

**MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN PERCAYA DIRI  
SISWA-SISWI JURUSAN PEMASARAN DI SMK PGRI 05 KENCONG-JEMBER  
TAHUN PELAJARAN 2018/2019**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)



Oleh :

**Dimita Indah Sari**  
NIM. T20153058

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
MARET 2019**

**MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN PERCAYA DIRI  
SISWA-SISWI JURUSAN PEMASARAN DI SMK PGRI 05 KENCONG-  
JEMBER TAHUN PELAJARAN 2018/2019**

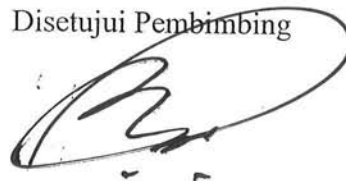
**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan Kependidikan Islam (KI)  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Oleh :

**Dimita Indah Sari**  
NIM. T20153058

Disetujui Pembimbing



**Dr. H. Sofyan Tsauri, M.M**  
NIP. 19581111 198303 1 002

**MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN PERCAYA DIRI  
SISWA-SISWI JURUSAN PEMASARAN DI SMK PGRI 05 KENCONG-JEMBER  
TAHUN PELAJARAN 2018/2019**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

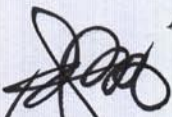
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

**Hari : Senin**

**Tanggal : 27 Mei 2019**

Tim Penguji

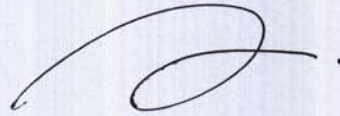
Ketua



**Dr. H. Mashudi, M.Pd**

NIP. 19720918 200501 1 003

Sekretaris



**Abd. Razzaq, S.H.I., M.M.Pd**

NIP.

**Anggota :**

1. Prof. Dr. H. Moh. Khusnuridlo, M.Pd



2. Dr. H. Sofyan Tsauri, M.M



Menyetujui  
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



**Dr. Hj. Mukti'ah, M.Pd.I.**

NIP. 19640831 199903 2 001

## MOTTO

وَلَا تَسْتَوِ الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ۚ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ

عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ

Artinya: “Kebaikan tidak sama dengan kejahatan. Tolaklah kejahatan itu dengan cara yang lebih baik, sehingga yang memusuhimu akan seperti teman yang setia. (Q.S. Fussilat: 34)<sup>1</sup>

IAIN JEMBER

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Alquran Tajwid dan Terjemah* (Bandung: Diponegoro), 25:34.

## PERSEMBAHAN

*Aku persembahkan karya tulis ini untuk orang-orang yang kusayangi yaitu:  
Terutama untuk **Ayahanda Domiri** dan **Ibunda Darwati**, serta adikku **M. Farhan Rizqi**, beribu curahan kasih sayang dan dukungannya berupa moral, material maupun spiritual yang selalu mereka berikan padaku, hingga mengantarkanku sampai pada tahap ini.*

*Seluruh **keluargaku** yang telah memberikan banyak dukungan dan semangatnya kepadaku*

***Guru-guruku** yang telah memberikan bimbingan, mengarahkanku pada hal positif dan menanamkan ilmunya padaku sehingga aku menjadi orang yang mengerti.*

***Teman-temanku** yang sudah bersedia menjadi tempat berbagi suka maupun duka dan memberikan banyak inspirasi dan pelajaran. Sungguh kalian sangat berharga dalam hidupku.*

*Dan **Almamaterku IAIN Jember** yang selalu Aku banggakan.*

**IAIN JEMBER**

## KATA PENGANTAR

Segala puji kupersembahkan kepada Allah dengan kenikmatan dan rahmat yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini, sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Rasulullah SAW. Sebagai penutup para nabi dan rasul, karena dengan syafa'atnya penulis dapat menikmati agama sempurna yang selalu dalam ridha Allah SWT.

Meski penulis telah menuangkan seluruh kemampuan dalam menggali kajian skripsi ini, namun penulis sangat menyadari bahwasanya terselesaikannya skripsi ini berkat bantuan beberapa pihak, maka menjadi sebuah keharusan bagi penulis untuk berterimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember beserta stafnya, para dosen dan karyawan di IAIN Jember yang telah memberikan bimbingan dan layanan yang memuaskan selama penulis belajar di IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Jember.
3. Bapak Nuruddin, M.Pd.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Jember.
4. Bapak Dr. H. Sofyan Tsauri, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak sekali meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, motivasi, dan nasehat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Saiful Anwar, S.Pd selaku Kepala Sekolah SMK PGRI 05 Jember dan Amarul Fajri, S.Pd selaku Waka Kurikulum.
6. Guru-guruku semua yang telah memberikan ilmu kepada penulis sampai saat ini.
7. Semua saudaraku, dan sahabat-sahabatku yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
8. Dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jember, Mei 2019  
Penulis

Dimita Indah Sari

IAIN JEMBER

## ABSTRAK

*Dimita Indah Sari, 2019: Manajemen Komunikasi dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019.*

Manajemen komunikasi sangatlah penting dalam keseharian siswa-siswi di SMK PGRI 05 Kencong-Jember terutama jurusan pemasaran, dari banyaknya karakter dari setiap individu yang berbeda-beda, maka perlu sekali mengatur proses komunikasi mereka terhadap konsumen maupun masyarakat secara langsung ketika mereka berada di lingkungan kerja. Maka dari itu percaya diri yang dimiliki setiap pribadi individu siswa-siswi harus ditingkatkan untuk bekal mereka dalam berorganisasi dengan konsumen maupun masyarakat.

