

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Penelitian yang berkaitan dengan gaya komunikasi telah banyak dilakukan.

Diantaranya:

- 2.1.1** Penelitian yang berjudul *Gaya dan Karakter Komunikasi Politik Joko Widodo* oleh Riniwaty Makmur (2016). Pegawai swasta dan Mahasiswa Pascasarjana S3 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan gaya dan karakter komunikasi politik Presiden Jokowi dalam beberapa aktivitasnya pada kurun waktu Oktober 2014 hingga Desember 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Presiden Jokowi mempunyai gaya komunikasi konteks yang mampu meninggalkan kesan mendalam, terbuka, dominan, perhatian, bersahabat serta cukup hidup. Selain itu, Presiden Jokowi juga memiliki ketegasan dengan tingkat keterlibatan yang cukup rendah pada komunikasi kelompok kecil berbahasa Inggris.
- 2.1.2** Penelitian yang berjudul *Gaya Komunikasi Project Officer STIE Mahardika Surabaya* oleh Chitrawanty (2014), Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui gaya komunikasi STIE Mahardika Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi *project officer* STIE Mahardika Surabaya adalah *nurturing*.
- 2.1.3** Penelitian yang berjudul *Gaya Komunikasi Pimpinan PT Karya Prima Mandiri Abadi* oleh Dini Nur Amalina (2015), Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas

Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui gaya komunikasi masing-masing pimpinan, kelebihan serta kekurangan gaya komunikasi masing-masing pimpinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang dimiliki oleh kedua Pimpinan PT Karya Prima Mandiri Abadi adalah gaya komunikasi *assertive*. Pimpinan A memperoleh persentase skor sebesar 56% dengan kategori rendah untuk gaya komunikasi *passive*, 44% dengan kategori rendah untuk gaya komunikasi *aggressive* dan 69% dengan kategori tinggi untuk gaya komunikasi *assertive*. Sedangkan pimpinan B memperoleh persentase skor sebesar 59% dengan kategori rendah untuk gaya komunikasi *passive*, 43% dengan kategori rendah untuk gaya komunikasi *aggressive* serta 70% dengan kategori tinggi untuk gaya komunikasi *assertive*.

**2.1.4** Penelitian yang berjudul Analisis Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin oleh Bayu Nitin Pratiwi (2017), Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis gaya komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin secara verbal dan non verbal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecenderungan gaya komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin pada video pertama merujuk ke gaya komunikasi *the controlling style*. Sedangkan pada video kedua ialah gaya komunikasi *the equalitarian style*. Perbedaan gaya komunikasi yang digunakan pada video yang diteliti dikarenakan perbedaan komunikasi yang dihadapi, sehingga ia menyesuaikan dengan kondisi yang ada.

**2.1.5** Penelitian yang berjudul Gaya Komunikasi Pimpinan Tim Sales-II Asri Motor Group Surabaya dalam Pencapaian Target Tim oleh Adelia Melinda (2017), Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Tujuan

penelitian ini ialah untuk mengetahui gaya komunikasi pimpinan tim sales-II Asri Motor *Group* Surabaya terkhusus dalam pencapaian target tim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kombinasi gaya komunikasi yang dimiliki pemimpin dilihat dari berbagai situasi yang ada. Gaya kepemimpinan yang muncul ialah gaya kepemimpinan *supporting* yang melengkapi gaya-gaya komunikasi lainnya sehingga tim sales-II dapat menjadi *the best team*.

**2.1.6** Penelitian yang berjudul Gaya Komunikasi Joko Widodo pada Debat Politik Pilpres 2014 oleh Novita Damayanti (2015). Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo Jakarta. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi politik Jokowi pada debat calon wakil Presiden pilpres 2014 yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Joko Widodo dalam debat pilpres 2014 berupa penonjolan karakter pribadi Jokowi. Jawaban yang dilontarkan atas permasalahan dalam debat pilpres 2014 menguatkan gaya komunikasi politik Joko Widodo. Gaya komunikasi yang santai, berbicara dengan volume suara yang tidak lantang serta menjawab permasalahan sesuai aspek-aspek program.

**2.1.7** Thesis yang berjudul Analisis Gaya Komunikasi Kepemimpinan Organisasi Non Profit oleh Sakina dan Sabita Fajar (2017). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui gaya komunikasi dalam kepemimpinan yang ada pada direktur-direktur Organisasi Non Profit *Indonesian Future Leaders Chapter* Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang terdapat dalam *IFL* Malang mengacu pada bentuk komunikasi informal dan cenderung terbuka. Hal tersebut dapat terlihat

dalam komunikasi saat memberikan perintah, cara mengambil keputusan, dominasi saat memimpin rapat, dan komunikasi saat penyelesaian konflik. Selain itu, gaya kepemimpinan yang ada pada organisasi non profit tersebut cenderung bercorak kepemimpinan yang demokratis.

**2.1.8** Skripsi yang berjudul Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed dalam Berdakwah oleh Ferdian (2013), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui (1) bagaimana gaya komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed dalam berdakwah? (2) bagaimana pandangan kolega terhadap gaya komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed? (3) apakah gaya komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed termasuk gaya komunikasi konteks tinggi atau konteks rendah?. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed condong kepada gaya komunikasi konteks rendah. Hal ini ditandai dengan cara berkomunikasi Ustadz Soleh Mahmoed yang jelas, lugas, tulus, santun. Selain itu terdapat pula perpaduan antara sisi positif gaya komunikasi konteks tinggi dengan gaya komunikasi konteks rendah yang ditandai dengan ketulusan, kejernihan, keterbukaan, keterusterangan, kesederhanaan serta kesantunan dalam bertutur.

**2.1.9** Skripsi yang berjudul Gaya Komunikasi Pimpinan Badan Pemberdayaan Masyarakat Aceh Selatan dalam Memotivasi Semangat Kerja Pegawai oleh Rina Nurahman (2017), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Tujuan penelitian ini ialah (1) untuk mengetahui gaya komunikasi pimpinan Badan Pemberdayaan Masyarakat Aceh Selatan dalam memotivasi semangat

kerja pegawai (2) apakah gaya komunikasi dapat memberi motivasi pegawai dalam meningkatkan kinerjanya?. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pimpinan menggunakan dua gaya komunikasi yakni, gaya komunikasi satu arah (*thecontrolling style*) dan gaya komunikasi dua arah (*the equalitarian style*). (2) Gaya komunikasi satu arah sangat sulit untuk memotivasi para pegawai dalam meningkatkan kinerjanya dikarenakan pegawai merasa tertekan dengan tugas yang diberikan. Adapun gaya komunikasi dua arah sangat efektif digunakan serta dapat memotivasi para pegawai untuk meningkatkan kinerjanya dikarenakan pegawai lebih senang melakukan pekerjaan tanpa adanya paksaan atau tekanan.

**2.1.10** Skripsi yang berjudul Gaya Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Betawi oleh Aida Nuraida (2017) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui (1) bagaimana implementasi gaya komunikasi Ibu Sylviana Murni sebagai seorang pemimpin dari kalangan perempuan Betawi? (2) apa saja fungsi gaya komunikasi yang diterapkan Ibu Sylviana Murni sebagai seorang pemimpin?. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat gaya komunikasi yang digunakan oleh Ibu Sylviana Murni yakni gaya komunikasi *equalitarian style*, *relinquishing style*, *structuring style* dan *dynamic style*. Sedangkan fungsi dari gaya komunikasi yang diterapkan Ibu Sylviana Murni ialah fungsi *informative*, *integrative*, *regulative* dan *persuasive*.

