**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1 Tinjauan Pustaka**

* + 1. **Komunikasi**

Komunikasi adalah proses interaksi antara manusia dengan manusia sering disebut proses komunikasi dimana antara komunikan dengan komunikator saling memberi feedback dari apa yang di sampaikan, dari proses komunikasi itulah terbentuk suatu hubungan. Terjalinya keakraban antar sesama, terbentuknya suatu kelompok awal mulanya adanya suatau interaksi komunikasi. Semakin aktif berkomunikasi maka akan kuat tingkat hubunganya atau interpersonalnya karena seseorang akan semakin mengenal dari lawan bicaranya. Komunikasi merupakan suatu alat untuk hidup yang di butuhkan tiap-tiap individu.

Berikutnya pengertian komunikasi menurut Lasswell bahwa komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan, berarti sebelumnya sudah terjalin hubungan yang akrab. Menurutnya komunikasi yang tidak memiliki tujuan berarti komunikasi yang tidak terstruktur atau tidak efektif sebab tanpa disadari komunikan memberi pesan atau informasi tanpa ada umpan balik. Menurut **Lasswel** ada lima unsur komunikasi yang saling berkaitan yaitu

**“sumber dimana pesan atau informasi yang akan disampaikan, medium suatu alat perantara pesan untuk mengirim, audien adalah penerima pesan dan efek merupakan hasil dari pesan yang sudah di olah untuk menanggapi pesan yang sudah di sampaikan.” (Riswandi, 2009:3sd 4)**

Komunikasi merupakan proses dimana seseorang yang sedang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu ataupun kelompok. Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber yang satu kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu dengan yang lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh dan memengaruhi satu sama lainnya, baik itu secara disengaja ataupun tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.

Komunikasi adalah pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami. Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, ketrampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut dengan komunikasi. Komunikasi adalah suatu usaha untuk memperoleh makna. Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain.

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*). Komunikasi adalah proses memahami makna dan berbagi makna kepada individu atau sekelompok orang. Komunikasi adalah proses perpindahan makna yang terjadi di antara dua orang atau lebih. Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan. Komunikasi adalah seni untuk menyampaikan informasi, ide-ide, seseorang kepada orang lain. Komunikasi adalah proses perpindahan kata yang memiliki makna di antara individu-individu maupun kelompok. Komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan komunikasi sebagai proses sosial. Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial, di mana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum memfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitannya terhadap pesan dengan perilaku.

Komunikasi merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk membangun dan mempertahankan hubungan interpersonal. Komunikasi adalah usaha yang berguna sebagai alat bagi warga masyarakat untuk dapat berpartisipasi dalam demokrasi. Komunikasi adalah sistem aliran yang menghubungkan dan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan suatu sinergi. Komunikasi adalah sebuah pertukaran pikiran atau gagasan yang disampaikan secara verbal. Komunikasi merupakan proses pertukaran maksud yang terjadi secara dinamis dan secara konstan berubah sesuai dengan situasi yang berlaku.

Komunikasi timbul karena didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, dan mempertahankan atau memperkuat ego. Komunikasi adalah upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya. *Interpersonal Communications* atau komunikasi antar pribadi, maksudnya adalah proses pertukaran informasi dan juga pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil.

Selain itu juga banyak sekali fungsi komunikasi yang bisa diambil dalam kehidupan sehari-sehari. Di bawah ini merupakan beberapa fungsi dari komunikasi :

1. Sebagai Informasi: Komunikasi memberikan suatu informasi yang diperlukan dari setiap individu ataupun kelompok dalam mengambil suatu keputusan dengan meneruskan data untuk menilai beberapa pilihan yang akan diputuskan.
2. Sebagai Kendali: Fungsi komunikasi sebagai kendali mempunyai arti bahwa komunikasi berperan untuk mengendalikan perilaku orang lain atau anggota dalam beberapa cara yang harus dipatuhi oleh semua pihak.
3. Sebagai Motivasi: Komunikasi memberikan dalam hal memotivasi melalui penjelesan yang dilakukan oleh para motivator.

Ada beberapa tujuan komunikasi, antara lain sebagai berikut:

1. Agar yang disampaikan komunikator bisa dimengerti oleh komunikan. Maka komunikator harus menjelaskan pesan utama dengan jelas dan sedetail mungkin.
2. Supaya bisa memahami orang lain. Dengan melakukan komunikasi, setiap individu bisa memahami individu yang lain dengan kemampuan mendengar apa yang sedang dibicarakan orang lain.
3. Supaya pendapat kita diterima orang lain. Komunikasi serta pendekatan persuasif adalah cara supaya gagasan kita diterima oleh orang lain.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu sesuai keinginan kita.

Ketika ingin melakukan komunikasi, dibutuhkan syarat-syarat tertentu. Adapun syarat-syaratnya antara lain sebagai berikut :

1. Source: Source atau sumber merupakan bahan dasar dalam penyampaian pesan untuk memperkuat pesan itu sendiri. Salah satu contoh komunikasi adalah orang, lembaga, buku dan masih banyak yang lainnya.
2. Komunikator: komunikator adalah pelaku yang menyampaikan pesan bisa beruapa seseorang yang sedang menulis atau berbicara, bisa juga berupa kelompok orang atau juga organisasi komunikasi seperti film, radio, surat kabar, televisi dan lain sebagainya.
3. Komunikan: komunikan merupakan penerima pesan dalam komunikasi yang bisa berupa seseorang, kelompok ataupun massa.
4. Pesan: pesan merupakan keseluruhan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Pesan memiliki tema utama sebagai pengarah dalam usaha untuk mengubah sikap serta tingkah laku orang lain.
5. Saluran: Saluran adalah media yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan. Saluran komunikasi terbagi menjadi beberapa bagian, yaklni saluran formal atau resmu dan saluran informal atau tidak resmi.
6. Effek: Effek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi yang terjadi.