Fokus penelitian dalam skripsi ini terbagi 2 yaitu: 1) Bagaimana manajemen komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019 ? 2) Bagaimana manajemen komunikasi organisasional dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019 ?

Tujuan dalam penulisan skripsi ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan manajemen komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019. 2) Untuk mendeskripsikan manajemen komunikasi organisasional dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019.

Dalam penelitian ini metode dan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data: Wawancara, Observasi, Dokumentasi. Data analisis menggunakan teknik pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan tehnik.

Hasil penelitian ini adalah: 1. Dari hasil temuan dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti dan berdasarkan kajian teori yang telah disajikan, maka dapat digambarkan bahwasanya komunikasi interpersonal bisa dilakukan di dalam kelas maupun di luar kelas, dan komunikasi interpersonal dilaksanakan dengan selektif, sistemis, unik, processual, dan menciptakan makna. 2. Sesuai dengan hasil temuan dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti dan berdasarkan kajian teori yang telah disajikan, maka dapat di gambarkan bahwasanya komunikasi organisasional diimplementasikan dengan ceramah, diskusi, brainstorming, dan seminar. Terdapat beberapa penggolongan komunikasi dalam organisasi yaitu komunikasi lisan dan tertulis (verbal), bahasa isyarat, gerakan tubuh, dan intonasi suara (non verbal), komunikasi ke bawah, keatas, ke samping, komunikasi formal dan informal serta komunikasi satu arah dan dua arah. Komunikasi organisasional di lingkup siswa-siswi jurusan pemasaran dapat berupa komunikasi di dalam organisasi mereka maupun dengan orang di sekeliling mereka dengan bertukar pendapat atau saling mengutarakan ide ketika mereka berdiskusi dengan siswa yang lainnya maupun dengan gurunya.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Definisi Istilah.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	13
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	15
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50

B. Lokasi Penelitian.....	51
C. Subyek Penelitian.....	52
D. Teknik Pengumpulan Data.....	53
E. Analisis Data.....	56
F. Keabsahan Data.....	57
G. Tahap-tahap Penelitian.....	58
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>61</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	61
B. Penyajian Data dan Analisis.....	69
C. Pembahasan Temuan.....	85
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93
C. Penutup.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

**IAIN JEMBER**

## DAFTAR TABEL

<b>2.1. Persamaan dan Perbedaan Kajian Peneliti .....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 Karakteristik Komunikasi Interpersonal .....</b>	<b>42</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Menurut William F. Glueck dalam Widjaja (2000:14), komunikasi dapat dibagi dalam dua bagian utama yaitu *Interpersonal Communications* yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dalam kelompok kecil manusia dan *Organization Communication* dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga yang berhubungan.<sup>1</sup>

Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan si penerima informasi dapat memahami. Hal ini berarti bahwa kedua belah pihak harus menyetujui sesuatu gagasan tersebut. Yang penting adalah kedua belah pihak sama-sama memahami gagasan tersebut. Dalam hal seperti inilah baru dapat dikatakan bahwa komunikasi telah berhasil baik (komunikatif).<sup>2</sup>

Secara sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses atau aliran mengenai suatu pesan atau informasi bergerak dari suatu sumber (pengirim) hingga penerima yang berlangsung dinamis. Suatu kekeliruan yang terjadi dalam kehidupan kerja organisasi pada dasarnya merupakan akibat dari rintangan atau penyimpangan komunikasi yang tidak dapat teratasi.

---

<sup>1</sup> Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), 14.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 15.

Manusia adalah makhluk sosial. Dengan demikian, manusia tidak akan bisa hidup menyendiri. Jika hidup secara menyendiri ini sengaja ditempuh oleh seseorang, akan sulit baginya untuk memperoleh kebahagiaan karena telah menyalahi fitrah dalam hidupnya. Karena manusia adalah makhluk sosial, ia harus mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi sehingga ia bisa menjalin hubungan dengan orang lain. Namun, alangkah menyedihkannya, ternyata tidak semua orang sebagai makhluk sosial ini mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi secara baik. Tidak jarang percekocokan antar individu, bahkan perkelahian antarwarga masyarakat karena tidak adanya kemampuan berkomunikasi secara baik.<sup>3</sup>

Komunikasi tepat sasaran, komunikatif, *to the point*, dan mudah dimengerti adalah harapan bagi penyampai pesan. Seperti dalam QS. An Nisa ayat 63:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka Qauladan Baligha-Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”<sup>4</sup>

Setiap proses komunikasi bertujuan menyampaikan suatu pesan atau informasi hingga pesan tersebut dapat diterima oleh si penerima setepat mungkin, apapun bentuk dan cara penyampaiannya. Prosedur komunikasi

<sup>3</sup>Akhmad Muhaimin Azzet, *Urgensi Pendidikan Karakter di Indonesia* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 47.

