

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Komunikasi

2.1.1.1 Definisi Komunikasi

Dari segi etimologi, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio*, yang diambil dari kata yang memiliki makna berpartisipasi atau memberitahukan. Secara lebih rinci, dalam bahasa Latin, terdapat kata *communicatus* yang memiliki arti berbagi atau milik bersama. Alternatifnya, komunikasi dapat juga berasal dari kata *communis*, yang berarti milik bersama atau berlaku di berbagai tempat. Oleh karena itu, frasa *communis opinio* dalam bahasa Latin mengacu pada pendapat umum atau pandangan mayoritas (Liliwari, Alo. 1991:3).

Dalam istilah komunikasi, itu merupakan suatu proses pengiriman pesan kepada orang lain yang dapat diartikan dan melibatkan kelompok organisasi atau manusia, yang sering disebut sebagai Komunikasi Manusia. Dengan pandangan paradigmatis, dapat diambil kesimpulan bahwa suatu proses komunikasi adalah pengiriman pesan yang bertujuan memberitahu orang lain dengan harapan dapat mengubah sikap, pengetahuan, dan perilaku, baik melalui interaksi langsung maupun tidak langsung.

Pemahaman komunikasi menurut Harold Laswell, seperti yang dijelaskan dalam bukunya yang memperkenalkan konsep komunikasi, menyatakan bahwa

komunikasi merupakan suatu proses yang melibatkan penerangan mengenai *who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?* Analisis atas unsur-unsur ini melibatkan pertanyaan-pertanyaan tersebut untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana suatu pesan disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan dampak apa.

- a. *Who?* Merujuk pada sumber utama atau pelaku dalam proses komunikasi, yang dapat berasal dari kelompok, organisasi, atau individu.
- b. *Says?* Menyatakan bahwa dalam komunikasi terdapat pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan ini mencakup makna dan bentuk informasi yang disampaikan.
- c. *In which channel?* Menyebutkan saluran dalam media komunikasi, baik itu melalui komunikasi langsung maupun tidak langsung, melibatkan komunikator dan komunikan.
- d. *To whom?* Menekankan penerima pesan, yang dapat berupa individu, kelompok, atau organisasi yang menerima komunikasi.
- e. *With what effect?* Menyatakan bahwa komunikasi memiliki dampak atau efek, seperti perubahan, perubahan perilaku, dan peningkatan pengetahuan setelah menerima penyampaian pesan.

Kemudian definisi Hovland (1948) mengatakan bahwa "*Communication as the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbol) to modify the behavior of the other individuals (communicant)*".

Sedangkan Hick dan Gullett (1996 : 322) mengemukakan : "*Communication is the*

transfer and under standing from one person to another”. Secara umum, komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi dalam diri seseorang atau antara dua orang atau lebih, dengan tujuan tertentu.

Definisi ini mencakup beberapa konsep inti, yakni bahwa komunikasi melibatkan empat langkah utama: pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan. Setiap pelaku komunikasi secara berurutan melakukan keempat tindakan tersebut. Langkah pertama adalah pembentukan pesan, yang melibatkan penciptaan ide atau gagasan dalam benak seseorang melalui proses kerja sistem syaraf. Pesan yang terbentuk tersebut kemudian disampaikan kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pesan yang diterima oleh penerima selanjutnya diolah melalui sistem syaraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan dapat menimbulkan tanggapan atau reaksi dari penerima, yang kemudian kembali melakukan langkah-langkah membentuk dan menyampaikan pesan baru.

Pesan, sebagai produk utama komunikasi, dapat berupa lambang-lambang yang menyampaikan ide, sikap, perasaan, praktik, atau tindakan. Pesan dapat berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar, angka, benda, gerak, atau berbagai bentuk tanda-tanda lainnya. Komunikasi dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, di antara beberapa orang, atau melibatkan banyak orang. Lebih lanjut, komunikasi selalu memiliki tujuan tertentu, yang berarti bahwa setiap tindakan komunikasi dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya.

Tujuan dari komunikasi dapat dirasakan baik oleh individu maupun

organisasi sebagai alat kontrol dalam menyampaikan pesan. Dalam fungsi kontrolnya, komunikasi bertujuan memberikan informasi atau pesan yang dapat dipatuhi, atau sebagai ungkapan perasaan di dalam diri individu yang ingin diungkapkan kepada orang lain. Bentuk penyampaian dan pengungkapan komunikasi dapat muncul dalam berbagai bentuk, termasuk ekspresi emosi seperti kegembiraan, kemarahan, kecewa, dan rasa senang. Selain itu, komunikasi juga memiliki potensi untuk membangkitkan motivasi yang dapat mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan (Priansai, 2017:1).

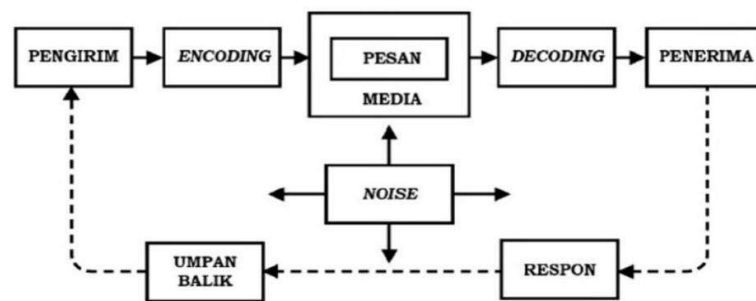
2.1.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi merujuk pada serangkaian langkah atau tahapan yang terjadi ketika pesan atau informasi disampaikan dari pengirim kepada penerima. Tahapan ini melibatkan berbagai elemen yang bekerja bersama untuk memudahkan pemahaman dan pertukaran pesan.

Berikut adalah beberapa pendekatan dari para ahli mengenai proses komunikasi:

1. Model Shannon-Weaver, yang dikembangkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1948, melibatkan elemen-elemen seperti sumber informasi, pengirim, saluran, penerima, dan tujuan. Komunikasi dalam model ini dianggap sebagai proses pengiriman pesan dari pengirim ke penerima melalui saluran, dengan potensi kebisingan.
2. Model David Berlo pada tahun 1960-an menitikberatkan pada faktor-faktor seperti sumber, pesan, saluran, penerima, dan efek. Berlo menggambarkan komunikasi sebagai pertukaran pesan yang melibatkan tahap-tahap seperti pengkodean, transmisi, dekoding, dan umpan balik.

3. Model Schramm, yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm, menekankan aspek sirkular dan timbal balik komunikasi. Schramm melihat komunikasi sebagai proses berkelanjutan yang melibatkan tindakan balasan dari penerima kembali ke pengirim. Dengan demikian, model ini menggambarkan hubungan yang dinamis antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.



Gambar 2.1 Proses Komunikasi

1. Pengirim, yang bisa berupa individu, kelompok, perusahaan, atau organisasi, bertugas mengirim atau menyampaikan ide, serangkaian ide, atau proposisi kepada pihak lain.
2. Encoding, yang merupakan proses pengkodean pesan dalam bentuk simbolis untuk mencapai tujuan komunikasi.
3. Pesan, merepresentasikan simbolis pikiran atau ide dari pengirim atau sumber.
4. Media berfungsi sebagai saluran atau sarana untuk menyampaikan pesan.
5. Decoding adalah pemaknaan pesan yang diterima, yang melibatkan interpretasi dari pesan sebenarnya dan pengaruh media.
6. Penerima, baik individu maupun organisasi, adalah tujuan pengirim untuk berbagi pemikiran, ide, dan sebagainya.