Tabel 2.1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

| No. | Judul Penelitian   | Persamaan dan Perbedaan  |
|-----|--|--|
| 1.  | Gaya dan Karakter Komunikasi Politik Joko Widodo oleh Riniwaty Makmur    | <p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kedua penelitian ini mengamati tentang gaya komunikasi. Selain itu, konsep penelitian keduanya merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis semiotik.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek penelitian terdahulu ialah Presiden Joko Wododo, sedangkan subjek penelitian penulis ialah tokoh agama dan politik Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin</li> <li>2. Penelitian terdahulu bertujuan untuk menganalisis gaya dan karakter komunikasi politik, sedangkan penelitian penulis ialah menganalisis gaya komunikasi publik dengan melihat kepada komunikasi verbal dan non verbal subjek penelitian.</li> </ol> |
| 2.  | Gaya Komunikasi Project Officer STIE Mahardika Surabaya oleh Chitrawanty | <p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kedua penelitian ini mengamati tentang gaya komunikasi.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian terdahulu merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode survei skala Likert.</li> </ol>  |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  | <p>Sedangkan pendekatan penelitian penulis ialah kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika.</p> <p>2. Penelitian terdahulu menggunakan teori komunikasi organisasi dan gaya komunikasi menurut Likert. Sedangkan teori yang digunakan penulis pada penelitian ini ialah teori jenis atau pembagian gaya komunikasi menurut McCallister dan teori Edward T. Hall.</p> <p>3. Subjek penelitian terdahulu ialah pimpinan STIE Mahardika Surabaya, sedangkan subjek penelitian penulis ialah Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin.</p> |
| 3. | <p>Gaya Komunikasi Pimpinan PT Karya Prima Mandiri Abadi oleh Dini Nur Amalina</p> | <p>Persamaan:</p> <p>1. Kedua penelitian ini mengamati tentang gaya komunikasi seorang pemimpin.</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi masing-masing pimpinan, kelebihan serta kekurangannya. Sedangkan tujuan penelitian penulis ialah untuk mendeskripsikan pemaknaan gaya komunikasi publik Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin.</p> <p>2. Penelitian terdahulu adalah penelitian kuantitatif</p>   |

|    |   |  |
|----|---|--|
|    |   | dengan metode survei deskriptif. Sedangkan penelitian penulis merupakan studi kualitatif menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes  |
| 4. | Analisis Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin oleh Bayu Nitin Pratiwi | <p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kedua penelitian ini mengamati tentang gaya komunikasi berdasarkan komunikasi verbal dan non verbal subjek penelitian.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian terdahulu merupakan penelitian studi kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian penulis ialah studi kualitatif menggunakan analisis semiotik model Charles Sander Peirce.</li> <li>2. Fokus penelitian terdahulu meliputi gaya komunikasi <i>the controlling style, the equalitarian style, the structuring style, the dynamic style, the reliquinshing style, withdraw style</i>. Sedangkan fokus penelitian penulis ialah gaya komunikasi pasif, tegas dan agresif.</li> </ol> |
| 5. | Gaya Komunikasi Pimpinan Tim Sales-II Asri Motor Group Surabaya dalam | <p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kedua penelitian ini mengamati tentang gaya komunikasi seorang pemimpin.</li> </ol>  |



|    |  |  |
|----|--|--|
|    | <p>Pencapaian Target Tim oleh Adelia Melinda</p>   | <p>2. Keduanya merupakan penelitian deskriptif kualitatif</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian terdahulu menggunakan studi kasus single level analysis. Sedangkan penelitian penulis menggunakan analisis teks media (analisis semiotika).</li> <li>2. Teori yang digunakan ialah teori gaya komunikasi milik Koehler. Sedangkan teori yang digunakan penulis pada penelitian ini ialah teori jenis atau pembagian gaya komunikasi menurut McCallister dan teori Edward T. Hall</li> </ol> |
| 6. | <p>Gaya Komunikasi Joko Widodo pada Debat Politik Pilpres 2014 oleh Novita Damayanti</p> | <p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep penelitian ialah gaya komunikasi</li> <li>2. Keduanya merupakan penelitian kualitatif.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Subjek penelitian terdahulu ialah Joko Widodo pada debat Pilpres 2014. Sedangkan subjek penelitian penulis ialah Prof. Dr. KH. Ma'ruf Amin pra dan pasca terpilih menjadi cawapres pilpres 2019.</li> <li>2. Penelitian terdahulu tidak menggunakan metode analisis semiotik.</li> </ol>        |
| 7. | <p>Analisis Gaya</p>   | <p>Persamaan:</p>  |

|    |  |   |
|----|--|---|
|    | <p>Komunikasi<br/>Kepemimpinan<br/>Organisasi Non Profit<br/>oleh Sabita Fajar</p>                           | <p>1. Kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif</p> <p>2. Konsep penelitian ialah gaya komunikasi</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Penelitian terdahulu menggunakan teori dan konsep gaya komunikasi, gaya kepemimpinan serta gaya komunikasi dalam kepemimpinan. Sedangkan penelitian ini hanya menggunakan teori gaya kepemimpinan sebagai acuan analisis data.</p> <p>2. Penelitian terdahulu menggunakan observasi partisipan dalam pengumpulan data. Sedangkan penelitian penulis menggunakan observasi non partisipan.</p> |
| 8. | <p>Analisis Deskriptif<br/>Gaya Komunikasi<br/>Ustadz Soleh Mahmoed<br/>dalam Berdakwah oleh<br/>Ferdian</p> | <p>Persamaan:</p> <p>1. Kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif</p> <p>2. Sama-sama mengamati gaya komunikasi</p> <p>3. Objek analisis berupa rekaman video</p> <p>Perbedaan:</p> <p>1. Penelitian terdahulu tidak menggunakan metode analisis semiotik.</p> <p>2. Teknik pengumpulan data berupa observasi dan</p>   |

|     |   |  |
|-----|---|--|
|     |   | wawancara. sedangkan penulis tidak melakukan wawancara untuk memperoleh data.  |
| 9.  | Gaya Komunikasi<br>Pimpinan Badan<br>Pemberdayaan<br>Masyarakat Aceh<br>Selatan dalam<br>Memotivasi Semangat<br>Kerja Pegawai oleh<br>Rina Nurahman | <p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep kedua penelitian ialah tentang gaya komunikasi dengan pendekatan kualitatif deskriptif</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penelitian terdahulu menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh data penelitian. Sedangkan penelitian ini menggunakan observasi non partisipan dan studi pustaka dalam pengumpulan data.</li> </ol>   |
| 10. | Gaya Komunikasi<br>Kepemimpinan<br>Perempuan Betawi oleh<br>Aida Nuraida  | <p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kedua penelitian merupakan penelitian kualitatif deskriptif tentang gaya komunikasi pemimpin.</li> </ol> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teori yang digunakan pada penelitian terdahulu ialah pendekatan teori enam gaya komunikasi milik Moss yang kemudian dikaitkan dengan teori fungsi gaya komunikasi pada kepemimpinan. Sedangkan teori yang digunakan oleh penulis ialah teori gaya komunikasi menurut McCallister dan teori Edward T. Hall.</li> </ol> |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p>2. Teknik pengumpulan data ialah kunjungan, observasi, dokumentasi serta wawancara. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan penulis ialah observasi nonpartisipan dan studi pustaka.</p> |
|--|--|--|

