

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Review Penelitian Sejenis

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti sudah melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan namun berbeda dengan isi atau konten permasalahan yang peneliti teliti, berikut penelitian terdahulu diantaranya :

- 1) “Studi Gender Gaya Komunikasi Kepemimpinan (Studi Kasus Pada Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta)” Ditulis oleh Paskalia mahasiswi ilmu komunikasi, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas atma jaya yogyakarta. Penelitian ini berisi tentang perbandingan gaya komunikasi kepemimpinan laki -laki dan perempuan, disertai dengan hambatan hambatan saat pengimplementasian gaya komunikasi dari masing masing gender. Persamaan dari penelitian ini ada pada kajian ilmiah yaitu perbandingan gaya komunikasi, perbedaan ada pada Objek yaitu rektor universitas marcu buana yogyakarta dan universitas atmajaya dengan berfokus pada keduanya gender.
- 2) “Gaya Komunikasi Kepemimpinan Perempuan (studi kasus ibu sylviana murni sebagai wali kota jakarta pusat)” Ditulis oleh Aida Nuraida Mahasiswi fakultas dakwah dan ilmu komunikasi tahun 2017. Penelitian berisi bagaimana implementasi gaya komunikasi Ibu sylviana murni dari

kalangan perempuan betawi dalam memimpin sebagai wali kota. metodologi penelitian deskriptif. Persamaan dengan judul penelitian ini ada pada kajian ilmiah gaya komunikasi sedangkan, perbedaan adalah Objek yang diteliti perempuan betawi ibu sylviana murni.

- 3) “Gaya komunikasi manajer wanita dalam manajemen konflik atasan dan bawahan” Ditulis oleh Fitri Febiani Khumaeroh, Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2017. Penelitian ini berisi indentifikasi gaya kepemimpinan maskulin (pria) dan feminim (wanita) dalam mengatasi konflik. Peneliti menemukan masalah akan kesenjangan antara pemimpin wanita dan pria dalam sebuah organisasi, Penelitian tersebut dilaksanakan di PT Kereta Api Indonesia terkhususnya pada bagian manger wanita, dengan teori model komunikasi Transformasional dan Transaksional dan manajemen konflik. Persamaan dengan judul penelitian ini ada pada kajian ilmu gaya komunikasi, sedangkan perbedaanya adalah Objek yang diteliti manajer wanita perusahaan PT Kereta Api Indonesia.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

NO.	Nama	Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Gaya Kepemimpinan Perempuan Dalam Jabatan Publik	Paskalia, tahun 2015, Universitas Atmajaya Yogyakarta.	Kajian ilmunya Gaya Komunikasi Gender.	Objek Penelitian pada kecamatan bukti bestari kota tanjung pinang.
2.	Gaya Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Betawi	Aida Nuraini, tahun 2017, Universitas Islam Negri	Kajian Ilmunya Gaya Komunikasi Gender.	Objek Yang Diteliti Sylviana Murni Sebagai Wali

		Syarif Hidayatullah.		Kota Jakarta Pusat.
3.	Gaya Komunikasi Manajer Wanita Dalam Manajemen Konflik Atasan Dan Bawahan Di Perusahaan	Fitri Febiani Khumaeroh, tahun 2017, Universitas Pendidikan Indonesia.	Kajian Ilmunya Gaya Komunikasi Gender.	Objek Yang Diteliti Manajer Wanita PT Kereta Api Indonesia (persero)

2.2. Kerangka Konseptual

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berfikir memecahkan atau menyoroti masalahnya. Kerangka konseptual adalah keterkaitan antara teori-teori atau konsep yang mendukung dalam penelitian. Untuk itu, perlu disusun sebuah kerangka konseptual untuk menjadi pedoman penelitian agar menjelaskan secara sistematis teori yang digunakan.

2.2.1. Komunikasi

A. Pengertian Komunikasi

Komunikasi secara etimologi berasal dari bahasa latin “communicare” yang artinya “menyampaikan”. Definisi komunikasi menjadi dasar dari penelitian, banyak definisi komunikasi dari para ahli namun komunikasi secara umum yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berikut ini adalah beberapa definisi dari komunikasi :

Dikutip Djuars dalam buku Pengantar komunikasi menyatakan Definisi komunikasi adalah Suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau

membentuk perilaku orang lain (Hovland, Janis dan Keley, 1990:7). Selain itu Tubbs dan Moss (2004:59) mendefinisikan komunikasi sebagai Proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.

Menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Filsafat Komunikasi mengatakan, Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. (2003:28)

Ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multi disiplin, tidak bisa menghindari perspektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks, yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi. Ada beberapa definisi dari para ahli diantaranya :

- 1) Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi atau pesan antara dua orang atau lebih dengan cara efektif, sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti (Syamsudin dan Firmansyah, 2016, h.31).
- 2) Komunikasi merupakan rangkaian proses pengalihan informasi dari satu orang kepada orang lain dengan maksud tertentu (Liliweri, 2014, h.359).
- 3) Komunikasi adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang

dan/atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu (Sinambela, 2016, h.511).

- 4) Komunikasi adalah sebuah proses sistematis dimana orang berinteraksi dengan dan melalui simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna (Wood, 2012, h.3).

Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

B. Proses Komunikasi

Dalam prosesnya, Komunikasi memiliki dua tahap, yaitu proses komunikasi secara primer dan sekunder. (Effendy,2011:11)

1. Proses Komunikasi secara primer

“Proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan dalam komuniiasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk ide, informasi atau

opini; baik mengenai hal yang konkret maupun abstrak, bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang”, (Effendy, 2011:11).

Pada tahapan pertama, seorang komunikator menyandi (*encode*) pesan atau informasi yang akan disampaikan kepada komunikan. Pada tahap ini komunikator mentransisikan pikiran perasan ke dalam lambang yang diperkirakan dapat dimengerti oleh komunikan. Kemudian komunikan mengawasandi (*decode*) pesan ataupun informasi tersebut dimana komunikan menafsirkan lambang yang mengandung pikiran atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertiannya. Setelah itu, komunikan akan bereaksi (*response*) terhadap pesan tersebut dan memberikan umpan balik (*feedback*). Jika terdapat umpan balik positif, komunikan akan memberikan reaksi yang menyenangkan sehingga komunikasi berjalan lancar. Sebaliknya, jika terdapat umpan balik *negatif*, komunikan memberikan reaksi yang tidak menyenangkan sehingga komunikator enggan melanjutkan komunikasinya. Dalam tahap umpan balik ini, terdapat transisi fungsi dimana komunikan menjadi encoder dan komunikator menjadi *decoder*.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi ini adalah lanjutan dari proses komunikasi primer dimana terdapat alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama dalam penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lainnya. Biasanya penggunaan alat atau sarana ini

digunakan seseorang dalam melancarkan komunikasi dimana komunikannya berada relatif jauh atau berjumlah banyak. Terdapat beberapa contoh media kedua yang dimaksud yang sering digunakan dalam komunikasi, yaitu telepon, surat, surat kabar, radio, majalah, televisi, dan banyak lainnya.

Peranan media sekunder ini dilihat penting dalam proses komunikasi karena dapat menciptakan efisiensi dalam mencapai komunikan. Contohnya adalah surat kabar atau televisi dimana media ini dapat mencapai komunikan dengan jumlah yang sangat banyak dengan hanya menyampaikan sebuah pesan satu kali saja. Tetapi kekurangan dari media sekunder ini adalah keefektifan dan keefisienan penyebaran pesan-pesan yang bersifat persuasif karena kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya tidak diketahui komunikator dan dalam prosesnya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu yang dalam hal ini disebut umpan balik tertunda (*delayed feedback*). Dalam proses komunikasi secara sekunder, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan dalam menata lambang-lambang yang akan diformulasikan dari isi pesan komunikasi.

