

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI OPTIK YAURI (Studi Kasus Dalam Analisis Islamic Studies di Optik Yauri Medan Marelan)

Muhammad Abdul Aziz
UIN Sumatera Utara Medan
azizbalqis2604@gmail.com

Abstract: This research aims to see the effectiveness of interpersonal communication between owners and employees and the obstacles faced by owners to employees in interpersonal communication in Optik Yauri. The research method used in this study is a qualitative research method with a shortness of case studies in Optik Yauri Medan Marelan. The result of this study is the existence of the activity of interpersonal communication in the analysis of Islamic studies in Optik Yauri with case studies in Medan Marelan, there are several interpersonal communication cases that experience certain stages of interaction and relationships whose level of familiarity starts from the level of familiarity to the level of separation, this will repeat continuously as long as there is a sense of compatibility or friendship between them. As for the endalacommunication that often occurs in Optik Yauri, namely when the work takes place there are some employees who do not focus on the direction described by the owner, but they (employees) communicate with each other (interpersonal communication) using everyday language.

Keywords : Effectiveness of Interpersonal Communication, Islamic Studies

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melihat efektivitas komunikasi interpersonal antara owner dan karyawan dan kendala yang dihadapi owner terhadap karyawan dalam komunikasi interpersonal di Optik Yauri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus di Optik Yauri Medan Marelan. Adapun hasil penelitian ini adalah adanya efektivitas komunikasi interpersonal dalam analisis Islamic studies di Optik Yauri dengan studi kasus di Medan Marelan, ada beberapa komunikasi interpersonal yang mengalami tahap interaksi dan relasi tertentu yang tingkatan akrabnya dimulai dari tingkat akrab hingga tingkat perpisahan, hal ini akan berulang kembali terus menerus sepanjang ada rasa kecocokan atau kimistri diantara mereka. Adapun kendala komunikasi yang sering terjadi di Optik Yauri, yaitu pada saat pekerjaan berlangsung terdapat beberapa karyawan yang tidak fokus terhadap arahan yang dijelaskan oleh owner, namun mereka (karyawan) saling berkomunikasi (komunikasi antarpribadi) menggunakan bahasa sehari-hari.

Kata Kunci : Efektivitas Komunikasi Interpersonal, Analisis Islamic Studies

Pendahuluan

Kehidupan merupakan anugerah terindah yang diberikan sang pencipta, dimana dalam kehidupan banyak sekali hal baru yang harus dicapai. Dalam kehidupan tentunya sebagai makhluk sosial pasti melakukan interaksi. Interaksi tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan biasa disebut interaksi komunikasi. Manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki keterbatasan dan kekurangan tentunya tidak dapat hidup dengan sendirinya. Manusia membutuhkan bantuan orang lain dan lingkungan yang lain. Untuk mengatasi keterbatasan dan kekurangan itu sangat diperlukan adanya kontak dengan orang lain, salah satu kontak tersebut diwujudkan dengan komunikasi.¹ Komunikasi merupakan sebuah penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak (*komunikator*) kepada pihak lain (*komunikan*) melalui komunikasi secara langsung (tatap muka), tidak langsung maupun melalui media.

Komunikasi dapat terjadi dimana saja karena komunikasi merupakan peranan penting terbentuknya interaksi yang baik dalam kehidupan bermasyarakat. Komunikasi merupakan hal yang paling sering dilakukan bahkan dimulai dari bangun tidur hingga tidur lagi interaksi komunikasi terus menerus dilakukan. Komunikasi merupakan penyampaian pesan antara komunikan dan komunikator yang menghasilkan suatu tujuan yang diinginkan dalam sebuah interaksi antar manusia. Komunikasi memegang peranan sangat penting dalam semua aktivitas manusia. Komunikasi dapat terjadi dimana saja karena komunikasi merupakan peranan penting terjadinya interaksi yang baik dalam kehidupan bermasyarakat. Komunikasi merupakan hal yang paling sering dilakukan bahkan dimulai dari bangun tidur hingga tidur lagi interaksi komunikasi terus dilakukan.