Sumber: Hasil Analisa Penulis, 2019

## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1 Komunikasi publik

Steward dan Sylvia (2001: 111-112), komunikasi publik merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dalam prosesnya satu orang ditunjuk sebagai pembicara dan yang lainnya sebagai pendengar yang merupakan peranan pelengkap (khalayak pendengar). Terdapat tiga aspek dalam komunikasi publik yakni:

- 1) Komunikasi publik cenderung terjadi di tempat-tempat yang dianggap sebagai tempat publik.
- 2) Pembicaraan publik lebih merupakan “kesempatan mengemukakan masalah sosial” dari pada kesempatan mengemukakan masalah-masalah informal dan tidak terstruktur.
- 3) Komunikasi publik melibatkan norma perilaku yang relatif jelas.

Lebih lanjut Nurudin (2016: 89-90) menjelaskan bahwa komunikasi publik disebut juga sebagai komunikasi pidato, komunikasi retorika, *public speaking* atau komunikasi khalayak. Salah satu contohnya ialah pada peristiwa kampanye pemilihan umum (pemilu) ketika seorang kandidat berpidato untuk mempersuasi masyarakat agar memilihnya. Adapun ciri-cirinya ialah sebagai berikut:

- 1) Proses pesan disampaikan secara tatap muka

- 2) Jumlah khalayak relatif besar
- 3) Pesan sering tidak spontan dikemukakan
- 4) Penyampaian pesan kontinu
- 5) Komunikator tidak bisa mengidentifikasi satu per satu siapa khalayaknya
- 6) Sumber dan penerima pesan bisa dibedakan
- 7) Interaksi sumber dan penerima sangat terbatas.

Pidato ialah mengungkapkan pikiran menggunakan kata-kata yang ditujukan kepada orang banyak. Pidato tidak hanya menyampaikan serangkaian kata atau kalimat, tetapi terdapat makna dibalik setiap kata atau kalimat yang disampaikan (Irma, 2016: 63).

Zainul (2015: 1-3) menjelaskan bahwa retorika berasal dari bahasa Yunani yakni *rhetorikos*. *Rhetorikos* berkaitan dengan kata *rhetor* yang bermakna pembicara publik dan *rhema* yang berarti perkataan. Oleh karena itu, retorika dipahami sebagai kecakapan berpidato pembicara publik. Dalam retorika, terdapat lima tahapan metodis yakni *inventio* (penemuan tema dan argument), *dispositio* (penyusunan bahan), *elocutio* (gaya bahasa), *memoria* (hafalan bahan pidato) serta *pronunciation* (penyampaian pidato) yang kesemuanya itu ditopang oleh 3 faktor yaitu:

- 1) *Ethos*, yakni faktor meyakinkan pada diri komunikator (pembicara)
- 2) *Patos*, yaitu faktor respons emosional pada komunikan (pendengar)
- 3) *Logos*, yakni faktor isi pesan komunikasi

Adapun yang dimaksud dengan kampanye sebagai salah satu peristiwa komunikasi publik ialah upaya yang disengaja dengan tujuan menginformasikan, mempersuasi atau memotivasi perubahan perilaku khalayak tertentu atau khalayak luas yang bermanfaat demi keuntungan nonkomersial dari individu

atau masyarakat umum. Dikalangan pemerintah, politik dan diplomasi, kampanye merupakan serangkaian kegiatan yang terkoordinasi, aktivitas yang dirancang untuk mencapai suatu tujuan sosial, tujuan politik untuk pemilihan Presiden ataupun tujuan komersial seperti iklan (Liliweri, 2011: 674-675).

Sebagai salah satu aktivitas terorganisir untuk mencapai suatu tujuan namun kampanye berbeda dengan kegiatan propoganda. Berikut perbedaan tersebut dijelaskan pada tabel dibawah:

Tabel 2.2 Perbedaan Kampanye dengan Propaganda

| <b>Aspek</b>      | <b>Kampanye</b>                                | <b>Propaganda</b>   |
|-------------------|--|---|
| Sumber            | Selalu jelas                                   | Cenderung samar-samar                                       |
| Waktu             | Terikat dan dibatasi oleh waktu                | Tidak terikat waktu   |
| Sifat gagasan     | Terbuka untuk diperdebatkan khalayak           | Tertutup dan dianggap mutlak                                |
| Tujuan            | Tegas, spesifik serta variatif                 | Umum dan ditujukan untuk mengubah sistem kepercayaan        |
| Modus penerimaan  | Kesukarelaan/ persuasi                         | Tidak menekankan kesukarelaan dan melibatkan paksaan koersi |
| Modus tindakan    | Diatur etika                                   | Tanpa aturan yang etis                                      |
| Sifat kepentingan | Mempertimbangkan kepentingan kedua belah pihak | Kepentingan sepihak   |

Sumber: Alo Liliweri, 2011: 678

### 2.2.2 Komunikasi Verbal

Secara definitif, komunikasi verbal ialah berkomunikasi dengan menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa bahasa merupakan bagian terpenting dalam komunikasi verbal. (Nurudin, 2016: 120).

Bahasa adalah kombinasi kata yang diatur secara sistematis sehingga dapat digunakan sebagai alat komunikasi. Kata merupakan bagian integral yang dipakai dalam sebuah kelompok masyarakat, sehingga kata bersifat simbolis (Sobur, 2015: 42).

Joseph A. Devito (dikutip dalam Nurudin, 2016) menyebut karakteristik bahasa sebagai berikut:

- 1) Produktivitas yang berarti bahasa itu produktif, kreatif dan terbuka.
- 2) Pengalihan (*displacement*). Dalam komunikasi lisan, seseorang dapat berbicara sesuatu yang jauh dari dirinya misalnya bercerita tentang masa lalu.
- 3) Pelenyapan cepat (*rapid fading*), bahwa suara-suara vokal harus segera diterima setelah dikirimkan atau kita tak akan pernah lagi menerimanya. Hal ini berarti semua isyarat akan lenyap terkecuali simbol verbal secara tertulis.
- 4) Kebebasan makna, yakni bahasa bersifat *arbitrer* atau sewenang-wenang. Bahasa tidak memiliki hubungan wajib antara lambang bahasa dengan pengertian yang dimaksud oleh lambang tersebut. Tetapi, bahasa adalah kesepakatan komunitas tertentu yang konteksnya bukan individu. Melainkan kesepakatan komunitas bahasa terkait makna tersebut.
- 5) Transmisi budaya. Bahasa yang diucapkan merupakan transmisi atau pewarisan orang tua, lingkungan atau hasil belajar.

Lebih lanjut, Larry L. Barker (dikutip dalam Deddy Mulyana: 2017) mengungkapkan tiga fungsi dasar bahasa yaitu:

- 1) Penamaan (*naming* atau *labeling*), merujuk kepada usaha mengidentifikasi objek, tindakan atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi
- 2) Interaksi, merujuk kepada penggunaan bahasa untuk menekankan berbagai gagasan dan emosi
- 3) Transmisi informasi, merujuk kepada penggunaan bahasa dalam proses pertukaran informasi yang dapat menciptakan kesinambungan budaya dan tradisi.