C. Unsur – Unsur Komunikasi

Agar sebuah proses komunikasi menjadi efektif, diperlukannya unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi. Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu: (Nurjaman & Umam, 2012:36-38)

1. Komunikator : orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok.
2. Komunikan: orang yang menerima pesan dari komunikator.
3. Saluran/ media: jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Nurjaman dan Uman berpendapat bahwa setiap unsur tersebut memiliki hubungan yang sangat erat dan saling berketergantungan satu dan lainnya yang dapat menentukan keberhasilan dari sebuah komunikasi.

Selain ketiga unsur tersebut, seperti yang sudah dibahas di bab sebelumnya mengenai proses komunikasi, terdapat enam unsur-unsur komunikasi lainnya selain yang telah disebutkan Nurjaman dan Uman. Dalam totalnya, terdapat sembilan unsur yang menjadi faktor-faktor kunci, yaitu: (Effendy, 2011:18)

1. *Sender*: atau disebut komunikator adalah unsur yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding*: atau disebut dengan penyandian adalah sebuah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. *Message*: atau disebut pesan adalah seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator.
4. *Media*: adalah sebuah saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding*: adalah proses saat komunikator menyampaikan makna pada lambang yang ditetapkan komunikan.

6. *Receiver*: ialah komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Response*: merupakan sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan setelah menerima pesan.
8. *Feedback*: merupakan sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan.
9. *Noise*: adalah gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator.

D. Fungsi komunikasi

Berdasarkan pengamatan yang para pakar komunikasi lakukan, komunikasi mengemukakan fungsi-fungsi yang berbeda, meskipun adakalanya terdapat kesamaan dan tumpang tindih diantara berbagai pendapat tersebut. komunikasi mempunyai empat fungsi yaitu (Mulyana, 2014, h.38):

1) Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep-konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2) Fungsi Komunikasi *Ekspresif*

Komunikasi *ekspresif* tidak langsung bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan (emosi) kita.

3) Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual bertujuan untuk komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, *ideology*, atau agama mereka. Komunikasi ritual sering juga bersifat *ekspresif*, menyatakan perasaan terdalam seseorang.

4) Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan tersebut. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek, misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik memperoleh keuntungan material, ekonomi, dan politik. Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu tentu saja berkaitan dalam arti bahwa

berbagai pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan karier.

E. Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu.

Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu : (Effendy, 2003:5)

- 1) Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- 2) Mengubah opini /pendapat (*to change the opinion*)
- 3) Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- 4) Mengubah masyarakat (*to change the society*)

F. Prinsip – Prinsip Komunikasi

Menurut deddy mulyadi komunikasi memiliki 12 prinsip yaitu :

1. Komunikasi Adalah Proses Simbolik

Lambang atau simbolik adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan sekelompok orang, lambang meliputi kata – kata (pesan verbal) perilaku non verbal dan Objek yang maknanya disepakati bersama. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal memungkinkan perkembangan bahasa. Kemampuan manusia menggunakan lambang, baik dalam penyajian ataupun penyajian-balik, manusia dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan.

2. Setiap Perilaku Mempunyai Potensi Komunikasi

Tidak berarti bahwa semua perilaku adalah komunikasi, namun komunikasi terjadi bila seseorang memberi makna pada perilaku orang lain atau perilakunya sendiri. Setiap perilaku seseorang punya potensi untuk ditafsirkan. Ketika seseorang tersenyum, cemberut, berdiam diri, ketika seseorang mengundurkan diri dari komunikasi kemudian menyendiri sebenarnya seseorang tersebut mengkomunikasikan banyak pesan. Orang lain akan menafsirkan tersenyum berarti gembira, cemberut ditafsirkan ngambek, diam ditafsirkan sebagai malu , segan, atau ragu-ragu atau tidak setuju atau bahkan ditafsirkan marah

3. Komunikasi Memiliki Dimensi Isi Dan Dimensi Hubungan

Dimensi isi disandi secara verbal, sedangkan dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakan, bagaimana cara mengatakan ini mengisyaratkan bagaimana hubungan peserta komunikasi dan menunjukkan bagaimana pesan itu ditafsirkan. Dalam dimensi isi, komunikasi akan menemukan bentuknya secara lebih baik apabila menggunakan bahasa sebagai alat penyampai pesan. Penggunaan bahasa secara efektif, bahasa yang digunakan, siapa yang menjadi sasaran adalah perwujudan dari komunikasi sebagai proses budaya. Selanjutnya dalam dimensi isi juga dinyatakan bahwa sistem pengetahuan berperan sangat

penting. Pengetahuan merupakan substansi yang tidak terlepas dari isi komunikasi.

4. Komunikasi Berlangsung Dalam Berbagai Tingkat Kesengajaan

Komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesengajaan dari komunikasi yang tidak disengaja sama sekali hingga komunikasi yang benar-benar direncanakan dan disadari. Memang kesengajaan bukan merupakan syarat komunikasi. Kita sama sekali tidak bermaksud menyampaikan pesan kepada orang lain namun perilaku kita sangat potensial ditafsirkan oleh orang lain. Kita benar-benar tidak dapat mengendalikan orang lain untuk menafsirkan atau tidak menafsirkan perilaku kita. Implikasi dari komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan adalah bahwa komunikasi dilakukan dalam berbagai tingkat kesadaran. Berkomunikasi biasanya kesadaran kita lebih tinggi dalam situasi khusus dibandingkan dengan berkomunikasi dalam situasi rutin.

5. Komunikasi Terjadi Dalam Konteks Ruang Dan Waktu

Prinsip ini mengasumsikan bahwa komunikasi terjadi pada ruang dan waktu tertentu. Makna pesan bergantung pada konteks fisik dan ruang, waktu, sosial dan psikologis. Ruang mempengaruhi makna terhadap suatu pesan, suasana psikologis peserta komunikasi mempengaruhi pesan yang tersampaikan. Waktu juga mempengaruhi makna dari suatu pesan. Implikasi dari komunikasi terjadi dalam ruang dan waktu adalah bahwa komunikasi sebagai konteks sosial juga akan

dipengaruhi oleh ruang dan waktu, misalnya suasana lebaran akan berbeda dengan hari-hari biasa. Dering telepon pada malam hari pada saat orang beristirahat juga akan mempengaruhi pesan yang dikirimkan.

6. Komunikasi Melibatkan Prediksi Peserta Komunikasi

Prinsip ini mengasumsikan bahwa hingga derajat tertentu ada keteraturan pada komunikasi manusia. Dengan kata lain bahwa karena perilaku manusia memiliki keteraturan maka minimal secara parsial dapat diramalkan. Ketika orang-orang berkomunikasi mereka meramalkan efek perilaku komunikasi mereka, ini artinya bahwa efek yang terjadi dalam komunikasi dipengaruhi oleh aturan atau tatakrama oleh sebab itu dalam berkomunikasi orang mempersiapkan strategi tertentu yang baik, berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.

7. Komunikasi Bersifat Sistemik

Setidaknya ada dua sistem dasar yang beroperasi dalam transaksi komunikasi yaitu sistem internal dan sistem eksternal.

