

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Tinjauan teori dalam bab ini terdiri dari pembahasan mengenai teori: penjelasan mengenai cara berkomunikasi yang menggunakan gaya komunikasi, efektivitas pelayanan petugas kantor imigrasi dan penelitian terdahulu yang menjadi pedoman atau landasan penulis dalam penelitian ini.

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yang diharapkan mampu mendukung peneliti untuk kelancaran penelitian. Penelitian yang dipilih yaitu:

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh “Ika Pernamawati”, mahasiswi Universitas Mercu Buana, pada tahun 2009 dengan judul **“Gaya Komunikasi Pimpinan Di Bagian Persuratan Dan Tata Usaha Pimpinan, Biro Administrasi Rumah Tangga Kepresidenan”**. Teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah enam gaya komunikasi, yaitu *the controlling style*, *the equalitarian style*, *the structuring style*, *the dynamic style*, *relinquishing style* dan *the withdrawal style*. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu memberikan gambaran tentang bagaimana gaya pimpinan di bagian persuratan dan tata usaha pimpinan, biro administrasi rumah tangga kepresidenan dalam berkomunikasi dengan karyawannya.

Data yang dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara secara langsung kepada pimpinan dibagian persuratan dan tata usaha pimpinan, biro administrasi rumah tangga kepresidenan, staf atau pegawai yang berkaitan dan juga *cleaning service*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi pimpinan yang diterapkan pimpinan di Bagian Persuratan dan Tata Usaha Pimpinan, Biro Administrasi Rumah Tangga Kepresidenan mengacu pada lima gaya, yaitu : *the controlling style, the equalitarian style, the structuring style, the dynamic style, relinquishing style*.

Penelitian kedua yang digunakan peneliti sebagai kajian empirik adalah penelitian milik “Afid Rizal”, mahasiswa pasca sarjana Universitas Diponegoro-Semarang, pada tahun 2011 dengan judul **“Gaya Komunikasi Politik Pimpinan DPRD Provinsi Jawa Tengah Pada Saat Reses Tahun 2010”**. Teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah teori konteks tinggi dan konteks rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran komprehensif tentang bagaimana gaya komunikasi politik yang dilakukan pimpinan dewan pada saat reses. Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivisme* (Guba & Lincoln, 2000). Hasil penelitian ini terungkap gaya komunikasi politik Pimpinan Dewan memiliki kecenderungan bergaya konteks rendah dan hanya satu yang memiliki kecenderungan tingkat tinggi. Dimana gaya tersebut terbentuk dari latar belakang dan lingkungan yang disesuaikan dengan tipologi konstituennya.

Berdasarkan penjelasan mengenai dua penelitian terdahulu yang telah dijabarkan secara singkat, terlihat adanya persamaan dengan penelitian saat ini yaitu sama-sama ingin mengkaji lebih dalam mengenai gaya komunikasi, sedangkan perbedaan dengan penelitian dan kajian yang dilakukan oleh peneliti saat ini, dimana pada penelitian sebelumnya peneliti terdahulu lebih menekankan pada gaya komunikasi pimpinan perusahaan terhadap *public internal*, dan gaya komunikasi politik. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini yaitu berusaha mendalami gaya komunikasi yang digunakan oleh Kantor Imigrasi di Kupang pada saat pelayanan terhadap mahasiswa yang dikategorikan sebagai *public external*.

2.2 Gaya Komunikasi

Teori-teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi kepustakaan. Selain itu seorang peneliti juga memperoleh informasi tentang penelitian sejenis yang memiliki kaitan. Dengan melakukan studi kepustakaan, peneliti dapat memanfaatkan semua informasi dan pemikiran yang relevan dengan penelitiannya. Informasi dapat diperoleh melalui buku-buku ilmiah, laporan penelitian, kerangan-kerangan ilmiah dan sumber-sumber dari internet. Oleh sebab itu studi kepustakawan meliputi proses umum seperti mengidentifikasi teori secara sistematis, penemuan pustaka, dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