7. Noise (kebisingan) merupakan gangguan atau impedansi, seperti sinyal radio, yang dapat menyebabkan distorsi pesan pada berbagai tahap dalam proses komunikasi pemasaran. Faktor-faktor yang dapat mengganggu transmisi atau penerimaan pesan, seperti gangguan fisik atau hambatan psikologis.

8. Umpan Balik (Feedback):

Respon atau tanggapan dari penerima yang mengindikasikan sejauh mana pesan telah dipahami atau diterima dengan benar. Jika penerima tidak dapat memahami atau menafsirkan pesan sesuai dengan maksud pengirim, komunikasi dapat terputus atau rusak. Terputusnya pesan juga bisa terjadi jika penerima tidak sesuai dengan target pengirim, atau jika penerima memahami pesan tetapi memilih untuk mengabaikan atau melupakannya.

2.1.1.3 Jenis Komunikasi

1. Komunikasi Verbal

Pesan dapat dikomunikasikan antara penerima dan pengirim melalui bentuk lisan dalam berbagai situasi. Seringkali, interaksi semacam itu terjadi secara langsung, seperti tatap muka, atau melalui berbagai media seperti telepon, platform media sosial, atau media lainnya. Dalam konteks komunikasi ini, terdapat penggunaan simbol atau pesan verbal, yang dapat terdiri dari satu kata atau lebih. Bahasa diartikan sebagai suatu sistem kode verbal yang berupa kumpulan simbol, diatur oleh aturan tertentu untuk kombinasi simbol-simbol

tersebut, sehingga dapat dipahami dan digunakan oleh masyarakat.

Cansandra L. Book mengemukakan bahwa dalam proses komunikasi perlu memenuhi tiga fungsi, di antaranya:

1. Bahasa yang dipelajari seharusnya menarik perhatian.
2. Bahasa mampu memengaruhi interaksi sosial dan kepuasan, dengan bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan dan orang di sekitar.
3. Untuk menciptakan kehidupan yang baik, kita harus mengenali diri sendiri.

Ada beberapa elemen dalam komunikasi verbal, seperti:

1. Bahasa
2. Pemakaian bahasa harus memiliki arti dan dapat diaplikasikan baik dalam wujud lisan maupun tulisan di lingkungan media elektronik. Bahasa melibatkan keterlibatan antar individu
3. Kata
4. Kata-kata membawa arti khusus yang mencerminkan suatu objek atau kondisi secara langsung. Komunikasi verbal mencakup berbicara dan menulis. Berbicara mencakup situasi verbal-vokal seperti presentasi, pertemuan, dan kegiatan organisasi. Menulis melibatkan komunikasi menggunakan kata-kata, seperti melalui email, telegram, dan WhatsApp.
5. Mendengarkan dan membaca

Karakteristik komunikasi verbal meliputi:

- Ringkas dan jelas.
- Mudah dipahami.
- Intonasi suara.

- Memiliki makna konotatif.

2. Komunikasi Nonverbal

Blake dan Haroldsen mengungkapkan bahwa dalam proses penyampaian informasi dan pesan, unsur-unsur tersebut mencakup ekspresi wajah, gerakan tubuh, priahasa, sentuhan, dan penampilan berpakaian. Dalam mentransmisikan informasi, komunikasi ini tidak hanya bergantung pada suara, tetapi juga melibatkan gerakan tubuh atau yang saat ini lebih dikenal sebagai bahasa isyarat. Benda-benda seperti gaya rambut, gestur tangan, dan pilihan pakaian sering digunakan. Komunikasi nonverbal adalah pertukaran pesan yang tidak melibatkan suara, tetapi menggunakan bahasa tubuh, termasuk kontak mata dan elemen-elemen lainnya dalam pendekatan komunikasi.

2.1.1.4 Starategi Komunikasi

Strategi melibatkan penggabungan perencanaan dan manajemen dalam proses komunikasi dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Fungsi strategi tidak hanya sebagai panduan untuk memberikan arahan, tetapi juga harus mampu menetapkan taktik operasional yang efektif. Penerapan strategi dalam suatu organisasi atau kelompok melibatkan langkah-langkah pemantauan dan evaluasi yang berkelanjutan terhadap perkembangan dan pencapaian yang telah terjadi. Dalam beberapa situasi, strategi yang telah dirancang dapat direvisi dan disesuaikan dengan perubahan lingkungan dan tujuan yang baru (Zamzami, 2021).

Menurut Liliweri dalam (Sultan, 2015), tujuan dari strategi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

4. Memberitahu (announcing): Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah untuk menyampaikan informasi tentang kapasitas dan kualitas secara efektif. Oleh karena itu, informasi yang dipromosikan sebaiknya berkaitan dengan inti atau informasi utama yang sangat signifikan.
5. Memotivasi (motivating): Penting untuk memastikan bahwa penyebaran informasi mampu memotivasi masyarakat agar peduli terhadap isu yang disampaikan.
6. Mendidik (educating): Perlu dilakukan usaha untuk menyebarkan pemahaman kepada masyarakat mengenai dampak negatif yang ditimbulkan.
7. Penyebaran Informasi (informing): Tujuan dari strategi komunikasi adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat atau audiens yang dituju. Keberhasilan dari strategi ini tergantung pada kejelasan dan ketepatan informasi yang diungkapkan.
8. Mendukung Pembuat Keputusan (supporting decision making): Dalam proses pengambilan keputusan, informasi yang telah dikumpulkan akan diatur, dianalisis, dan disusun sedemikian rupa sehingga menjadi informasi utama yang berhubungan bagi orang yang mengambil keputusan.

2.1.2 Komunikasi Nonverbal

2.1.2.1 Definisi Komunikasi Nonverbal.

Komunikasi nonverbal adalah aspek penting dari komunikasi manusia yang melibatkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, bahasa tubuh, dan suara tanpa kata-kata yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Menurut Albert

Mehrabian, komunikasi nonverbal dapat memiliki dampak lebih besar daripada kata-kata dalam menyampaikan perasaan dan pemahaman. Komunikasi nonverbal melibatkan penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, tulisan, atau ucapannya, melainkan lebih terfokus pada isyarat, gerakan tubuh, simbol, atau lambang-lambang yang mencerminkan inti dari pesan yang disampaikan. Arni Muhammad (2002:130) mendefinisikan komunikasi nonverbal sebagai proses pembentukan dan pertukaran pesan tanpa menggunakan kata-kata, melainkan hanya menggunakan bahasa isyarat seperti gerakan tubuh, perilaku tubuh, vokal yang tidak terwujud dalam kata-kata, tatapan mata, mimik, kedekatan jarak, sentuhan, dan sebagainya (Suranto, 2010:146). Malandro dan Baker, di sisi lain, mengemukakan bahwa komunikasi nonverbal adalah cara di mana individu atau kelompok menyampaikan isyarat-isyarat nonverbal, yang berpotensi memunculkan makna dalam pikiran setiap orang atau kelompok. (Daryanto,2010:105)Jalaludin Rakhmat dengan buku Psikologi Komunikasi menguraikan pesan nonverbal terdiri dari :

1. Pesan kinesik. Menggunakan gerakan tubuh dalam menyampaikan pesan nonverbal yang terdiri dari tiga komponen pokok; pesan fasial, pesan gestural dan pesan postural. Pesan fasial dalam menyampaikan penjelasan tertentu menggunakan raut wajah.
2. Pesan artifaktual dinyatakan lewat melalui bentuk tubuh, busana dan make-up. Meskipun bentuk tubuh relatif menetap, individu akan berperilaku dan berinteraksi dengan orang lain sesuai dengan pikirannya mengenai tubuhnya (body image).