Beberapa model - model komunikasi :

1. Model S – R

Model stimulus – respon (S – R) merupakan model komunikasi yang paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin ilmu psikologi, terutama yang beraliran behavioristik. Model ini menunjukan bahwa komunikasi sebagai aksi reaksi yang sederhana.

Misalnya jika seorang lelaki berkedip kepada seorang wanita, kemudian wanita itu tersipu malu, itulah yang disebut pola S – R. Pola S – R juga dapat berlangsung negatif, misalnya ada orang yang menatap orang lain dengan tatapan tajam, bisa jadi orang yang ditatapnya itu akan balik menatap, atau menunduk malu, atau malah memberontak.

2. Model Aristoteles

Model Aristoteles adalah model komunikasi yang paling klasik, sering juga disebut dengan model retoris. Model komunikasi ini terjadi ketika seorang pembicara berbicara kepada khalayak dalam upaya untuk mengubah sikap mereka. Dalam hal ini ia mengemukakan tiga unsur dasar dalam proses komunikasi, yaitu pembicara, pesan, dan pendengar.

3. Model Lasswell

Model komunikasi Lasswell merupakan ungkapa verbal yang tersusun sebagai berikut:

*Who-Says What-In Which Channel-To Whom-With What Effect?*

Model ini dikemukakan oleh Harold Lasswell tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat.

Lasswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu: pengawasan lingkungan, korelasi berbagai bagian yang terpisah dalam masyarakat untuk merespon lingkungan dan transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.

Lasswell menyatakan bahwa tidak semua komunikasi itu bersifat dua arah. Model komunikasi Lasswell sering diterapkan dalam komunikasi massa. Model tersebut mengisyaratkan bahwa komunikasi lebih dari satu saluran dapat membawa pesan.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan di antara manusia itu hanya bisa terjadi, apabila ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi bisa terjadi kalau didukung oleh adanya unsur-unsur komunikasi yaitu sumber, pesan, media, penerima, dan efek. ini biasanya juga bisa disebut komponen atau elemen komunikasi.

Berikut beberapa unsur dari komunikasi, diantaranya yaitu :

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan memperlihatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antara manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, namun juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya seperti partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau menurut bahasa inggrisnya disebut source, sender, atau encoder.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dengan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan bisa disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. isi dari pesan tersebut bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

3. Media

Media adalah sebuah sarana yang digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa pakar psikologi menganggap bahwa dalam komunikasi manusia. Media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia seperti manusia

seperti mata dan telinga.

Pesan yang yang diterima oleh panca indra selanjutnya akan di terima lalu diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dilakukan melalui tindakan.

Namun media yang dimaksud di sini tergolong dari empat macam , yaitu:

4. Media Antar Pribadi  
Media untuk hubungan perorangan (antar pribadi) media yang tepat digunakan ialah kurir/ utusan, surat, dan telepon.

5. Media Kelompok

Dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khlayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya, rapat, seminar, dan konferensi. Rapat sering dugunakan untuk membahas hal-hal yang sifatnya penting yang di laksanakan oleh suatu organisasi. Seminar adalah media komunikasi kelompok yang bisa dihadiri hingga 150 orang. Konferensi adalah media komunikasi yang digunakan oleh anggota atau pengurus dari organisasi tertentu. Tapi kadang juga ada orang yang di luar organisasi, tapi biasanya dalam status peninjau.

6. Media Publik  
Media publik adalah khalayak yang dihadiri lebih dari 200-an orang.

Contahnya seperti rapat akbar, rapat raksasa dan sejenisnya.

7. Media Massa  
Media massa merupakan khalayak terbesar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima.

Contoh: surat kabar, radio, film, televisi, internet dan lain-lain.

8. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang tau lebih, bisa dalam kelompok, partai atau negara. Sebutan penerima bisa terdiri dari berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran.

Proses komunikasi telah dipahami bahwa, keberadaan penerima itu karena adanya sumber. Jadi apabila tidak ada sumber, maka otomatis penerima juga tidak ada. Penerima adalah unsur yang penting di dalam komunikasi apabila tidak ada suatu penerima akan menyebabkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan dari sumber, pesan, atau saluran.

9. Pengaruh atau Efek

Pengaruhnya adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum maupun setelah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

Seperti yang sudah diketahui secara luas bahwasanya manusia itu makhluk sosial bukan makhluk individual yang memiliki kebutuhan untuk saling berkomunikasi dengan jenisnya. Tetapi dalam kehidupan nyata, banyak orang yang masih belum terampil dalam berkomunikasi, oleh karena itu, perlu kiranya kamu mengenali berbagai cara dalam penyampaian informasi.

Pada dasarnya, mengenali cara penyampaian informasi tidak terlalu susah, karena sebenarnya kita melakukan itu setiap hari. Menurut penyampaiannya komunikasi dapat dibedakan menjadi beberapa macam yaitu :

1. Komunikasi lisan

Apa itu komunikasi lisan? Komunikasi lisan adalah komunikasi yang terjadi secara langsung dan tidak ada batas jaraknya. Contohnya: rapat, wawancara, atau dua orang yang sedang mengobrol. Atau dalam sisi yang lain juga terjadi secara tidak langsung karena terpisah jarak, contoh berbicara lewat telepon.