### **2.2.3 Komunikasi Non Verbal**

Komunikasi non verbal ialah komunikasi selain dengan bahasa lisan dan tulisan yang mencakup segala bentuk komunikasi tanpa lambang-lambang verbal baik melalui ucapan maupun tulisan seperti, gerakan tangan, warna, ekspresi wajah dan lain-lain (Nurudin, 2016: 134).

Tidak ada struktur yang pasti dan tetap mengenai hubungan komunikasi verbal dan komunikasi non verbal. Keduanya berlangsung spontan dan serempak.

Akan tetapi, terdapat perbedaan pokok antara keduanya. Perilaku verbal sebagai saluran tunggal dan memiliki pesan yang terpisah. Sedangkan perilaku non verbal bersifat multialuran dengan pesan yang berkesinambungan. Komunikasi non verbal juga memiliki muatan emosional daripada komunikasi verbal (Deddy Mulyana, 2017: 347-349).

Joseph A. Devito (dikutip dalam Nurudin, 2016) mengemukakan terkait ciri-ciri komunikasi non verbal yaitu:



- 1) Pesan non verbal bersifat komunikatif
- 2) Pesan non verbal itu kontekstual
- 3) Pesan non verbal adalah paket
- 4) Pesan non verbal dapat dipercaya (*believable*)
- 5) Pesan non verbal dikendalikan oleh aturan
- 6) Pesan non verbal bersifat metakomunikasi

Berkaitan dengan perilaku verbal, Deddy Mulyana (2017: 350-351) menyebut bahwa perilaku non verbal memiliki berbagai fungsi yaitu:

- 1) Perilaku non verbal mengulangi perilaku verbal
- 2) Menguatkan, melengkapi serta memberi penekanan atas perilaku verbal
- 3) Perilaku non verbal mampu menggantikan perilaku verbal
- 4) Perilaku non verbal mampu mengatur perilaku verbal
- 5) Perilaku non verbal mampu bertentangan dengan perilaku verbal.

Deddy Mulyana (2017: 351-433) menjelaskan bahwa bentuk komunikasi non verbal yang terdapat di lingkungan kita ialah:

#### 2.2.3.1 Bahasa tubuh (*kinesics*)

Morissan (2013: 93-94) menyebutkan bahwa studi mengenai kinesik (*kinesics*) digagas oleh Ray Birdwhistel. Istilah yang populer digunakan untuk kinesik ialah bahasa tubuh (*body language*). Berdasarkan teori tersebut, Paul Ekman dan Wallace Friesen kemudian melakukan riset yang menghasilkan model umum perilaku kinesik dengan fokus perhatian pada wajah dan tangan. Aktivitas non verbal tersebut dianalisa melalui tiga cara yakni sumber asli pembuatan (*origin*), penandaan atau koding dan penggunaan.

Sumber (*origin*) merupakan sumber dari sebuah tindakan. Misalnya, kita dapat menduga orang yang menaikkan alisnya sebagai tanda heran. Adapun penandaan atau koding ialah hubungan dari tindakan dengan maknanya. Misalnya, pada budaya Amerika kita sepakat bahwa mengangguk adalah indikasi dari ya. Namun pada budaya lain memiliki makna yang benar-benar berlawanan. Sedangkan penggunaan (*usage*) yakni derajat tindakan non verbal yang digunakan untuk menyampaikan informasi.

#### 2.2.3.2 Sentuhan

Sentuhan merupakan salah satu alat penting dalam berkomunikasi non verbal. Kajian tentang penggunaan sentuhan untuk berkomunikasi disebut dengan haptika (*haptics*). Heslin dan Alper (dalam Tubbs & Moss, 2012: 140-141) menunjukkan bahwa sentuhan digunakan untuk menunjukkan hubungan profesional, hubungan sosial, persahabatan, keakraban serta rangsangan seks. Sebuah hasil penelitian yang dilakukan oleh Jones dan Yarbrough menunjukkan 12 jenis sentuhan yang berlainan yaitu:

- 1) Sentuhan berpengaruh positif yang mencakup: dukungan, penghargaan, raihan, seksual dan sentuhan kasih sayang.
- 2) Sentuhan menggoda, mencakup: sentuhan afektif menggoda dan sentuhan agresi menggoda.
- 3) Sentuhan perawatan, mencakup sentuhan meminta kerelaan dan perhatian, tanda memberi respon.
- 4) Sentuhan ritualistik, mencakup sentuhan tanda memberi salam ketika bertemu maupun berpisah.

- 5) Sentuhan hibrida, mencakup sentuhan sapaan dan perpisahan
- 6) Sentuhan kaitan-tugas, mencakup sentuhan yang menyertai tanggapan verbal tentang penampilan seseorang, sentuhan tambahan instrumental dan sentuhan intrinsik instrumental.

#### 2.2.3.3 Parabahasa atau vokalika

Merujuk kepada aspek-aspek suara selain ucapan misalnya, kecepatan berbicara, nada (tinggi atau rendah), volume suara, intonasi, kualitas vokal, warna suara, dialek, suara serak, suara sengau, suara terputus-putus, suara yang gemetar, siulan, suitan, tawa, erangan, tangis, gerutuan, gumaman, desahan, dan sebagainya.

#### 2.2.3.4 Penampilan fisik

Penampilan fisik seseorang terkadang menjadi acuan pemberian kesan pertama yang relatif akan bertahan lama. Misalnya, baju seragam yang dikenakan oleh seseorang menginformasikan tentang tingkat dan status orang tersebut.

Sebuah penelitian mengenai hubungan antara pakaian dan kepribadian menunjukkan bahwa apabila anda sangat memperhatikan cara anda berpakaian, anda cenderung mengalah dan gelisah. Apabila anda kurang memperhatikan pakaian anda, kemungkinan anda adalah seorang yang agresif dan mandiri (Tubbs & Moss, 2012: 142).

#### 2.2.3.5 Bau-bauan

Bau-bauan telah berabad-abad digunakan untuk menyampaikan pesan. Pada umumnya hewan menggunakan bau-bauan untuk mengetahui keberadaan musuh, menandai wilayah dan menarik lawan jenis.

Bau parfum yang digunakan oleh manusia merupakan salah satu contoh pesan non verbal bau-bauan. Mereka yang ahli dalam wewangian dapat membedakan bau parfum laki-laki dengan bau parfum perempuan, bau parfum mahal dan bau parfum yang murah. Bau parfum seseorang menyampaikan pesan berupa status atau kelas sosialnya (Deddy Mulyana, 2017: 401).

#### 2.2.3.6 Orientasi dan jarak pribadi

Orientasi ialah sudut badan anda ketika berinteraksi dengan orang lain yang mencerminkan sifat hubungan diantara anda. Sedangkan jarak atau ruang pribadi ialah suatu wilayah dengan batasan tak terlihat yang melingkupi tubuh manusia sehingga tidakada yang dapat memasukinya.