3. Pesan paralinguistik yakni berinteraksi dengan jalan memberikan pesan nonverbal agar komunikasi verbal lengkap. Suatu pesan verbal dapat berubah makna bila diucapkan secara berbeda

Bentuk komunikasi Nonverbal diantaranya :

- a. Sentuhan:

Sentuhan adalah bentuk komunikasi nonverbal yang melibatkan sentuhan fisik antara individu, seperti jabatan tangan, pelukan, sapuan punggung, atau kontak lembut lainnya. Pesan-pesan yang dapat disampaikan melalui sentuhan mencakup keintiman, dukungan, atau bahkan kekuatan sosial.

- b. Gerakan Tubuh:

Gerakan tubuh melibatkan segala tindakan fisik dan perubahan posisi tubuh yang dapat menyampaikan pesan tanpa menggunakan kata-kata. Termasuk di dalamnya adalah gestur tangan, postur tubuh, dan ekspresi wajah. Gerakan tubuh dapat mengungkapkan emosi, menyampaikan minat, atau menggambarkan kondisi pikiran seseorang.

- c. Vokalik:

Vokalik melibatkan unsur-unsur vokal dalam komunikasi, seperti nada suara, intonasi, dan kecepatan bicara. Ungkapan vokal dapat mengkomunikasikan emosi, tingkat kepercayaan diri, atau memberikan nuansa terhadap pesan yang disampaikan.

- d. Kronemik:

Kronemik adalah studi tentang penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Ini mencakup cara individu mengelola waktu, seperti kecepatan

bicara, penanganan waktu tunggu, atau pola waktu dalam interaksi. Penggunaan waktu dapat mengirimkan pesan terkait urgensi, kepentingan, atau bahkan rasa hormat.

Setiap bentuk komunikasi nonverbal ini memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan memahami interaksi interpersonal. Sentuhan mengaktifkan dimensi keintiman, gerakan tubuh memberikan ekspresi, vokalik menambah nuansa emosional, dan kronemik memberikan konteks waktu yang krusial dalam komunikasi sehari-hari. Pemahaman yang baik tentang bentuk-bentuk ini dapat meningkatkan keterampilan komunikasi dan memperkaya hubungan interpersonal.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Pesan nonverbal memiliki berbagai fungsi dalam komunikasi manusia. Ini adalah cara kita berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata lisan atau tulisan, dan dapat membantu dalam menyampaikan berbagai pesan dan makna. Berikut adalah beberapa fungsi penting dari pesan nonverbal:

1. Ekspresi Emosi: Salah satu fungsi utama pesan nonverbal adalah menyampaikan emosi dan perasaan kita. Ekspresi wajah, seperti senyum atau ketegangan pada alis, dapat dengan cepat mengkomunikasikan apakah seseorang bahagia, marah, sedih, atau takut.
2. Menyampaikan Informasi Tambahan: Pesan nonverbal dapat memberikan informasi tambahan yang mendukung pesan verbal. Misalnya, mengangguk kepala saat berbicara dengan seseorang dapat menunjukkan persetujuan atau

pemahaman, sementara menggelengkan kepala dapat menunjukkan ketidaksetujuan atau ketidakpahaman.

3. Meningkatkan Kepahaman: Pesan nonverbal dapat membantu dalam memperjelas atau menguatkan pesan verbal. Ketika seseorang menjelaskan sesuatu dengan bahasa tubuh yang sesuai, hal itu dapat membuat pesan lebih mudah dipahami.
4. Regulasi Percakapan: Pesan nonverbal dapat digunakan untuk mengatur percakapan. Misalnya, melambaikan tangan untuk menunjukkan bahwa giliran berbicara adalah kita atau mengangkat jari telunjuk untuk meminta izin berbicara.
5. Menggambarkan Kepribadian: Bahasa tubuh dan gaya berbicara seseorang dapat mencerminkan kepribadian mereka. Seseorang yang tenang dan terbuka dalam berbicara mungkin memberikan kesan sebagai individu yang percaya diri dan ramah.
6. Mengontrol Interaksi Sosial: Pesan nonverbal dapat digunakan untuk mengontrol interaksi sosial. Misalnya, melihat ke samping atau mengalihkan pandangan dapat menunjukkan ketidaknyamanan atau keinginan untuk mengakhiri percakapan.
7. Mengungkap Ketidakjujuran: Terkadang, pesan nonverbal dapat mengungkapkan ketidakjujuran atau ketidakpercayaan. Gerakan tubuh yang tidak konsisten dengan kata-kata yang diucapkan dapat menjadi indikasi bahwa seseorang mungkin tidak berkata jujur.

8. Memengaruhi Orang Lain: Pesan nonverbal dapat digunakan untuk memengaruhi orang lain. Misalnya, pandangan mata yang tajam atau sikap tubuh yang tegas dapat digunakan untuk mempertegas pesan atau mengintimidasi orang lain.
9. Kontrol Diri: Pesan nonverbal dapat digunakan untuk mengontrol diri dan emosi. Mengambil napas dalam-dalam atau mengatur ekspresi wajah dapat membantu seseorang dalam menjaga ketenangan dalam situasi yang menegangkan.
10. Menunjukkan Kehormatan dan Etika: Dalam beberapa budaya, pesan nonverbal digunakan untuk menunjukkan kehormatan dan etika. Misalnya, memberikan salam atau memberi pandangan mata adalah tanda penghargaan dan hormat dalam beberapa budaya.

Pesan nonverbal memiliki peran yang sangat penting dalam komunikasi sehari-hari dan dapat memberikan informasi tambahan yang berharga untuk pemahaman pesan yang disampaikan dalam interaksi manusia.

2.1.2.3 Peran Komunikasi Nonverbal

Dalam konteks bisnis, komunikasi nonverbal memainkan peran yang signifikan dalam membangun hubungan dengan pelanggan, klien, rekan kerja, dan pemangku kepentingan lainnya. Komunikasi nonverbal yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan, memperkuat citra perusahaan, dan memengaruhi keputusan pembelian. Komunikasi nonverbal dalam bisnis perbankan adalah elemen penting dalam membangun hubungan yang baik dengan nasabah, memastikan layanan yang berkualitas, dan memperkuat citra bank. Dalam konteks

perbankan, komunikasi nonverbal melibatkan berbagai aspek, termasuk ekspresi wajah, bahasa tubuh, gerakan tangan, kontak mata, dan suara yang tidak menggunakan kata-kata. Berikut adalah beberapa aspek penting dari komunikasi nonverbal dalam bisnis perbankan:

1. Ekspresi Wajah: Ekspresi wajah karyawan perbankan, seperti senyum, ketegangan, atau raut muka, dapat memberikan kesan pertama yang kuat kepada nasabah. Senyum yang ramah dapat menciptakan suasana yang positif dan menyambut, sementara ekspresi wajah yang tidak bersahabat dapat memengaruhi persepsi nasabah terhadap pelayanan.
2. Kontak Mata: Kontak mata adalah alat penting dalam komunikasi nonverbal. Memberikan kontak mata yang tulus dapat menunjukkan perhatian, kejujuran, dan rasa hormat terhadap nasabah. Ini adalah cara efektif untuk menunjukkan bahwa nasabah sedang didengarkan dengan serius.
3. Bahasa Tubuh: Gerakan tubuh, seperti sikap, gerakan tangan, dan postur tubuh, dapat memberikan pesan tambahan dalam komunikasi. Sebagai contoh, sikap terbuka dan berdiri tegak dapat menunjukkan kepercayaan diri, sementara sikap tertutup atau gelisah dapat memengaruhi persepsi.
4. Gestur dan Isyarat: Gestur tangan, seperti mengangkat tangan untuk menyapa atau memberikan tanda "silakan duduk," dapat membantu dalam menjalin interaksi yang baik dengan nasabah. Gestur ini sering digunakan untuk memfasilitasi komunikasi dan memberikan arahan.
5. Intonasi dan Suara: Meskipun komunikasi nonverbal umumnya tidak termasuk intonasi dan suara, cara seseorang mengucapkan kata-kata dapat memengaruhi

pesan yang disampaikan. Suara yang tenang dan penuh keyakinan dapat menciptakan kesan yang positif, sementara suara yang terlalu keras atau tidak jelas dapat mengganggu komunikasi.

6. **Pakaian dan Penampilan:** Penampilan fisik, termasuk pakaian dan grooming, dapat memberikan kesan pertama yang kuat kepada nasabah. Frontliner yang rapi dan profesional akan lebih dihormati daripada yang terlihat tidak teratur.
7. **Penggunaan Ruang dan Lingkungan:** Tata letak kantor bank, pencahayaan, dan dekorasi juga dapat memengaruhi komunikasi nonverbal. Lingkungan yang bersih, rapi, dan profesional dapat menciptakan kesan yang positif.
8. **Penggunaan Teknologi:** Dalam era digital, komunikasi nonverbal juga dapat dilakukan melalui teknologi. Misalnya, penggunaan emoji atau emotikon dalam email atau pesan teks dapat memberikan nuansa emosional tambahan dalam komunikasi bisnis.

Komunikasi nonverbal yang efektif dalam bisnis perbankan dapat membantu menciptakan hubungan yang positif antara bank dan nasabah, meningkatkan kepercayaan, dan memastikan bahwa nasabah merasa didengar dan dihargai. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan karyawan di bidang komunikasi nonverbal dapat menjadi investasi yang berharga bagi institusi perbankan.

2.1.2.4 Dampak Komunikasi Nonverbal Positif dan Negatif

Teori komunikasi nonverbal memungkinkan kita untuk lebih memahami peran penting ekspresi dan tindakan nonverbal dalam komunikasi manusia. Terdapat dampak positif dan negatif dari teori ini dalam berbagai konteks,

tergantung pada bagaimana mereka digunakan dan diinterpretasikan. Berikut adalah beberapa dampak positif dan negatif dari teori komunikasi nonverbal:

1. Dampak Positif

- a. **Pemahaman yang Lebih Baik:** Teori komunikasi nonverbal membantu kita memahami bahwa komunikasi tidak hanya terjadi melalui kata-kata. Ini memungkinkan kita untuk membaca dan menginterpretasikan pesan nonverbal dengan lebih baik, sehingga kita dapat lebih mendalam memahami apa yang dikomunikasikan oleh orang lain.
- b. **Pengenalan Emosi:** Teori ini memungkinkan kita untuk mengenali ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan nada suara yang menunjukkan emosi. Ini dapat berguna dalam memahami perasaan dan perasaan orang lain, sehingga kita dapat merespons dengan lebih tepat.
- c. **Kesadaran Diri:** Belajar tentang komunikasi nonverbal juga membantu seseorang untuk menjadi lebih sadar akan ekspresi dan bahasa tubuh mereka sendiri. Hal ini dapat membantu dalam meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal.
- d. **Peningkatan Komunikasi Antarbudaya:** Dalam konteks antarbudaya, pemahaman tentang komunikasi nonverbal dapat mengurangi kesalahpahaman dan konflik. Ini memungkinkan individu untuk lebih memahami norma dan budaya komunikasi orang-orang dari latar belakang yang berbeda.

2. Dampak Negatif:

- a. **Manipulasi dan Penipuan:** Seseorang yang memahami teori komunikasi nonverbal dengan baik juga dapat menggunakannya untuk memanipulasi atau

menipu orang lain. Misalnya, seseorang dapat menyembunyikan emosinya dengan ekspresi wajah yang palsu.

- b. Kesalahan Interpretasi: Terkadang, tanda-tanda nonverbal dapat diinterpretasikan dengan salah. Misalnya, seseorang dapat salah mengartikan ekspresi wajah seseorang sebagai marah ketika sebenarnya mereka hanya lelah atau kesal.
- c. Kekurangan Informasi: Dalam beberapa situasi, komunikasi nonverbal mungkin tidak memberikan informasi yang cukup atau jelas. Ini dapat menyebabkan ketidakpahaman atau ketidakpastian dalam komunikasi.

2.1.3 Efektifitas Komunikasi

2.1.3.1 Pengertian Efektifitas Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI: kbbi.web.id) Efektivitas yaitu berawal dari kata “efektif” yang artinya “ada efeknya”, ada akibatnya, pengaruhnya, dan kesannya. (B W.J.S Poerwadarminta: 2007). Efektivitas komunikasi mengacu pada sejauh mana pesan yang disampaikan oleh pengirim berhasil dipahami dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan dengan baik. Ini melibatkan kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas, tepat waktu, dan dengan cara yang dapat dipahami oleh penerima pesan. Efektivitas komunikasi juga berkaitan dengan respons atau tindakan yang dihasilkan oleh pesan tersebut.

Pentingnya efektivitas komunikasi tidak hanya terbatas pada konteks bisnis atau organisasi, tetapi juga berlaku dalam kehidupan sehari-hari, dalam hubungan interpersonal, dalam pendidikan, dan dalam berbagai situasi lainnya.

Komunikasi yang efektif adalah keterampilan kunci yang memungkinkan individu dan organisasi untuk mencapai tujuan mereka, membangun hubungan yang kuat, dan memfasilitasi pemahaman yang baik antara pihak-pihak yang terlibat. Efektivitas komunikasi dalam konteks komunikasi nonverbal di perbankan merujuk pada kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas, memahami pesan dari orang lain, dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan tanpa menggunakan kata-kata atau tulisan. Dalam konteks perbankan, efektivitas komunikasi nonverbal adalah kunci untuk membangun hubungan yang positif dengan nasabah, memastikan kepuasan nasabah, dan memperkuat citra bank. Berikut adalah beberapa aspek penting dari efektivitas komunikasi nonverbal di perbankan: beberapa aspek penting dari efektivitas komunikasi nonverbal di perbankan:

1. **Kepahaman Pesan:** Efektivitas komunikasi nonverbal mencakup kemampuan untuk memahami pesan yang disampaikan oleh nasabah dan karyawan bank melalui ekspresi wajah, bahasa tubuh, atau isyarat nonverbal lainnya. Ini mencakup kemampuan untuk membaca emosi dan kebutuhan nasabah dengan tepat.
2. **Keselarasan dengan Pesan Verbal:** Pesan nonverbal harus selaras dengan pesan verbal yang disampaikan. Misalnya, jika seorang teller mengucapkan salam sambil berlenggak-lenggok atau berkerut dahi, itu dapat mengirimkan pesan yang bercampur-baur dan membingungkan kepada nasabah.