2.2.1. Definisi Gaya Komunikasi

Peneliti mengutip beberapa konsep yang menerangkan pengertian gaya komunikasi menurut Norton, 1983; Kirtley & Weaver, 1999 dalam (Liliweri, 2011:309) yang menjelaskan bahwa:

1. Gaya komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses kognitif yang mengakumulasi bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain.
2. Gaya komunikasi juga dapat dipandang sebagai *meta-messages* yang mengkontekstualisasikan bagaimana pesan-pesan verbal diakui dan diinterpretasi. Definisi ini menjelaskan mengapa seseorang berkomunikasi, tidak lain berkomunikasi sebagai upaya untuk merefleksikan identitas pribadinya yang dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas ini.
3. Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini termasuk nada, volume atas semua pesan yang diucapkan. (Raynes, 2011)

2.2.2. Jenis-Jenis Gaya Komunikasi

Para ahli telah mengelompokkan beberapah tipe/kategori gaya komunikasi (Norton, 1983) ke dalam sepuluh jenis gaya komunikasi :

1. Gaya dominan (*dominant style*), gaya seorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
2. Gaya kontroversial (*controversial style*), gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentatif atau cepat untuk menentang orang lain.
3. Gaya animasi (*animated style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal.
4. Gaya berkesan (*impression style*), gaya komunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, ini merupakan gaya yang sangat mengesankan.
5. Gaya santai (*relaxed style*), gaya seseorang yang berkomunikasi dengan tenang dan senang penuh senyum dan tawa.
6. Gaya atentif (*attentive style*), gaya seseorang yang berkomunikasi dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh.
7. Gaya terbuka (*open style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blakblakan.

8. Gaya bersahabat (*friendly style*), gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu memberikan respon positif, dan juga mendukung.
9. Gaya yang tepat (*precise style*), gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

Pengelompokan lain terhadap gaya komunikasi meliputi tiga kategori, yaitu :

1. *Noble style* : merupakan gaya terhormat, gaya standar, gaya sesuai dengan patokan yang seharusnya dilakukan.
2. *Reflective style* : yaitu gaya yang dipahami sebagai gaya yang secara tidak langsung melakukan refleksi kepribadian.
3. *Socratic style* : yaitu gaya yang selalu menampilkan perincian konten dan analisis yang digunakan dalam perdebatan.

Comstock dan Higgins, 1997 (Liliweri, 2011:310), menelaah gaya komunikasi yang dikemukakan oleh klasifikasi Norton kedalam empat kategori yang meliputi:

1. Gaya kooperatif (*cooperative style*), gaya yang memadukan orientasi sosial dan tugas.
2. Gaya prihatin (*apprehensive style*), gaya yang relatif bersahabat namun selalu menampilkan perasaan cemas dan kepatuhan.
3. Gaya sosial (*social style*), yang digambarkan sebagai gaya ekspresif, dominan (gaya menguasai orang lain), gaya dramatis dan gaya tepat.

4. Gaya kompetitif (*competitive style*), yaitu gaya yang tepat atau gaya standar, ekspresif, tidak terbuka terhadap isu-isu personal, dan lebih suka tampil dominan dan berargumentasi.

Dalam praktek komunikasi sehari-hari memang ada banyak gaya berkomunikasi namun esensinya ada empat yang utama :

1. *Emotive style traits*, yang menggambarkan gaya komunikasi seseorang yang selalu aktif namun lembut, dia mengambil inisiatif sosial, merangkul orang dengan informal, menyatakan pendapat secara emosional.
2. *Director style traits*, yang menyampaikan pendapatnya sebagai orang sibuk, kadang-kadang mengirimkan informasi tetapi tidak memandang orang lain, yang tampil dengan sikap serius dan suka mengawasi orang lain.
3. *Reflective style traits*, yang suka mengontrol ekspresi emosi mereka, yang menunjukkan pilihan tertentu dan memerintah, cenderung menyatakan pendapat dengan terukur, dan melihat kesulitan yang harus kita ketahui.
4. *Supportive style traits*, yang diam dan tenang penuh perhatian, melihat orang dengan perhatian penuh, cenderung menghindari kekuasaan, dan dia membuat keputusan dengan mempertimbangkan semua pihak.