#### 2.2.3.7 Konsep waktu

Alo Liliweri (2011: 391) memaparkan bahwa terkait pandangan tentang waktu, terdapat 2 konsep yaitu monokronik dan polikronik. Monokronik ialah pandangan bahwa waktu selalu bergerak linear seperti deret hitung dan pergantiannya pun tidak terlalu luar biasa. Pada masyarakat dengan budaya ini cenderung mengerjakan satu tugas dan diikuti oleh tugas lain setelah tugas pertama selesai. Sedangkan polikronik merupakan pandangan bahwa waktu itu sangat istimewa. Waktu tidak dapat berulang, sehingga masyarakat dengan budaya polikronik mengerjakan beberapa tugas dalam satu waktu yang bersamaan.

#### 2.2.3.8 Diam

Henry David Thoreau, seorang penulis dan filosof asal Amerika (dalam Deddy Mulyana, 2017:424) menuliskan bahwa “Dalam

hubungan manusia tragedi mulai terjadi bukan ketika ada kesalahpahaman kata-kata, namun ketika sebuah diam tidak dipahami”.

Pemaknaan terhadap suatu diam terikat oleh budaya serta faktor situasional. Faktor yang mempengaruhi ialah durasi diam, hubungan orang yang bersangkutan dan situasi.

Bagi orang Timur, mereka akan merasa tidak enak jika tidak berbicara atau bersuara. Pada beberapa budaya tertentu, diam memang kurang disukai daripada berbicara karena pada situasi sosial kita menghargai pembicaraan yang bertujuan untuk melepaskan ketegangan serta mengatasi keterasingan. Namun dalam beberapa budaya lain diam justru menyenangkan. Budaya Jepang menjadikan diam sebagai penengah suatu kalimat ke kalimat berikutnya atau suatu topik ke topik lainnya. Pada bangsa Finlandia yang kerap disebut berperilaku dingin, mereka bersikap introvert . Sebenarnya mereka adalah orang yang hangat, hanya saja lebih suka menyendiri, menyukai ketenangan dan tidak suka menyatakan pendapat. Mereka kerap kali tidak memberikan *feedback* atas pandangan orang lain karena mereka terlebih dahulu akan memikirkan pandangan tersebut.

#### 2.2.3.9 Warna

Penggunaan warna seringkali bertujuan untuk menunjukkan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik bahkan keyakinan agama. Di Indonesia, warna merah muda merupakan warna yang feminim dan warna biru adalah warna maskulin. Warna hijau dilambangkan untuk Islam dan muslim karena warna tersebut dipercayai sebagai warna surga.

Dua warna yang paling bertolak belakang ialah warna putih yang sering dimaknai positif seperti suci, murni, bersih dan warna hitam yang dimaknai konotasi negatif seperti jahat, licik, buruk maupun kotor.

#### 2.2.3.10 Ruang

Hall memberi nama khusus untuk kajian ruang yaitu proksemika (*proxemics*). Ia menggambarkan hubungan manusia berdasarkan empat jenis yaitu jarak intim, pribadi, sosial dan publik (Tubbs & Moss, 2012: 119). Berikut keempat jenis jarak tersebut:

Tabel 2.3 Zona Jarak Sosial

| <b>Jarak</b>       | <b>Deskripsi Jarak</b> | <b>Karakteristik Vokal</b>       | <b>Isi Pesan</b>                           |
|--------------------|------------------------|----------------------------------|--|
| 0-6 inci           | Intim (dekat)          | Bisikan halus                    | Paling rahasi                              |
| 6-18 inci          | Intim (jauh)           | Bisikan terdengar                | Amat rahasi                                |
| 1,5-2,5 kaki       | Pribadi (dekat)        | Suara halus                      | Masalah pribadi                            |
| 2,5-4 kaki         | Pribadi (jauh)         | Suara dipelankan                 | Masalah pribadi                            |
| 4-7 kaki           | Sosial (dekat)         | Suara penuh                      | Informasi biasa                            |
| 7-12 kaki          | Sosial (jauh)          | Suara penuh agak dikeraskan      | Informasi publik untuk didengar orang lain |
| 12-25 kaki         | Publik (dekat)         | Suara keras bicara pada kelompok | Informasi publik untuk didengar orang lain |
| 25 kaki atau lebih | Publik (jauh)          | Suara paling keras               | Berteriak, salam perpisahan.               |

Sumber: Tubbs & Moss, 2012: 121

#### 2.2.3.11 Artefak

Dalam kaitannya dengan komunikasi non verbal, artefak tidak dimaksudkan seperti apa yang dipahami dalam studi arkeologi. Akan

tetapi, artefak dalam pengertian ini ialah benda-benda yang digunakan untuk menampilkan suatu pesan manakala benda tersebut digunakan. Mobil, kulkas, pakaian ataupun komputer yang ter lihat sebagai benda saja. Namun dalam situasi sosial, benda-benda tersebut dapat memberikan pesan berupa status sosial atau stratifikasi sosial (Alo Liliweis, 2011: 393-394).

#### 2.2.4 Perbedaan Komunikasi Verbal Dan Non Verbal

Perbedaan pokok antara komunikasi verbal dan non verbal ialah:

- 1) Perilaku verbal merupakan satuan tunggal, sedangkan perilaku non verbal bersifat multisaluran.
- 2) Pesan verbal terpisah-pisah, sedangkan pesan non verbal sinambung. Artinya, pesan verbal dapat langsung diakhiri jika dikehendaki. Berbeda dengan pesan non verbal yang terus mengalir.
- 3) Komunikasi non verbal mengandung lebih banyak muatan emosi dibandingkan dengan komunikasi verbal. Kata-kata biasanya digunakan untuk menyampaikan fakta, pengetahuan maupun keadaan. Sementara itu, komunikasi non verbal dapat menyampaikan emosi.

Secara singkat, perbedaan antara komunikasi verbal dan non verbal dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.4 Perbandingan Komunikasi Verbal dan Non verbal

|                   | <b>Vokal</b>  | <b>Nonvokal</b>  |
|-------------------|---|--|
| <b>Verbal</b>     | Bahasa lisan ( <i>spoken words</i> )                      | Bahasa tertulis ( <i>written words</i> )                                   |
| <b>Non verbal</b> | Nada suara, desahan, jeritan, kualitas vokal, parabahasa. | Gerak isyarat, penampilan, ekspresi wajah, jarak, warna, artefak, sentuhan |

Sumber: Nurudin, 2016: 134

### 2.2.5 Gaya komunikasi

Pendapat yang dikemukakan oleh Tubbs dan Moss, sebagaimana dikutip oleh Husnaina, dkk (2012), gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri atas sekumpulan perilaku komunikasi yang digunakan untuk memperoleh respon atau tanggapan tertentu dalam situasi tertentu pula.

Sedangkan oleh Norton (dikutip dalam Alo Liliweri, 2011), yang dimaksud dengan gaya komunikasi ialah sebuah proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain. Sedangkan menurut Raynes, gaya komunikasi ialah campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang menjadi ciri gaya komunikasi.

Haffner (dalam Alo Liliweri, 2011), mengklasifikasikan gaya komunikasi dari McCallister ke dalam tiga bentuk yaitu:

#### 2.2.5.1 Gaya pasif (*passive style*)

Gaya seseorang yang cenderung menilai orang lain selalu benar dan lebih penting dari pada diri sendiri. Gaya ini ditandai dengan komunikasi yang tidak terlal mengekspresikan diri, ide dan harapan secara langsung. Gaya pasif cenderung menggunakan suara yang lemah lembut, sering berhenti berkata-kata dan cenderung tidak melakukan kontak mata dengan komunikan.