- a. Sistem internal adalah seluruh sistem nilai yang dibawa individu ketika ia melakukan komunikasi. Nilai-nilai ini diperoleh selama dia bersosialisasi dalam lingkungan sosialnya. Istilah lain yang digunakan para pakar tentang sistem internal ini adalah kerangka rujukan (*frame of reference*), bidang pengalaman (*field of experience*), struktur kognitif (*cognitive structure*), pola pikir (*thinking patterns*) keadaan internal (*internal state*) dan sikap

(*attitude*). Sistem internal mengandung semua unsur yang membentuk individu yang unik termasuk ciri-ciri kepribadiannya, intelegensinya, pendidikannya, pengetahuannya, agama, bahasa, motif hidup, keinginan, cita-cita, dan semua pengalaman masa lalunya yang pada dasarnya tersembunyi.

- b. Sistem eksternal adalah seluruh unsur-unsur dalam lingkungan di luar dirinya termasuk kata-kata yang ia pilih untuk berbicara, isyarat fisik peserta komunikasi, kegaduhan disekitarnya, penataan ruang, cahaya dan suhu ruangan. Kemudian ada lingkungan lain yang lebih besar skupnya termasuk tempat kerja kita, rumah kita, sekolah kita, masyarakat kota dimana kita tinggal. Elemen – elemen ini menjadi stimuli bagi kita dalam berkomunikasi.

8. Semakin Mirip Latar Belakang Sosial Budaya Semakin Efektif

Komunikasi akan menemukan bentuknya secara lebih baik apabila menggunakan komponen – komponen budaya. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang terlibat komunikasi). Makna suatu pesan baik verbal maupun non verbal pada dasarnya terikat budaya. Kesamaan dalam hal-hal tertentu misalnya agama, ras (suku), bahasa, tingkat pendidikan, tingkat ekonomi, hobi akan mendorong orang-orang untuk saling tertarik sehingga pada gilirannya menjadi dekat dan komunikasi mereka menjadi efektif.

9. Komunikasi Bersifat Non Sekuensial (Tidak Berurutan)

Unsur-unsur proses komunikasi tidak terpola secara kaku. Pada dasarnya unsur-unsur komunikasi tidak berada dalam suatu tatanan yang bersifat linear, sirkuler, helikal atau tatanan lainnya. Unsur-unsur proses komunikasi boleh jadi beroperasi dalam satu tatanan, tetapi mungkin pula hanya sebagian, sementara yang lainnya dalam suatu tatanan yang acak. Oleh karena itu sifat non sekuensial lebih tepat digunakan untuk menandai proses komunikasinya. Implikasi dari komunikasi bersifat non sekuensial adalah unsur-unsur proses komunikasi sebenarnya tidak terpola secara kaku. Pada dasarnya unsur-unsur tersebut tidak berada dalam tatanan yang bersifat linear.

10. Komunikasi Bersifat Prosesual, Dinamis Dan Transaksional

Suatu proses adalah sesuatu yang tidak diketahui awalnya namun diketahui akhirnya, melainkan proses yang sinambung. Oleh sebab itu sebagai proses, maka komunikasi tidak mempunyai awal dan tidak mempunyai akhir. Ini artinya dalam komunikasi kita tidak dapat mengukur terjadinya komunikasi berdasarkan apa yang terjadi diantara dua waktu awal dan akhir kegiatan. Sebab setelah kegiatan tatap muka misalnya kegiatan pidato, setelah seseorang menyelesaikan pidatonya para pendengar terus memberikan makna terhadap pidatonya berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun kemudian.

Komunikasi bersifat dinamis ini artinya dalam proses komunikasi para peserta komunikasi saling mempengaruhi, sebarang kecilnya pengaruh tersebut. Yang juga penting kita pahami bahwa semua model komunikasi sebenarnya merupakan “pemetretan” atas gambaran diam dari proses tersebut.

Pernyataan bahwa komunikasi telah terjadi sebenarnya bersifat artificial (buatan), dalam arti bahwa kita mencoba menangkap suatu gambaran diam (statis) dari proses tersebut dengan maksud untuk menganalisis kerumitan peristiwa tersebut, dengan menonjolkan komponen-komponen atau aspek-aspeknya yang penting. Implikasi dari komunikasi sebagai proses yang dinamis dan transaksional ini adalah bahwa para peserta komunikasi berubah (dari sekedar berubah pengetahuannya hingga berubah pandangannya, keyakinannya dan perilakunya).

11. Komunikasi Bersifat Irreversibel

Suatu perilaku adalah suatu peristiwa, suatu peristiwa adalah sesuatu yang telah terjadi. Oleh karena merupakan suatu peristiwa, perilaku hanya berlangsung dalam waktu dan tidak dapat “diambil kembali”. Perilaku baru tidak akan mengubah perilaku sebelumnya. Sifat irreversibel ini adalah implikasi dari komunikasi sebagai proses yang selalu berubah. Prinsip ini seyogyanya menyadarkan kita bahwa kita harus berhati-hati untuk menyampaika pesan kepada orang lain, sebab efeknya tidak bisa ditiadakan sama sekali.

12. Komunikasi Bukan Panasehat Untuk Menyelesaikan Berbagai Masalah

Banyak persoalan dan konflik antar manusia disebabkan oleh masalah komunikasi. Namun komunikasi bukanlah obat mujarab untuk menyelesaikan persoalan atau konflik itu, karena mungkin sekali bahwa persoalan itu berkaitan masalah struktural atau aturan.

G. Bentuk – Bentuk Komunikasi

Menurut dedy mulyana pada buku ilmu komunikasi suatu pengantar terdapat beberapa Jenis komunikasi yang di sepakati oleh pakar yaitu :

1. komunikasi intrapribadi
2. komunikais antarpribadi
3. komunikasi kelompok
4. komunikasi publik
5. komunikasi organisasi
6. komunikasi massa.

H. Hambatan – Hambatan Komunikasi

Effendy (2003) menyatakan bahwa beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidaklah mungkin seseorang melakukan komunikasi yang sebenarbenarnya efektif. Ada banyak hambatan yang dapat merusak komunikasi. Segala sesuatu yang menghalangi kelancaran komunikasi disebut sebagai gangguan 21 (noise).

DeVito (2009) menyatakan bahwa hambatan komunikasi memiliki pengertian bahwa segala sesuatu yang dapat mendistorsi pesan, hal apapun yang menghalangi penerima menerima pesan. Dari pengertian para ahli dapat

disimpulkan bahwa hambatan komunikasi adalah segala bentuk gangguan yang terjadi di dalam proses penyampaian dan penerimaan suatu pesan dari individu kepada individu yang lain yang disebabkan oleh faktor lingkungan maupun faktor fisik dan psikis dari individu itu sendiri. Wursanto (2005) meringkas hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu:

a) Hambatan yang bersifat teknis

Hambatan yang bersifat teknis adalah hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti :

1. Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi.
2. Penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai.
3. Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang dibagi menjadi kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/ keadaan, dan kondisi peralatan.

a) Hambatan semantik

Hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi.

b) Hambatan perilaku

Hambatan perilaku disebut juga hambatan kemanusiaan. Hambatan yang disebabkan berbagai bentuk sikap atau perilaku, baik dari komunikator

maupun komunikasi. Hambatan perilaku tampak dalam berbagai bentuk, seperti :

1. Pandangan yang sifatnya apriori.
2. Prasangka yang didasarkan pada emosi.
3. Suasana otoriter.
4. Ketidakmauan untuk berubah.
5. Sifat yang egosentris.