Sementara itu Steward L. Tubbs & Silvia Moss berpendapat bahwa terdapat enam gaya komunikasi (Tubbs dan Moss, 2005)

1. *The controlling style*, bersifat mengendalikan, ditandai dengan adanya suatu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Pihak yang menggunakan *controlling style* menggunakan kewenangan untuk mematuhi pandangan-pandangan. Gaya komunikasi ini sering kali dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya berbentuk kritik.
2. *The dinamic style*, memiliki kecenderungan agresif, karena pengiriman pesan atau sender memahami bahwa lingkungan kerjanya berorientasi pada tindakan. Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik.
3. *The structurung style*, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan secara struktur organisasi.
4. *The equalitarium style*. Aspek penting gaya komunikasi ini adalah adanya landasan kesamaan, ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*).

5. *The relinquishing style*, lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain dari pada keinginan untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.
6. *The withdrawal style*, akibat yang akan muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang ingin memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

2.2.3. Kegunaan Gaya Komunikasi

Kegunaan dari gaya komunikasi adalah membimbing, mengarahkan dan mengubah gaya seseorang dalam berperilaku :

1. Komunikatif.
2. Bertindak negosiatif dan selalu menjual gagasan-gagasan baru.
3. Strategis dalam menyelesaikan konflik.
4. Terampil dalam mempengaruhi orang lain.
5. Terampil mendengarkan.
6. Terampil memberikan pelatihan.

2.4 Pelayanan

2.4.1 Definisi Pelayanan

Istilah pelayanan dalam bahasa Inggris adalah “service” H.A.S. Moenir (2002:26-27) mendefinisikan “pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.”

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat, proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan.

Pelayanan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain, dapat dimaknai bahwa pelayanan Kantor Imigrasi Kelas 1 TPI Kupang adalah aktivitas yang dapat dirasakan melalui hubungan antara Mahasiswa Timor Leste dan Petugas Pelayanan yang menggunakan peralatan berupa organisasi atau lembaga perusahaan.

2.4.2 Pelayanan Terhadap Publik

Dalam kamus Bahasa Indonesia (1990), pelayanan publik dirumuskan sebagai berikut :

- a. Pelayanan adalah perihal atau cara melayani.
- b. Pelayanan adalah kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa.
- c. Publik berarti orang banyak (umum).

H.A.S. Moenir (1995:7) menyatakan bahwa : “Pelayanan umum adalah suatu usaha yang dilakukan kelompok atau seseorang atau birokrasi untuk memberikan bantuan kepada masyarakat dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu”.

Pelayanan merupakan kegiatan utama pada orang yang bergerak di bidang jasa, baik itu orang yang bersifat komersial ataupun yang bersifat non komersial. Namun dalam pelaksanaannya terdapat perbedaan antara pelayanan yang dilakukan oleh orang yang bersifat komersial yang biasanya dikelola oleh pihak swasta dengan pelayanan yang dilaksanakan oleh organisasi non komersial yang biasanya adalah pemerintah. Kegiatan pelayanan yang bersifat komersial melaksanakan kegiatan dengan berlandaskan mencari keuntungan, sedangkan kegiatan pelayanan yang bersifat non- komersial kegiatannya lebih tertuju pada pemberian layanan kepada masyarakat (layanan publik atau umum) yang sifatnya tidak mencari keuntungan akan tetapi berorientasikan kepada pengabdian.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah segala bentuk jasa pelayanan baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada

prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh Instansi pemerintah di Pusat, di daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.4.3 Unsur-Unsur Pelayanan Terhadap Publik

Dalam proses kegiatan pelayanan publik terdapat beberapa faktor atau unsur yang mendukung jalannya kegiatan. Menurut H.A.S. Moenir (1995:8), unsur-unsur tersebut antara lain :

a. Sistem, Prosedur dan Metode

Yaitu di dalam pelayanan publik perlu adanya sistem informasi, prosedur dan metode yang mendukung kelancaran dalam memberikan pelayanan.