### 2.2.5.2 Gaya tegas (*assertive style*)

Gaya seseorang yang berkomunikasi secara tegas mempertahankan dan membela hak-hak sendiri demi mempertahankan hak-hak untuk orang lain. Gaya ini ditandai dengan komunikator yang membuat pernyataan secara langsung disertai dengan pertimbangan perasaan, ide serta harapan. Komunikator dengan gaya ini memiliki kemampuan mendengarkan yang baik.

### 2.2.5.3 Gaya agresif (*agressive style*)

Gaya seorang individu yang selalu membela hak-haknya sendiri, merasa superior, suka melanggar hak orang lain serta selalu mengabaikan perasaan orang lain. Gaya agresif menunjukkan kekuatan dan kekuasaan sehingga komunikator dengan gaya ini menyampaikan pesan bukan hanya dalam bentuk kata-kata, tetapi diiringi bahasa tubuh seperti menunjuk, menggebrak meja dan sebagainya dengan tujuan mempertegas maksud yang diucapkan.

Tabel 2.5 Kategori Indikator Gaya Komunikasi

| Variabel tampilan   | Tiga Gaya Utama   |  |  |
|---------------------|---|--|--|
|                     | Pasif   | Asertif  | Agresif  |
| Motto dan keyakinan | 1. “Jangan bilang bahwa perasaanmu benar”<br>2. Jangan buat ribut”<br>3. “Tidak sepakat”<br>4. Orang lain berbuat lebih baik” | 1. Percaya diri dan percaya orang lain<br>2. Bersikap asertif tidak berarti selalu menang, tangani situasi menjadi efektif<br>3. “Saya benar dan orang | 1. “Setiap orang pasti suka saya”<br>2. “Saya tidak pernah bersalah”<br>3. Saya selalu benar, anda selalu salah” |

|                 |   |   |  |
|-----------------|---|---|--|
|                 |   | lain juga benar”  |  |
| Gaya Komunikasi | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak langsung</li> <li>2. Senantiasa bersepakat</li> <li>3. Tidak bicara terlebih dulu</li> <li>4. Ragu-ragu</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efektif serta aktif ketika mendengarkan</li> <li>2. Sedikit pernyataan dan selalu ada pengharapan</li> <li>3. Menyatakan hasil pengamatan, tidak pernah memberi penilaian<br/>Mengekspresikan diri dengan jujur, secara langsung serta segera menyatakan perasaan dan keinginan</li> <li>4. Mempertimbangkan perasaan orang lain</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tertutup</li> <li>2. Sedikit mendengarkan</li> <li>3. Sukar mendengar pandangan orang lain</li> <li>4. Interupsi</li> <li>5. Monopoli pembicaraan</li> </ol> |
| Karakteristik   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Apologetic</i>, sadar diri</li> <li>2. Percaya orang lain tetapi tidak percaya diri.</li> <li>3. Tidak suka menyatakan keinginan dan perasaan diri</li> <li>4. Membiarkan orang lain membuat keputusan bagi dirinya</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak suka menilai</li> <li>2. Mengamati perilaku daripada memberi label</li> <li>3. Percaya diri dan orang lain</li> <li>4. Konfiden</li> <li>5. Sadar diri</li> <li>6. Terbuka, luwes dan</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencapai tujuan dengan perhitungan</li> <li>2. Sangat dominan dalam komunikasi</li> <li>3. Ingin jadi patron</li> <li>4. Kasar dan sinis</li> </ol>          |

|                        |  |  |  |
|------------------------|--|--|--|
|                        | <p>5. Tidak perlu dapat sesuatu, biar orang lain yang dapat</p>  | <p>serbaguna</p> <p>7. Rasa humor dan suka berguyon</p> <p>8. Tegas</p> <p>9. Proaktif dan inisiatif</p>   |  |
| Perilaku               | <p>1. Napas panjang/ kuat</p> <p>2. Coba ambil posisi jadi penengah untuk menghindari konflik</p> <p>3. Tenang jika menghadapi masalah</p> <p>4. Akan bertanya jika situasi tidak menentu</p> <p>5. Bertindak dengan cara komplain</p> <p>6. Biarkan orang lain juga ikut memilih</p> <p>7. Sulit mengimplementasikan perencanaan</p> <p>8. Rela berkorban</p> | <p>1. Mulai bekerja dari apa yang dia pilih</p> <p>2. Tahu apa yang dibutuhkan dan kembangkan rencana untuk mendapatkannya</p> <p>3. Berorientasi pada tindakan</p> <p>4. Ada bakat kerja di perusahaan</p> <p>5. Realistis dalam harapan</p> <p>6. Adil dan jujur</p> <p>7. Konsisten</p> <p>8. Melakukan tindakan tepat, memberikan apa yang orang lain inginkan</p> | <p>1. Suka menjatuhkan orang lain</p> <p>2. Tidak pernah berpikir tentang kesalahan orang lain</p> <p>3. Tampil seperti bos</p> <p>4. Memasuki ruang privasi orang lain, terlalu berkuasa</p> <p>5. Suka mendorong orang lain untuk menjauhinya ketika berkomunikasi</p> <p>6. Seolah mengetahui sikap semua orang</p> <p>7. Tidak menunjukkan apresiasi</p> |
| Tanda-tanda Non Verbal | <p>1. Selalu gelisah</p> <p>2. Selalu angguk kepala</p>  | <p>1. Terbuka, gesture alamiah</p>   | <p>1. Suka tunjuk pakai telunjuk</p>   |

|                                   |  |   |   |
|-----------------------------------|--|---|---|
|                                   | <p>kalau berkomunikasi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Jarang ekspresikan wajah</li> <li>4. Senyum dan angguk tanda setuju</li> <li>5. Mata selalu sayu dan sedih</li> <li>6. Tampilan tubuh melorot</li> <li>7. Volume suara rendah</li> <li>8. Waktu bicara nada suara meningkat</li> <li>9. Ragu-ragu ketika ada kecemasan</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Sangat atensi, ekspresi wajah menarik</li> <li>3. Kontak mata-langsung</li> <li>4. Tampilan tubuh penuh percaya diri dan santai</li> <li>5. Volume suara tepat, ekspresif</li> <li>6. Bicara dengan nada yang bervariasi</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Dahi berkerut</li> <li>3. Menatap dengan tajam dan kritis</li> <li>4. Pandangan marah</li> <li>5. Tatapan marah</li> <li>6. Tampil dingin</li> <li>7. Suara nyaring</li> <li>8. Ceplasp-ceplos</li> </ol> |
| Tanda-tanda Verbal                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. "Anda dapat lakukan itu"</li> <li>2. "Anda lebih berpengalaman dari pada saya"</li> <li>3. "Saya tidak bisa...."</li> <li>4. "Ini bisa salah, tetapi..."</li> <li>5. "Saya akan coba....."</li> <li>6. Monoton, energi rendah</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. "Saya akan pilih...."</li> <li>2. "Apa yang harus saya pilih?"</li> <li>3. "Apa alternatif yang saya dapat pilih?"</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. "Anda harus (<i>should, ought better</i>)."</li> <li>2. "Jangan pernah bertanya apa sebab, tetapi lakukan!"</li> <li>3. Menyimpangkan kata-kata verbal</li> </ol>   |
| Konfrontasi dan Pemecahan Masalah | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suka menghindar dan menunda</li> <li>2. Menarik diri dan muka berengut</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Negosiasi, berunding, <i>trades off</i>, kompromi</li> <li>2. Menghadapi masalah, tepat waktu selesaikan</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bernafsu menang sendiri, mengancam dan mempertahankan diri</li> <li>2. Bernafsu menang dan</li> </ol>   |

|  |   |  |                                  |
|--|---|--|----------------------------------|
|  | <p>3. Mengatakan setuju meskipun dalam hati belum sepakat</p> <p>4. Mengeluarkan energi untuk menghindari konflik</p> <p>5. Habiskan waktu untuk minta nasihat</p> <p>6. Terlalu sering bilang setuju</p> | <p>3. Tidak mau membiarkan perasaan negatif timbul</p> | <p>mempersalahkan orang lain</p> |
|--|---|--|----------------------------------|