3. **Pembangunan Hubungan Positif:** Komunikasi nonverbal yang efektif dapat membantu dalam membangun hubungan positif dengan nasabah. Ini mencakup senyuman tulus, kontak mata yang tepat, dan bahasa tubuh yang ramah.
4. **Kepuasan Nasabah:** Efektivitas komunikasi nonverbal juga berkontribusi pada kepuasan nasabah. Nasabah yang merasa diperlakukan dengan sopan dan ramah melalui komunikasi nonverbal yang baik cenderung lebih puas dengan layanan perbankan.
5. **Kepentingan Bank:** Bank juga memiliki kepentingan dalam komunikasi nonverbal yang efektif. Citra bank dapat diperkuat melalui komunikasi nonverbal yang profesional dan ramah, yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan menjaga loyalitas nasabah.
6. **Pengelolaan Situasi Konflik:** Dalam beberapa kasus, komunikasi nonverbal dapat membantu dalam pengelolaan situasi konflik. Frontliner yang mampu mengendalikan ekspresi emosi dan tetap tenang melalui bahasa tubuh yang tepat dapat membantu menyelesaikan masalah dengan lebih baik.
7. **Perbedaan Budaya:** Efektivitas komunikasi nonverbal juga melibatkan pemahaman tentang perbedaan budaya dalam penggunaan isyarat nonverbal. Apa yang dianggap sopan dan efektif dalam satu budaya mungkin berbeda dengan budaya lain, dan hal ini harus diperhatikan dalam komunikasi internasional.

Dalam rangka membangun komunikasi efektif dalam perbankan, komunikasi nonverbal yang tepat dan profesional sangat penting. Ini dapat memengaruhi citra bank, loyalitas nasabah, dan kualitas layanan yang diberikan.

Oleh karena itu, pelatihan dan pemahaman yang baik tentang komunikasi nonverbal sangat diperlukan dalam industri perbankan.

2.1.4 Froneliner dalam Perbankan

Frontliner, seperti teller dan customer service, adalah karyawan perbankan yang berinteraksi langsung dengan nasabah. Mereka adalah wajah bank di mata nasabah dan memiliki peran kunci dalam memastikan layanan pelanggan yang baik. Oleh karena itu, kemampuan mereka dalam berkomunikasi nonverbal yang efektif sangat penting. Menurut Philip Kotler, seorang pakar pemasaran terkenal, menggarisbawahi pentingnya pelayanan pelanggan dalam perbankan. Menurutnya, frontliner adalah ujung tombak pelayanan pelanggan yang berperan dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah. Mereka memiliki peran kunci dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Menurut Berry, Parasuraman, dan Zeithaml: Para peneliti pelayanan pelanggan seperti Leonard Berry, A. Parasuraman, dan Valarie Zeithaml telah mengembangkan model "SERVQUAL" yang mengukur kualitas layanan. Salah satu dimensi dalam model ini adalah "Tangibles," yang mencakup aspek fisik dari pelayanan, termasuk interaksi dengan frontliner. Mereka berpendapat bahwa citra fisik frontliner, seperti penampilan dan perilaku, dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Frontliner dalam perbankan merujuk pada karyawan bank yang berinteraksi langsung dengan nasabah atau pelanggan. Mereka adalah ujung tombak bank dalam menjalankan operasional sehari-hari dan berfungsi sebagai wajah bank di mata nasabah.

Frontliner memiliki peran penting dalam memberikan layanan kepada

nasabah, menjawab pertanyaan mereka, memproses transaksi perbankan, dan menjalankan berbagai tugas lain yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan. Berikut beberapa peran dan tanggung jawab utama frontliner dalam perbankan:

1. Melayani Nasabah: Frontliner bertugas melayani nasabah yang datang ke cabang bank. Mereka menyambut nasabah dengan ramah, menjawab pertanyaan mereka, dan memberikan bantuan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan, seperti penarikan uang, setoran, pembukaan rekening, dan lain sebagainya.
2. Memberikan Informasi Produk dan Layanan: Mereka menjelaskan produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah. Frontliner memberikan informasi tentang berbagai jenis rekening, pinjaman, kartu kredit, investasi, dan produk keuangan lainnya yang mungkin sesuai dengan kebutuhan nasabah.
3. Penjualan Produk: Selain memberikan informasi, frontliner juga memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan produk dan layanan bank kepada nasabah. Mereka dapat mencoba menjual produk seperti kartu kredit, asuransi, atau produk investasi kepada nasabah yang berpotensi tertarik.
4. Menangani Keluhan dan Masalah: Jika nasabah memiliki keluhan atau masalah terkait layanan atau transaksi, frontliner harus dapat menangani mereka dengan baik. Mereka bertanggung jawab untuk mengatasi masalah tersebut seefektif mungkin dan memastikan kepuasan nasabah.
5. Keamanan dan Kepatuhan: Frontliner juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan keamanan transaksi perbankan dan mematuhi semua peraturan

dan kebijakan yang berlaku. Mereka dapat melakukan verifikasi identitas nasabah, mengawasi kegiatan yang mencurigakan, dan memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan benar.

6. Pelaporan dan Administrasi: Frontliner juga harus menjalankan tugas administratif, seperti mencatat transaksi, menyimpan dokumen, dan melakukan pelaporan yang diperlukan kepada pihak bank atau regulator.
7. Pengembangan Hubungan: Frontliner dapat memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dengan memberikan layanan yang baik dan ramah, mereka dapat membantu mempertahankan nasabah yang puas dan mempromosikan loyalitas pelanggan.
8. Pengembangan Keterampilan: Karena peran frontliner melibatkan banyak interaksi dengan nasabah, mereka sering kali diberikan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan komunikasi, pengetahuan produk, dan keterampilan penyelesaian masalah.

Frontliner dalam perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan bahwa nasabah menerima layanan yang baik dan memenuhi kebutuhan mereka. Mereka juga berperan dalam mempromosikan produk dan layanan bank, yang berkontribusi pada kesuksesan bank itu sendiri. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi, keterampilan pelayanan pelanggan, dan pengetahuan produk yang baik adalah atribut penting yang dimiliki oleh frontliner.

2.1.5 Teori Interaksi Simbolik

Definisi teori interaksi simbolik sendiri adalah teori yang memiliki asumsi bahwa manusia membentuk makna melalui proses komunikasi. Karakteristik dasar teori ini, yaitu adanya suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu. Fokus utama dari teori interaksi simbolik ialah mengenai pentingnya konsep diri dan persepsi yang dimiliki individu berdasarkan interaksi dengan individu lain. Interaksi simbolik dilakukan dengan menggunakan bahasa sebagai salah satu simbol yang terpenting dan isyarat (decoding). Teori Interaksi Simbolik juga berfokus pada perilaku peran, interaksi antarindividu, serta tindakan-tindakan dan komunikasi yang dapat diamati. Interaksi Simbolik berinduk pada perspektif fenomenologis.