2.2.2. Komunikasi Organisasi

“Pertunjukan dan penafsiran pesan di antaranya unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari sesuatu organisasi tertentu”, lanjutnya, “suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan” (pace & faules, 2005 :31). Ditambahkan lagi, komunikasi organisasi mencakup komunikasi yang terjadi dalam dan di antara lingkungan yang luas dan besar. (West dan Turner, 2012:38)

Berdasarkan definisi tersebut, menurut, komunikasi organisasi jenisnya bervariasi, yang meliputi : (West & Turner, 2012:38)

- a) Komunikasi Interpersonal (percakapan antara atasan dan bawahan).
- b) Kesempatan berbicara di depan publik (presentasi yang dilakukan oleh para eksekutif dalam perusahaan).
- c) Kelompok kecil (kelompok kerja yang mempersiapkan laporan).
- d) Komunikasi dengan menggunakan media (memo internal, e-mail dan konferensi jarak jauh).

Dari pembagian jenis komunikasi organisasi diatas, West dan Turner menyimpulkan bahwa organisasi terdiri dari kelompok yang diarahkan oleh tujuan akhir yang sama.

A. Pengertian Organisasi

“Istilah “organisasi” dalam bahasa Indonesia atau organization dalam bahasa Inggris bersumber pada kata Latin organization yang berasal dari kata kerja bahasa Latin pula, organizare, yang berarti to form as or into a whole consisting of interdependent or coordinated parts (membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dari bagian-bagian yang saling bergantung atau terkoordinasi)” (Effendy, 2011:114).

Berdasarkan kutipan mengenai istilah organisasi di atas, secara harafiah pemaparan organisasi adalah paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung (Effendy, 2011:114). Pace & Faules (2005:11) menjelaskan dalam bukunya, pengertian organisasi tergantung pada perspektif yang diambil. Perspektif yang dimaksud dibagi menjadi dua, yaitu: obyektif dan subyektif. Menurut pandangan obyektif, pengertian organisasi adalah sebuah wadah (*container view of organisations*) yang bersifat konkret dan fisik, dan juga merupakan sebuah struktur dengan batas-batas pasti yang merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan. Sedangkan menurut pandangan subyektif, organisasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan orang-orang yang terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi. Singkatnya, organisasi berdasarkan pandangan obyektif adalah sebuah struktur; organisasi berdasarkan pandangan

subyektif adalah sebuah proses. Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers dalam bukunya, mendefinisikan organisasi sebagai "...suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas." (Effendy, 2011:114).

Bedasarkan definisi-definisi organisasi diatas, peneliti menyimpulkan pengertian organisasi adalah suatu wadah yang terstruktur yang berisikan kegiatan yang dilakukan orang-orang, tindakan-tindakan, interaksi dan transaksi dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama melalui suatu jenjang kepangkatan dan pembagian tugas.

B. Unsur-Unsur Organisasi

Dalam pembentukan organisasi, terdapat unsur-unsur dasar yang telah diringkas kedalam lima kategori bear. Unsur-unsur yang dimaksud adlah : (Pace & Faules, 2005:151-153)

1. Anggota Organisasi

Anggota Organisasi adalah orang-orang yang melaksanakan pekerjaan organisasi yang terlibat dalam kegiatan primer. Kegiatan primer yang dimaksud adalah kegiatan-kegiatan pemikiran (konsep, pemecahan masalah, pembentukan gagasan, penggunaan bahasa), perasaan (emosi, keinginan, aspek lainnya yang bukan aspek intelektual), self moving (kegiatan fisik), dan elektrokimia (brain snaps atau daerah kontak otak tempat impuls saraf yang ditransmisikan hanya ke satu arah, kegiatan jantung, dan proses metabolisme). Keempat

kegiatan ini memungkinkan anggota organisasi yang diperlukan untuk memahami simbol, melaksanakan keterampilan dan memperhatikan dunia serta menjalankannya.

2. Pekerjaan dalam Organisasi

Pekerjaan dalam organisasi Adalah pekerjaan yang dilakukan anggota organisasi terdiri dari tugas-tugas formal dan informal; tugas-tugas ini yang menghasilkan produk dan memberikan pelayanan organisasi. Terdapat tiga dimensi universal yang menandakan pekerjaan ini:

- a) **Isi** yaitu apa yang dilakukan anggota organisasi dengan mempertimbangkan metode-metode serta teknik-teknik yang digunakan serta peralatan yang dipakai.
- b) **Keperluan** yaitu pengetahuan, sikap serta ketrampilan untuk melaksanakan pekerjaan tersebut.
- c) **Konteks** yaitu kebutuhan fisik dan kondisi lokasi pekerjaan, jenis tanggung jawab dan pertanggungjawabannya, lingkungan umum tempat pekerjaan dilaksanakan dan jumlah pengawasan.

3. Praktik-Praktik Pengelolaan

Praktik-praktik pengelolaan adalah Seorang manajerial mempunyai tujuan primer yaitu menyelesaikan pekerjaan dengan membuat keputusan mengenai bagaimana orang lain atau bawahannya melaksanakan pekerjaan mereka dengan menggunakan sumber daya yang diperlukan. Kegiatan tersebut meliputi:

- a) Fungsi manajer yaitu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan kepegawaian, pengendalian dan pengarahan.
- b) Peranan dasar yaitu peranan antarpersona, peranan yang berhubungan dengan informasi, peranan yang berhubungan dengan ketegasan.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah Berkaitan dengan hubungan-hubungan antara tugas-tugas yang dilakukan oleh anggota-anggota sebuah organisasi. Struktur organisasi ditentukan oleh tiga variabel utama, yaitu:

- a) **Kompleksitas** yang merupakan fungsi dari perbedaan antar unit sebagai hasil spesialisasi di dalam organisasi (*diferensi horizontal*), jumlah tingkat otoritas antara pegawai dan eksekutif atas (*diferensi vertical*), dan ketesebaran lokasi fasilitas dan anggota organisasi secara geografis (*diferensiasi spasial*).
- b) **Formalitas** adalah sebuah standarisasi dan tugas-tugas yang terjadi bila tugas-tugas pekerjaan ditentukan oleh aturan dan hukum baik dinyatakan secara langsung maupun dimengerti langsung oleh anggota organisasi.
- c) **Sentralisasi** yaitu pembuatan keputusan yang dikonsentrasikan pada satu jabatan dalam organisasi. Sebaliknya, desentralisasi yaitu memberikan otoritas pembuatan keputusan kepada seluruh organisasi.

5. Pedoman Organisasi

Pedoman organisasi adalah serangkaian pernyataan seperti cita-cita, misi, tujuan, strategi, aturan, prosedur, dan kebijakan yang digunakan organisasi untuk mempengaruhi, mengendalikan, dan memberi arahan kepada anggota organisasi dalam mengambil keputusan atau tindakan.

C. Struktur Organisasi

Susunan organisasi terbagi menjadi dua, yaitu formal dan informal yang dalam komunikasi dikenal dengan komunikasi formal dan informal. Komunikasi organisasi formal mengikuti jalur hubungan formal yang tergambar dalam susunan organisasi. Lain halnya dengan komunikasi organisasi informal dimana arus informasinya sesuai dengan kepentingan masing-masing pribadi yang ada dalam organisasi tersebut. Komunikasi organisasi informal ini tidak mengikuti jalur struktural formal. Pada proses komunikasi struktur formal, terdapat tiga dimensi (Thoha, 2011:188-189) :

1) Dimensi Vertikal

Dimensi komunikasi yang mempunyai arti dalam susunan organisasi sebagai hubungan kerja antara atasan dan bawahan.

2) Dimensi Horizontal

Dimensi komunikasi ini mempunyai arti sebagai penerimaan dan pengiriman informasi atau berita antara pejabat yang berkedudukan sama dengan tujuan untuk melakukan koordinasi. Pada dimensi ini komunikasi dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis.