Sepanjang hari komunikasi terus berkembang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam hadirnya komunikasi membuat hal-hal tidak menarik sekalipun menjadi sebuah perbincangan dan pembahasan yang menarik. Pada zaman sekarang komunikasi dapat digunakan bukan hanya untuk menyampaikan pesan saja melainkan digunakan banyak hal sesuai dengan kepentingannya masing-masing. Banyak yang mengatakan bahwa komunikasi merupakan sesuatu yang mudah, namun bukan berarti komunikasi tidak pernah menimbulkan kesalahpahaman atau cacat komunikasi. Kesalahpahaman, gangguan atau kegagalan komunikasi biasanya disebut *noise*, dimana pesan yang diberikan tidak tersampaikan dengan baik dan menimbulkan hambatan komunikasi. Siklus tersebut sangat sering terjadi dalam komunikasi salah satunya adalah keadaan lingkungan sekitar yang tidak stabil, pembawaan komunikator yang kurang percaya diri dan komunikan yang tidak paham apa yang disampaikan komunikator. Komunikasi yang efektif merupakan kunci dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Komunikasi organisasi, baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal sering kali mendapat perhatian yang lebih dibanding topik atau perihal lain dalam berjalannya sebuah organisasi. Para pimpinan organisasi biasanya mendiskusikan tentang komunikasi organisasi berulang-ulang kali, mengikuti seminar terkait komunikasi, atau mencari bahan terkait komunikasi yang tepat untuk diterapkan dalam organisasi yang dipimpinnya.

¹ Hanani, Silvia. 2017, *Komunikasi Antar Pribadi*, Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, h. 16



Penelitian ini adalah penelitian dengan metode deskriptif, yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran dengan lengkap dan cermat terhadap individu atau kelompok tertentu tentang gejala yang terjadi.² Selanjutnya dengan kata lain, peneliti akan memberikan gambaran yang jelas dan cermat tentang bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan owner dan karyawan di optik yauri. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang mampu memberikan ide atau gambaran-gambaran yang jelas dan terstruktur. Penelitian kualitatif adalah suatu strategi *Inquiry* yang dilakukan untuk mencari makna, pengertian, konsep yang digunakan, karakteristik yang terbangun, gejala yang ditimbulkan, simbol-simbol serta pemahaman secara jelas tentang suatu *fenomena* yang bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan cara-cara yang efektif dan disajikan dalam bentuk *naratif*. Secara sederhananya, penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai upaya untuk menemukan jawaban terhadap suatu masalah (*fenomena*) dari pertanyaan-pertanyaan yang diberikan sesuai dengan prosedur ilmiah secara sistematis menggunakan pendekatan kualitatif.³

Informan merupakan seseorang yang memberikan berbagai informasi yang dicari oleh peneliti. Informan bisa dikatakan sebagai sumber data yang sangat dibutuhkan oleh seorang peneliti dalam penelitian guna menyelesaikan, memperjelas serta melengkapi sebuah penelitian tersebut⁴ Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian disebut sebagai informan yang menunjukkan bahwa latar belakang yang digunakan untuk memberikan informasi tentang yang berkaitan dengan latar belakang penelitian. Informan penelitian ini adalah : 1). Owner/Pemilik Optik Yauri, 2). Manager Optik Yauri, 3). Refraksionis Optisien (RO) Optik Yauri, 4). Marketing Optik Yauri, 5). Faset Optik Yauri, 6). Kurir Optik Yauri, 7). Konsumen

Di penelitian ini informan terbagi menjadi dua bagian yaitu informan inti dan informan pendukung, yang dimaksud dengan informan inti meliputi owner, manager, dan karyawan. Sedangkan informan pendukung seperti konsumen BPJS dan Umum. Owner selaku pemilik usaha Optik Yauri, manager selaku penanggung jawab segala aktivitas kegiatan di optik yauri, karyawan selaku anggota yang di perkerjakan seperti (RO, Marketing, Faset). Sedangkan konsumen BPJS merupakan orang yang akan menggunakan produk dari optik yauri dengan menggunakan pelayanan BPJS, konsumen Umum merupakan orang yang menggunakan produk dari optik yauri tanpa menggunakan pelayanan dari BPJS atau orang biasa. Penelitian yang di teliti agar fokus pada satu titik dimana efektivitas komunikasi interpersonal dilakukan. Fokus penelitian ini adalah efektivitas komunikasi interpersonal antara owner dan karyawan di perusahaan Optik Yauri.

Efektivitas Komunikasi Interpersonal di Perusahaan Optik Yauri

Berbagai pengertian yang dikemukakan oleh berbagai pakar memiliki banyak kesamaan pendapat dan versi. Efektivitas dapat dikatakan sebagai unsur yang penting dalam penerapan program agar tercapainya tujuan ataupun sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi.