<sup>4</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Al-Mujadilah, 2005)

dimulai oleh pengirim yang memiliki pikiran atau ide yang diolah sedemikian rupa (pengolahan atau *encoding*) sehingga dapat dimengerti oleh pengirim dan penerima. Disampaikan melalui saluran yang menghubungkan pengiriman dengan penerima pesan dapat berupa memorandum, computer, telepon, telegram, televise. Penerima pesan harus siap menerima pesan agar pesan itu dapat diolah menjadi pikiran (pengolahan atau *decoding*).<sup>5</sup>

Dalam Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 54 butir 1 disebutkan bahwa:

“ Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan.”<sup>6</sup>

Dalam Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 9 disebutkan bahwa:

“Masyarakat berkewajiban memberikan dukungan sumber daya dalam penyelenggaraan pendidikan”.<sup>7</sup>

Percaya Diri adalah kemampuan individu untuk dapat memahami dan meyakini seluruh potensinya agar dapat dipergunakan dalam menghadapi penyesuaian diri dengan lingkungan hidupnya. Perlu kita ketahui, percaya diri tidak begitu saja melekat pada anak. Kemampuan percaya diri bukan merupakan bawaan lahir atau turunan anak. Terbentuknya kemampuan

<sup>5</sup>Engkoswara, *Administrasi Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2015), 200.

<sup>6</sup>Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Departemen Agama RI, *Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah RI tentang Pendidikan* (Jakarta, 2006), 35.

<sup>7</sup>Ibid., 11.

percaya diri adalah suatu proses belajar bagaimana merespon berbagai rangsangan dari luar dirinya melalui interaksi dengan lingkungannya.<sup>8</sup>

Untuk saling mengenal manusia membutuhkan keberanian yang lebih karena biasanya manusia mempunyai percaya diri yang rendah, padahal Allah SWT menjadi manusia derajat yang tinggi agar manusia tidak bersikap lemah, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Ali Imron ayat 139 yang bunyinya:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزِنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٣٩﴾

Artinya: “Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.”<sup>9</sup>

Seperti dalam Al-Quran QS An Nisa ayat 9 yang bunyinya:

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةَ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ

وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka, yang mereka khawatirkan terhadap (kesejahteraannya). Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar (qaulan sadida).”<sup>10</sup>

Siswa-siswa jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Jember harus mempunyai rasa percaya diri yang tinggi untuk bekal terjun ke masyarakat.

Dan siswa-siswi jurusan pemasaran nantinya sebagai komunikator harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas

<sup>8</sup> Hendra Surya, *Percaya Diri itu Penting* (Elex Media Komputindo), 2.

<sup>9</sup> Kementerian Agama RI, *Alquran Tajwid dan Terjemah* (Bandung: Diponegoro), 3:139.

<sup>10</sup> Ibid., 4:9.

sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti apa yang dimaksudkan. Komunikasi yang baik dan benar perlu dimiliki oleh siswa-siswi jurusan pemasaran agar rasa percaya diri juga ikut muncul dalam diri mereka.

Percaya diri menjadi bagian penting dari perkembangan kepribadian seseorang, sebagai penentu bagaimana seseorang dalam bersikap serta bertingkah laku. Untuk mencapai suatu pencapaian dalam hidup manusia tentunya membutuhkan kepercayaan diri, namun banyak orang yang tidak memiliki rasa percaya diri meski pandai secara akademiknya. Hal ini dikarenakan kepercayaan diri ini bukanlah sesuatu yang dapat tumbuh dan ada dalam diri seseorang dengan sendirinya.

Konsep diri seseorang dibentuk oleh berbagai faktor penting antara lain *other image* atau *significant other*, *cultural teaching*, *social comparison*, *studying process*. Menjadi pemimpin bukanlah lahir dengan serta merta, melainkan hasil dari sebuah proses panjang. Sementara pemimpin besar yang sukses merupakan hasil formulasi sikap, keyakinan, dan konsep diri yang matang melalui sebuah proses pembentukan jiwa kepemimpinan yang sangat panjang.<sup>11</sup>

Kepemimpinan yang efektif tergantung dari landasan manajerial yang kokoh. Menurut Chapman yang dikutip Dale Timpe dalam Husein Umar (1998:31), lima landasan kepemimpinan yang kokoh adalah cara

---

<sup>11</sup> Muwafik Saleh, *Membangun Karakter dengan Hati Nurani* (Jakarta: Erlangga, 2012), 124.



berkomunikasi, pemberian motivasi, kemampuan memimpin, pengambilan keputusan, kekuasaan yang positif.<sup>12</sup>

Komunikasi adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, siswa-siswi jurusan pemasaran senantiasa berkomunikasi dengan orang lain dimanapun dan kapanpun. Agar tidak menjadi kurang percaya diri dan sulit untuk berkomunikasi maka siswa-siswi jurusan pemasaran juga banyak berlatih untuk meningkatkan kepercayaan dirinya sehingga dapat berkomunikasi dengan baik dan lancar.

Manajemen komunikasi sangatlah penting dalam kegiatan keseharian siswa-siswi di SMK PGRI 05 Jember terutama jurusan pemasaran, dari banyaknya karakter dari setiap siswa-siswi yang berbeda-beda, maka perlu sekali mengatur proses komunikasi mereka terhadap konsumen maupun masyarakat secara langsung ketika mereka berada di lingkungan kerja. Maka dari itu percaya diri yang dimiliki setiap pribadi individu siswa-siswi harus ditingkatkan untuk bekal mereka dalam berorganisasi dengan konsumen maupun masyarakat.

