Protocol is the code of ceremonial forms or courtesies used in official dealings, as between heads of state or diplomats."

Dalam buku Protokoler, Keuangan dan Peraturan Tata Tertib DPRD edisi revisi (Agung Laksamana 2010: 4) menyatakan, bahwa Protokol adalah serangkaian aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi aturan mengenai tata tempat, tata upacara, dan tata penghormatan sehubungan dengan penghormatan kepada seseorang sesuai dengan jabatan dan/atau kedudukan dalam negara, pemerintahan, atau masyarakat.

Dari pernyataan tersebut, dapat dijelaskan bahwa acara resmi itu adalah acara yang bersifat resmi yang diatur dan dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah atau Instansi, dalam melaksanakan tugas dan fungsi tertentu, dihadiri oleh pejabat Negara, pejabat instansi serta undangan lainnya. Lalu, tata upacara adalah aturan untuk melaksanakan upacara dalam acara kenegaraan dan acara resmi.

Pedoman pelaksanaan tugas protokol

1. *Planning* yaitu penentuan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Dalam hal ini protokol merencanakan berbagai tindakan dan persiapan-persiapan sebelum melaksanakan suatu acara/upacara.

Perencanaan kegiatan protokol ini meliputi :

- a. Pengecekan sumber
 - b. Mencari informasi dan mempertimbangkan permintaan-permintaan dari pihak-pihak tertentu terutama permintaan-permintaan yang berguna untuk menyukseskan suatu acara.
 - c. Melakukan konsultasi baik dari dalam maupun dari luar mengenai berbagai hal yang menyangkut kelengkapan acara, waktu, dan anggaran (*budget*) secara tepat, akurat, dan jelas.
 - d. Membuat draft acara sebagai bentuk tertulis dari perencanaan yang telah dipersiapkan.
2. *Organizing* yaitu penyusunan mengenai pengelompokan orang-orang, kegiatan, alat-alat, pembagian tugas, tanggung jawab, wewenang serta hubungan antara kelompok satu dengan yang lainnya sedemikian rupa, sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai satu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah diterapkan.
- Pengorganisasian dalam melaksanakan kegiatan protokol meliputi:
- a. Pembagian atau penyerahan tanggung jawab dan wewenang.
 - b. Penentuan orang-orang yang akan menjadi objek acara, pelaku acara, dan pedamping pada kegiatan protokol.
3. *Actuating* yaitu pelaksanaan kegiatan yang sudah direncanakan dan dipersiapkan dengan baik.

4. *Courtesy* yaitu keramah-tamah. Pelaksanaan kegiatan protokol selalu diikuti dengan acara ramah-tamah untuk mendekatkan dan mempererat tali silaturahmi antara pihak-pihak yang hadir/berpartisipasi dalam suatu acara/upacara dengan petugas-petugas protokol. Selain itu hal ini dapat membentuk dan meningkatkan citra lembaga di mata audience.
5. *Controlling* yaitu melakukan pengawasan/pengendalian dengan memantau kegiatan yang berlangsung untuk menjamin kegiatan tersebut dapat dilaksanakan sebagaimana telah direncanakan dan mengoreksi setiap penyimpangan yang penting.

Self confidence yaitu mawas diri. Setelah proses kegiatan berjalan dengan baik, teratur dan sesuai dengan yang diharapkan, protokol tidak lupa untuk melakukan suatu evaluasi kecil dengan tidak merasa cepat puas terhadap apa yang telah dihasilkan. Hal ini berguna untuk pelaksanaan kegiatan berikutnya agar dapat berjalan dengan lebih baik lagi dengan tidak mengulang kesalahan-kesalahan yang mungkin dilakukan sebelumnya melalui mawas diri.

2.7.1 Sejarah Keprotokolan

Sejarah terbentuknya Protokol tidak semudah yang dibayangkan orang, karena dalam kenyataannya memerlukan waktu yang lama sebelum tercapainya suatu persetujuan antar bangsa guna saling menerima hak-hak dan wewenang serta keleluasaan masing-masing delegasi mereka.