Sumber: Alo Liliwer, 2011: 319-320

Klasifikasi gaya komunikasi lainnya ialah gaya komunikasi konteks tinggi dan komunikasi konteks rendah dikemukakan oleh seorang analisis populer yakni Edward T. Hall. Menurutnya, komunikasi konteks tinggi memiliki pesan yang kebanyakan ada dalam konteks fisik, sehingga makna pesan hanya dapat dipahami dalam konteks pesan itu sendiri. Makna pesan terinternalisasi pada orang yang bersangkutan dan pesan non verbal lebih ditekankan. Adapun komunikasi konteks rendah ialah komunikasi yang bersifat cepat dan mudah berubah karena tidak mengikat kelompok dengan penggunaan bahasa secara langsung serta lugas. Orang dengan budaya konteks rendah dianggap berbicara berlebihan, mengulang-ulang apa yang sudah jelas. Sedangkan orang dengan budaya konteks tinggi tidak suka berterus terang, gemar berdiam diri serta misterius (Deddy Mulyana, 2008: 130-132).

Sari Ramadanty (2014: 8) memaparkan bahwa komunikasi konteks tinggi bertipikal sedikit berbicara, implisit, dan puitis. Orang berbudaya konteks-tinggi

menekankan isyarat kontekstual, sehingga ekspresi wajah, tensi, gerakan, kecepatan interaksi dan lokasi interaksi lebih bermakna. Orang dalam kebudayaan konteks-tinggi mengharapkan orang lain memahami suasana hati yang tak terucapkan, isyarat halus dan isyarat lingkungan. Sedangkan komunikasi konteks rendah adalah komunikasi yang bersifat langsung, apa adanya, lugas tanpa berbelit-belit. Karakter komunikasi semacam ini biasa terjadi di Barat, mereka tidak suka basa-basi.

Edward T. Hall (dalam Gita & Fajar, 2014: 104) menjelaskan bahwa dalam *low context communication*, kode verbal menjadi sumber utama komunikasi. Sedangkan dalam *high context communication*, aspek komunikasi yang meliputi budaya, fisik, relasi sosial dan lingkungan persepsi menjadi aspek penting dalam menciptakan dan membangun pesan. Interaksi dalam konteks komunikasi ini tidak banyak melibatkan kata-kata karena masing-masing partisipan saling mengetahui makna yang terbangun dalam bahasa non verbal.

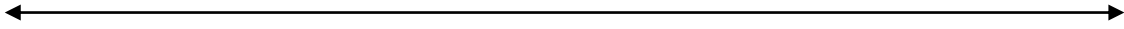
Deddy Mulyana (2008: 135-136) lebih lanjut menjelaskan bahwa bahwa gaya komunikasi tidak dapat dikotomikan menjadi gaya komunikasi konteks tinggi dan komunikasi konteks rendah. Keduanya bisa saja berada dalam budaya yang sama namun salah satunya lebih mendominasi. Negara dengan konteks budaya rendah ialah Swiss, Jerman, Skandinavia (Swedia, Norwegia, Finlandia, Denmark), AS. Sementara Perancis, Inggris dan Italia adalah negara kebudayaan campuran antara keduanya yang kurang eksplisit daripada budaya Eropa dan Amerika Utara. Sedangkan negara dengan budaya konteks tinggi ialah Cina, Jepang, Asia Tenggara, Indonesia, Mikronesia dan India.

Meskipun Indonesia kebudayaan konteks tinggi, namun derajatnya berbeda setiap etnik yang satu dengan kelompok etnik yang lain. Budaya Jawa yang

dominan mewarnai Indonesia, sangat jelas berbudaya konteks tinggi begitupun dengan budaya Sunda. Disatu sisi, budaya Batak merupakan budaya dengan derajat konteks tinggi yang rendah.

Bagan 2.1 Perbandingan *low context* dan *high context communication*

|              |          |         |         |          |
|--------------|----------|---------|---------|----------|
| German       | American | French  | Mexican | Japanese |
| German Swiss | English  | Spanish | Greek   | Chinese  |
| Scandinavian | Canadian | Italian | Arab    |          |


  
*Lower Context* *Higher*

*Context*

|  |   |
|--|---|
| <p><i>Low context communication:</i></p> <p><i>Specific, Detailed, Precise</i></p> <p><i>Poorer at decoding:</i></p> <p><i>Unspoken message, Body language</i></p> | <p><i>High context communication:</i></p> <p><i>Less direct</i></p> <p><i>Emphasis on: Human relations</i></p> <p><i>More sensitivity to: Non-verbals,</i></p> <p><i>Feelings of others</i></p> |
|--|---|

Sumber: Gita & Fajar, 2014: 105

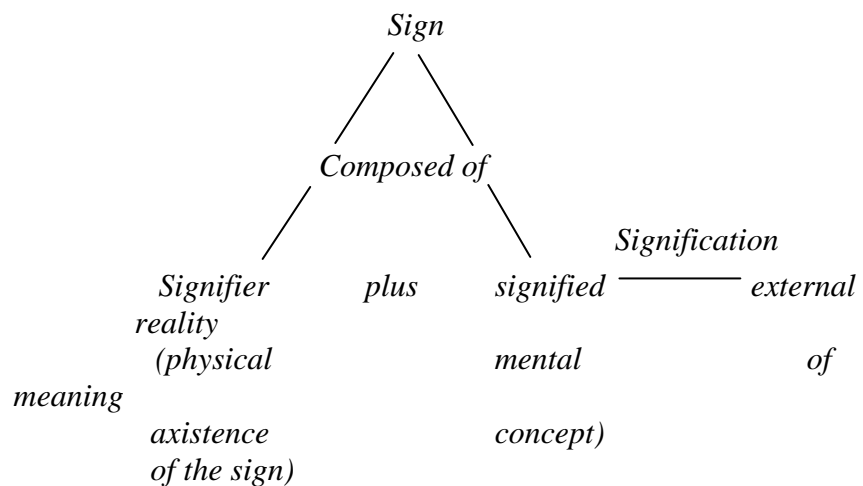
### 2.2.6 Analisis semiotika

Secara etimologis kata semiotika berasal dari bahasa Yunani yaitu “*semeon*” yang artinya tanda. Sehingga semiotika diartikan sebagai ilmu tentang tanda. Semiotika merupakan cabang ilmu yang mengkaji tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda tersebut seperti sistem tanda serta proses yang berlaku bagi penggunaan tanda (dikutip oleh Dwi, 2005: 52). Sedangkan secara terminologis, semiotik didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederet luas objek-objek, peristiwa-peristiwa dan seluruh kebudayaan sebagai tanda.