² Koentjraningrat. 1993. "Metode-metode penelitian masyarakat". Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, h. 89

³ Yusuf, A Muri. 2014. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan". Jakarta : Kencana, h.329

⁴ Moleong, Lexy J. 2007. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.



Dalam bahasa Inggris, efektifitas disebut dengan *effective* yang artinya berhasil atau sesuatu hal yang dilakukan atau dibuat berhasil dengan baik. Berikut beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian efektifitas:

Menurut Siagian dalam Indrawijaya⁵, memberikan penjelasan bahwa dinilai baik tidaknya suatu pelaksanaan tugas dilihat dari proses pelaksanaannya dan juga biaya yang digunakan. Sedangkan efektifitas yang dikemukakan oleh Ahadi⁶ yaitu suatu organisasi barangkali bias efisien tetapi tidak efektif dalam pendekatan pencapaian tujuan organisasi. Semakin dekat tujuan organisasi ketujuannya, maka semakin efektif organisasi tersebut. Hasibuan menyatakan bahwa efektifitas adalah Tercapainya sasaran yang eksplisit dan implisit. Pernyataan tersebut cenderung mengandung efektifitas dalam tingkat efisiensi.⁷ Lain halnya dengan pendapat Robbins dalam Indrawijaya, bahwa “Efektifitas dapat didefinisikan sebagai tingkat pencapaian organisasi berdasarkan tujuan jangka pendek (tujuan) dan jangka panjang (cara). Pemilihan mencerminkan kontribusi strategis, tingkat kehidupan organisasi, dan minat mengevaluasi”. Lebih lanjut menurut Saxena dalam Indrawijaya,⁸ mengemukakan bahwa “Efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kualitas, kuantitas, waktu) telah tercapai. Tingkat efektifitas semakin tinggi dipengaruhi oleh besarnya target yang dicapai”. Pada umumnya orientasi pemerintah (yang tidak mencari laba) berorientasi ke pencapaian efektifitas. Menurut pendapat P. Robbins Stephen⁹ efektifitas adalah menjalankan aktivitas-aktivitas yang secara langsung membantu organisasi mencapai berbagai sasaran. Sedangkan Georgepoulos dan Tannenbaum yang dikutip oleh Indrawijaya¹⁰ mendefinisikan “Efektifitas ditinjau dari sudut pencapaian tujuan dimana keberhasilan suatu organisasi harus mempertimbangkan bukan saja sasaran organisasi tapi juga bagaimana mekanisme mempertahankan diri dalam mengejar sasaran”. Dari beberapa gagasan para ahli tentang efektifitas, dapat diketahui bahwa konsep efektifitas sendiri beraneka ragam sesuai dengan masing-masing ilmu yang dimiliki. Walaupun memiliki tujuan efektifitas yaitu agar tujuan dapat tercapai.

Mengukur efektifitas organisasi bukanlah suatu hal yang amat sederhana, karena efektifitas dapat dipelajari dari berbagai sudut pandang serta tergantung pada siapa yang menafsirkan dan menilainya. Bila dilihat dari sudut produktivitas, bahwa seorang manajer produksi menyampaikan pemahaman bahwa efektifitas berarti kuantitas dan kualitas (*output*) barang dan jasa. Menurut beberapa ahli, ada jenis pendekatan dalam mengukur efektifitas suatu organisasi. Pendekatan-pendekatan penting dikemukakan untuk digunakan sebagai dasar pengukuran efektifitas. Secara eksplisit, Robbin yang dikutip Effendi¹¹ menjelaskan ada empat pendekatan dalam memandang efektifitas suatu organisasi, yaitu sebagai berikut:

- a) Pendekatan pencapaian tujuan (*goals attainment approach*). Pendekatan yang memandang bahwa keefektifan suatu organisasi harus dinilai sehubungan dengan pencapaian tujuan (*ends*), keseimbangan caranya (*means*).