Sebagai ilustrasi singkat, simak peristiwa Kongres Perdamaian Westphalia pada tahun 1642 sebagai upaya untuk mengakhiri perang puluhan tahun. Kongres tersebut merupakan Konferensi Internasional pertama yang membuka *spirit* ke arah perdamaian melalui cara diplomasi yang modern, yang dihadiri oleh delegasi negara-negara Swedia, Perancis, Australia dan beberapa negara lainnya. Kongres ini memerlukan waktu 6 tahun lamanya. Lamanya waktu ini karena waktu itu belum ada peraturan yang dijadikan pedoman keprotokolan. Dalam kesempatan itu ketimpangan terjadi dimana para wakil dari masing-masing negara semuanya sama-sama ingin menduduki tempat yang paling terdepan yang merupakan tempat paling terhormat. Masing-masing dari delegasi itu menghendaki memperoleh penghargaan yang tertinggi dari negara lain peserta Kongres. Di sini timbul permasalahan, yaitu siapakah dari wakil negara-negara itu yang pantas untuk mendapat tempat yang paling terhormat? Bagaimana tata urutannya yang tepat?

Dari keadaan tersebut, timbullah keinginan untuk membentuk “Meja Bundar”. Tetapi walaupun demikian, konsep bentuk meja bundar tersebut belum dapat menyelesaikan persoalan, karena tiap wakil berkeinginan untuk duduk di dekat pintu. Akhirnya, enam tahun kemudian dari dibukannya Kongres itu Tahun 1648, perjanjian itu baru dapat ditanda-tangani bersama. Dari pengalaman Kongres Westphalia itu, untuk selanjutnya diadakan berbagai Konferensi Internasional yang berjalan lancar, seperti Kongres Wina pada tahun 1815 dan Kongres Antar Negara pada Tahun 1818.

Dari berbagai konggres tersebut, selanjutnya dapat ditentukan pedoman Tata Urutan yang mengatur siapa yang berhak lebih dahulu, lebih terhormat, berkedudukan tertinggi, yang disebut “*Order of Preseance*”. Untuk selanjutnya, di dalam upacara yang dihadiri oleh waki-wakil negara lain/asing, dipakai pedoman yang mengatur tentang “Tata Urutan” yang dimaksud, sehingga upacara dapat berjalan lancar, tertib dan efektif. Hal ini membuat suatu konggres berjalan lebih cepat dari sebelumnya, dan ini sangat menguntungkan bagi Negara yang akan membuat suatu konggres.

Demikianlah awal mula terbentuknya protokol yang memerlukan waktu lama dalam memformulasikannya, hingga kini prinsip tersebut dapat diterapkan dan berlaku di seluruh dunia secara umum, dan secara khusus berlaku pula bagi satu negara tertentu, bahkan ada yang hanya berlaku bagi lingkungan terbatas/intern.

2.7.2 Tujuan Keprotokolan

Adapun tujuan dari protokol adalah :

1. Menentukan terciptanya suasana/iklim yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha.
2. Menciptakan tata pergaulan yang mendekatkan satu sama lain dan dapat diterima oleh semua pihak, walaupun mengandung unsur-unsur yang membatasi gerak pribadi.
3. Terciptanya upacara yang berlangsung secara khidmat, tertib dan lancar.

4. Terciptanya pemberian perlindungan, rasa aman menjalankan tugas.
5. Terpeliharanya kredibilitas kepemimpinan.

2.7.3 Syarat Umum Petugas Protokol

Setiap anggota/petugas protokol dituntut untuk memiliki kepribadian yang tinggi yang mana hal tersebut dijadikan sebagai landasan di dalam setiap gerak dan penampilan. Dengan demikian seorang protokol harus memenuhi syarat-syarat yang tepat meliputi :

1. Mempunyai sifat terampil dan cekatan.
2. Berkemampuan mengambil keputusan dengan cepat dan tepat.
3. Sensitif terhadap permasalahan.
4. Mempunyai sifat sopan-santun.
5. Sederhana, tidak berlebihan.
6. Pandai membawa diri.
7. Mawas diri.
8. Rendah hati, tetapi tidak rendah diri.
9. Ramah, penuh rasa hormat.
10. Berpenampilan menarik.
11. Berbusanan tepat, wajar dan serasi.
12. Pandai berbahasa dengan baik (Januharso, 2003:21-22).

Seorang petugas protokoler dituntut untuk mengerti dan menguasai serta mampu melaksanakan tugasnya dengan baik tanpa mengabaikan tugas bidang lainnya. Intinya petugas protokoler itu minimal harus mengerti segala sesuatu yang berkaitan dengan bidang tugas dan leingkungan selitarnya.