2. Komunikasi tertulis

Komunikasi tertulis ini sudah sangat familiar pada zaman kita sekarang, bisa melalui whatsaap atau bbm. atau yang klasik yaitu melalui surat. Dalam contoh yang lain ada dalam bentuk naskah, gambar/foto yang diberi tulisan atau kata-kata atau yang termasuk juga adalah spanduk yang biasa digunakan untuk menyampaikan informasi kepada banyak orang.

Ada hal yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi secara tertulis, yaitu sebaiknya dipertimbangkan maksud dan tujuan komunikasi itu sendiri, selain itu juga harus dipertimbangkan resiko dari apa yang ditulis, misalnya, amankah tulisan ini atau mudah di mengertikah tulisan ini, dll.

Komunikasi Menurut Maksud Komunikasi

Dalam berkomunikasi juga terdapat maksud yang komunikator. Dalam berkomunikasi apabila tidak ada inisiatif dari komunikator, maka maksud terlaksanakannya tidak akan tercapai, Contohnya adalah:

1. Berpidato

2. Memberi saran

3. Memerintah sesuatu untuk dilakukan

4. Memberikan ceramah

5. Wawancara

Dari contoh diatas diketahui bahwa inisiatif dari komunikator adalah faktor penting dalam terjadinya sebuah komunikasi,

Komunikasi Berdasarkan Ruang Lingkup

Salah satu macam komunikasi juga adalah komunikasi yang terbatas pada ruang lingkup yang ada. Maka dari itu, komunikasi berdasar ruang ini terbagi menjadi:

1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal adalah komunikasi yang terjadi dalam ruang lingkup atau lingkungan organisasi atau perusahaan yang mana komunikasi ini terjadi antara individu dalam lingkup itu. Dalam aplikasinya komunikasi internal ini biasanya ada tiga jenis yaitu :

Komunikasi vertikal, biasanya terjadi dalam bentuk atasan ke bawahan seperti perintah bos, teguran, peringatan, dll

Komunikasi horizontal, biasanya terjadi dalam lingkup organisasi atau kantor sukarelawan yang semuanya sejajar.

Komunikasi diagonal, biasanya terjadi didalam ruang lingkup organisasi atau kantor..

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang terjalin antara organisasi atau organisasi dengan masyarakat dalam berbagai bentuk, misalnya:

a. pameran, publikasi

b. konferensi pers

c. siaran televisi, radio

d, pengabdian, bakti sosial

Komunikasi Menurut Aliran Informasi

Dalam komunikasi ada beberapa arah dalam penyampaiannya, nah arah informasi inilah yang akan menentukan macam komunikasi yang terjadi. Maka, menurut aliran informasi yang terjadi, komunikasi terbagi menjadi :

1. Komunikasi satu arah

Komunikasi satu arah adalah komunikasi yang berasal dari satu pihak saja. Biasanya komunikasi ini terjadi apabila dalam keadaan darurat atau memang karena sistem yang berjalan di suatu organisasi seperti itu, misalnya antara guru dengan murid. Dll

2. Komunikasi dua arah

Komunikasi ini bersifat timbal balik, dalam aplikasinya, komunikasi ini terjadi tidak hanya satu pihak saja, melainkan keduanya terlibat dalam memberikan respon atau feed back terhadap lawan bicaranya.

3. Komunikasi ke atas

Komunikasi yang terjadi dari bawahan kepada atasan

4. Komunikasi ke bawah

komunikasi dari atasan ke bawahan

5. Komunikasi ke samping

komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang sejajar dalam kedudukan.

**2.1.2. Komunikasi Interpersonal**

Manusia itu di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Hal ini merupakan suatu hakekat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesamanya.

**Everett M. Rogers** dalam **(Cangara 2011:20)** mendefinisikan :

**"Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka".**

Sedangkan menurut **Shannon dan Weaver** dalam **(Cangara 2011:20)** :

**"Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja".**

Secara kontekstual, komunikasi interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antar dua individu atau sedikit individu, yang mana individu tersebut secara fisik saling berinteraksi. Saling memberikan umpan balik, dan menggunakan indera sebagai sensor untuk mengenali patner komunikasi. Jadi dalam komunikasi interpersonal itu ada proses transaksi pesan yang bersifat dua arah, dan perhatian masing-masing pihak tidak semata-mata tertuju pada isi pesan itu, melainkan juga pada perilaku lawan komunikasi.

Menurut **Devito** dalam **(A.W. Suranto 2011:4)** :

Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu :

1. Keterbukaan (Openess)
2. Empati (Empathy)
3. Dukungan (Supportiveness)
4. Rasa Positif

(Positif Thingking)

1. Kesetaraan atau Kesamaan (Equality)

**Sumber : (Devito, 1997, p. 259-264)**

**“Komunikasi interpersonal 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.”**

Menurut **Joseph A. Devito** mengemukakan :

**“Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality).” (Devito, 1997, p. 259-264).**

Lima sikap positif tersebut meliputi :

1. Keterbukaan (*openess*), yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antar pribadi.

b. Empati (*Empathy*), yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain.

c. Dukungan (*Supportiveness*), yaitu situasi yang terbuka untuk

mendukung komunikasi berlangsung efektif.

d. Rasa positif (*Positive*), yaitu seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain agar selalu ikut turut aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

e. Kesetaraan atau kesamaan (*Equality*), yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dengan adanya proses komunikasi yang baik dalam organisasi/perusahaan maka akan ada proses penyampaian informasi baik dari atasan kepada bawahan. Tetapi proses komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau hanya agar orang lain juga bersedia menerima dan melakukan perbuatan atau kegiatan yang dikehendaki sehingga akan terjalin suasana yang harmonis kepada para bawahan mengetahui secara pasti keinginan atasan, dan apa yang harus dikerjakan kaitannya dengan usaha kerjasama untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan yang telah ditetapkan.