⁵ Indrawijaya, A.I. 2010. *Teori, Perilaku, dan Budaya Organisasi*. Bandung:Refika Aditama, h. 175

⁶ Ahadi, Nopri. 2010. *Pengantar Manajemen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, h. 3

⁷ Indrawijaya, A.I. 2010. *Teori, Perilaku...*, h. 176

⁸ Ibid. h.175

⁹ Stephen P, Robbins. 2010. Diterjemahkan oleh : Hadyana Pujaatmaka. *Perilaku Organisasi*. Prenhalindo, Jakarta, h.8

¹⁰ Indrawijaya, A.I. 2010. *Teori, Perilaku...*, h. 188

¹¹ Effendi, Usman. 2015. *Asas Manajemen*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, h. 198



- b) Pendekatan sistem (*system approach*). Pendekatan guna meningkatkan eksistensi suatu organisasi, sehingga yang perlu diperhatikan dalam pendekatan ini yaitu SDM, struktural organisasi serta pemanfaatan teknologi
- c) Pendekatan konstituensi-strategi (*stratetic-constituencies approach*). Pada pendekatan ini, agar suatu organisasi dapat melangsungkan kehidupannya, maka diperlukan dukungan terus menerus
- d) Pendekatan yang nilai-nilai yang bersaing (*competing value approach*). Pendekatan ini adalah gabungan dari ketiga pendekatan diatas, masing-masing didasarkan pada suatu kelompok nilai.

Etzioni dalam organisasi modern¹², mengemukakan pendekatan pengukuran efektivitas organisasi yang di sebut system model yang terdiri dari empat kriteria, yaitu adaptasi, integrasi, motivasi dan produksi.

- a. Adaptasi. Adaptasi mempersoalkan kemampuan organisasi untuk menyelaraskan diri dengan lingkungannya.
- b. Integrasi. Integrasi merupakan pendekatan yang mengukur tingkat efektivitas terhadap tingkat kemampuan organisasi dalam melakukan sosialisasi, mengembangkan konsensus serta berbagai bentuk komunikasi lainnya.
- c. Motivasi. Motivasi merupakan pendekatan yang mengukur tingkat efektivitas mengenai kelengkapan sarana dalam pelaksanaan tupoksi, serta hubungan perilaku organisasi dengan organisasinya.
- d. Produksi. Pendekatan yang mengukur tingkat efektivitas dengan dihubungkannya dengan intensitas kegiatan suatu organisasi serta jumlah dan mutu keluaran suatu organisasi.

Pandangan Georgepoulus dan Tannenbaum dalam Lawarance¹³ menjelaskan bahwa suatu pendekatan yang diperoleh lebih dipertanggungjawabkan, seperti yang diajukan oleh para peneliti, ialah suatu system pengukuran efektivitas yang menerapkan beberapa unsur yang biasadiperoleh dalam kehidupan organisasi yang efektif. Hasil studi menunjukkan adanya penggunaan 3 unsur, yakni produktivitas (efisiensi dalam arti ekonomi), tekanan stres (dibuktikan dengan tingkat ketegangan dan konflik), dan fleksibilitas (atau kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan intern dan ekstrn). Strees mengemukakan kriteria pengukuran efektivitas dalam Mustofa¹⁴ yaitu : a). Produktivitas, b). Kemampuan adaptasi kerja, c). Kepuasan kerja, d). Kemampuan berlabar, e). Pencarian sumber daya

Streers dalam Lestari¹⁵ mengungkapkan ada tiga indikator dalam mengukur efektivitas. Ia mengatakan bahwa indikator tersebut sebagai berikut: a) Pencapaian tujuan, b) Integrasi, c) Adaptasi. Budiani dalam Khadafi dan Mutiarin¹⁶ menyatakan bahwa untuk

¹² Amitai, Etzioni, 1985, Organisasi-Organisasi Modern, UI Press, Jakarta. h. 207

¹³ Lawarance, Appley A dan Liang Oey. 2010. Pengantar Manajemen. Salemba Jakarta..., h. 188

¹⁴ Mustafa, AA. 2015. Efektivitas Program Kelompok Usaha Bersama Fakir Miskin (KUBE-FM) di Kota Makassar. Makassar : Universitas Hasanuddin, h.17

¹⁵ Lestari, AF. 2016. Pengaruh Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Mitsubishi Chemical Indonesia (MCCI) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Gerem Kecamatan Grogol Kota Cilegon. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. h. 39

¹⁶ Rizal Khadafi, Dyah Mutiarin. 2017. Efektifitas program bantuan keuangan khusus dalam mengentaskan kemiskinan di kabupaten Gunungkidul. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, h. 74



mengukur efektivitas suatu program dapat dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel sebagai berikut : a). Ketepatan sasaran program, b) Sosialisasi program, c). Tujuan program, d). Pemantuan program.