3) Dimensi Luar Organisasi

Dimensi komunikasi ini menunjukkan bahwa organisasi tidak dapat hidup sendiri. Dalam informasi ini, informasi dari luar organisasi masuk ke dalam organisasi dan juga sebaliknya.

2.2.3. Gaya Komunikasi

Gaya bisa dikenal dengan istilah *style*. Kata *style* berasal dari bahasa latin “*stylus*” yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Gaya adalah corak yang khusus, lagam, lagak, laku, cara dan irama. Gaya merupakan penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu.

Gaya menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules adalah sesuatu yang menunjukkan perilaku (berbicara, bertindak) untuk dipergunakan dalam membantu dengan cara yang khusus. Meskipun teori berisi informasi yang berguna untuk yang tertarik dalam penyusunan suatu pendekatan untuk membantu orang lain mencapai tujuan, yang paling menarik perhatian sebenarnya adalah gaya yang dihasilkan dari pengambilan fokus khusus.

Steward L. tubbs dan Sylvia Mos menyatakan “Gaya Komunikasi ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang – orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one – away communication*.”

Jadi gaya komunikasi pemipin yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Cara berkomunikasi atau berbicara baik itu verbal maupun non verbal yang dilakukan oleh Seorang Kepala Daerah Bupati kabupaten karawang dengan gaya bahasa yang formal atau non formal kepada kelompok/Masyarakat. Karena kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang baik itu secara verbal ataupun non verbal dengan karakter yang khusus sehingga mampu menimbulkan stimulus dan mampu mempengaruhi tingkah laku seseorang.

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda – beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertarik atau bosan. Begitu juga seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan orang yang sudah lama dikenal maka akan berbicara dengan gaya yang berbeda. Selain itu gaya ketika seseorang sedang berbicara dengan orang baru itu sangat berbeda ketika seseorang berbicara dengan orang yang dikenalnya. Gaya komunikasi adalah sesuatu yang sangat dinamis dan sulit ditebak.

B. Macam – Macam Gaya Komunikasi

Macam – macam gaya komunikasi yang akan kita pelajari adalah sebagai berikut

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (2008) :

1) *The Controlling style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan

mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communications*.

Pihak-pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya. Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha „menjual“ gagasan agar dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya.

The controlling style of communication ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif pula.

2) *The Equalitarian style*

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*).

Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja.

The equalitarian style ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindakan *share*/berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.

3) *The Structuring style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat

dua arah Pengirim pesan (*sender*) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

Stogdill dan Coons dari *The Bureau of Business Research of Ohio State University*, menemukan dimensi dari kepemimpinan yang efektif, yang mereka beri nama Struktur Inisiasi atau Initiating Structure. Stogdill dan Coons menjelaskan mereka bahwa pemrakarsa (*initiator*) struktur yang efisien adalah orang-orang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuan organisasi, kerangka penugasan dan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

4) *The Dynamic style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para *wiraniaga* (*salesmen atau saleswomen*).

Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah mestimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

5) *The Relinquishing style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.

6) *The Withdrawal style*

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Dalam deskripsi yang kongkrit adalah ketika seseorang mengatakan: "Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini".

Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi. Gambaran umum yang diperoleh dari uraian di atas adalah bahwa *the equalitarian style of communication* merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: structuring, dynamic dan

relinquishing dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi. Dan dua gaya komunikasi terakhir: controlling dan withdrawal mempunyai kecenderungan menghalangi berlangsungnya interaksi yang bermanfaat

Tabel 2.1 Gaya Komunikasi

GAYA	KOMUNIKATOR	MAKSUD	TUJUAN
Controlling	Memberikan perintah , Butuh Perhatian orang lain.	Mempersuasi Orang lain	Menggunakan kekuasaan dan wewenang.
Equalitarian	Akrab, hangat	Menstimulasi orang lain.	Menekankan pengertian bersama.
Structuring	Objektif tidak memihak	Menstimulasi lingkungan kerja, memantapkan struktur.	Menekankan ukuran, prosedur aturan yang dipakai.
Dinamic	Mengendalikan, agresif	Mengalihkan sikap untuk bertindak.	Ringkas dan singkat
Relinquishing	Bersedia menerima gagasan orang lain.	Mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain.	Mendukung pandangan orang lain.
Withdrawal	Independen/berdiri sendiri.	Menghindari komunikasi.	Mengalihkan persoalan.

2.2.4. Pemimpin dan Kepemimpinan

Pemimpin Dalam bahasa Indonesia "pemimpin" sering disebut penghulu, pemuka, pelopor, pembina, panutan, pembimbing, pengurus, penggerak, ketua, kepala, penuntun, raja, tua-tua, dan sebagainya. Sedangkan istilah Memimpin digunakan dalam konteks hasil penggunaan peran seseorang berkaitan dengan kemampuannya mempengaruhi orang lain dengan berbagai cara. Beberapa definisi

pemimpin yang dikutip Kartini Kartono dalam bukunya Pemimpin dan Kepemimpinan yaitu sebagai berikut:

Pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan, khususnya kecakapan kelebihan di satu bidang, sehingga dia mampu mempengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktifitas-aktifitas tertentu, demi pencapaian satu atau beberapa tujuan.

Henry Pratt Fairchild menyatakan pemimpin dalam pengertian luas ialah seorang yang memimpin dengan jalan memprakarsai tingkah laku sosial dengan mengatur, mengarahkan, mengorganisir atau mengontrol usaha/upaya orang lain atau melalui prestise, kekuasaan atau posisi.

John Gage Allee menyatakan "*Leader a guide, a conductor, a commander*" (pemimpin itu ialah pemandu, penunjuk, penuntun, komandan). Dalam kepemimpinan terdapat hubungan antara manusia yaitu hubungan mempengaruhi (dari pemimpin) dan hubungan kepatuhan-ketaatan para pengikut/bawahan karena dipengaruhi oleh kewibawaan pemimpin. Kepemimpinan adalah masalah relasi dan pengaruh antara pemimpin dan yang dipimpin. Kepemimpinan bisa berfungsi atas dasar kekuasaan pemimpin untuk mengajak, mempengaruhi dan menggerakkan orang lain guna melakukan sesuatu demi pencapaian tertentu.

Para pemimpin yang berhasil mempengaruhi hasil organisasi adalah para pemimpin yang berhasil mengantisipasi peluang-peluang secara luar biasa, memotivasi para pengikut mereka ketingkat produktivitas lebih tinggi, memperbaiki kinerja yang jelek dan mengarahkan organisasi kesasarannya.

B. Peran Pemimpin dalam masyarakat

Pemimpin bertanggung jawab atas lancar-tidaknya pekerjaan yang dilakukan oleh bawahannya. Beberapa kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua tahap manajemen: penentuan kebijakan, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan penilaian. Kalau seorang manajer ingin menjadi seorang pemimpin, ia harus dapat melaksanakan kepemimpinannya secara efektif. Untuk itu seorang pemimpin harus dapat melaksanakan kepemimpinannya secara efektif. Terkait dengan penelitian ini Ada beberapa hal penting yang harus dilakukan seorang pemimpin dalam peranannya dalam masyarakat yaitu

1. Peranan hubungan antar pribadi dibagi atas tiga peranan penting diantaranya :

a. Peranan sebagai *figurehead*.

Sebagai konsekuensi dari status dan otoritas formal yang dimiliki, seorang pemimpin diharuskan untuk melakukan tugas – tugas simbolik tertentu yang bersifat legal dan sosial. Diantaranya menandatangani dokumen – dokumen yang berhubungan dengan program pembangunan masyarakat, memimpin setiap pertemuan – pertemuan dalam membicarakan program pembangunan masyarakat baik dari perencanaan hingga pada tahap pelaksanaan dan evaluasi program pembangunan tersebut.

b. Peranan sebagai pemimpin (*leader*).

