**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan hal yang sangat dibutuhkan manusia sebagai makhluk sosial. Sejak bangun tidur di pagi hari sampai tidur lagi di larut malam, sebagian besar dari waktu kita digunakan untuk berkomunikasi dengan manusia yang lain. Dikarenakan komunikasi merupakan kebutuhan utama manusia untuk hidup.

Komunikasi memiliki banyak bentuk salah satunya komunikasi antarpersonal. Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih, yang bisa dilakukan dalam keadaan formal maupun tidak formal, komunikasi antarpersonal ini sangat dan sering dilakukan oleh manusia, dikarenakan komunikasi antarpersonal tersebut tidak begitu sulit dalam penerapanya, bahkan bisa dilakukan oleh semua orang, segala usia, agama, suku dan lain-lain.

Kegiatan komunikasi antarpersonal merupakan kegiatan sehari-hari yang paling banyak dilakukan oleh manusia sebagai mahluk sosial. Dengan demikian kemampuan berkomunikasi merupakan suatu kemampuan yang paling dasar. Akan tetapi dalam kehidupan sehari-hari kita sering mengalami perbedaan pendapat, ketidaknyamanan situasi atau bahkan terjadi konflik yang terbuka yang disebabkan adanya kesalah pahaman dalam berkomunikasi. Menghadapi situasi seperti ini, manusia baru akan menyadari bahwa diperlukan pengetahuan mengenai bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan efektif yang harus dimiliki seorang manusia.

Efektivitas seorang komunikator dapat dievaluasi dari sudut sejauhmana tujuan-tujuan tersebut dicapai. Persyaratan untuk keberhasilan komunikasi adalah mendapat perhatian. Jika pesan disampaikan tetapi penerima mengabaikannya, maka usaha komunikasi tersebut akan gagal. Keberhasilan komunikasi juga tergantung pada pemahaman pesan dan penerima. Jika penerima tidak mengerti pesan tersebut,maka tidaklah mungkin akan berhasil dalam memberikan informasi atau mempengaruhinya. Bahkan jika suatu pesan tidak dimengerti, penerima mungkin tidak meyakini bahwa informasinya benar, sekalipun komunikator benar-benar memberikan arti apa yang dikatakan.

Kemampuan berkomunikasi antarpersonal yang baik dan efektif sangat diperlukan oleh manusia agar dia dapat menjalani semua aktivitasnya dengan lancar. Terutama ketika seseorang melakukan aktivitas dalam situasi yang formal, misal dalam lingkungan kerja. Lebih penting lagi ketika aktivitas kerja seseorang adalah berhadapan langsung dengan orang lain dimana sebagian besar kegiatannya merupakan kegiatan komunikasi antarpersonal. Dengan melakukan komunikasi antarpersonal yang baik dan efektif sangat berdampak terhadap kepuasan antara pelaku komunikasi tersebut.

Kepuasan sangat bergantung kepada persepsi dan pengharapan pelaku komunikasi itu sendiri. Kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan komunikan. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan komunikan maka kepuasan tidak tercapai.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian antara pengharapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, mutu pelayanan berarti bahwa kinerja suatu produk yang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan mutu pelayanan juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan. Apabila kualitas pelayanan perusahaan baik, maka omzet perusahaan meningkat.

Dalam perusahaan sebagai salah satu contohnya di BCA sebagai perusahaan perbankan yang mempunyai nama cukup besar, diperlukan kemampuan berkomunikasi agar dapat menimbulkan kesepakatan akan sesuatu hal yang disampaikan karyawan dan diterima oleh nasabah sehingga dapat memberikan kepuasan nasabah terhadap bank BCA.

Pihak bank akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan nasabah atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap pihak bank. Selain itu juga berguna bagi perusahaan untuk memahami dan kemudian berusaha untuk memenuhi semua keinginan nasabah. Diharapkan juga pihak Bank dapat menentukan kebijakan-kebijakan ataupun strategi dalam memasarkan produknya dan untuk mengahadapi para pesaing serta strategi keunggulan perusahaannya.