Analisis Islamic Studies Komunikasi Interpersonal di Optik Yauri

Komunikasi adalah koneksi yang dilakukan antar sesama makhluk hidup yang dilakukan antara dua orang atau lebih yang penyampaiannya berupa pesan atau informasi dan disampaikan melalui tatap muka (langsung), tidak langsung dan melalui media baik media cetak maupun media online dari seorang komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Sebuah pesan disampaikan melalui komunikasi harus diterima dengan baik agar komunikasinya berjalan dengan lancar. Komunikasi merupakan jembatan penghubung antar manusia yang kehidupannya bersosial. Dengan adanya komunikasi, interaksi langsung maupun tidak langsung dapat terjalin dengan baik.

Menurut Mulyana¹⁷, “seseorang yang tidak mau berkomunikasi dengan manusia lain dipastikan akan “tersesat” karena ia tidak mempunyai banyak waktu untuk menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial”. Melalui komunikasi seseorang mampu membangun benteng dirinya, karena secara tidak langsung komunikasi memiliki peranan penting dalam hidup.

Artinya : “Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”¹⁸.

Ayat Al-Hujurat : 13 merupakan ayat yang beraitan dengan komunikasi dimana Allah Swt. menciptakan manusia dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikannya berbagai suku dan bangsa. Penerapan komunikasi dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia harus melakukan interaksi komunikasi dan saling menghargai walau manusia diciptakan dalam jenis kelamin, bangsa dan suku yang berbeda tetapi harus menjaga komunikasi yang baik antar sesama.

Teori merupakan konsep yang memiliki batasan serta proposisi yang memberikan sebuah pandangan terstruktur mengenai suatu kejadian (fenomena) dengan menyimpulkan interaksi variabel ke variabel dan bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan gejala yang ada dalam suatu fenomena tersebut.¹⁹

Teori SOR (Stimulus, Organisme, Response) adalah sebuah model komunikasi yang paling dasar dari banyaknya model komunikasi. Teori SOR menunjukkan bahwa sebuah komunikasi adalah suatu proses “aksi-reaksi” yang dilakukan secara sederhana atau suatu hubungan merespon atau biasa disebut *feedback* atau adanya timbal balik dari lawan interaksi kita. Proses aksi pada model komunikasi ini berasumsi bahwa kata verbal, bahasa isyarat nonverbal, lambang berupa suatu simbol tertentu akan mempengaruhi orang lain untuk memberikan respon tertentu. Keterkaitan model SOR (Stimulus, Organisme, Response) dalam penelitian ini.

¹⁷ Mulyana, Deddy. 2015. “*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*”. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.. h. 6

¹⁸ Q.S Al-Hujurat : 13

¹⁹ Bambang A.S. 2014. “*Perbedaan Model Dan Teori Dalam Ilmu Komunikasi*” dalam HUMANIORA VOL 5 NO 2. Jakarta : Universitas Bina Nusantara, h. 1153-1160, DOI: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3255>



Komunikasi dapat menghasilkan rangsangan (*Stimulus*) berupa informasi dalam bentuk tanda dan simbol. Proses komunikasi yang sifatnya timbal balik ini menimbulkan banyak dampak atau efek. Dampak yang ditimbulkan mampu mengubah aksi pada interaksi selanjutnya. Proses komunikasi pada model SOR ini terbagi menjadi dua kategori, berlangsung secara positif dan juga negatif.²⁰

Salah satu alasan mengapa peneliti menggunakan teori SOR karena dalam ruang lingkup manusia pada umumnya tentu melakukan interaksi sosial baik dalam kawasan rumah, kawasan optik maupun kawasan lainnya. Teori SOR ini merupakan proses komunikasi yang sifatnya memberikan umpan balik atau respon yang dinilai cepat dalam menanggapi permasalahan atau pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator. Maka teori SOR ini dinilai sangat bagus digunakan dalam ruang lingkup optik seperti antara owner dan karyawan di optik yauri.