Dalam mewujudkan peranan ini pemimpin berperan aktif dalam melakukan hubungan interpersonal dengan kelompok / masyarakat yang

dipimpin, dengan melakukan kegiatan memimpin, memotivasi, mengembangkan dan mengendalikan. Pelaksanaan pembangunan dengan melibatkan banyak orang tentulah sangat dibutuhkan pendekatan interpersonal seorang pemimpin. Dengan pendekatan ini suatu kelompok / masyarakat mendapatkan perhatian yang baik dari pemimpin dan merasa memiliki peranan dalam melaksanakan pembangunan tersebut.

c. Peranan sebagai pejabat perantara (*liaison manager*)

Hakikat dari peranan sebagai pejabat perantara (*liaison manager*) adalah membuat kontak – kontak atau relasi yang baru sehingga dengan relasi baru yang berada diluar kelompok / masyarakat menjadi bantuan yang berarti ketika pelaksanaan pembangunan tersebut berhubungan dengan kelompok / masyarakat luar karena biasanya segala hal yang berhubungan dengan orang lain akan lebih cepat penyelesaiannya ketika pemimpin dan masyarakat luar sudah saling mengenal.

2. Peranan yang berhubungan dengan informasi (*informasional role*) :

Pelaksanaan program pembangunan masyarakat tidak terlepas dari informasi – informasi yang dibutuhkan dalam pelaksanaan pembangunan tersebut baik sifatnya teknis maupun non teknis agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Maka seorang pemimpin selain menjalankan peranan hubungan antarpribadi juga berperan dalam mempersiapkan segala informasi yang dibutuhkan. Peranan ini dapat dijabarkan antara lain :

a. Peranan sebagai pemantau (*monitor*)

Sebagai seorang pemimpin diharapkan secara kontinu mencari informasi sejumlah sumber – sumber yang telah dan akan berjalan baik dari pertemuan – pertemuan masyarakat, segala hal saran dan keluhan masyarakat, ataupun pada saat melakukan perjalanan pengamatan. Dari informasi – informasi tersebut pemimpin dapat menganalisis masalah – masalah yang terjadi, peluang – peluang dan untuk mengembangkan tindak lanjut dari peristiwa – peristiwa luar serta proses internal dalam kelompok / masyarakat.

b. Peranan sebagai *disseminator* (pembagi informasi)

Informasi yang didapatkan seorang pemimpin baik yang sifatnya aktual dan beberapa diantaranya berhubungan dengan preferensi dari masyarakat yang ingin mempengaruhi pemimpin tersebut. Sehingga informasi tersebut sebainya diteruskan kepada kelompok / masyarakat yang membutuhkan informasi sehingga tugas pada masing – masing bagian dari struktur organisasi yang telah dibuat dapat berjalan secara efektif dan efisien.

c. Peranan sebagai juru bicara (*Spokesman*)

Sebagai seorang pemimpin yang bertindak atas nama organisasi maka dibutuhkan peranan sebagai juru bicara terhadap permasalahan – permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan program pembangunan masyarakat tersebut. Pemimpin juga memosisikan dirinya sebagai pusat informasi sehingga dibutuhkan pemimpin dapat menyaring dan menyampaikan informasi – informasi dengan baik sehingga pelaksanaan pembangunan dapat berjalan.

C. Sifat-sifat Kepemimpinan

Upaya untuk menilai sukses atau gagalnya pemimpin itu antara lain dilakukan dengan mengamati dan mencatat sifat-sifat dan kualitas/mutu prilakunya, yang dipakai sebagai kriteria untuk menilai kepemimpinannya. Ordway Tead dalam Buku Kartini Kartono mengemukakan 10 sifat kepemimpinan yaitu sebagai berikut:

- 1) Energi jasmaniah dan mental (*physical nerveous energi*).

Daya tahan, keuletan, kekuatan atau tenaga, semangat juang, motivasi kerja, disiplin, kesabaran, ketahanan batin dan kemauan yang luar biasa untuk mengatasi semua permasalahan yang dihadapi.

- 2) Kesadaran akan tujuan dan arah (*A sense of purpose and direction*).

Memiliki keyakinan yang teguh akan kebenaran dan kegunaan dari semua perilaku yang dikerjakan, dia tau persis kemana arah yang akan ditujunya serta memberikan kemamfaatan bagi diri sendiri maupun bagi kelompok yang dipimpinnya.

- 3) Antusiasme (*enthusiasm*; semangat, kegairahan, kegembiraan yang besar).

Pekerjaan yang dilakukan dan tujuannya yang akan dicapai itu harus sehat, berarti, bernilai, memeberikan harapan-harapan yang menyenangkan, memberikan sukses dan menimbulkan semangat serta *esprit de corps* pada pribadi pemimpin maupun para anggota kelompok.

- 4) Keramahan dan kecintaan (*friendliness and affection*).

Kesenangan, cinta, simpati yang tulus, disertai kesedian berkorban bagi pribadi-pribadi yang disayangi. Kasih sayang dan dedikasi pemimpin bisa

menjadi tenaga penggerak yang positif untuk melakukan perbuatan-perbuatan yang menyenangkan bagi semua pihak.

- 5) Integritas (*integrity*, keutuhan, kejujuran ketulusan kejujuran, ketulusan hati).

Pemimpin itu harus bersifat terbuka, merasa utuh bersatu, sejiwa dan seperasaan dengan anak buahnya bahkan merasa senasip dan sepenanggungan dalam satu perjuangan yang sama. Dengan segala ketulusan hati dan kejujuran, pemimpin memberikan ketauladanan, agar dia dipatuhi dan diikuti oleh anggota kelompoknya.

- 6) Penguasaan teknis (*technical mastery*).

Setiap pemimpin harus memiliki satu atau beberapa kemahiran teknis tertentu, agar ia mempunyai kewibawaan dan kekuasaan untuk memimpin kelompoknya. Terutama teknik untuk mengkoordinasikan tenaga manusia, agar tercapai maksimalisasi efektifitas kerja dan produktivitasnya.

- 7) Ketegasan dalam mengambil keputusan (*decisiveness*).

Pemimpin yang berhasil itu pasti dapat mengambil keputusan secara tepat, sebagai hasil dari kearifan dan pengalamannya. Selanjutnya dia mampu menyakinkan para anggotanya akan kebenaran keputusannya. Ia harus menampilkan ketetapan hati dan tanggung jawab, agar dia selalu dipatuhi oleh bawahannya.

8) Kecerdasan (*intelligence*).

Kemampuan untuk melihat dan memahami dengan baik, mengerti sebab dan akibat kejadian, menemukan hal-hal yang krusial dan cepat menemukan cara penyelesaiannya dalam waktu singkat. Kecerdasan dan orignalitas yang disertai dengan daya imajinasi tinggi dan rasa humor, dapat dengan cepat mengurangi ketegangan dan kepedihankepedihan tertentu yang disebabkan oleh masalah-masalah sosial yang gawat dan konflik-konflik ditengah masyarakat.

9) Keterampilan mengajar (*teaching skill*).

Pemimpin yang baik itu adalah seorang guru yang mampu menuntun, mendidik, mengarahkan, mendorong dan menggerakkan anak buahnya untuk berbuat sesuatu. Dia juga menjadi pelaksana eksekutif untuk mengadakan latihan-latihan, mengawasi pekerjaan rutin setiap hari dan menilai gagal atau suksesnya satu proses atau treatment, selain itu ia juga harus mampu menjadi manajer yang baik.

