

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

Pada bab ini, peneliti akan membahas tentang penelitian terdahulu dan konsep penelitian lain seperti konsep komunikasi interpersonal, konsep fotografi, konsep fotografer dan *client wedding*.

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini maka peneliti akan memaparkan 3 (tiga) penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini diantara:

1. **Afrihadi., A. Dzikri and Winangsih, Rahmi and Burhanudin, Burhanudin Tahun 2018 Komunikasi Antarpribadi Sebagai Upaya Membangun Loyalitas *Client* Dalam Menggunakan Jasa Fotografi**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana penulis akan mendeskripsikan dan mengamati suatu fenomena yang terjadi dilapangan. Pendekatan ini diambil untuk mendapatkan data secara menyeluruh terkait komunikasi probadi fotografer dengan *client* (antar wilayah). Untuk mencapai kesamaan tujuan dengan studi kasus pada Twin *Photo Studio*. Penelitian kuantitatif ini didukung dengan teknik pengambilan data melalui teknik wawancara dan observasi langsung kepada subjek penelitian. Hasil penelitian yang didapat yaitu proses komunikasi yang terjadi adalah ketika client menghubungi pihak studio foto dan selanjutnya dilakukan pembicaraan yang lebih detail untuk ke tahap kerja selanjutnya. jika terjadi

hambatan komunikasi hal ini disebabkan dari *client* yang tidak membaca *term and condition* yang telah diberikan pihak studio foto.

2. Enggarayu Weningtyas Tahun 2012 Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif dengan menggunakan teknik angket sebagai teknik pengumpulan datanya. Teknik ini mengukur keadaan diri subjek berdasarkan laporan yang diberikan oleh subjek melalui berbagai jawaban yang sudah dipilihnya. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kemampuan komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula konsumen yang datang.

3. Amry Permana Ilham Tahun 2018 Makna Kerja Bagi Fotografer Di Yogyakarta

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan pertanyaan, analisa data dari tema yang spesifik hingga umum, lalu membuat penafsiran dari data yang ada. Hasil dari penelitian tersebut yaitu seorang fotografer memiliki tanggung jawab yang

besar tidak hanya menghasilkan foto tetapi juga memikirkan konsep dari foto yang dihasilkan.

Dari ketiga penelitian terdahulu yang telah disebutkan diatas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Persamaan penelitian ini yaitu subjek yang dipakai adalah *client* atau konsumen sebagai pemakai barang dan jasa serta sama-sama membahas mengenai bidang fotografi dan komunikasi sedangkan untuk perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yakni jenis penelitian, metode penelitian, teknik analisis data, dan teori yang digunakan. Fokus penelitian ini adalah meliputi proses komunikasi interpersonal anatar fotografer dan klien dalam menjaga hubungan baik untuk mencapai kesamaan tujuan dan ketergantungan satu sama lain.

2.2 Komunikasi

Pada bagian ini peneliti akan menjelaskan tentang pengertian komunikasi, proses komunikasi, komunikasi interpersonal, fungsi komunikasi interpersonal, ciri-ciri komunikasi interpersonal, dan karakteristik komunikasi interpersonal, sebagai berikut :

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah unsur untuk menyampaikan pesan, informasi, pikiran, gagasan dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang lain. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung

secara lisan maupun tak langsung melalui media. Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Ngalimun, 2017:1).

Mulyana Deddy (2007:69) menguraikan unsur-unsur yang berkaitan dengan komunikasi, sebagai berikut:

1. Sumber

Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau Negara.

2. Pesan

Pesan merupakan apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima yang mempunyai seperangkat symbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber.

3. Penerima

Penerima merupakan orang atau kelompok atau organisasi yang menerima pesan dari sumber.

4. Saluran/Media

Saluran atau media merupakan alat yang digunakan sumber informasi untuk menyampaikan pesan kepada orang yang akan menerima informasi.

5. Efek

Efek adalah apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu kegiatan dalam menyampaikan sebuah respon berupa pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk menciptakan suatu efek baik dalam bentuk perubahan sikap atau perilaku seseorang yang terkena dampak dari pesan tersebut.

2.2.2 Proses Komunikasi

Proses merupakan susunan langkah-langkah yang akan di lalui dalam mencapai sebuah tujuan. Proses komunikasi adalah tahap-tahap atau langkah-langkah yang di lalui dalam melakukan komunikasi (Widjaja, 2000:11).