Bukan hanya karakter dari setiap individu siswa-siswi jurusan pemasaran saja, akan tetapi karakter dari setiap konsumen maupun masyarakatpun sangat berbeda-beda. Oleh karena itu, siswa-siswi jurusan pemasaran juga harus mampu membaca perbedaan karakter konsumen maupun masyarakat tersebut. Agar mereka dapat menyesuaikan dengan apa yang akan dilakukan dalam melayani masyarakat dan konsumen. Sehingga

---

<sup>12</sup> Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1998), 31.

konsumen maupun masyarakat dapat puas terhadap pelayanan yang diberikan berkat komunikasi yang baik dan juga tingkat kepercayaan diri yang tinggi sehingga tujuan dari organisasi tersebut dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Jurusan pemasaran adalah salah satu program studi favorit mulai awal berdirinya SMK PGRI 05 Kencong-Jember sampai sekarang, dan siswa-siswi yang mendaftarkan diri untuk masuk di jurusan pemasaran juga selalu banyak. Sekolah yang berdiri di Desa Kencong dan sangat disiplin selalu mengantarkan siswa-siwinya menjadi lulusan yang berkompetitif, sehingga dampak dari lulusan jurusan pemasaran ini sebagian besar memanfaatkan peluang untuk belajar berwirausaha maupun mengaplikasikan ilmu yang di dapat ketika mereka masih menjadi siswa-siswi.

Jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember terdapat kegiatan-kegiatan yang menarik dan memacu terasahnya keterampilan, seperti adanya bazar kewirausahaan yang disana adalah kegiatan jurusan pemasaran secara berkelompok-kelompok memasarkan barang yang sudah ditentukan oleh masing-masing kelompok dan dibina oleh guru, dan tentunya harus membutuhkan komunikasi yang baik dan lancar serta kepercayaan diri yang tinggi untuk menarik perhatian konsumen, konsumen dari bazar kewirausahaan tersebut ialah warga sekolah dan warga luar sekolah.

Di SMK PGRI 05 Kencong-Jember terdapat Latihan Dasar Kepemimpinan (LDK), yang dimana kegiatan tersebut sangat penting untuk siswa-siswi jurusan pemasaran dalam menyiapkan mental dan kekuatan untuk

membaca berbagai karakter masyarakat yang sangat berbeda-beda. Selain itu, di SMK PGRI 05 Kencong-Jember juga selalu mengadakan pemilihan Gus dan Ning SMK PGRI 05 Kencong-Jember setiap tahunnya yang dinilai dari penampilan maupun nalar pikir siswa-siswi dalam berbagai pandangan, sehingga siswa-siswi selalu menyiapkan fisik maupun psikis agar dapat menjadi siswa pilihan sebagai panutan di SMK PGRI 05 Kencong-Jember.

Dalam kegiatan karnaval Desa Kencong setiap tahunnya antar sekolah, SMK PGRI 05 Kencong-Jember selalu mendapatkan juara 1 selama berturut-turut, hasil dari kerjasama yang baik dan juga saling menjaga komunikasi yang baik dengan tim dan tidak lupa pula selalu meningkatkan rasa percaya diri baik guru maupun siswanya sehingga masyarakatpun menilai SMK PGRI 05 Jember baik dimata masyarakat.

Di SMK PGRI 05 Jember juga selalu bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan luar untuk siswa kelas XII yang berminat langsung bekerja setelah lulus dari SMK PGRI 05 Kencong-Jember, sehingga bagi siswa-siswi jurusan pemasaran bisa mengikuti kegiatan tersebut ketika mereka lulus dan bagi jurusan pemasaran komunikasi dan rasa percaya diri sangat diutamakan dalam bekerja di bidang pemasaran.<sup>13</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Manajemen Komunikasi dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019”**

---

<sup>13</sup> *Observasi*, 13 Januari, 09:20

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah ditetapkan diatas, maka dapat ditetapkan fokus penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Manajemen Komunikasi Interpersonal dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?
2. Bagaimana Manajemen Komunikasi Organisasional dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian<sup>14</sup>. Hal ini harus mengacu pada masalah-masalah sesuai dengan fokus masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun tujuan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Mendeskripsikan manajemen komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019
2. Mendeskripsikan manajemen komunikasi organisasional dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berisi tentang kontribusi proses peneliti yang didapatkan setelah melaksanakan penelitian. Manfaat penelitian ini dapat

---

<sup>14</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

berupa manfaat secara teoritis dan manfaat praktis, tidak hanya itu penelitian juga harus realistis, dari penjabaran tersebut maka tersusunlah manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, khususnya bagi pihak-pihak yang berkompeten dengan permasalahan yang diangkat serta dapat memperkaya wawasan ilmu pengetahuan tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran untuk praktek dan bekal terjun ke masyarakat secara langsung.

### **2. Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis diantaranya adalah:

#### **a. Bagi Peneliti**

1. Penelitian ini sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.
2. Penelitian ini memberikan pengalaman dan latihan kepada peneliti dalam penulisan karya ilmiah secara teori maupun praktek.
3. Penelitian ini memberikan wawasan pengetahuan peneliti tentang manajemen komunikasi interpersonal maupun manajemen komunikasi organisasional dalam peningkatan percaya diri dan

juga dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan kompetensi peneliti.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Dapat memberikan wawasan dan masukan bagi lembaga pendidikan sebagai bahan acuan untuk meningkatkan kualitas siswa-siswi dalam manajemen komunikasi interpersonal maupun manajemen komunikasi organisasional terutama pada siswa-siswi jurusan pemasaran.

c. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Penelitian dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi seluruh aktivitas akademik untuk menggali lebih dalam suatu kompetensi maupun wawasan pengetahuan.

d. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang aktual kepada masyarakat dan kesadaran masyarakat mengenai manajemen komunikasi interpersonal maupun organisasional dalam peningkatan percaya diri.