10) Kepercayaan (*faith*).

Keberhasilan memimpin itu pada umumnya selalu didukung oleh kepercayaan anak buahnya. Ada kepercayaan bahwa pemimpin bersama-sama dengan anggota-anggota kelompoknya secara bersama-sama rela berjuang untuk mencapai tujuan yang bernilai.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa para pemimpin itu bersifat luwes, pemimpin yang sama dapat menampakkan salah satu atau semua perilaku diatas, hal itu tergantung pada situasi dan kondisi dari perusahaan yang dipimpin.

2.2.5. Gender dan Komunikasi

A. Gender

Disadari bahwa isu gender merupakan isu baru bagi masyarakat, sehingga menimbulkan berbagai tafsiran dan respons yang tidak sesuai atau proposional tentang arti gender. Salah satu faktor yang mempengaruhinya dalam bermacam – macam tafsiran tentang Konsep gender.

Konsep gender berbeda dari seks atau jenis kelamin (laki-laki dan perempuan) yang bersifat biologis, walaupun dalam pembicaraan sehari-hari seks dan gender dapat saling dipertukarkan. Ilmu bahasa (linguistik) juga menggunakan istilah gender (alternatif lain adalah genus) bagi pengelompokan kata benda (nomina) dalam sejumlah bahasa. Banyak bahasa, yang terkenal dari rumpun bahasa *Indo-Eropa* (contohnya bahasa Spanyol) dan *Afroasiatik* (seperti bahasa Arab), mengenal kata benda "maskulin" dan "feminin" (beberapa juga mengenal kata benda "netral") (www.wikipedia.org).

Kata gender secara etimologi berasal dari bahasa Inggris, yaitu gender yang berarti jenis kelamin. Jika dilihat dalam kamus bahasa *Inggris*, tidak secara jelas dibedakan pengertian antara seks dan gender. Bahkan seringkali gender dipersamakan dengan Seks (jenis kelamin laki-laki dan perempuan).

Istilah gender menurut Oakley (1972) berarti perbedaan atau jenis kelamin yang bukan biologis dan bukan kodrat Tuhan. Sedangkan menurut Caplan (1987) menegaskan bahwa gender merupakan perbedaan perilaku antara laki-laki dan perempuan selain dari struktur biologis, sebagian besar justru terbentuk melalui proses social dan cultural. Gender dalam ilmu sosial siartikan sebgai pola relasi laki – laki dan perempuan yang dalandakan pasa ciri sosial masing – masing (Zainuddun, 2006 : 1)

Sedangkan menurut fakih dalam buku analisis gender dan transformasi sosial, konsep gender adalah suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial dan kultural (Fakih.1999.h 9). Gender adalah kontrak sosial dimana ketika laki laki dan perempuan yang telah terjun dimasyarakat, mempunyai hak yang artinya mereka setara tak ada perbedaan entah di maskulin atau fenimisme. Adapun tujuan kesetaraan gender yaitu agar tiap orang memperoleh perlakuan yang sama adil dalam masyarakat, tidak hanya dalam bidang politik, ditempat kerja, atau bidang yang terkait dengan kebijakan tertentu dalam arti secara kemampuan dan ilmu pengetahuan.

A. Gender dan Komunikasi

Sebagai akibat adanya pemahaman tentang gender yang sudah melembaga, perbedaan antara laki – laki dan perempuan juga dapat ditunjukkan dari aspek komunikasi. Hal dibuktikn dari sejumlah penelitian para ahli tentang kecendrungan komunikasi perempuan yang dianggap khas yag berbeda dengan laki-laki. Sekurag kurangnya dapat dilihat dari cara mereka menyampakan sesuatu. Robin Lakoff

(dalam Griffin, 2003) mencoba mengklasifikasikan keberaturan pembicaraan perempuan, dan membedakan antara woman talk dari man talk. Ia mengklaim bahwa percakapan perempuan mempunyai karakter sebagai berikut:

- a. Ditandai apologis.
- b. Pernyataan tidak langsung.
- c. Pertanyaan yang minta persetujuan.
- d. Mengkualifikasikan.
- e. Perintah yang sopan.
- f. Menggunakan istilah color.
- g. Cenderung menghindari bahasa vulgar.
- h. Sedikit berbicara, banyak mendengarkan.

Sementara itu, penelitian Griffin (2003), yang berdasarkan pada refleksi personal, menemukan tiga pola perbedaan antara perempuan dan laki-laki sebagai berikut :

1. Ada lebih banyak persamaan antara laki-laki dan perempuan dari pada perbedaannya.
2. Ada variabilitas yang besar berkenaan gaya komunikasi antara laki dan perempuan. feminis vs maskulinitas.
3. Sex adalah fakta, gender sebagai gagasan.

Dalam pembahasan mengenai gender dan komunikasi, Griffin menyadur tiga buah pemikiran sebagai berikut: *Genderlect Styles* (dari Deborah Tannen); *Standpoint Theory* (dari Sandra Harding dan Julia Wood); dan *Muted Group Theory* (dari Cheri Kramarae).

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Teori *Genderlect Style*

Teori ini dikembangkan Deborah Tannen, (1984). Menurut teori ini, terdapat perbedaan percakapan yang terjadi antara pria-wanita dalam komunikasi Antarbudaya. Gaya percakapan maskulin dan feminim akan terlihat dengan jelas pada dua perbedaan budaya dibanding gaya inferior dan superior. Pembicaraan pria akan berfokus pada status dan independensi, sementara pembicaraan wanita berfokus pada hubungan kemanusiaan.

Genderlect Styles membicarakan gaya bercakap-cakap- bukan apa yang dikatakan tetapi bagaimana menyatakannya. Tanent meyakini bahwa terdapat gap antara laki-laki dan perempuan, dikarenakan masing-masing berada pada posisi lintas budaya (cross culture), untuk itu perlu mengantisipasi berkenaan dengan gap itu. Kegagalan mengamati perbedaan gaya bercakap dapat membawa masalah yang besar, Perbedaan-perbedaan itu terletak pada :

- a. Kecenderungan feminis versus maskulin, hal ini harus dipandang sebagai dua dialek yang berbeda: antara superior dan inerior dalam pembicaraan. Komunitas feminis – untuk membangun relationship;

menunjukkan responsif. Komunitas maskulin – menyelesaikan tugas; menyatakan diri; mendapatkan kekuasaan.

b. Perempuan berhasrat pada koneksi versus laki-laki berhasrat untuk status.

Koneksi berhubungan erat dengan kedekatan, status berhubungan erat dengan kekuasaan (*power*).

c. Raport talk versus report talk. Perbedaan budaya linguistik berperan dalam

menstruktur kontak verbal antara laki-laki dan perempuan. Raport talk adalah istilah yang digunakan untuk menilai obrolan perempuan yang cenderung terkesan simpatik. Report talk adalah istilah yang digunakan menilai obrolan laki-laki yang cenderung apa adanya, pokoknya sampai. Berknaan dengan kedua nilai ini, Tanent menemukan temuan-temuan yang terkategoriikan sebagai berikut:

1. *Publik vs Private Communication*, dalam kategori ini diketemukan bahwa perempuan lebih banyak bicara pada Komunikasi pribadi. Sedangkan laki-laki lebih banyak terlibat Komunikasi publik, laki-laki menggunakan komunikasi sebagai pernyataan fungsi perintah; informasi; meminta persetujuan. Menurut Tannen, wanita berbicara banyak pada pembicaraan pribadi, sementara pria berbicara lebih banyak dari wanita dalam komunikasi publik.
2. *Telling story*, cerita-cerita menggambarkan harapan-harapan, kebutuhan-kebutuhan, dan nilainilai si pencerita. Pada kategori ini laki-laki lebih banyak bercerita dibanding perempuan-khususnya tentang guyonan. Cerita guyonan merupakan suatu cara maskulin menegoisasikan status. Dalam telling story, pria cenderung membicarakan status dibanding

wanita, terutama joke. Menceritakan joke adalah bagian dari pria dalam menegosiasikan status. Sementara, telling story wanita cenderung pada komunitas mereka.