Selanjutnya dapat dijelaskan juga bahwa tata tempat adalah aturan mengenai urutan tempat bagi pejabat negara, pejabat instansi, dan tokoh masyarakat tertentu dalam acara kenegaraan atau acara resmi. Tata penghormatan adalah aturan untuk melaksanakan pemberian hormat bagi

pejabat negara, pejabat instansi dan tokoh masyarakat tertentu dalam acara kenegaraan atau acara resmi. Protokoler, Keuangan dan Peraturan Tata Tertib DPRD edisi revisi (Agung Laksamana 2010: 4).

2.8 Ruang Lingkup Protokoler

2.8.1 Tata Tempat

Berdasarkan Penjelasan Pasal Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1987 dan Pasal 1 ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 62 Tahun 1990, 'tata tempat' adalah aturan mengenai urutan tempat bagi pejabat Negara, pejabat pemerintah dan tokoh masyarakat tertentu dalam acara kenegaraan atau acara resmi. (Hardono, 2005: 22)

Pada dasarnya, tata tempat mengandung unsur-unsur siapa yang lebih berhak untuk didahulukan, atau siapa yang berhak menerima prioritas dalam suatu urutan. Orang yang berhak memperoleh urutan tempat untuk diprioritaskan adalah seseorang dikarenakan jabatan yang dimiliki orang tersebut, pangkat atau status dan kedudukannya di dalam Negara pemerintah, atau masyarakat.

Tata tempat acapkali disebut '*preseance*' dalam bahasa Perancis. *Preseance* Pejabat Negara, Pejabat Pemerintah dan Tokoh Masyarakat tertentu Tingkat Provinsi telah ditentukan berdasarkan Pasal 14 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 62 Tahun 1990.

2.8.2 *Layout/Tata Ruang*

- 1 Jenis *layout*: *Seating* (secara duduk) dan *Standing* (secara berdiri)
- 2 Bentuk *layout*: *On Stage*, *Class Romm*, *F to F*, *U/L From*, *Oval* dan *Field Style*.

- 3 *Rows* dalam *layout*: *Front Row* (sayap kanan/kiri), *First Row* (kanan/kiri), dan *Other Row*.
- 4 Kesempurnaan *layout*: *Seating Arrangement*.

2.8.3 *Seating Arrangement*

Aturan *Seating Arrangement* berdasarkan penjelasan umum PP No. 62 Tahun 1990, yaitu:

- 1 Orang yang berhak mendapatkan tata urutan pertama adalah mereka yang mempunyai urutan paling depan/paling mendahului.
- 2 Jika mereka berjajar, maka yang berada disebelah kanan dari orang yang mendapatkan urutan tata tempat paling utama/paling tinggi, mendahului orang yang duduk disebelah kirinya.
- 3 Jika berjajar pada garis yang sama, maka tempat yang paling utama adalah tempat sebelah kanan luar, tempat paling tengah.
- 4 Jika menghadap meja, tempat utama adalah yang menghadap ke pintu keluar, dan tempat terakhir yang paling dekat dengan pintu keluar.
- 5 Jajar Kehormatan
 - a. Orang yang paling dihormati harus datang dari arah kanan penyambut/penglepas.
 - b. Penyambutan: tata urutan dimulai dari pejabat yang tinggi kedudukannya.
 - c. Penglepas: tata urutan dimulai dari yang rendah kedudukannya.
- 6 Bila orang yang dihormati yang menjambut tamu, maka tamu datang dari arah sebelah kirinya.

Seating Arrangement memiliki rumus yaitu:

1. *Front Row* untuk pembesar upacara dan pemdamping yaitu tuan rumah, dan pejabat tertentu. Rumusnya : (2.1) (3.1.2) (4.2.1.3)
2. Sayap kanan/kiri *Front Row*
3. *Frist Row* : secara berurutan (1.2.3.4.5.6.7.8)
4. Di atas meja dipasang *name board* jabatan
5. Di atas kursi dipasang *seating card*

2.8.4 Tata Penghormatan

Tata penghormatan adalah aturan untuk melaksanakan pemberian hormat bagi Pejabat Negara, Pejabat Pemerintah dan Tokoh Masyarakat Tertentu dalam acara kenegaraan dan acara resmi.