b. Personil,

terutama ditekankan pada perilaku aparatur dalam pelayanan publik aparatur pemerintah selaku personil pelayanan harus profesional, disiplin dan terbuka terhadap kritik dari pelanggan atau masyarakat.

c. Sarana dan prasarana

Dalam pelayanan publik diperlukan peralatan dan ruang kerja serta fasilitas pelayanan publik. Misalnya ruang tunggu, tempat parkir yang memadai.

d. Masyarakat sebagai pelanggan

Dalam pelayanan publik masyarakat sebagai pelanggan sangatlah heterogen baik tingkat pendidikan maupun perilakunya.

2.4.4 Azas, Prinsip Dan Standar Pelayanan Terhadap Publik

Secara teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan publik yang profesional, kemudian Lijan Poltak Sinambela (2008:6) mengemukakan azas-azas dalam pelayanan publik tercermin dari:

a. **Transparansi**

Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

b. **Akuntabilitas**

Dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan.

c. **Kondisional**

Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

d. **Partisipatif**

Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.

e. **Keamanan Hak**

Tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, agama, ras, golongan, gender dan status ekonomi.

f. **Keseimbangan Hak dan kewajiban**

Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

2.4.5 Jenis-Jenis Pelayanan Terhadap Publik

Timbulnya pelayanan umum atau publik dikarenakan adanya kepentingan, dan kepentingan tersebut bermacam-macam bentuknya sehingga pelayanan publik yang dilakukan juga ada beberapa macam, antara lain :

a. Pelayanan administratif

Yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk dokumen resmi yang dibutuhkan oleh publik.

b. Pelayanan barang

Yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk atau jenis barang yang digunakan oleh publik.

c. Pelayanan jasa

Yaitu pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan oleh publik.

2.4.6 Manajemen Pelayanan Terhadap Publik

Manajemen pelayanan oleh H.A.S. Moenir (1995: 204) didefinisikan sebagai “manajemen yang proses kegiatan diarahkan secara khusus pada terselenggaranya pelayanan guna memenuhi kepentingan umum atau kepentingan perseorangan, melalui cara-cara yang tepat dan memuaskan pihak yang dilayani.”

Selain dapat berjalan dengan baik, manajemen pelayanan umum/publik harus dapat mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Sasaran

manajemen pelayanan umum sederhana saja yaitu kepuasan. Meskipun sasaran itu sederhana tapi untuk mencapainya diperlukan kesungguhan dan syarat- syarat yang seringkali tidak mudah dilakukan. Hal ini berkaitan dengan masalah kepuasan yang tidak dapat diukur secara pasti tetapi relatif. Mengenai sasaran dari kegiatan pelayanan umum, H.A.S. Moenir (1995: 165) mengemukakan sasaran utama pelayanan umum, yaitu :

a. Layanan

Agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka petugas harus dapat memenuhi empat syarat pokok yakni :

1. Tingkah laku yang sopan.
2. Cara menyampaikan sesuatu berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu penyampaian yang tepat dan,
4. Keramah tamahan.

b. Produk

Yang dimaksud dengan produk dalam hubungan dengan sasaran pelayanan umum yaitu kepuasan dapat berbentuk:

1. Barang

Yaitu sesuatu yang dapat diperoleh melalui layanan pihak lain, misalnya barang elektronik dan kendaraan.

2. Jasa

Produk jasa yang dimaksud adalah suatu hasil yang tidak harus dalam bentuk fisik tetapi dapat dinikmati oleh panca indera dan atau perasaan (gerak, suatu, keindahan, kenyamanan, rupa) disamping memang ada yang bentuk fisiknya ditujuh.

3. Surat-surat berharga

Kepuasan berikut ini menyangkut keabsahan atas surat- surat yang diterima oleh yang bersangkutan. Keabsahan surat sangat ditentukan oleh proses pembuatannya berdasarkan prosedur yang berlaku dalam tata laksana surat pada instansi yang bersangkutan.