3. *Listening*, perempuan cenderung menjaga pandangan, sering manggut, berguman sebagai penanda ia mendengarkan dan menyatakan kebersamaannya. Laki-laki dalam hal mendengarkan berusaha mengaburkan kesan itu sebagai upaya menjaga statusnya. Dalam mendengarkan, wanita cenderung melakukan kooperatif terhadap pembicaraan, sementara pria cenderung kompetitif dalam pembicaraan.
4. *Asking questions*, ketika ingin bicara untuk menyela pembicara, perempuan terlebih dahulu mengungkapkan persetujuan. Tanent menyebutnya sebagai kooperatif-sebuah tanda raport simpatik daripada kompetitif. Pada laki-laki, interupsi dipandang oleh Tanent sebagai power-kekuasaan untuk mengendalikan pembicaraan. Dengan kata lain, pertanyaan dipakai oleh perempuan untuk memantapkan hubungan, juga untuk memperhalus ketidaksetujuan dengan pembicara, sedangkan laki-laki memakai kesempatan bertanya sebagai upaya untuk menjadikan pembicara jadi lemah. Wanita cenderung bertanya untuk membangun hubungan dengan lainnya, sementara pria cenderung bertanya untuk menyatakan bahwa ia respek dengan seseorang.
5. *Conflict*, perempuan memandang konflik sebagai ancaman dan perlu dihindari. Laki-laki biasanya memulai konflik namun kurang

suka memeliharanya. Dalam memandang konflik, wanita cenderung memandang sebagai fashion, sementara pria memandangnya lebih *comfortable*.

2.4. Kerangka Pemikiran

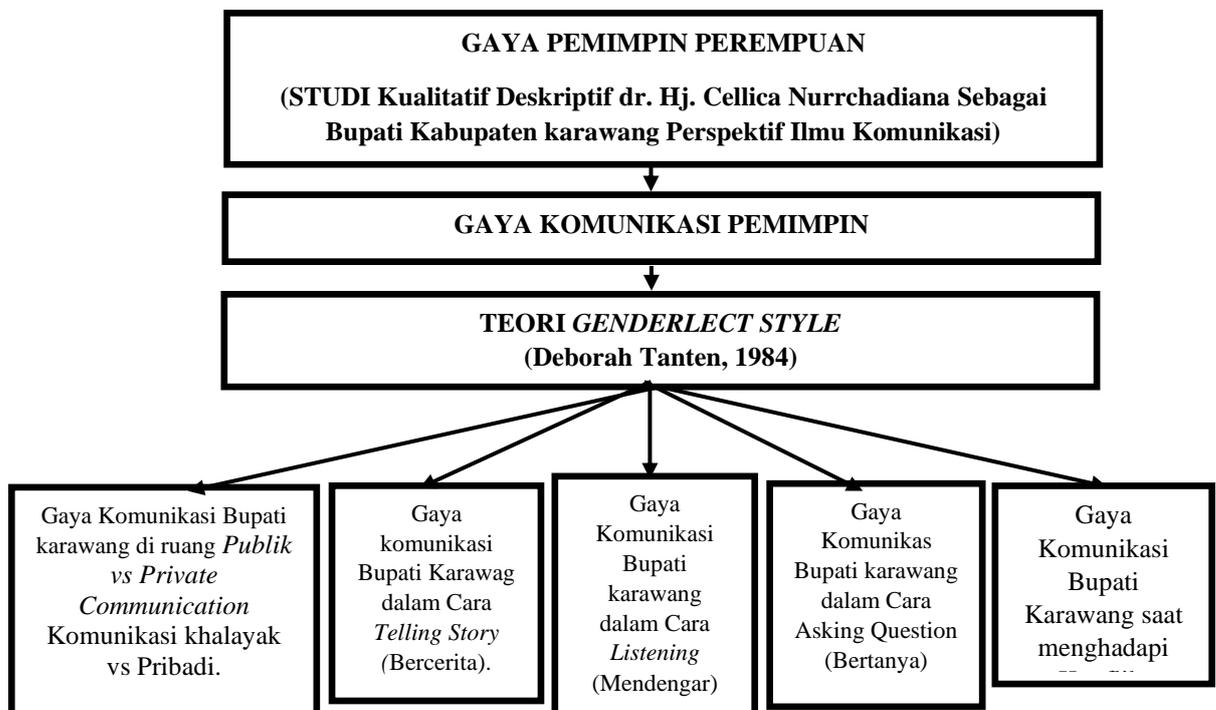
Gaya komunikasi merupakan cara bagaimana berkomunikasi baik verbal dan non verbal meliputi cara memberi dan menerima informasi dalam situasi tertentu. Gaya komunikasi tidak dapat berlaku pada semua manusia secara sama, tetapi gaya komunikasi mencerminkan karakter pribadi dan buaya (saphierre et.al, 2005) hal ini menjadi fokus dalam penelitian ini, dalam arti gaya komunikasi pemimpin dalam mengarahkan, mempengaruhi dan memompin bawahan agar tujuan atau pekerjaan dapat dijalankan dengan baik. Ini menjadi bukti gaya komunikasi ada faktor pendukung sangat penting dalam keberhasilan seorang pemimimpin dalam menjalankan roda organisasi.

Dalam sebuah organisasi terdapat pemimpin dan yang dipimpin. Diharapkan pemimpin mampu menjalankan peran komunikator yang baik agar pesan dapat disampaikan dengan baik dan pemahaman semua orang sama. Pemimpin juga harus mengetahui kelemahan dirinya sendiri bagaimana cara mengatasi kelemahannya, memilih tipe komunikasi yang tepat bisa secara efektif meningkatkan keahlian komunikasi diri sendiri (*Goffe and jones, 2006*) Peneliti merasakan langsung kesenjangan gender sejak peneliti mengikuti berbagai organisasi di sekolah maupun di kampus, ini menjadi alasan bagi peneliti untuk meneliti lebih lanjut karna ini akan menjadi bukti bagi diri pribadi peneliti bahwa kesenjangan gender yang tumbuh berbudaya di tengah masyarakat perlu di beri pandnagan lain terkait wanita

syang memiliki kemampuan yang sama dengan laki laki untuk memimpin jangan sampai karna stereotipe tersebut membuat situasi masyarakat memilih berdasarkan ketidaktahuan, penelitian ini tanpa mengurangi nilai dari pihak manapun bermaksud untuk adanya saling menghargai, saling menerima yang sampai akhir bisa saling berkerjasama, melengkapi dan menutupi kekurangan karakter khas masing masing gender sehingga menghasilkan prestasi dan tidak perlu ada lagi singkir menyingkirkan karna permasalahan penilaian gender yang kolot namun penilaian dapat diukur dengan kapasitas satu sama lain. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan salah satu teori komunikasi gender yaitu *Genderlect Style* yang merupakan salah satu teori komunikasi debora tannen.

2.1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian berjudul gaya komunikasi pemimpin berdasarkan gender pemerintah kabupaten karawang.



Sumber : Modifikasi penulis 2021