Komunikasi interpersonal merupakan sebuah komunikasi yang melibatkan minimal dua orang atau bisa lebih dan di dalamnya terdapat sebuah interaksi penyampaian pesan yang memiliki tujuan tertentu. Komunikasi interpersonal biasanya dilakukan oleh orang tua pada anaknya, orang tua pada guru, guru pada siswa dan masih banyak lainnya. Komunikasi interpersonal dianggap sebagai komunikasi yang dilakukan secara langsung dan bertatap muka sehingga pesan yang disampaikan dapat tertuju dan diterima dengan baik oleh lawan bicara. Pada dasarnya sebuah komunikasi terjadi karena adanya komunikator dan komunikan sehingga menimbulkan adanya umpan balik atau respon seperti halnya komunikasi interpersonal. Seperti yang dijelaskan dalam surah Ar-Rahman yang berkaitan dengan komunikasi :

Artinya : “Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Tuhan yang Maha Pemurah, Tuhan yang mengajarkan Al Quran, Dia menciptakan manusia, Mengajarnya manusia pandai berbicara (Ar-Rahman ayat 1-4).

Komunikasi interpersonal (antarpribadi) dilakukan secara tatap muka dan memungkinkan pengirim pesan memahami respon orang lain secara spontan yang dilakukan secara verbal maupun nonverbal.²¹ Komunikasi antar orang-orang yang dimaksud disini ialah keterlibatan antar dua orang seperti suami kepada istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru kepada murid dan sebagainya. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang memiliki pendekatan-pendekatan yang lebih *intens*. Salah satu contohnya adalah keberlangsungan hidup dan pendidikan yang diterapkan guru dan siswa. Dari banyaknya siswa, komunikasi interpersonal lah yang menjadikan guru mampu mengerti apa-apa saja yang berkaitan dengan anak didiknya. Dengan komunikasi interpersonal pula guru dapat mendekatkan diri pada siswa. Sehingga dapat dikatakan bahwa pendekatan yang ada dalam ruang lingkup sekolah terjadi karena adanya komunikasi.

Menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam Mulyana²², komunikasi memiliki dua tugas umum yaitu untuk kelangsungan hidup diri sendiri

²⁰ Pratiwi Monica dan Nurcahyanto Herbasuki. 2017. Efektivitas Program Bpjs Kesehatan Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Pasien Pengguna Jasa Bpjs Kesehatan Di Puskesmas Srandol). *Jurnal of public policy and management review*. Undip. Volume 6. Nomor 2. h. 29-30, DOI: [10.14710/jppmr.v6i2.16050](https://doi.org/10.14710/jppmr.v6i2.16050)

²¹ Mulyana, Deddy. 2014, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, h.81

²² *Ibid...*, h. 5



dan kelangsungan hidup bermasyarakat. Kelangsungan hidup diri sendiri merupakan ambisi untuk memajukan pribadi sendiri, mementingkan keselamatan dan meningkatkan rasa simpati dan empati pada diri sendiri. Sedangkan kelangsungan hidup bermasyarakat adalah meningkatkan interaksi dengan lingkungan sekitar, bersosialisasi dan mendekatkan diri pada lingkungan dan mampu memperbaiki hubungan antar sesama.

Optik Yauri merupakan suatu usaha dalam bidang pelayanan kebutuhan mata yang memenuhi kebutuhan dalam kelainan refraksi maupun fashion semata. Optik Yauri bertempat di Samping Suzuya Plaza Marelان, Jl. Marelان Raya Tanah 600 Komplek Maryland District No.88am Kelurahan, Tanah Enam Ratus, Kec. Medan Marelان, Kota Medan, Sumatera Utara.

Banyak permasalahan sehari-hari yang dihadapi berkaitan dengan komunikasi. Permasalahan dan konflik dalam suatu organisasi kerap terjadi karena adanya kesalahan dalam berkomunikasi. Banyak orang yang abai akan pentingnya komunikasi yang efektif dan bagaimana berkomunikasi dengan baik karena munculnya anggapan bahwa komunikasi itu merupakan hal yang sangat biasa dalam kehidupan manusia, selalu dilakukan setiap saat dalam setiap konteks. Permasalahan dan konflik yang terjadi tentu saja menjadi penghalang bagi organisasi mencapai tujuan (goals) yang sudah ditetapkan. Proses komunikasi memerlukan klausul pemahaman, tidak berhenti sampai pada penyampaian pesan, ide, atau gagasan. Terdapat dua bentuk tindakan dalam proses komunikasi yakni penciptaan pesan dan penafsiran pesan.²³ Salah satu ukuran efektivitas komunikasi interpersonal mengacu kepada keterikatan atau kesamaan stimulus yang disampaikan oleh komunikator dengan pemahaman dan respon yang diterima oleh komunikan. Proses komunikasi efektif dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berhubungan dengan proses penyampaian pesan dan penerimaan pesan. Komunikasi yang efektif dalam sebuah organisasi dapat mempengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan, maupun kinerja pegawai. Permasalahan komunikasi dapat mengakibatkan kerugian materi yang besar dan kerugian nonmateri lainnya bagi perusahaan yang berorientasi laba (profit). Bagi organisasi nonprofit seperti instansi pemerintahan, konflik dalam komunikasi dapat mengganggu proses pelayanan, tidak tercapainya kinerja yang ditargetkan, bahkan dapat merusak citra instansi pemerintah tersebut di mata masyarakat.