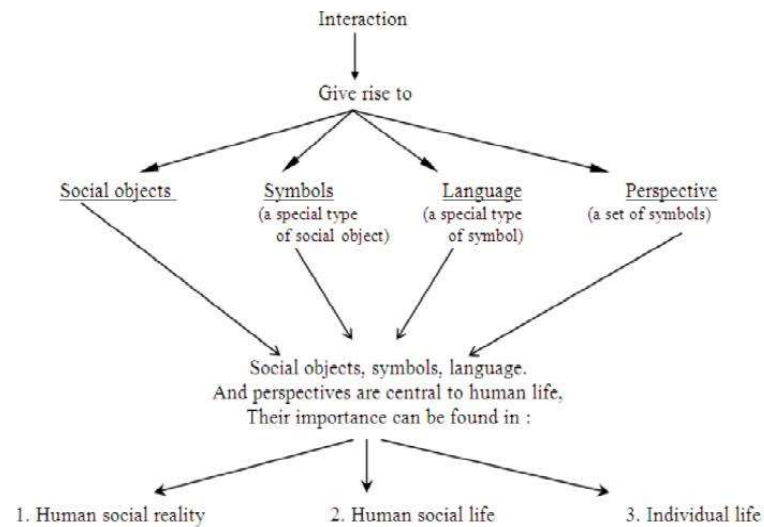
Asal-usul pengembangan teori interaksi simbolik dapat ditelusuri dari dua aliran utama. Pertama, ada mazhab Chicago yang diperkenalkan oleh Herbert Blumer pada tahun 1962, yang melanjutkan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh George Herbert Mead (1863-1931). Blumer berpandangan bahwa studi mengenai manusia tidak dapat dilakukan dengan pendekatan yang sama seperti penelitian terhadap objek mati. Menurutnya, peneliti harus memiliki empati terhadap subjek yang diteliti, terlibat langsung dalam pengalaman mereka, dan berusaha memahami nilai-nilai yang mereka miliki. Pendekatan Blumer menghindari pendekatan kuantitatif dan statistik, lebih memilih metode ilmiah seperti riwayat hidup, otobiografi, studi kasus, buku harian, surat, dan wawancara non-direktif. Pentingnya pengamatan langsung oleh peneliti menjadi

fokus utama. Lebih lanjut, tradisi Chicago melihat manusia sebagai makhluk kreatif dan inovatif yang berada dalam situasi yang tidak dapat diprediksi. Masyarakat dan diri dianggap sebagai proses yang terus bergerak, bukan sebagai struktur yang membekukan proses atau menghilangkan esensi dari hubungan sosial.

Interaksi simbolik, sebagai konsep dalam komunikasi dan sosiologi, telah berkembang menjadi istilah interdisipliner. Objek materialnya tetap sama, yaitu manusia, dan perilaku manusia. Dalam konteks ini, interaksi adalah istilah yang terkait dengan sosiologi, sementara simbolik adalah konsep yang berhubungan dengan komunikologi atau ilmu komunikasi. Perkembangan sosiologi, terutama dalam bidang psikologi sosial, banyak dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolik, terutama dari aliran Chicago. Perkembangan ini sejauh ini telah menjadi inti dari studi sosiologi di Amerika, yang mencerminkan penyerapan akar sosiologi yang berkembang luas di Eropa. Berdasarkan dasar kehidupan kelompok manusia atau masyarakat, para ahli Interaksi Simbolik menyoroti "komunikasi," atau lebih khusus lagi, "simbol-simbol," sebagai kunci untuk memahami kehidupan manusia. Dalam pandangan Interaksi Simbolik, interaksi antarmanusia melibatkan proses di mana manusia saling menerjemahkan dan mendefinisikan tindakan mereka, baik dalam interaksi dengan orang lain maupun dengan diri sendiri. Proses ini melibatkan penggunaan simbol-simbol bahasa, norma-norma sosial, agama, dan pandangan-pandangan yang membentuk dasar interaksi sosial..

Menurut Joel Charon proses Interaksi Simbolik yang terbentuk dalam

suatu masyarakat bisa dilihat pada gambar di bawah ini :



Sumber: Charon, 1979:61

Gambar 2.2 Proses Interaksi Dalam Masyarakat Joel Charon

Dalam gambar tersebut terlihat bahwa pola interaksi terbentuk secara simbolik, mencakup bahasa, objek sosial, lambang-lambang, dan berbagai pandangan. Herbert Blumer, sebagaimana diuraikan oleh Veeger (1993:224-227), mengembangkan konsep dasar dalam interaksi simbolik menjadi lima elemen utama. :

1. Pertama, konsep diri (self) menyatakan bahwa manusia bukan hanya organisme yang merespon stimulus dari luar atau dalam, tetapi "organisme yang sadar akan dirinya". Manusia memiliki kemampuan untuk memandangi dirinya sebagai objek pikirannya dan berinteraksi dengan diri sendiri.

2. Kedua, konsep perbuatan (action) mengemukakan bahwa perbuatan manusia dibentuk dalam dan melalui interaksi dengan diri sendiri. Perbuatan manusia berbeda dari gerakan makhluk selain manusia karena manusia merasa memiliki kendali atas kehidupannya, merancang perbuatannya, dan melibatkan konstruksi lebih dari sekadar reaksi biologis.
3. Ketiga, konsep objek (object) menyajikan pandangan bahwa manusia hidup di tengah-tengah objek, yang bisa berupa benda fisik, khayalan, kebendaan abstrak, atau konsep filosofis. Pentingnya objek tidak ditentukan oleh karakteristik intrinsiknya, melainkan oleh minat individu dan makna yang diberikan oleh manusia kepada objek-objek tersebut.
4. Keempat, konsep interaksi sosial (social interaction) menggambarkan bahwa interaksi melibatkan pemindahan diri secara mental ke dalam posisi orang lain. Ini memungkinkan manusia untuk memahami maksud tindakan orang lain, dengan interaksi dan komunikasi terjadi melalui simbol-simbol yang harus dipahami dan dimengerti maknanya.
5. Kelima, konsep tindakan bersama (joint action) mencerminkan aksi kolektif yang muncul dari perbuatan individu yang kemudian disesuaikan satu sama lain. Inti dari konsep ini adalah penyerasian dan peleburan banyaknya makna, tujuan, pikiran, dan sikap, yang membutuhkan waktu untuk mencapai keserasian dan peleburan.

Oleh karena itu, interaksi sosial memerlukan waktu untuk mencapai keserasian dan peleburan, dan keterkaitan yang erat antara aktivitas kehidupan manusia dengan simbol-simbol karena kehidupan manusia sebagian besar terjadi

dalam lingkungan simbolik. Hubungan antara simbol dan komunikasi juga terlihat dalam prinsip-prinsip komunikasi yang disajikan oleh Mulyana (2000:83-120) mengenai komunikasi sebagai suatu proses simbolik. Lambang atau simbol digunakan untuk menunjuk pada sesuatu yang lain, didasarkan pada kesepakatan sekelompok orang, mencakup kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Lambang termasuk dalam kategori tanda, dan hubungan antara tanda dengan objek dapat direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan, di mana ikon menyerupai objek yang direpresentasikannya secara fisik.

Dalam sudut pandang Blumer, teori interaksi simbolik mencakup sejumlah ide dasar yang mencerminkan pandangannya terhadap interaksi manusia. Beberapa poin utama dari perspektif Blumer adalah sebagai berikut:

- a. Masyarakat terbentuk dari manusia yang terlibat dalam interaksi. Interaksi ini melibatkan tindakan bersama yang membentuk struktur sosial.
- b. Interaksi melibatkan berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan orang lain. Interaksi nonsimbolis melibatkan stimulus respons, sementara interaksi simbolis melibatkan penafsiran tindakan-tindakan.
- c. Objek-objek tidak memiliki makna intrinsik; makna lebih merupakan hasil dari interaksi simbolis. Objek-objek dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu objek fisik, objek sosial, dan objek abstrak.
- d. Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal, tetapi juga melihat diri mereka sebagai objek.