Seperti yang telah dikemukakan Joseph A.Devito berpendapat bahwa komunikasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi, di dalamkelompok formal maupun informal organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Isinya berupa cara-cara kerja dalam organisasi, produktifitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi; memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers dan surat-surat resmi komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Organisasinya tidak pada organisasinya sendiri tetapi lebih pada para anggotanya secara individual.

Berbicara mengenai Komunikasi Interpersonal berarti berbicara mengenai perpindahan informasi dari atasan ke bawahan, dari bawahan ke atasan, serta komunikasi sesama pegawai.

**Ruslan** dalam buku **Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi),** menyatakan bahwa :

**“Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilaksanakan oleh Masyarakat internal baik dari para karyawan kepada pihak perusahaan atau sebaliknya. “**

Komunikasi interpersonal akan efektif bila dalam diri seseorang ada perilaku suportif. Artinya, seseorang dalam menghadapi suatu masalah tidak bersikap bertahan (defensif). Keterbukaan dan empati tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak suportif, yakni: deskriptif, spontanitas dan provisionalisme. Sebaliknya dalam perilaku defensif ditandai dengan sifat–sifat: evaluasi, strategi dan kepastian.

1). Deskriptif Suasana yang deskriptif akan menimbulkan sikap suportif dibandingkan dengan evaluatif. Artinya, orang yang memiliki sifat ini lebih banyak meminta informasi atau deskripsi tentang suatu hal. Dalam suasana seperti ini, biasanya orang tidak merasa dihina atau ditantang, tetapi merasa dihargai.

2). Spontanitas Orang yang spontan dalam komunikasi adalah orang terbuka dan terus terang tentang apa yang dipikirkannya. Biasanya orang seperti itu akan ditanggapi dengan cara yang sama, terbuka dan terus terang.

3). Provisionalisme Seseorang yang memiliki sifat ini adalah memiliki sikap berpikir, terbuka, ada kemauan untuk mendengar pandangan yang berbeda dan bersedia menerima pendapat orang lain, bila memang pendapatnya keliru.

Perilaku Positif Komunikasi interpersonal akan efektif bila memiliki perilaku positif. Sikap positif dalam komunikasi interpersonal menunjuk paling tidak pada dua aspek, yaitu:

1) Komunikasi interpersonal akan berkembang bila ada pandangan positif terhadap diri sendiri.

2) Mempunyai perasaan positif terhadap orang lain dan berbagai situasi komunikasi.

Kesamaan dalam komunikasi interpersonal ini mencakup dua hal yaitu:

1) Kesamaan bidang pengalaman di antara para pelaku komunikasi. Artinya, komunikasi interpersonal umumnya akan lebih efektif bila para pelakunya mempunyai nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa ketidaksamaan tidaklah komunikatif.

2) Kesamaan dalam percakapan di antara para pelaku komunikasi, memberi pengertian bahwa dalam komunikasi interpersonal harus ada kesamaan dalam hal mengirim dan menerima pesan.

Perspektif pragmatis, meliputi sifat–sifat yaitu:

a. Bersikap Yakin komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila seseorang mempunyai keyakinan diri. Dalam arti bahwa seorang tidak merasa malu, gugup atau gelisah menghadapi orang lain. dalam berbagai situasi komunikasi, orang yang mempunyai sifat semacam ini akan bersikap luwes dan tenang, baik secara verbal maupun non verbal.

b. Kebersamaan Seseorang bisa meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal dengan orang lain bila ia bisa membawa rasa kebersamaan. Orang yang memiliki sifat ini, bila berkomunikasi dengan orang lain akan memperhatikannya dan merasakan kepentingan orang lain.

c. Manajemen Interaksi Seseorang yang menginginkan komunikasi yang efektif akan mengontrol dan menjaga interaksi agar dapat memuaskan kedua belah pihak, sehingga tidak seorang pun merasa diabaikan. Hal ini ditunjukkan dengan mengatur isi, kelancaran dan arah pembicaraan secara konsisten. Dan biasanya, dalam berkomunikasi orang yang memiliki sifat semacam ini akan menggunakan pesan–pesan verbal dan non verbal secara konsisten pula.

d. Perilaku Ekspresif Perilaku ekspresif memperlihatkan keterlibatan seseorang secara sungguh–sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain. Perilaku ekspresif ini hampir sama dengan keterbukaan, mengekspresikan tanggung jawab terhadap perasaan dan pikiran seseorang, terbuka pada orang lain dan memberikan umpan balik yang relevan. Orang yang berperilaku ekspresif akan menggunakan berbagai variasi pesan baik secara verbal maupun non verbal, untuk menyampaikan keterlibatan dan perhatiannya pada apa yang sedang dibicarakan.

e. Orientasi pada Orang Lain Untuk mencapai efektivitas komunikasi, seseorang harus memiliki sifat yang berorientasi pada orang lain. Artinya adalah kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan orang lain selama berkomunikasi interpersonal. Tentunya, dalam hal ini seseorang harus mampu melihat perhatian dan kepentingan orang lain. selain itu, orang yang memiliki sifat ini harus mampu merasakan situasi dan interaksi dari sudut pandang orang lain serta menghargai perbedaan orang lain dalam menjelaskan suatu hal.