Kegagalan yang terjadi dalam komunikasi dapat terjadi dalam interaksi mana saja, salah satunya komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal (komunikasi antarpribadi) adalah komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih yang mengalami tahap interaksi dan relasi tertentu yang tingkatan akrabnya dimulai dari tingkat akrab hingga tingkat perpisahan, hal ini akan berulang kembali terus menerus Afrilia²⁴. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang sifatnya mendekatkan. Kemampuan berkomunikasi interpersonal yang baik dan efektif sangat diperlukan oleh manusia agar manusia dapat menjalani semua aktivitasnya dengan lancar. Terutama ketika seseorang melakukan aktivitas dalam situasi yang formal, misalnya dalam lingkungan perusahaan. Lebih penting lagi ketika aktivitas owner dalam perusahaan adalah berhadapan langsung dengan karyawan dimana sebagian besar kegiatannya merupakan kegiatan komunikasi interpersonal. Agar komunikasi dapat berjalan lancar, maka dibutuhkan keahlian dalam berkomunikasi (communication skill). Dan tidaklah semua orang memiliki communication skill. Banyak orang yang berkomunikasi hanya mengandalkan gaya

²³ Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Terj. Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja RosdaKarya, h.47

²⁴ Afrilia, Ascharisa. Mettassatya. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, Vol II (1). h.20-30 DOI: <https://doi.org/10.29313/mediator.v1i1.3626>



yang dipakai sehari-hari. Mereka beranggapan bahwa cara komunikasi yang mereka pakai sudah benar. Namun jika dicermati masih banyak kesalahan dalam berkomunikasi.

Dalam hal ini Optik Yauri menjadi salah satu usaha di bidang pelayanan kebutuhan mata yang memenuhi kebutuhan dalam kelainan refraksi maupun fashion semata. Apabila seseorang yang memiliki kelainan refraksi tentunya memiliki kebutuhan khusus bagi matanya agar dapat melihat layaknya mata normal. Kelainan refraksi pada mata dapat berupa miyopi, hipermetropi, presbiopi, dan sebagainya tergantung pada kondisi mata setiap individunya untuk mengatasi kebutuhan khusus ini, seseorang membutuhkan kacamata untuk membantu sistem kerja mata. Pada umumnya seseorang yang memakai kacamata untuk membantu penglihatan lensa ukur tertentu. Namun seiring perkembangan zaman, kacamata tidak hanya sebagai alat bantu penglihatan mata, kacamata saat ini dapat menjadi sesuatu yang menunjukkan gaya dari seseorang. Setiap orang memiliki selera tersendiri terhadap kacamata yang diinginkan dan itulah Optik Yauri hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Dengan tingkat persaingan yang cukup ketat, Optik Yauri berusaha untuk merebut perhatian konsumennya agar mempercayakan kebutuhannya dengan memilih Optik Yauri sebagai usaha yang mampu menangani kebutuhan refraksi konsumennya. Strategi untuk merebut perhatian konsumen ini dilakukan Optik Yauri dengan meningkatkan citra merek perusahaan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan puas dan merasa percaya sehingga terbentuklah keputusan pembelian kacamata di Optik Yauri.