## **E. Definisi Istilah**

Definisi istilah digunakan sebagai acuan peneliti untuk menghindari adanya kesalah-tafsiran dalam menginterpretasi isi dari karya tulis ini. Maka dari itu peneliti perlu menjelaskan dan menegaskan definisi dari setiap kata-kata yang mendukung judul pada penelitian ini menurut pemahaman peneliti. Adapun masing-masing tersebut dari:

## 1. Manajemen komunikasi

Manajemen komunikasi menurut peneliti adalah penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui perencanaan, pengorganisasian sehingga tercipta komunikasi yang harmonis.

Manajemen komunikasi akan membentuk suatu alur komunikasi agar tercipta koordinasi yang tidak saling tumpang tindih dan untuk memberikan solusi jika terjadi perbedaan pendapat antar individu. Manajemen komunikasi juga menjadi sarana informasi yang membentuk cara berinteraksi dengan orang lain. Dibangun melalui interaksi antar manusia dan kemampuan berkomunikasi dilakukan dengan saling memahami pandangan dan kerangka berpikir masing-masing individu dan di berbagai lingkungan.

Manajemen komunikasi pada hakikatnya untuk mengoptimalkan sumber dayanya dalam aspek pengelolaan manajemen di organisasi atau perusahaan agar komunikasi dapat sistematis dan dapat diterima dengan baik oleh masing-masing individu.

## 2. Percaya diri

Percaya diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Orang yang memiliki kepercayaan diri akan yakin atas kemampuan yang ada dalam dirinya sendiri, sehingga ketika harapan mereka tidak terwujud mereka akan tetap menerimanya dan selalu berpikir positif.

Percaya diri merupakan adanya sikap individu yakin akan kemampuannya sendiri untuk bertindak laku sesuai dengan yang diharapkannya sebagai suatu perasaan yang yakin pada tindakannya, bertanggung jawab terhadap tindakannya dan tidak terpengaruh oleh orang lain.

Menumbuhkan serta meningkatkan rasa percaya diri harus dimulai dari dalam diri individu. Hal ini sngat penting mengingat bahwa hanya individu yang bersangkutan yang dapat mengatasi rasa percaya diri yang dialaminya.

Jadi yang dimaksud dengan Manajemen Komunikasi dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 adalah sebuah penelitian yang menganalisis tentang mengolah maupun mengatur cara berkomunikasi dengan baik untuk meningkatkan rasa percaya diri siswa-siswi ketika berhadapan langsung dengan konsumen maupun masyarakat.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi rencana susunan atau sistematika penulisan dalam penelitian.<sup>15</sup> Penyusunannya dimulai dari bab pertama sampai bab akhir. Dengan kata lain pada bab ini berisi tentang rangkuman dari isi penelitian.

Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Happy Susanto, *Panduan Menyusun Proposal* (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), 35.



Bab I : merupakan bagian pendahuluan dalam penulisan skripsi yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II : berisi tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab III : berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV : berisi tentang penyajian data dan analisis yang terdiri dari gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, pembahasan temuan.

Bab V : berisi tentang penutup atau kesimpulan dan saran yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung pemenuhan kelengkapan data skripsi.

IAIN JEMBER

## **BAB II**

### **KAJIAN KEPUSTAKAAN**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Pada bagian ini peneliti akan mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian peneliti. Kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan. Dengan tujuan untuk menjaga keaslian penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Penelitian yang hampir sama dengan tema yang diangkat peneliti, yang pernah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, diantaranya adalah ;

1. Skripsi karya Hermadi Fajar Arifin. 2011 dengan judul: “Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Komunikasi Interpersonal Santri di Pondok Pesantren Modern Islam Assalam, Surakarta Solo”<sup>16</sup>

Fokus masalah yang diangkat dari penelitian ini adalah:

- a. Apakah ada pengaruh kepercayaan diri dan jenis kelamin terhadap komunikasi interpersonal santri pondok pesantren modern Islam Assalam Solo
- b. Apakah ada pengaruh kepercayaan diri terhadap keterbukaan santri pondok pesantren modern Islam Asslama Solo
- c. Apakah ada pengaruh kepercayaan diri terhadap empati santri pondok pesantren modern Islam Asslama Solo

---

<sup>16</sup>Hermadi Fajar Arifin, “Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Komunikasi Interpersonal Santri di Pondok Pesantren Modern Islam Assalam, Surakarta Solo”, (Skripsi, Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2011).

d. Apakah ada pengaruh kepercayaan diri terhadap dukungan santri pondok pesantren modern Islam Asslama Solo

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah 1) pengaruhnya rasa kepercayaan diri dan jenis kelamin terhadap komunikasi interpersonal atau antarpribadi. 2) pengaruh rasa kepercayaan diri terhadap keterbukaan. 3) pengaruh rasa kepercayaan diri terhadap empati santri pondok pesantren modern islam.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri untuk bekal terjun ke masyarakat. Individu memerlukan kepercayaan diri untuk berhasil dalam hidupnya, rasa percaya diri berperan dalam memberikan semangat serta memotivasi individu untuk bereaksi secara tepat terhadap tantangan dan kesempatan yang datang padanya. Individu yang memiliki rasa percaya diri biasanya mudah mendapatkan teman, mampu berkomunikasi tanpa perasaan tegang ataupun perasaan tidak enak lainnya.

Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti sendiri menggunakan metode penelitian kualitatif. Terdapat perbedaan pula antara fokus penelitian peneliti dengan fokus penelitian ini.

2. Skripsi karya Azizah Chai Carrina, 2018 dengan judul “Hubungan antara Percaya Diri dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal pada Peserta Didik Kelas VII MTs Al-Hikmah Bandar Lampung”<sup>17</sup>. Fokus masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah:

a. Hubungan antara percaya diri dengan kemampuan komunikasi interpersonal. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah untuk mengidentifikasi hubungan prediktif dengan menggunakan teknik korelasi atau teknik statistik.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah hubungan antara percaya diri siswa-siswi dengan kemampuannya dalam berkomunikasi. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri. Percaya diri menjadi salah satu faktor yang paling menentukan dalam komunikasi, karena percaya diri adalah keyakinan yang dimiliki oleh seseorang akan segala kemampuan yang dimilikinya.

Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti sendiri menggunakan metode penelitian kualitatif. Terdapat perbedaan pula antara fokus penelitian peneliti dengan fokus penelitian ini.

---

<sup>17</sup>Azizah Chai Carrina, “Hubungan antara Percaya Diri dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal pada Peserta Didik Kelas VII MTs Al-Hikmah Bandar Lampung”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018).

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Kajian Peneliti**  
**dengan Penelitian Terdahulu**

No	Judul	Nama dan Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	2	3	4	5	6
1	Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Komunikasi Interpersonal Santri di Pondok Pesantren Modern Islam Assalam, Surakarta Solo	Hermadi Fajar Arifin, 2011	1. Secara keseluruhan ada pengaruh kepercayaan diri terhadap komunikasi interpersonal santri pondok pesantren modern islam Assalam, secara minor hasil penelitian ini menyebutkan bahwa variable kepercayaan diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi interpersonal dan aspek-aspeknya semua mendapat hasil yang signifikan.	1. Menggunakan metode kuantitatif 2. Terdapat perbedaan pula antara fokus penelitian peneliti dengan fokus penelitian ini.	3. Penelitian yang sudah dilakukan dan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan kepercayaan diri untuk bekal terjun ke masyarakat 4. Individu memerlukan kepercayaan diri untuk berhasil dalam hidupnya, rasa percaya diri berperan dalam memberikan semangat serta memotivasi individu untuk bereaksi secara tepat

1	2	3	4	5	6
					<p>terhadap tantangan dan kesempatan yang datang padanya. Individu yang memiliki rasa percaya diri biasanya mudah mendapatkan teman, mampu berkomunikasi tanpa perasaan tegang ataupun perasaan tidak enak lainnya.</p>
2	<p>Hubungan antara Percaya Diri dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal pada Peserta Didik Kelas VII MTs Al-Hikmah Bandar Lampung</p>	<p>Azizah Chai Carrina, 2018</p>	<p>1. Diperoleh nilai sig.(2-tailed) sebesar 0,000 maka terdapat hubungan yang signifikan antara percaya diri dengan kemampuan komunikasi interpersonal pada peserta didik kelas VII MTs Al Hikmah Bandar</p>	<p>1. Penelitian yang sudah dilakukan dengan peneliti sama-sama meneliti tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri untuk bekal terjun ke masyarakat. 2. Percaya</p>	<p>1. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti sendiri menggunakan metode penelitian kualitatif. 2. Terdapat perbedaan pula antara fokus penelitian peneliti dengan focus</p>

1	2	3	4	5	6
			Lampung, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dimana $H_a$ sebagai hipotesis pertama diterima dan $H_0$ sebagai hipotesis kedua ditolak.	diri menjadi salah satu faktor yang paling menentukan dalam komunikasi, karena percaya diri adalah keyakinan yang dimiliki oleh seseorang akan segala kemampuan yang dimilikinya.	penelitian ini.

## B. Kajian Teori

Bagian ini berisi pembahasan tentang teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam penelitian. Pembahasan teori yang terkait dengan penelitian secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Posisi teori dalam penelitian kualitatif diletakkan sebagai perspektif, bukan untuk diuji sebagaimana dalam penelitian kuantitatif.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 74.

## 1. Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi adalah pengelolaan proses menyalurkan informasi, ide, penjelasan, perasaan, pertanyaan dari orang ke orang lain atau dari kelompok ke kelompok lain, melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, motivasi, koordinasi, dan pengawasan agar bisa terjadi komunikasi yang harmonis sehingga tujuan komunikasi tercapai dengan efektif dan efisien.<sup>19</sup>

Manajemen komunikasi oleh Harry Irwin (1994:10), didefinisikan sebagai “...*the process of using human, financial and technical resources in understanding and performing the communication function within corporation and between those and theirs publics.* (...proses yang menggunakan manusia, keuangan dan sumber teknik yang berfungsi membentuk komunikasi antarperusahaan dan antara perusahaan dengan publiknya).