Sesuai dengan pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1987, Pejabat Negara/Pejabat Pemerintah dan Tokoh Masyarakat tertentu mendapat penghormatan dan perlakuan sesuai dengan kedudukannya. Yang dimaksud dengan penghormatan dan perlakuan sesuai dengan kedudukannya dan martabatnya adalah sikap perlakuan yang bersifat protokol yang harus diberikan kepada seseorang dalam acara kenegaraan atau acara resmi sesuai dengan jabatan dan/atau kedudukan dalam Negara, pemerintah atau masyarakat. Dengan adanya sikap dan perlakuan yang bersifat protocol, maka diharapkan Pejabat Negara atau Pejabat Pemerintah dapat melaksanakan tugasnya secara lebih berhasil guna dan berdaya guna. (Hardono, 2005: 41)

Penghormatan dapat berupa bantuan sarana, pemberian perlindungan ketertiban dan keamanan yang diperlukan dalam melaksanakan acara/tugas diberikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku baginya dengan tidak menimbulkan sifat berlebihan.

2.9 Tinjauan Mengenai *Event*

Pada zaman dahulu masyarakat sering melakukan perayaan untuk menandai hari-hari penting dalam kehidupan manusia. Pada masa kini kegiatan perayaan itu sering disebut sebagai *event*. Di banyak negara, *event* telah banyak diselenggarakan dalam bentuk festival atau karnaval yang berlangsung secara regular pada waktu-waktu tertentu, misalnya *Halloween*, *New Year's Eve*, *Harvest Home* dan lain-lain.

Di Indonesia juga terdapat perayaan-perayaan yang diselenggarakan untuk memperingati hari yang bersejarah seperti perayaan Galungan bagi umat Hindu, perayaan tahun baru imlek dan perayaan ulang tahun kemerdekaan dalam bentuk upacara kenegaraan Republik Indonesia.

Event merupakan sebuah kegiatan yang sudah ada sejak lama dan terus berkembang hingga saat ini. *Event* itu sendiri menurut Any Noor ialah :

“Sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu” (Noor, 2013 : 8).

Saat ini konsep perkembangan *event* sejalan dengan perkembangan teknologi serta perkembangan kegiatan masyarakat. Perkembangan ini menjadikan jenis *event* yang berlangsung lebih beraneka ragam, tidak hanya terpaku pada kegiatan yang memiliki nilai keagamaan, adat dan budaya saja. Penyelenggaraan *event* telah berkembang sesuai dengan keinginan konsumen

untuk dapat melihat *event* tersebut, misalnya *event* bersifat keolahragaan, *event* pengenalan produk, pameran atau lainnya.

Menurut Getz (dalam Noor, 2013:9), definisi lain dari *event* adalah “*Those non routine occasions set apart from the normal activity of daily life of a group of people*”. Kegiatan ini dapat dikatakan sebagai *special events*, karena keunikan dari *event* dan diselenggarakan dengan cara-cara tertentu, seperti pada perayaan tradisional atau upacara tradisional.

2.10 Tinjauan Mengenai Reputasi

Reputasi dimulai dari identitas korporat sebagai titik pertama yang tercermin melalui nama perusahaan (logo) dan tampilan lain, misal laporan tahunan, brosur, kemasan produk, interior kantor, seragam karyawan, iklan, pemberitaan media mengenai perusahaan, materi tertulis, dan audio-visual. “Identitas korporat juga berupa non-fisik seperti nilai-nilai dan filosofi perusahaan, pelayanan, gaya kerja, dan komunikasi, baik dengan pihak internal maupun pihak luar” (Elvinaro, 2008:68).

Reputasi terdiri dari sejumlah komponen, yakni: *core values* (nilai-nilai dasar), *values* (nilai-nilai), *identity* (identitas), *projection* (proyeksi), *image* (citra), dan *reputation* (reputasi).

Menurut van riel (2004), suatu kekuatan reputasi adalah sebuah sumber dorongan keuntungan kompotitif. Di sini adalah kebenaran bagi organisasi, termasuk juga untuk individu.

Sebuah kekuatan dan reputasi perusahaan (lembaga atau pemerintahan). Positif adalah tugas setiap professional public relations (Morley, 2002:10). Lebih jauh Morley (2002) mendefinisikan pengelolaan reputasi perusahaan (lembaga atau pemerintahan) sebagai berikut: “sebuah orchestra dan inisiatif *public relations* yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi pentingnya sebuah *brand* (merek), termasuk nama baik perusahaan (lembaga atau pemerintahan)”.