1. *Reability* (keandalan)

Masih terjadinya komunikasi antarpersonal yang belum efektif yang disebabkan oleh keandalan dari masing-masing petugas dalam menanggapi keluhan dari nasabah.

Contohnya : memberikan pelayanan dengan tepat dan benar sesuai dengan prosedur yang ditetapkan dalam memberikan pelayanan selalu sesuai dengan standar operasional.

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Reaksi nasabah mengenai kenyamanan setelah mengunjungi *banking hall* dan bertemu langsung dengan para petugas.

Contohnya : berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan yang sesuai dengan *coorporate identity.*

Berdasarkan permasalahan diatas diduga disebabkan oleh :

1. Memberikan kesan kinerja yang belum sesuai dengan keinginan nasabah.

Contohnya : cara menyampaikan informasi dengan menggunakan komunikasi yang dipahami oleh nasabah dikarenakan belum memiliki pengetahuan produk *knowledge*  yang ditawarkan atau dijadikan solusi

1. Kurangnya kemampuan pegawaidalam memberikan kemudahan untuk memperoleh jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal sesuai yang diharapkan.

Contohnya : Sebagai pemberi jasa layanan untuk para nasabahnya harus memberikan service *excellent* dengan cara mempermudah menyelesaikan keluhan nasabah sesuai dengan harapan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang hasilnya diwujudkan dalam bentuk skripsi yang berjudul

**“EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPERSONAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH BCA KCP KIARACONDONG”.**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan yang menjadi pokok masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah BCA?
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam menjalankan komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah BCA?
3. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan untuk menjalankan komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah BCA?

**1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam Memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.

**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui informasi dan mendapatkan data tentang efektivitas komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah BCA
2. Untuk mengetahui informasi dan mendapatkan data tentang hambatan-hambatan yang dihadapi dalam menjalankan komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah BCA
3. Untuk mengetahui informasi dan mendapatkan data tentang usaha-usaha yang dilakukan karyawan BCA dalam menghadapi hambatan meningkatkan kepuasan nasabah

**1.3.2 Tujuan Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Hubungan Masyarakat.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu. terutama mengenai efektivitas komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian, khususnya yang berniat untuk melakukan penelitian mengenai komunikasi antarpersonal dan kepuasan nasabah.

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi praktisi terutama pratiksi komunikasi antarpersonal dan kepuasan nasabah. Penelitian ini memberikan informasi mengenai efektivitas komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah studi kasus pada Bank Central Asia Kantor Cabang Pembantu Kiaracondong. Informasi ini diharapkan digunakan untuk mengambil keputusan dalam menerapkan komunikasi antarpersonal dalam peningkatan mutu pelayanan untuk kepuasan nasabah. Karena pada perusahaan jasa, komunikasi yang efektif dalam pelayanan akan sangat menentukan dalam memperoleh *profitabilitas* sesuai yang diharapkan.

**1.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran ini menjelaskan aspek teoritis secara garis besar dari judul yaitu efektivitas komunikasi antarpersonal dalam meningkatkan kepuasan nasabah BCA KCP Kiaracondong. Untuk itu terdapat berbagai teori mengenai hal-hal yang berkaitan dengan peneliti yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan ***Persuasion Theory*** (Teori Persuasi). Seperti yang dirumuskan oleh **Heath** yang di tulis oleh **Elvinaro Ardianto** dalam buku “***Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*”** mengatakan bahwa:

**Salah satu tujuan utama PR adalah meyakinkan publik-publik yang menjadi sasaran organisasinya untuk mengadopsi sikap, opini, atau perilaku tertentu. Bagi perusahaan yang mencoba untuk meningkatkan jumlah pelanggannya, rekrutmen pegatau meningkatkan citra, persuasi adalah kuncinya. Persuasi bukan hanya mencoba memanfaatkan kepentingan publik untuk organisasi, melainkan juga memberi alasan kepada orang-orang mengapa mereka harus mengadopsi sikap, opini, dan perilaku yang diinginkan komunikator.**

Seni persuasi sudah berlangsung ribuan tahun. Aristoteles mengemukakan tiga aspek dasar persuasi, yaitu ethos(source credibility), logos(logical appeals), dan pathos(emotional appeals). Ethos ,memfokuskan pada kredibilitas sumber dalam penyampaian sebuah pesan. Kredibilitas seumber secara langsung berpengaruh pada effectiveness appeal(daya tarik). Logos merujuk pada appeals berdasarkan alasan yang logis. Argumen-argumen ini biasanya terdiri fakta-fakta dan gambaran-gambaran. Mereka menyampaikannya kepada khalayak pada suatu tingkatan kognitif. Taktik PR bertujuan mendidik sekelompok tertentu orang-orang, lebih memfokuskan pada logicel appeal. Pathos merujuk kepada argumen yang didasarkan pada emosi-membangkitkan perasaaan-perasaan, seperti rasa takut, salah, amarah, humor, atau haru. Para praktisi PR menggunakan appeals untuk membangkitkan motif sekelompok orang agar berpikir dan bertindak tentang sesuatu. **(Heath,2005:614).**

**1.4.1 Variabel X Pada Penelitian**

Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.

**Menurut Joseph A.Devito dalam bukunya The Interpersonal Communication Book (Devito, 1989:4), komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orangorang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (the process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback).**

**Menurut Devito (1989), komunikasi antarpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Effendy, 2003:30).**

Dalam buku **Komunikasi Antarpribadi, Alo Liliweri** mengutip pendapat **Joseph A.Devito** mengenai ciri komunikasi antarpribadi yang efektif, yaitu:

1. Keterbukaan (openness)

Kemampuan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi antarpersonal. Pertama, komunikator antarpersonal yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebalikanya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut dan wajar.

Aspek kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan komunikan yang menjemukan. Bila ingin komunikan bereaksi terhadap apa yang komunikator ucapkan, komunikator dapat memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Aspek ketiga menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran dimana komunikator mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkannya adalah miliknya dan ia bertanggung jawab atasnya.

1. Empati (empathy)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang sehingga dapat mengkomunikasikan empati, baik secara verbal maupun non-verbal.

1. Dukungan (supportiveness)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Individu memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

1. Rasa Positif (positiveness)

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

1. Kesetaraan (equality)

Komunikasi antarpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan meminta kita untuk memberikan penghargaan positif tak bersyarat kepada individu lain. **(Liliweri, 1991: 13)**

 Komunikasi Antarpersonal sebenarnya merupakan suatu proses sosial dimana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi. Proses saling mempengaruhi ini merupakan suatu proses bersifat psikologis dan karenanya juga merupakan permulaan dari ikatan psikologis antarmanusia yang memiliki suatu pribadi.

**1.4.2 Variabel Y Pada Penelitian**

Untuk mengetahui masalah kepuasan nasabah terlebih dahulu harus di dapati pengertian arti kepuasan itu sendiri. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka nasabah akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka nasabah akan amat puas atau senang.

Menurut **Oliver** yang ditulis kembali oleh **J. Supranto** dalam bukunya **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar kepuasan adalah “tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja ( hasil ) yang dirasakan dengan harapannya”. (1997:223)**

**Menurut Loudon** dalam bukunya *C****onsummer behavior, Concept And Application* edisi 4 kepuasan adalah suatu jalan keluar menilai suatu pengalaman menyenangkan yang sudah didapat bisa menyebabkan ketidakpuasan, sebab kesenangan itu tidak seperti yang diinginkan atau diharapkan. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan bukan suatu emosi, melainkan evaluasi dari emosi tersebut”.(1998:869)**

Dari definisi diatas, penulis mengartikan bahwa kepuasan merupakan evaluasi seseorang terhadap pengalaman emosionalnya.