Sedangkan Michael Kaye (1991:8) memberikan pengertian, “*Communication management, implies the optimal use of human and technological resources to promote dialogue between people.*”

(Manajemen komunikasi menyiratkan penggunaan sumber daya manusia dan teknologi secara optimal untuk menjalin hubungan antarmanusia).<sup>20</sup>

Manajemen komunikasi yang baik diharapkan berfungsi menghindari salah paham, ketersinggungan, bahkan permusuhan, melainkan juga bisa mengharmoniskan pergaulan sosial maupun hubungan

<sup>19</sup> St. Rodliyah, *Manajemen Pendidikan Sebuah Konsep dan Aplikasi* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 131.

<sup>20</sup> Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), 32.



kerja, sehingga tercipta kondisi yang kondusif untuk memajukan lembaga pendidikan.<sup>21</sup>

Dalam kehidupan kita sehari-hari apalagi kalau kita sebagai seorang pimpinan maka kita sering berhubungan dengan masyarakat. Dalam hal ini kita bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka. Agar apa yang kita sampaikan atau kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Seperti halnya:

- a) Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.
- b) Memahami orang lain. Kita harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah untuk pergi ke barat tetapi kita memberikan jalan pergi ke timur.
- c) Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain. Kita harus berusaha agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
- d) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksudkan disini adalah kegiatan yang lebih banyak

---

<sup>21</sup> St. Rodliyah, *Manajemen Pendidikan Sebuah Konsep dan Aplikasi*, 137.

mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.<sup>22</sup>

Manajemen komunikasi secara umum dipahami sebagai proses mengoordinasikan interpretasi atau pengertian melalui interaksi antara manusia.<sup>23</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, manajemen komunikasi dapat disimpulkan bahwasanya proses yang terjadi dengan adanya sumber daya manusia untuk mempermudah penyampaian suatu informasi dengan orang lain maupun kelompok.

## 2. Tahapan Manajemen Komunikasi

Menurut Cutlip dan Center dalam Widjaja (2000:39), komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui empat tahap, yaitu:

### a) *Fact Finding*

Menyarikan dan mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi. Untuk berbicara di depan suatu masyarakat perlu dicari fakta dan data tentang masyarakat tersebut, keinginannya, komposisinya, dan sebagainya.

### b) *Planning*

Berdasarkan fakta dan data itu dibuatkan rencana tentang apa yang akan dikemukakan dan bagaimana mengemukakannya. Bagi

<sup>22</sup>Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 10-11.

<sup>23</sup>Dewi K. Soedarsono, *Sistem Manajemen Komunikasi Teori, Model dan Aplikasinya* (Bandung: Refika Offset, 2009), 46-48.

suatu masyarakat yang agraris tentu saja pengemukaan komunikasi haruslah menggunakan cara yang sesuai dengan ciri-ciri agraris.

c) *Communicating*

Setelah planning disusun maka tahap selanjutnya adalah *communicating*/berkomunikasi.

d) *Evaluation*

Penilaian dan analisis kembali diperlukan untuk melihat bagaimana hasil komunikasi tersebut. Ini kemudian menjadi bahan bagi perencanaan melakukan komunikasi selanjutnya.<sup>24</sup>

### 3. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi mempunyai unsur-unsur sebagai berikut.<sup>25</sup>

1) Komunikator

Komunikator juga sering disebut dengan pengirim pesan, sumber (*source*), dan pembuat atau pengirim informasi. Dilihat dari jumlahnya, komunikator bisa terdiri dari:

- a. Satu orang
- b. Banyak orang/lebih dari satu orang
- c. Massa

Sementara itu, komunikator juga bisa lembaga, salah satu contohnya lembaga media massa.

<sup>24</sup> Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), 39.

<sup>25</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016),44.

## 2) Pesan

Pesan bisa didefinisikan segala sesuatu (verbal atau nonverbal) yang disampaikan komunikator kepada pesan. Pesan juga punya kata lain *message*, *content*, informasi atau isi yang disampaikan komunikator kepada penerima pesan.

Yang diperhatikan dalam pesan adalah:<sup>26</sup>

### a) Penyampaian pesan

Melalui lisan, tatap muka, langsung, atau menggunakan media atau saluran.

### b) Bentuk pesan: Informatif, Persuasif, dan Koersif

### c) Merumuskan pesan yang mengena

Pesan yang disampaikan harus tepat, ibarat kita membidik dan menembak maka peluru yang keluar haruslah cocok dengan sasaran. Pesan yang mengena harus memenuhi syarat-syarat:

#### 1) Umum

Berisikan hal-hal yang umum dipahami oleh audiensi atau komunikan. Bukan soal-soal yang cuma berarti atau dipahami oleh seseorang atau kelompok tertentu.

#### 2) Jelas dan Gamblang

Pesan haruslah jelas dan gamblang, tidak samar-samar. Jika mengambil perumpamaan hendaklah perumpamaan yang nyata mungkin. Untuk tidak ditafsirkan menyimpang dari

<sup>26</sup> Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, 30.

yang kita maksudkan, maka pesan tersebut harus benar-benar jelas.

### 3) Bahasa yang jelas

Penggunaan bahasa yang jelas dan cocok dengan komunikasi, situasi daerah, dan kondisi dimana berkomunikasi.