Selanjutnya, hambatan-hambatan komunikasi efektif dalam organisasi. Beberapa kendala yang sering dialami oleh sebuah organisasi dalam berkomunikasi dua arah, yaitu :

a. *Protectiveness* (Perlindungan).

Pimpinan seringkali tidak memberitahukan informasi tertentu pada karyawannya atau timnya karena takut akan menyakiti hati karyawan. Alasan lain adalah bahwa pimpinan menganggap bahwa informasi tersebut harus dilindungi, dan bukan untuk konsumsi pegawai karena pegawai tidak akan mungkin mengerti apa yang akan disampaikan. Demikian pula dengan pegawai. Mereka serring tidak menyampaikan informasi tertentu kepada pimpinan untuk melindungi dirinya dari tindakan pemecatan atau peringatan. Mereka takut jika informasi disampaikan maka pimpinan akan marah, lalu mendiskreditkan mereka, memberikan penilaian yang negatif terhadap mereka (sehingga berdampak pada kenaikan gaji yang kecil), atau bahkan yang paling ekstrim adalah memecat mereka ?

b. *Defensiveness* (Pertahanan).

Selain menahan informasi, seseorang juga bisa saja tidak mau menerima informasi (menolak untuk mendengar informasi yang disampaikan). Hal ini terjadi jika mereka sudah membentuk emosi negatif terhadap orang yang memberi informasi, mungkin karena orang tersebut telah merendahkan dengan kata-kata yang menyakitkan.

c. *Tendency to evaluate* (kecenderungan untuk menghakimi).

Jika mendapat informasi dari seseorang mengenai keburukan orang lain, komunikator cenderung mengambil sikap yang mengevaluasi tanpa mengumpulkan data yang lengkap sebelum berkomunikasi dengan orang yang dibicarakan tersebut.

d. *Narrow perspectives* (Perspektif yang sempit).

Karena jarang meninjau pekerjaan orang lain, atau keluar dari lingkungan pekerjaan sendiri, seseorang seringkali dibatasi pada cara pandangnya sendiri. Ia tidak Mencoba melihat dari sudut pandang orang lain. Para karyawan seringkali hanya melihat suatu masalah dari sudut pandangnya sendiri (kepentingan individunya semata, tanpa mencoba memahami sebuah situasi dan sudut pandang yang berbeda). Sempitnya perspektif inilah yang sering menyebabkan konflik. (tiap orang hanya melihat dan sudut pandang sendiri, dan tidak mencoba memahami orang lain).

e. *Mismatched expectations* (harapan yang tidak sesuai).

Pikiran manusia seringkali hanya membatasi informasi yang cocok dengan ekspektasinya. Jika ternyata informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka orang tersebut cenderung tidak termotivasi untuk mendengarkan informasi yang disampaikan. Misalnya: jika dalam rapat-rapat ternyata seringkali tanggapannya tidak diperhatikan, maka pegawai cenderung enggan menyatakan pendapat, karena ia beranggapan percuma saja menyampaikan pendapat, karena biasanya juga tidak ada follow- up-nya.

f. *Insufficient time* (waktu yang terbatas).

Alasan lain adalah keterbatasan waktu untuk menyampaikan informasi secara menyeluruh. Karena kegiatan rutin yang harus diselesaikan dengan segera, seringkali waktu berkomunikasi dilupakan, atau komunikasi dilakukan dengan tergesa. Akibatnya, informasi yang disampaikan kepada orang lain pun tidak lengkap sehingga ada kemungkinan informasi tersebut salah dipahami.

Banyak ahli komunikasi yang memiliki kesamaan pandangan mengenai hubungan antara proses komunikasi dan kinerja perkantoran. Mereka bersepakat bahwa komunikasi efektif dan tingkat kinerja perkantoran berhubungan secara signifikan. Memperbaiki komunikasi perkantoran berarti memperbaiki kinerja perkantoran. Pandangan tersebut mengisyaratkan diterimanya konsep-konsep sebagai berikut:

a. Komunikasi merupakan salah satu unsur penting yang selalu menandai kehidupan di dalam suatu perkantoran. Ketika perkantoran itu berharap dapat bekerja dalam sebuah manajemen yang efisien, maka di dalamnya mesti dilakukan langkah-langkah komunikasi internal secara terencana.

b. Komunikasi dapat digunakan untuk mengubah, mempertahankan, dan meningkatkan kemajuan sebuah perkantoran.

**2.1.3. Pengertian Pimpinan**

Pemimpin adalah orang – orang yang menentukan tujuan, motivasi dan tindakan kepada orang lain. Pemimpin adalah orang yang memimpin. Pemimpin dapat bersifat resmi (formal) dan tidak resmi (non formal) 2 Pemimpin resmi diangkat atas dasar surat keputusan resmi dari oarng yang mengangkatnya dan biasanya mendapat gaji, sedangkan pemimpin tidak resmi diangkat tanpa surat keputusan dan biasnya tanpa gaji. Pimpinan adalah jabatan atau posisi seseorang di dalam sebuah organisasi baik organisasi formal maupun organisai non formal. Seseorang dapat diangkat sebagai pemimpin karena mempunyai kelebihan dari anggota lainnya. Kelebihan itu ada yang berasal dari dalam dirinya dan ada pula yang berasal dari luar dirinya. Kelebihan dari dalam dirinya ia memiliki bakat sebagai pemimpin dan memiliki sifat- sifat pemimpin yang efefktif’ . Kelebihan dari luar diri karena ia dikenal dan hubungan baik dengan yang sedang berkuasa, punya banyak teman, dari keturunan orang yang kaya atau turunan bangsawan atau penguasa.