Namun ada kendala komunikasi yang sering terjadi di Optik Yauri, yaitu pada saat pekerjaan berlangsung terdapat beberapa karyawan yang tidak fokus terhadap arahan yang dijelaskan oleh owner, namun mereka (karyawan) saling berkomunikasi (komunikasi antarpribadi) menggunakan bahasa sehari-hari. Untuk meningkatkan Efektivitas Komunikasi Interpersonal di perusahaan Optik Yauri tidaklah mudah untuk saling memahami satu per satu. Hal ini biasanya menimbulkan efek yang cukup besar sehingga bisa mendatangkan kesalahpahaman yang sering terjadi. Disamping itu, dalam bertutur kata, terkadang mereka beranggapan bahwa apa yang mereka katakan sudah efektif, namun dibalik itu komunikasinya belum memahami apa yang disampaikan sehingga komunikasi tersebut tidak berjalan dengan baik dan benar. Dan bukan itu juga masalah yang sering terjadi di optik yauri, ada sedikit masalah seperti karyawan takut akan kesalahan dalam bekerja sehingga tidak mencoba berkomunikasi terhadap owner, dalam hal ini owner dan karyawan sangat berperan penting terhadap kemajuan optik yauri.

Kesimpulan

Efektivitas komunikasi interpersonal di Optik Yauri dengan studi kasus di Medan Marelan, ada beberapa komunikasi interpersonal yang mengalami tahap interaksi dan relasi tertentu yang tingkatan akrabnya dimulai dari tingkat akrab hingga tingkat perpisahan, hal ini akan berulang kembali terus menerus sepanjang ada rasa kecocokan atau kimistri diantara mereka.

Kemudian ada temuan dilapangan Optik Yauri hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Dengan tingkat persaingan yang cukup ketat, Optik Yauri berusaha untuk merebut perhatian konsumennya agar mempercayakan kebutuhannya dengan memilih Optik Yauri sebagai usaha yang mampu menangani kebutuhan refraksi konsumennya. Strategi untuk merebut perhatian konsumen ini dilakukan Optik Yauri dengan meningkatkan citra merek



perusahaan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan puas dan merasa percaya sehingga terbentuklah keputusan pembelian kacamata di Optik Yauri.

Bibliography

- Afrilia, Ascharisa. Mettassatya. (2018). Personal Branding Remaja di Era Digital. Mediator: Jurnal Komunikasi, Vol 11 (1). h.20-30
DOI: <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>
- Ahadi, Nopri. 2010. Pengantar Manajemen. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Amitai, Etzioni, 1985, Organisasi-Organisasi Modern, UI Press, Jakarta
- Bambang A.S . 2014. "Perbedaan Model Dan Teori Dalam Ilmu Komunikasi" dalam HUMANIORA VOL 5 NO 2. Jakarta : Universitas Bina Nusantara, h. 1153-1160, DOI: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3255>
- Effendi, Usman. 2015. Asas Manajemen. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Hanani, Silvia. 2017, *Komunikasi Antar Pribadi*, Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Indrawijaya, A.I. 2010. *Teori, Perilaku, dan Budaya Organisasi*. Bandung:Refika Aditama
- Kemenkes. 2017. Profil Kesehatan Indonesia 2016. Jakarta: Kemenkes.
- Koentjraningrat. 1993. "Metode-metode penelitian masyarakat". Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Lawarance, Appley A dan Liang Oey. 2010. Pengantar Manajemen. Salemba Jakarta
- Lestari, AF. 2016. *Pengaruh Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Mitsubishi Chemical Indonesia (MCCI) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Gerem Kecamatan Grogol Kota Cilegon*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Moleong, Lexy J. 2007. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2014, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2015. "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar". Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mustafa, AA. 2015. *Efektivitas Program Kelompok Usaha Bersama Fakir Miskin (KUBE-FM) di Kota Makassar*. Makassar : Universitas Hasanuddin,
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Terj. Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja RosdaKarya



Pratiwi Monica dan Nurcahyanto Herbasuki. 2017. Efektivitas Program Bpjs Kesehatan Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Pasien Pengguna Jasa Bpjs Kesehatan Di Puskesmas Srandol). *Jurnal of public policy and management review*. Undip. Volume 6. Nomor 2. h. 29-30, DOI: [10.14710/jppmr.v6i2.16050](https://doi.org/10.14710/jppmr.v6i2.16050)

Rizal Khadafi, Dyah Mutiarin. 2017. Efektifitas program bantuan keuangan khusus dalam mengentaskan kemiskinan di kabupaten Gunungkidul. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Stephen P, Robbins. 2010. Diterjemahkan oleh : Hadyana Pujaatmaka. *Perilaku Organisasi*. Prenhalindo, Jakarta

Yusuf, A Muri. 2014. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan”*. Jakarta : Kencana

<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/112976/permenkes-no-1-tahun-2016>.

Diakses 22 Juni 2021