Proses komunikasi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Sumber atau pengirim berita memainkan langkah pertama dalam proses komunikasi.
2. Pengubahan Berita Ke Dalam Sandi/Kode, Langkah kedua ini – *encoding the message* – mengubah berita ke dalam berbagai bentuk simbol-simbol verbal atau non-verbal yang mampu memindahkan pengertian, seperti kata-kata percakapan atau tulisan, angka, gerakan ataupun kegiatan.
3. Pengiriman Berita, Mencerminkan pilihan komunikator terhadap media atau saluran komunikasi.
4. Penerima Berita, Penerimaan berita oleh pihak penerima melalui kelima panca indera mereka.
5. Pengertian Atau Menerjemahkan Kembali Ke Berita, Hal ini menyangkut pengertian simbol-simbol oleh penerima. Proses ini dipengaruhi oleh latar

belakang kebudayaan, pendidikan, lingkungan, praduga dan gangguan sekitarnya.

6. Umpan Balik, Setelah berita diterima dan di terjemahkan penerima mungkin menyampaikan berita balasan yang ditujukan kepada pengirim mula-mula atau orang lain.

Berdasarkan proses komunikasi di atas maka setiap langkah mempunyai fungsinya masing-masing sehingga suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan dapat tersampaikan dengan baik kepada komunikan.

2.3 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang (Dasrun Hidayat, 2012:40). Menurut Kathleen S. Verderber et al komunikasi interpersonal merupakan sebuah proses melalui dimana seseorang dapat menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna.

Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif apabila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Johnson (1981) menunjukan ada beberapa peranan yang disumbangkan oleh komunikasi interpersonal dalam rangka menciptakan kebahagiaan hidup manusia.

- 1) Komunikasi interpersonal juga membantu perkembangan intelektual dan sosial manusia.
- 2) Identitas atau jati diri manusia terbentuk dalam dan lewat komunikasi dengan orang lain.

- 3) Dalam rangka memahami realitas disekeliling manusia serta menguji kebenaran kesan-kesan dan pengertian yang manusia miliki tentang dunia sekitarnya.
- 4) Kesehatan mental manusia sebagian besar juga sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi atau hubungan seseorang dengan orang lainnya.

Jadi komunikasi diartikan sebagai sebuah tahapan atau proses komunikasi antara komunikan dan seorang komunikator untuk mewujudkan rasa saling pengertian antara keduanya.

2.3.1 Fungsi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh manusia tentu memiliki maksud dan tujuan tertentu. Tujuan dari komunikasi interpersonal yaitu dapat menciptakan rasa saling pengertian diantara kedua pihak yang terlibat dalam komunikasi. Fungsi dari komunikasi interpersonal adalah untuk meningkatkan hubungan antara sesama manusia, kemudian untuk menghindari dan mengatasi berbagai konflik yang muncul serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain (Ngalimun (2017:18) fungsi komunikasi interpersonal terdiri atas:

1. Mengungkapkan Perhatian Kepada Orang Lain, Salah satu tujuan komunikasi adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin dan cuek.

2. Membangun Dan Memelihara Hubungan Yang Harmonis, Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan yang baik dengan orang lain.
3. Mempengaruhi Sikap Dan Tingkah Laku, Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seorang kepada yang lain untuk memberitahu atau merubah sikap.
4. Menghilangkan Kerugian Akibat Salah Komunikasi, Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*Miss Communication*) dan salah interpretasi (*Miss Interpretation*) yang terjadi antar sumber dan penerima pesan.

2.3.2 Ciri – Ciri Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu jenis komunikasi yang kuat dan tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Dapat kita lihat dan amati dalam komunikasi yang lain. Maka ditemukan beberapa ciri komunikasi interpersonal diantaranya sebagai berikut (Ngalimun, 2017:18) :

1. Arus Pesan Dua Arah

Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti pesan secara cepat. Seorang sumber pesan dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu juga sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

2. Suasana Non Formal Komunikasi Interpersonal

Suasana yang dimaksud disini biasanya berlangsung dalam suasana non formal. Seperti percakapan intim dan lobi, bukan forum formal seperti rapat.

3. Umpan Balik Segera

Komunikasi interpersonal biasa secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun non verbal.

4. Peserta Komunikasi Berada Dalam Jarak Yang Dekat

Pola komunikasi interpersonal juga merupakan metode komunikasi antara individu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, baik dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada suatu lokasi tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis dapat menunjukkan keintiman antara hubungan individu.

5. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun non verbal secara simultan.

2.3.3 Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Judy C. Pearson menyebutkan ada beberapa karakteristik komunikasi interpersonal, yaitu (Ngalimun,2017:16) :

1. Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi. Artinya bahwa segala sesuatu bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian orang lain berangkat dari diri sendiri.

2. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional. Ciri dari komunikasi seperti ini melihat dari kenyataan bahwa komunikasi interpersonal bersifat dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.
3. Komunikasi interpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi, dengan kata lain komunikasi interpersonal akan lebih efektif manakala ada pihak-pihak yang berkomunikasi secara tatap muka.
4. Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi ini melibatkan ranah emosi, sehingga terjadi saling ketergantungan emosional diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.
5. Komunikasi interpersonal tidak dapat diulang.

2.3.4 Hambatan Komunikasi Interpersonal

Melakukan suatu komunikasi interpersonal yang efektif bukanlah hal yang mudah, seringkali terjadi hambatan ketika melakukan komunikasi interpersonal yang dapat mengganggu jalannya suatu komunikasi. Tiga aspek yang termasuk dalam hambatan komunikasi interpersonal, yaitu (Sunarto, 2003:17):

- a. Hambatan mekanik, timbul akibat adanya gangguan pada saluran komunikasi, seperti terganggunya saluran magnetik radio oleh getaran-getaran sehingga pesan yang disampaikan menjadi kurang jelas.
- b. Hambatan semantik, sering terjadi dalam tahap proses komunikasi, karena berkisar pada masalah apa yang dikomunikasikan dan disampaikan pada tahap-tahap komunikasi. Suatu pesan akan berarti lain pada seseorang dalam konteks

yang berbeda, hal ini disebabkan adanya gangguan komunikator karena salah persepsi.

- c. Hambatan manusiawi, segala masalah yang paling umum dalam semua proses komunikasi karena berasal dalam diri manusia sendiri. Terjadi karena faktor emosi dan prasangka pribadi, kemampuan atau ketidakmampuan alat panca indera

2.4 Fotografer

Pada bagian ini peneliti membahas mengenai Pengertian Fotografer *Wedding*, *Client Wedding*, Studio Foto, sebagai berikut:

2.4.1 Pengertian Fotografer *Wedding*

Fotografer menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tukang potret atau juru foto. Kemudian menurut Wikipedia, fotografer adalah orang-orang yang membuat gambar dengan cara menangkap cahaya dan subjek gambar dengan kamera maupun peralatan fotografi lainnya, dan umumnya memikirkan seni dan teknik untuk menghasilkan foto yang lebih bagus serta berusaha mengembangkan ilmunya.

Pengertian fotografer dapat dilihat dari dua sisi yaitu profesi dan hobi. Jika dilihat dari profesi, fotografer adalah seseorang yang melakukan aktivitas fotografi secara profesional dan terlatih karena dianggap mampu menguasai fotografer sehingga memiliki tanggung jawab diberbagai kegiatan untuk memperoleh penghasilan. Sedangkan jika dilihat dari hobi, yaitu seseorang yang melakukan kegiatan rekreasi disaat waktu luang untuk mencari kesenangan ataupun sebagai penenang pikiran.

Pengertian fotografer dapat disimpulkan yakni seseorang yang melakukan suatu aktivitas fotografi secara profesional untuk mendapat penghasilan demi mencukupi kebutuhan sehari-harinya.

Fotografer *Wedding* adalah orang yang melakukan kegiatan fotografi yang berhubungan dengan pernikahan. Kegiatan ini meliputi pemotretan untuk pasangan sebelum menikah yang berfungsi untuk digunakan pada kartu undangan, kartu ucapan, maupun pada saat acara berlangsung.

2.4.2 Client Wedding

Client wedding diartikan sebagai konsumen atau pelanggan yang muncul hanya pada saat momen menjelang pernikahan. Ketika sepasang kekasih memutuskan untuk menikah tentu ada banyak persiapan yang dibutuhkan untuk melengkapi momen pernikahan mereka nantinya. Berbagai persiapan dimulai dari dekorasi, baju pengantin, peminangan dan pemotretan *prawedding* menjadi hal yang tidak boleh dilewatkan.

Hikmatul Hasabah (2019:62) Pelanggan didefinisikan sebagai individu atau kelompok yang melakukan pembelian atas produk ataupun jasa berdasarkan pada keputusan akan pertimbangan harga dan penawaran yang berkomunikasi dengan perusahaan baik melalui surat, panggilan telepon, dan email yang dikirimkan secara berkala.

2.5 Studio Foto

Studio Foto merupakan salah satu usaha dibidang jasa yang menawarkan jasa fotografi dan video recording. Usaha ini menawarkan jasa untuk mengabadikan momen-momen tertentu dalam bentuk foto maupun video, seperti: pernikahan,

prewedding, ulang tahun, dan sebagainya. Usaha ini banyak menarik perhatian masyarakat, sehingga pasar yang ditargetkan semakin luas. Studio foto tidak terlepas dari promosi, penjualan, dan pengelolaan. Promosi, penjualan, dan pengelolaan, studio foto masih menggunakan sistem manual dan belum memanfaatkan sistem informasi secara optimal.