- e. Tindakan manusia adalah tindakan interpretasi yang dibuat oleh manusia itu sendiri.

Tindakan-tindakan ini saling berkaitan dan disesuaikan oleh anggota kelompok, membentuk apa yang disebut sebagai "tindakan bersama." Sebagian besar tindakan bersama ini dilakukan berulang-ulang dalam kondisi yang stabil, dan pada saat tertentu, dapat melahirkan kebudayaan. Kesimpulan Blumer didasarkan pada tiga premis utama: (1) manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan pada sesuatu bagi mereka; (2) makna tersebut diperoleh melalui hasil interaksi sosial dengan orang lain; (3) makna-makna tersebut berkembang dan disempurnakan selama proses interaksi sosial berlangsung. (Bachtiar, 2006:249-250; Soeprapto, 2002:123-124). Interaksi simbolis juga bisa didefinisikan secara implisit melalui gerakan tubuh atau gesture.

Dalam gerakan tubuh, interaksi simbolik akan terimplikasi ataupun terlihat seperti suara atau vokal, gerakan fisik, dan sebagainya. Suatu ide atau hubungan antara beberapa ide dapat disimbolkan oleh manusia sebagai objek, yang berarti realitas sosial dapat berbentuk institusi interaksi sosial. Selain itu, masalah peran juga penting dalam interaksi simbolik. Ketika interaksi simbolik berlangsung, tiap partisipan mengambil peranannya masing-masing yang bersifat khusus. Pada prinsipnya, interaksi simbolik berlangsung di antara berbagai pemikiran dan makna yang menjadi karakter masyarakat. Individu dan masyarakat merupakan satu unit yang tidak dapat dipisahkan. Paul Johnson memandang teori interaksi simbolik lebih pada sisi proses komunikasi. Dalam komunikasi ada dua hal yang penting, yaitu isyarat dan simbol, kemudian

diperlukan proses pemikiran dalam menggunakan dan menerjemahkan simbol-simbol tersebut.

- a. Simbol: Simbol adalah tanda atau representasi yang digunakan untuk mengomunikasikan makna. Ini bisa berupa kata-kata, gestur, lambang, atau tanda lainnya. Contohnya, kata "buku" adalah simbol untuk objek fisik yang kita sebut sebagai "buku."
- b. Interaksi: Teori ini menekankan pentingnya interaksi sosial dalam pembentukan makna. Individu berinteraksi satu sama lain melalui simbol-simbol, dan makna dibentuk dalam konteks interaksi tersebut.
- c. Penafsiran Makna: Teori Interaksi Simbolik mengatakan bahwa makna bukanlah sesuatu yang inheren pada simbol, tetapi dibentuk oleh individu melalui proses penafsiran. Setiap individu dapat memberikan makna yang berbeda pada simbol yang sama.
- d. Self (Diri): Teori ini mengemukakan bahwa konsep diri seseorang berkembang melalui interaksi sosial. Individu memahami diri mereka sendiri dan peran mereka dalam masyarakat melalui refleksi atas bagaimana orang lain merespons simbol-simbol yang mereka gunakan.
- e. Peran: Peran adalah ekspektasi dan norma-norma yang terkait dengan posisi atau status seseorang dalam masyarakat. Teori ini menekankan bagaimana individu memahami dan berinteraksi dalam peran mereka.
- f. Tindakan Simbolik: Tindakan simbolik adalah tindakan yang dilakukan dengan memperhatikan simbol-simbol dan makna yang terkait. Ini bisa berupa tindakan komunikasi verbal atau nonverbal.

Saat menggunakan Teori Interaksi Simbolik, individu dianggap sebagai makhluk sosial yang aktif dalam proses pembentukan makna dalam interaksi sosial. Mereka memahami diri mereka sendiri dan dunia sekitar mereka melalui simbol-simbol yang mereka gunakan dan respon orang lain terhadap simbol-simbol tersebut. Interaksi simbolik, terutama dalam disiplin ilmu sosial, khususnya komunikasi, merupakan dasar dari berbagai teori, termasuk labelling theory dan teori transformasi identitas. Teori-teori ini dapat diterapkan untuk menganalisis fenomena masyarakat, karena mereka berakar dan memfokuskan pada sifat manusia sebagai makhluk relasional. Dalam konteks interaksi sosial, simbol-simbol tertentu diperlukan, dan keunikan serta dinamika simbol dalam proses ini mendorong manusia untuk memiliki sikap yang lebih kritis, peka, aktif, dan kreatif dalam menginterpretasikan simbol-simbol yang muncul.

Teori interaksi simbolik memberikan perspektif yang menekankan perilaku komunikasi antarmanusia dalam konteks yang sangat luas dan beragam. Pengembangan teori ini melibatkan pemahaman peran diri dan kemudian berkembang ke penelitian tentang bagaimana individu memahami dan menginterpretasikan diri mereka .

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama (Tahun) | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Ara Auza (2019) | Pengaruh Komunikasi Nonverbal dalam mewujudkan Komunikasi yang Efektif antara Agen dan konsumen PT. Axa Financial Indonesia cabang Medan | Metode dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (kualitatif) | Hasil penelitian Komunikasi nonverbal yang sering digunakan oleh agen adalah penampilan fisik. Penampilan fisik yang rapi dan menarik banyak diperhatikan agen. Faktor yang dominan ketika melakukan presentasi adalah intonasi/nada suara yang jelas dan gerakan anggota tubuh/kinesik seperti tangan dan tatapan mata. |
| 2. | Elya Siska Anggraini (2022) | Membangun Komunikasi Efektif Verbal dan Non Verbal dalam Pembelajaran Anak Usia Dini di Kelurahan Negeri Baru | Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif | Membangun komunikasi yang baik dalam pembelajaran tentunya harus dikuasai oleh seorang guru agar kegiatan pembelajaran menjadi menyenangkan. Keterampilan menggunakan komunikasi verbal dan non verbal merupakan salah |

| | | | | |
|----|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | satu keterampilan yang sangat penting untuk diketahui oleh guru karena setiap anak yang belajar perlu mendapatkan pengetahuan. |
| 3. | Christian Jan Nanda Purba1 , Chontina Siahaan2 | Efektivitas Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Komunikasi Antarbudaya | Metode penelitian kualitatif deskriptif | Menunjukkan bahwa pola komunikasi masyarakat Jakarta Timur memiliki kebiasaan untuk menggunakan metode verbal yang digabungkan dengan non verbal. Ini dilakukan karena mereka ingin pesan yang tersampaikan secara lisan maupun tulisan diterima dengan jelas sekaligus pesan secara perasaan atau emosional dari komunikator tersampaikan dengan baik juga. |
| 4. | Maria Magdalena Hadipoero 1), Redi Panuju 2) (2018) | Komunikasi Nonverbal Dalam Pelayanan Prima Di Uptsa (Unit Pelayanan Terpadu Satu Atap) Pemerintah Kota Surabaya | Metode kualitatif analisis Deskriptif | Tuntutan dalam pelayanan tidak hanya bergantung pada kemampuan akan penguasaan product knowledge saja, Akan tetapi berkomunikasi secara baik dan benar juga merupakan bagian penting dalam pelayanan. Terutama komunikasi nonverbal. Fenomena yang terjadi dalam |