### 2.2.6.1 Ferdinand de Saussure

Alex Sobur (2015: 95-96) menjelaskan bahwa semiotik berangkat dari seorang ahli bahasa Swiss, Ferdinand de Saussure yang mengemukakan bahwa linguistik hendaknya menjadi bagian suatu ilmu pengetahuan tentang tanda yang kemudian disebutnya sebagai semiologi. Pemikiran Saussure tentang tanda ialah dengan melakukan pemilahan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Gambaran atas tanda yang terdiri atas *signifier* dan *signified* ialah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Elemen-elemen Makna Saussure



Sumber: Alex Sobur, 2015: 125

*Signifier* ialah bunyi atau coretan bermakna, sedangkan *signified* adalah konsep dari signifier. Hubungan antara keduanya disebut dengan *signification*. Oleh karena itu, *signification* berarti upaya dalam memberi makna terhadap dunia (Sobur, 2015: 125).

### 2.2.6.2 Charles Sander Peirce

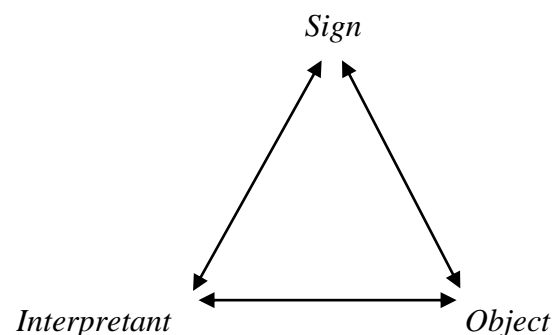
Pakar lainnya yang juga membahas tentang tanda ialah Charles Sander Peirce. Peirce adalah salah seorang filsuf Amerika yang memberikan sumbangan yang penting bagi logika dan matematika, khususnya semiotika. Teorinya dikenal dengan istilah segi tiga makna



(*triangel meaning*). Bagi Peirce, tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi yang olehnya disebut sebagai *ground*. (Sobur, 2009: 39-40).

Dalam teorinya, Peirce mengungkapkan bahwa makna terdiri atas tiga yaitu makna (*sign*), objek (*object*) dan interpretan (*interpretant*) (Sobur, 2015: 114-115). Hubungan ketiga tanda tersebut ialah sebagai berikut:

Gambar 2.2 Elemen makna Peirce



Sumber: Alex Sobur, 2015: 115

*Icon* adalah tanda yang penanda dan petanda memiliki hubungan bersamaan bentuk alamiah. Dengan kata lain, ikon merupakan hubungan antara tanda dan objek misalnya, peta. *Indeks* adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan antara tanda dan petanda yang bersifat hubungan sebab akibat (hubungan kausal). Sedangkan *simbol* adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara tanda dan penanda yang bersifat semena (*arbitrer*) dan perjanjian (*konvensi*) masyarakat (Sobur, 2009: 42).

### 2.2.6.3 Rolland Barthes

Roland Barthes adalah seorang intelektual dan kritikus sastra Prancis ternama. Ia dikenal sebagai pemikir strukturalis yang mempratikkan model linguistik dan semiologi Saussurean. Menurutnya,

bahasa adalah sebuah sistem tanda cerminan asumsi-asumsi suatu masyarakat tertentu pada waktu tertentu (Sobur, 2009: 63).

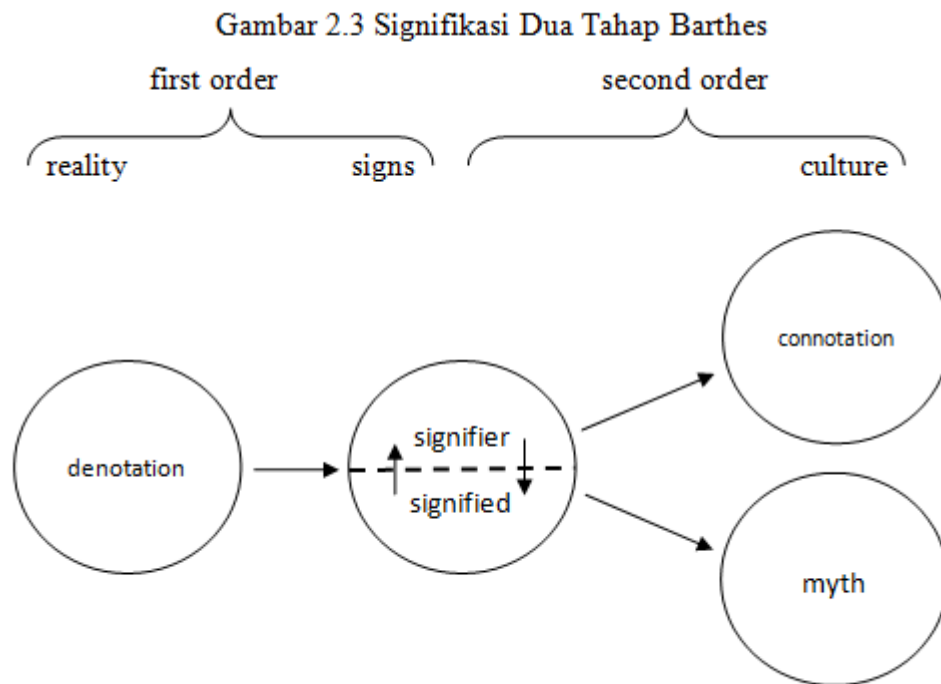
Barthes telah banyak menulis buku. Salah satunya berjudul *Sarrasine*, tentang analisis novel kecil karya Honore de Balzac. Buku tersebut ditulis sebagai upaya Barthes untuk mengeksplisitkan kode-kode narasi yang berlaku pada naskah realis. Lima kode yang ditinjau ialah kode hermeneutik (kode teka-teki), kode semik (makna konotatif), kode simbolik, kode proaretik (kode tindakan) serta kode gnomik atau kode kultural (Sobur, 2009: 63).

Syukriadi (2016: 110) menjelaskan bahwa dalam menganalisis makna dari tanda-tanda, Barthes membuat mengembangkan semiotika menjadi dua tingkat pertandaan yakni tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah petanda tingkat I yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas sehingga makna yang dihasilkan berupa makna eksplisit, langsung dan pasti. Sedangkan konotasi ialah petanda tingkat II yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang beroperasi pada makna yang tidak eksplisit dan tidak langsung. Gagasan tersebut kemudian dikenal dengan istilah signifikasi dua tahap (*two order of signification*).

Aspek lain dari penandaan Barthes ialah mitos yang terletak pada penandaan tingkat II. Oleh karena itu, setelah terbentuk sistem *signifier-signified*, tanda tersebut kemudian membentuk penanda baru yang memiliki petanda kedua dan membentuk lagi tanda baru. Dengan demikian ketika makna denotasi berkembang menjadi makna konotasi, makna konotasi tersebut berkembang menjadi mitos.

Berikut gambaran semiotika Barthes:

Gambar 2.3 Signifikasi Dua Tahap Barthes



Sumber: Sobur, 2015: 127