Menurut **Handy irawan D,** dalam bukunya **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan** teori kepuasan nasabah ini didukung oleh adanya tingkat harapan nasabah, yang terdiri dari :

* 1. ***Desired Expectation* ( harapan yang tinggi)**

**Harapan ini mencermikan apa yang harus dilakukan perusahaan kepada nasabahnya. Ini merupakan kombinasi dari apa yang perusahaan dapat lakukan kepada nasabah.**

**Jika di kaitkan dengan penelitian ini adalah usaha yang dilakukan oleh *customer service* PT. Bank Central Asia, Tbk kepada nasabahnya**

 **Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harapan yang tinggi antara lain adalah:**

1. **Pengalaman masa lalu terhadap produk atau jasa yang pernah digunakan, pengalaman ini akan membentuk harapan dimasa mendatang terhadap pelayanan.**
2. **Komunikasi, keseluruhan proses komunikasi akan mempengaruhi harapan nasabah**
3. ***Personal needs* ( kebutuhan pribadi), adalah faktor yang terbentuk karena faktor internal, seperti *self personality (* kepribadian ).**

**b. *Adeqate expectation* ( harapan rendah )**

**Harapan yang lebih rendah ini membuat nasabah memberikan toleransi kepada perusahaan atas produk jasanya.**

**Dengan demikian kepuasan nasabah mengacu kepada keadaan dimana seseorang merasa sesuai dengan apa yang diinginkannya.(2003:24-25)**

Apabila nasabah cocok atau sesuai dengan produk atau jasa yang ditawarkan, maka menyebabkan nasabah merasa puas dan akan terus menggunakan produk atau jasa tersebut. Sebaliknya, jika nasabah merasa tidak sesuai atau puas pada produk atau jasa yang ditawarkan, maka dapat menyebabkan nasabah tidak akan menggunakan jasa atau produk itu kembali.

Berdasarkan teori diatas, dimana kepuasan didukung oleh adanya tingkat harapan nasabah yang terdiri dari *desired expectation* (harapan yang tinggi) dan *adeqate expectation* (harapan yang rendah) . Unsur tersebut dapat mengukur bagaimana meningkatnya kepuasan nasabah di BCA KCP Kiaracondong.

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PERSONAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH BCA KCP KIARACONDONG**

**Persuasion Theory(Teori Persuasi)**

**(Heath, 2005:614)**

**Pathos**

**Ethos**

**Logos**

**Variabel Y**

**Kepuasan Nasabah**

**(Handy Irawan D, 2003:24-25)**

1. *Desired Expectation*
2. *Adequate Expectation*

**Handy Irawan D (2002:24)**

**Variabel X**

**Komunikasi Antarpersonal**

**(Joseph A Devito, 1989:4)**

1. Keterbukaan
2. Empati
3. Dukungan
4. Rasa Positif
5. Kesetaraan

**1. Keterbukaan**

a. Menanggapi informasi yang diterima.

b. Kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang.

c. Kepemilikan perasaan dan pikiran

**2. Empati**

a. Memahami motivasi dan pengalaman orang lain.

b. Memahami harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

**3. Dukungan**

a. Bersikap deskriptif

b. Bersikap spontan

**4. Rasa positif**

a.Positif terhadap dirinya

b.Mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi

c.Menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif

**5. Kesetaraan**

a.Pengakuan bergunanya setiap individu.

b.Penghargaan positif kepada individu lain.

1. ***Desired Expectation***

a. Pengalaman masa lalu

b. Komunikasi

c. Kebutuhan pribadi

1. ***Adequate Expectation***

a. Toleransi

asi peneliti dan pembimbing

Hasil modifikasi peneliti dan pembimbing 2017