**2.1.4. Pengertian Pegawai**

Pengertian Pegawai adalah orang pribadi yang bekerja pada pemberi kerja, berdasarkan perjanjian atau kesepakatan kerja baik secara tertulis maupun tidak tertulis, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan atau kegiatan tertentu dengan memperoleh imbalan yang dibayarkan berdasarkan periode tertentu, penyelesaian pekerjaan, atau ketentuan lain yang ditetapkan pemberi kerja, termasuk orang pribadi yang melakukan pekerjaan dalam jabatan negeri.

Jenis Pegawai berdasarkan cara perhitungan PPh Pasal 21 dibagi menjadi dua jenis, yaitu :

1. Pegawai Tetap

2. Pegawai Tidak Tetap / Tenaga Kerja Lepas

Dalam suatu perusahaan istilah pegawai bisa juga diartikan juga sebagai karyawan atau istilah lain. Istilah Pegawai Tetap dan Pegawai Tidak Tetap/Tenaga Kerja Lepas hanya digunakan untuk perhitungan PPh Pasal 21 atas penghasilan yang diterima. Pegawai dari suatu perusahaan swasta, BUMN, dan Instansi Pemerintah tidak harus memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Pegawai yang wajib memiliki NPWP adalah pegawai yang memperoleh penghasilan diatas PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak).

Pegawai adalah orang yang bekerja pada suatu instansi dan mendapatkan gaji setiap bulan. Pegawai adalah orang menjual jasa (pikiran dan tenaga) dan mendapat kompensasi (balas jasa) yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu, dimana mereka wajib dan terikat untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan berhak memperoleh gaji sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diasumsikan bahwa pegawai adalah semua penduduk yang mampu melakukan pekerjaan dan mendapatkan gaji setiap bulan, kecuali golongan yang terdiri dari :

1. Anak – anak berumur 14 tahun ke bawah

2. Mereka yang masih berumur 14 tahun ke atas tetapi masih mengunjungi sekolah untuk waktu penuh.

Mereka karena usia tinggi, cacat baik jasmani maupun rohani, tidak mampu melakukan pekerjaan dengan hubungan kerja untuk diri sendiri (swakarya) maupun dalam hubungan kerja yang mampu bekerja tetapi karena sesuatu tidak mendapatkan pekerjaan yaitu para penganggur.

Menurut **Soedaryono** dalam bukunya (Tata Laksana Kantor, 2000 : 6) :

**“pengertian pegawai adalah seseorang yang melakukan penghidupannya dengan bekerja dalam kesatuan organisasi, baik kesatuan kerja pemerintah maupun kesatuan kerja swasta.”**

Dan menurut **Robbins** (Perilaku Organisasi, Edisi 10 : 2006**) :**

**“pengertian pegawai adalah orang pribadi yang bekerja pada pemberi kerja, baik sebagai pegawai tetap atau tidak, berdasarkan kesepakatan kerja baik tertulis maupun tidak tertulis, untuk melaksanakan suatu pekerjaan dalam jabatan atau kegiatan tertentu yang ditetapkan oleh pemberi kerja.”**

Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa pegawai adalah seseorang yang bekerja pada suatu kesatuan organisasi, baik sebagai pegawai tetap maupun tidak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya”.

**2.1.5 Pengertian Humas**

Hubungan masyarakat (humas) adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/organisasi. Humas merupakan terjemahan istilah bahasa Inggris: *Public Relations*(sering disingkat dengan sebutan PR) atau "Hubungan Publik".

Menurut International Public Relations Association (IPRA), Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (*public*) untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public yang sudah atau akan terjadi di antara mereka.  
 Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima dari sebuah situasi dan kondisi yang akan terjadi.  
 Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi kantor atau lembaga tersebut dengan masyarakatnya.  
Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin akan atau sudah terjadi di antara kedua belah pihak yang bersangkutan.  
 Contoh tugas Humas atau kegiatan staf PR adalah melobi, berbicara di depan publik, menyelenggarakan acara, dan membuat pernyataan tertulis.  
Konsep dasar Humas diperkenalkan pada tahun 1906 oleh Ivy Lee saat ia berhasil menjembatani konflik buruh batubara dan pengusaha. Konsep ini lalu dikenal sebagai *Declaration of Principle* (Deklarasi Asas-Asas Dasar), yaitu prinsip yang terbuka dan tidak ada yang saling menyembunyikan antara data dan fakta.  
 Humas di Indonesia dikenal pada tahun 1950-an yang bertugas untuk menjelaskan peran dan fungsi-fungsi setiap kementrian, jawatan, lembaga, dan lainnya. Pekerjaan seorang humas adalah tugas-tugas yang dilakukan oleh seorang humas dalam mempromosikan pengertian dan pengetahuan akan seluruh fakta-fakta tentang runtutan situasi atau sebuah situasi dengan sedemikian rupa sehingga mendapatkan simpati yang akan berhubungan dengan kejadian tersebut.  
Pada umumnya kesan yang jelek datang dari ketidak-pedulian, prasangka buruk, sikap melawan, dan apatis. Seorang petugas humas harus mampu untuk mengubah hal-hal ini menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan.  
Bagian penting dari pekerjaan petugas Humas dalam suatu organisasi adalah:

1. **Membuat kesan (*image*)**, yaitu gambaran yang diperoleh seseorang tentang suatu fakta sesuai dengan tingkat pengetahuan dan pengertian mereka (terhadap suatu produk, orang, atau situasi).
2. **Pengetahuan dan pengertian**. Humas memiliki peran penting dalam membantu menginformasikan pada publik internal (dalam organisasi) dan publik eksternal (luar organisasi) dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang mudah dimengerti sehingga ketidak-pedulian akan suatu organisasi, produk, atau tempat dapat diatasi melalui pengetahuan dan pengertian.
3. **Menciptakan ketertarikan**. Humas juga harus dapat menciptakan ketertarikan publik dalam suatu situasi atau serial situasi, yang bisa jadi berpengaruh besar dalam suatu organisasi atau sekelompok orang.
4. **Penerimaan**. Masyarakat mungkin bersikap melawan pada sebuah situasi karena mereka tidak mengerti apa yang sedang terjadi, atau mengapa hal tersebut terjadi. Profesi humas mempunyai peran kunci untuk menjelaskan sebuah situasi atau kejadian dengan sejelas-jelasnya sehingga ketidak-pedulian, dan bahkan sikap menentang, yang menjadi atmosfer disekelilingnya dapat diputar menjadi pengertian dan penerimaan.
5. **Simpati**. Dengan mengemukakan informasi secara jelas dan tidak bias, umumnya merupakan cara yang berhasil untuk meraih simpati.

Humas adalah sebuah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas. Dalam pekerjaannya, seorang humas membuat analisis ke dalam dan perbaikan diri, serta membuat pernyataan-pernyataan keluar.  
Pada umumnya kesan yang jelek datang dari ketidak-pedulian, prasangka buruk, sikap melawan, dan apatis. Seorang humas harus mampu untuk mengubah hal-hal ini menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan.  
Menurut Edward L.Bernays humas memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Memberikan penerangan kepada publik,
2. Melakukan persuasi kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik
3. Upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat, atau sebaliknya.

70% persen dari kegiatan humas berhubungan dengan tulis-menulis selain tugas-tugas lainnya, di antaranya:

1. Merancang pesan tematik agar pesan yang disampaikan oleh organisasi memiliki keseragaman/ keterkaitan pesan.
2. Melakukan segmentasi media, dimana seorang humas harus mampu memformulasikan keseimbangan saling dukung antara media cetak dan elektronik.
3. Komunikasi interaktif. Contohnya beberapa organisasi dalam merancang logonya melakukan pelibatan konsumen dimana dilakukan kompetisi merancang logo, contoh lain adalah rubrik konsultasi atau jasa layanan konsumen melalui telpon.
4. Menjaga reputasi perusahaan dan citra produk melalui pemanfaatan kekuatan pesan dan atau kombinasinya.
5. Iklan multiguna (memanfaatkan momentum psikologis).
6. Penjualan simpatik.
7. Melakukan iklan layanan masyarakat.
8. Pemasaran dari mulut kemulut.
9. Ajang pemasaran khusus dimana aktivitas dirancang untuk melibatkan khalayak.
10. Memanfaatkan komunikasi yang akrab untuk pelanggan.

Thomas L. Harris dalam bukunya *Marketer’s Guide to Public Relations* yang melahirkan Marketing Public Relations (MPR), peranan humas menjadi Pencils yang hampir mirip dengan *promotion mix* yaitu formula PASP:

1. Publications
2. Advertising
3. Sales
4. Promotions
5. Personal Selling.

Adapun produk-produk tertulis Humas diantaranya yaitu :

1. Siaran pers yaitu informasi yang mengandung nilai berita dan disampaikan oleh publik melalui media massa.
2. Latar belakang (Backgrounder)
3. Media internal
4. Laporan tahunan
5. Advetorial
6. Profil perusahaan
7. Lembaran berita (Newsletter)
8. Prospektus
9. Penulisan komentar pembaca
10. Penulisah naskah pidato
11. Iklan layanan masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan (simbiosismutualisme) antara organisasi dan masyarakat, yang dijadikan sebagai sandaran tolak ukur keberhasilan atau kegagalannya.

PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik yang sifatnya internal (ke dalam) maupun yang sifatnya eksternal (ke luar), antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yangberlandaskan pada saling pengertian. praktik public relations adalah seni dan ilmu pengetahuan social yang dapat dipergunakan untuk menganalisa kecenderungan,memprediksi konsekuensi yang akan / telah diambil, menasehati parapemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencanamengenai kegiatan – kegiatan yang bertujuan melayani, baik untukkepentingan organisasi itu sendiri, ataupun kepentingan publik.

Dari definisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa, hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang menjadijembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Dengankata lain, publik berhak untuk dilayani, diterima, dan dijelaskan terkait jika ada krisis yang terkait dengan kepentingan publik, disisi lain publik akan membantu manajemen untuk memberi peringatan dini agar di masa mendatang, perusahaan dapat secara sigap mengantisipasi kemungkinan munculnya krisis.