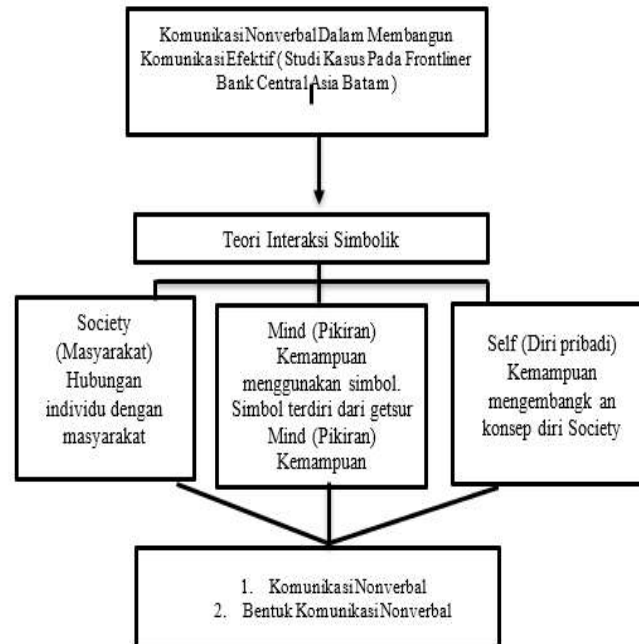
| | | | | |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | komunikasi nonverbal pada sebuah pelayanan khususnya. |
| 5. | Reza Fiolentina, Saffa Nazira Auryke Skepy, Mahfirah Ryani Damayanti, Amanda Laila Nurrachma, Steven YitroAdi Darma, Endang Sholihatini (2023) | Etika Berbahasa Antara Karyawan Dan Atasan Di Perusahaan Bank Bca Sumene | Descriptif kualitatif | Hasil penelitian ini adalah 1) etika berbahasa yang baik antara karyawan dan atasan di perusahaan Bank BCA Sumenep yaitu menggunakan ragam bahasa formal dengan intonasi yang jelas; dan 2) cara meningkatkan etika berbahasa yang baik antara karyawan dan atasan di perusahaan Bank BCA Sumenep yaitu dengan mengedepankan etika berbahasa yang sopan dan berusaha untuk selalu menghargai lawan bicara |
| 6. | Irdianti, Muh. Nur Haq I.S. Mannessa, Nailah Ramadhani Muchsin, Andi Afifah Andranatha (2022) | Pelatihan Bahasa Isyarat Di Lingkup Sentra Wirajaya Di Makassar Dalam Membangun Komunikasi Efektif Kepada Tunarungu (Tuli) | Metode penelitian kualitatif | Menunjukkan bahwa pegawai rehabilitasi yang menjadi peserta telah mengetahui dan memahami isyarat dari Alfabet dan kata kata lainnya, dari yang hanya mengetahui 1 sampai 2 kata menjadi mengetahui beberapa kata. Peserta juga sudah bisa mempraktikkan penggunaan bahasa |

| | | | | |
|----|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | isyarat setelah diberikan materi dan menggunakan bahasa isyarat dalam memberikan intervensi kepada PPKS Tuli. |
| 7. | Arifah Armi Lubis (2019) | Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Sampul Annual Report Bank BCA | metode kualitatif berupa analisis semiotika. | makna bahwa Laporan Tahunan 2019 menjadi media penyampaian komitmen BCA dalam melakukan perubahan layanan dan produk. Kemudian, tanda laki-laki digunakan untuk merepresentasikan manajemen puncak dan wanita untuk merepresentasikan pelaksana/manajemen tingkat menengah. |
| 8. | Rizka Rulyanti I, Yuliani Rachma Putri, S.IP., M.M 2 (2018) | Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Syariah Cabang Asia Afrika Bandung | Penelitian menggunakan Metode kuantitatif. | Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai komunikasi interpersonal customer service pada Bank BCA Syariah Cabang Asia Afrika Bandung secara keseluruhan dapat dinilai sudah baik dengan persentase sebesar 69,5%.. |
| 9. | Ranisha Dwinata Sholihul Abidin | Strategi Komunikasi Pemasaran Golf Course Teringbay Nongsa Dalam | Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini | Hasil penelitian bentuk strategi Komunikasi dengan strategi promosi dapat meningkatkan minat pelanggan. |

| | | | | |
|-----|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | Peningkatan Kunjungan Pasca Covid 19 | ialah kualitatif deskriptif. | |
| 10. | Maria Fransiska Larasati, Agus Daniar (2022) | Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Ketegangan Dialektis dalam Rangka Peningkatan Penjualan Bancassurance di BCA Alam Sutera | metode penelitian kuantitatif di mana hasil dari pengolahan data penelitian ini akan berupa data statistik dan angka. | penjualan bancassurance. Dalam hal ini, kecemasan yang dialami karyawan yaitu ketika mereka belum mencapai target yang ditetapkan memengaruhi ketegangan dialektis yang terjadi. Ketegangan dialektis yang terjadi berupa tingkat kedekatan karyawan dengan atasan dan sesama rekan kerja berupa batasan komunikasi yang diberikan. |
| 11. | Amit Shankara, Charles Jebarajakirthyb , Md Ashaduzzamanb | <i>How do electronic word of mouth practices contribute to mobile banking adoption?</i> | <i>method-survey strategy was adopted for data collection and its analysis. That is, this study adopted a quantitative method</i> | <i>These findings make several contributions to the literature on marketing communication, particularly to eWOM research and ELM theory. Practically, this study provides several recommendations to banks about how to use positive eWOM for motivating consumers to adopt m-banking</i> |
| 12. | Hamza Bennani , Nicolas Fanta , | <i>Does central bank communicatio</i> | <i>using Support Vector</i> | <i>Our results also suggest that, in particular,</i> |

| | | | | |
|-----|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Pavel Gertler , Roman Horvath | <i>n signal future monetary policy in a (post)-crisis era? The case of the ECB q</i> | <i>Machines method</i> | <i>communication related to conventional measures and/or by the ECB President explain the future ECB rate changes well. All afore mentioned results hold also in the environment of the zero lower bound. Overall, these results point to the importance of transparent communication in understanding the future course of monetary policy.</i> |
| 13. | Shagun Katoch , Varsha Singh , Uma Shanker Tiwary | <i>Indian Sign Language recognition system using SURF with SVM and CNN</i> | <i>The advances in machine learning and deep learning technology are providing new methods and algorithms for recognizing Indian sign language alphabets efficiently, accurately and inexpensively.</i> | <i>This is the key reason why it would have a huge beneficial effect on these individuals to incorporate a framework that would understand Indian Sign Language.</i> |

2.3 Kerangka Pemikiran



Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, fokus peneliti adalah menginvestigasi cara komunikasi interaksi simbolik berperan dalam pembentukan komunikasi yang efektif, dengan menggunakan Teori Interaksi Simbolik yang diperkenalkan oleh George Herbert Mead. Teori ini mengandung tiga konsep pokok, yakni Mind (Pikiran) yang mengeksplorasi simbol-simbol dalam proses komunikasi, Self (Diri) yang mencakup konsep diri yang dimiliki oleh Frontline BCA dan nasabah, serta meneliti bagaimana konsep diri tersebut berkembang. Bentuk komunikasi nonverbal yang telah diterapkan untuk bertransaksi akan membantu berjalannya komunikasi secara efektif dan akan memberikan kepuasan pelanggan sehingga dapat membentuk citra positif di kalangan Masyarakat.