Reputasi menjadi baik atau buruk, kuat atau lemah bergantung pada kualitas pemikiran strategi, dan komitmen manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dan adanya keterampilan serta energi dengan segala komponen program yang akan direalisasikan dan dikomunikasikan (Elvinaro, 2008:71).

Hamsinah (2012) menyebutkan dalam tulisannya yang berjudul “Pembentukan *corporate image* untuk citra dan reputasi perusahaan” bahwa Charles J. Fombrun dalam *Reputation* menggambarkan hubungan antara identitas perusahaan, nama, *image* dan reputasi. Identitas perusahaan digambarkan sebagai: “*the set of value and principles employees and managers associate with company*. Identitas perusahaan, disosialisasikan atau tidak, itu merupakan sebuah gambaran pemahaman bagaimana karyawan akan bekerja, bagaimana produk akan dibuat, bagaimana *stakeholders* akan dilayani, dan lain-lain. Identitas perusahaan diturunkan dari pengalaman perusahaan sejak berdiri, merupakan akumulasi prestasi dan cacat yang telah dibuat selama ini (Fombrun, 1996:36)”.

Reputasi perusahaan merepresentasikan “jaringan” reaksi afektif atau emosional baik itu reaksi baik atau buruk, kuat atau lemah dari konsumen,

investor, karyawan dan public terhadap nama perusahaan (Fombrun, 1996:37).

Identitas perusahaan merupakan cerminan atau gambaran pemahaman bagaimana karyawan akan bekerja, cerminan bagaimana produk akan dibuat, cerminan bagaimana *stakeholders* akan dilayani, dan lain-lain.

Selanjutnya Westcoot dan Alessandri mengilustrasikan bagaimana identitas perusahaan bekerja di dalam konteks dihubungkan dengan konsep misi perusahaan, citra perusahaan dan reputasi perusahaan. Model ini menunjukkan bahwa “identitas perusahaan adalah sebuah proses dimulai dari bawah dan ke atas, maksudnya bahwa misi perusahaan mempengaruhi identitas perusahaan, identitas perusahaan mempengaruhi citra, dan citra membangun reputasi perusahaan” (Alessandri, 2009).

Tujuan tertinggi PR dalam membangun reputasi yang kuat adalah karena reputasi merupakan efek dasar yang muncul sebagai faktor penting bagi keputusan khalayak tentang sikap dan perilakunya terkait keberadaan organisasi/produk. Seperti yang dikatakan oleh banyak penulis bahwa “logika bisnis yang ada sekarang memaksakan eksklusivitas aspek-aspek rasional dan ekonomi ketika mengambil onal dan ekonomi ketika mengambil keputusan”. Menurut Fombroum dan Van Riel, nalar logis sendiri berpengaruh buruk pada faktor-faktor persepsi dan sosial terhadap berbagai keputusan yang kita buat.

Dalam berbagai keputusan yang kita buat mengenai suatu perusahaan/produk mana yang akan kita pakai atau kita beli, kita sangat terpengaruh oleh persepsi kita sendiri atas perusahaan/produk tersebut. Ini

artinya kita didorong oleh reaksi pribadi, emosional, dan terkadang tidak rasional terhadap berbagai tawaran yang kita terima.

Pada tahun 2007 Reputation Institute (RI) telah mengembangkan sebuah barometer standar disebut RepTrack untuk mengukur berbagai reputasi yang dimiliki oleh berbagai perusahaan, dan secara teratur melakukan survey ke publik yang mengevaluasi beberapa perusahaan ternama di dunia. RepTrack meminta masyarakat untuk menggambarkan persepsi mereka terhadap sebuah perusahaan dalam tujuh dimensi lebih dari dua puluh atribut. Dimensi kunci didefinisikan sebagai :

1. *Performance* (kinerja): persepsi mengenai hasil dan prospek keuangan perusahaan.
2. *Workplace* (tempat kerja): persepsi terhadap lingkungan kerja di perusahaan tersebut dengan kualitas karyawannya.
3. *Product* (produk): persepsi terhadap kualitas harga dari produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. *Leadership* (kepemimpinan): persepsi terhadap seberapa baik perusahaan itu dipimpin.
5. *Citizenship* (keterlibatan): persepsi terhadap kekuatan lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan.
6. *Governance* (tata laksana): persepsi mengenai sistem organisasi dan budaya perusahaan.
7. *Innovation* (inovasi): persepsi terhadap orientasi dan inovasi kewirausahaan perusahaan (Folley dan Kendrik, 2006).