**2.1.6. Pengertian Protokol**

Dalam pengertian luas protokoler adalah seluruh hal yang mengatur pelaksanaan suatu kegiatan baik dalam kedinasan/kantor maupun masyarakat. Secara estimologis istilah protokol dalam bahasa Inggris *protocol*, bahasa Perancis *protocole*, bahasa Latin *protocoll(um)*, dan bahasa Yunani *protocollon*.

Awalnya, istilah protokol berarti halaman pertama yang dilekatkan pada sebuah manuskrip atau naskah. Sejalan dengan perkembangan zaman, pengertiannya berkembang semakin luas, yakni keselurahan naskah yang isinya terdiri dari catatan, dokumen persetujuan, perjanjian, dan lain-lain dalam lingkup secara nasional maupun internasional.

Perkembangan selanjutnya, protokol berarti kebiasan-kebiasan dan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan formalitas, tata urutan dan etiket diplomatik. Aturan-aturan protokoler ini menjadi acuan institusi pemerintahan dan berlaku se Pengertian menurut UU No. 9 Tahun 2010 tentang Keprotokolan:

Keprotokolan adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi Tata Tempat, Tata Upacara, dan Tata Penghormatan sebagai bentuk penghormatan kepada seseorang sesuai dengan jabatan dan/atau kedudukannya dalam negara, pemerintahan, atau masyarakat.

UU No. 9 Tahun 2010 tentang Keprotokolan. adalah pengganti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1987 tentang Protokol yang sudah dianggap tidak sesuai dengan zaman.cara universal.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Keprotokolan adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan aturan dalam acara kenegaraan atau acara resmi yang meliputi Tata Tempat, Tata Upacara, dan Tata Penghormatan sebagai bentuk penghormatan kepada seseorang sesuai dengan jabatan dan/atau kedudukannya dalam negara, pemerintahan, atau masyarakat.

2. Acara Kenegaraan adalah acara yang diatur dan dilaksanakan oleh panitia negara secara terpusat, dihadiri oleh Presiden dan/atau Wakil Presiden, serta Pejabat Negara dan undangan lain.

3. Acara Resmi adalah acara yang diatur dan dilaksanakan oleh pemerintah atau lembaga negara dalam melaksanakan tugas dan fungsi tertentu dan dihadiri oleh Pejabat Negara dan/atau Pejabat Pemerintahan serta undangan lain.

4. Tata Tempat adalah pengaturan tempat bagi Pejabat Negara, Pejabat Pemerintahan, perwakilan negara asing dan/atau organisasi internasional, serta Tokoh Masyarakat Tertentu dalam Acara Kenegaraan atau Acara Resmi.

5. Tata Upacara adalah aturan untuk melaksanakan upacara dalam Acara Kenegaraan atau Acara Resmi.

6. Tata Penghormatan adalah aturan untuk melaksanakan pemberian hormat bagi Pejabat Negara, Pejabat Pemerintahan, perwakilan Negara asing dan/atau organisasi internasional, dan Tokoh Masyarakat Tertentu dalam Acara Kenegaraan atau Acara Resmi.

7. Pejabat Negara adalah pimpinan dan anggota lembaga negara sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan Pejabat Negara yang secara tegas ditentukan dalam Undang-Undang.

8. Pejabat Pemerintahan adalah pejabat yang menduduki jabatan tertentu dalam pemerintahan, baik di pusat maupun di daerah.

9. Tamu Negara adalah pemimpin negara asing yang berkunjung secara kenegaraan, resmi, kerja, atau pribadi ke negara Indonesia.

10. Tokoh Masyarakat Tertentu adalah tokoh masyarakat yang berdasarkan kedudukan sosialnya mendapat pengaturan Keprotokolan.

11. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah adalah lembaga perwakilan rakyat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

Demikian Pengertian Protokol, Protokoler, dan Keprotokolan serta pengertian hal terkait, menurut UU No. 9 Tahun 2010 tentang Keprotokolan.

**2.2. Bagan Kerangka Pemikiran**

Komunikasi Interpersonal Pada Bagian Humas dan Protokol di Sekretariat Daerah Kabupaten Sumedang

Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu :

1. Keterbukaan (*Openess*)
2. Empati (*Empathy*)
3. Dukungan (*Supportiveness*)
4. Rasa Positif

(*Positive Thingking*)

1. Kesetaraan atau Kesamaan (*Equality*)

**Sumber : (Devito, 1997, p. 259-264)**

Tujuan dari 5 kualitas umum komunikasi interpersonal untuk terciptanya :

1. Keterbukaan (*Openess*) : Bersikap positif, adil dan transparan serta dapat diterima semua pihak.
2. Empati (*Empathy*) : Masing-masing pihak merasakan apa yang dirasakan orang lain, memahami motivasi dan pengalaman orang lain serta dapat memahami pendapat sikap dan perilaku.
3. Dukungan (Supportiveness) : Terselenggaranya interaksi secara terbuka, memiliki komitmen dalam mengambil keputusan bersifat akomodatif, dan bekerja secara bersunggu- sungguh.
4. Rasa Positif (Positive Thingking) : Sikap dan bentuk prilaku selalu bekerjasama, memiliki perasaan dan pikiran positif, dan meyakini pentingnya peranan orang lain.
5. Kesetaraan atau Kesamaan (Equality) : Pengakuan dan kerelaan dengan partner sejati, menciptakan kesan sesuai perbedaan kehendak, dan kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga.

**Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran Hasil Diskusi Dengan Penguji**

**Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran Hasil Diskusi Dengan Penguji**