### 4) Positif

Secara kodrati manusia selalu tidak ingin mendengar dan melihat hal-hal yang tidak menyenangkan dirinya. Oleh karena itu setiap pesan agar diusahakan atau diutarakan dalam bentuk positif. Kemukakan pesan untuk lebih mendapatkan simpati dan menarik.

Seperti dalam QS. An-Nahl ayat 116 bahwasanya komunikasi juga disertai dengan kejujuran, berikut bunyinya :

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتِكُمْ أَلْكَذِبَ هَذَا حَلَلٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِّتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ أَلْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ أَلْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ ﴿١١٦﴾

Artinya : *Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung.*<sup>27</sup>

### 5) Seimbang

Pesan yang disampaikan hendaklah tidak ekstrem dan tidak selalu menentang (mempertentangkan dua kutub yang

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Al-Mujadilah, 2005)

berbeda) yaitu baik dan buruk, karena hal ini cenderung ditolak atau tidak diterima oleh komunikan.

6) Sesuaikan dengan keinginan komunikan

Orang-orang yang menjadi sasaran atau komunikan dari komunikasi yang kita lancarkan selalu mempunyai keinginan-keinginan atau kepentingan-kepentingan tertentu. Dalam hal ini komunikator dapat menyesuaikan dengan keadaan, waktu dan tempat.<sup>28</sup>

3) Media

Dilihat dari jumlah target komunikasinya, komunikasi bermedia dapat dibedakan menjadi media massa dan nonmedia massa. Jika dilihat dari waktu terbitnya, media bisa dibedakan menjadi media periodik dan media nonperiodik.

4) Komunikan

Komunikan adalah orang yang menjadi sasaran pesan yang dikirim. Ciri komunikan hampir mirip dengan komunikator. Jika tidak ada sumber yang mengirimkan pesan berarti tidak ada sebutan komunikan. Karena komunikan adalah sasaran pesan yang dikirim komunikator.

5) Pengaruh

Efek (juga disebut pengaruh) adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan

---

<sup>28</sup> Ibid., 34.

sesudah menerima pesan. Jadi, pengaruh terjadi tidak harus dalam perbuatan, tetapi perubahan atau perbedaan pengetahuan antara sebelum dan sesudah pesan dikirimkan saja sudah bisa dikatakan seseorang terpengaruh.

#### 6) Umpan Balik

Umpan balik bisa berasal dari penerima atau pesan. Umpan balik tidak akan terjadi jika tidak ada komunikasi, sementara komunikasi ada karena ada komunikator.

#### 7) Lingkungan

Lingkungan juga memegang peranan dalam memengaruhi proses berkomunikasi. Jenis lingkungan bisa digolongkan ke dalam lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu.<sup>29</sup>

Berdasarkan unsur-unsur komunikasi yang sudah disebutkan di atas, maka komunikasi dapat berlangsung dengan adanya komunikator sebagai penyampai pesan dan komunikasi sebagai penerima pesan, pesan yang disampaikan dengan dukungan media dan pengaruh atau efek. Komunikasi juga terdapat umpan balik agar komunikasi dapat efektif dan juga adanya lingkungan dalam komunikasi.

### **4. Pengembangan Kemampuan Berkomunikasi**

Sering dikatakan bahwa yang mengubah nasib seseorang adalah orang itu sendiri. Atas ungkapan ini tentu saja perubahan berasal dari diri

---

<sup>29</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, 47-57.

sendiri, bukan dari orang lain. Oleh sebab itu, bila ingin maju dan berkembang dimulai dari diri sendiri. Begitu pula bagi komunikator dalam mengembangkan kemampuan berkomunikasi.

Catatan dari *Management-Communication Seminars, Alexandria Town, Virginia, Januari 1982*, sebuah tips bagi pengembangan kemampuan berkomunikasi adalah:<sup>30</sup>

- a) Berpandangan positif terhadap hakikat manusia.
- b) Tanggap terhadap keinginan pihak lain
- c) Kembangkan kemampuan yang baik untuk menyimak
- d) Terbuka
- e) Jelas dan spesifik
- f) Tentukan mana-mana yang penting dan tekankan, tentukan mana-mana yang tidak penting dan abaikan.
- g) Sediakan waktu bagi komunikasi yang intim
- h) Tetaplah optimis secara realistik
- i) Tidak sependapat tanpa mengganggu atau merusak, hindarkan debat yang tidak perlu
- j) Utamakan tindakan daripada sekadar kata-kata
- k) Menerima dan mengerti perasaan
- l) Terbuka terhadap perbedaan pendapat
- m) Uji asumsi secara verbal
- n) Bertanya dan jangan sampai mengumpat di belakang

---

<sup>30</sup> Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, 41.



- o) Bertindak seksama, penuh pertimbangan dan sopan, tunjukkan rasa hormat kepada orang lain.

Kelima belas butir tersebut diperlukan komunikator dalam mengembangkan kemampuan berkomunikasi.

Dalam mengembangkan kemampuan berkomunikasi, komunikator tidak ragu-ragu dan memiliki sikap yang mantap. Di samping kelima belas butir tersebut syarat-syarat yang harus diperhatikan antara lain: memiliki kredibilitas yang tinggi, memiliki keterampilan berkomunikasi, memiliki pengetahuan yang luas, memiliki sikap yang baik terhadap komunikan, dan memiliki daya tarik. Komunikator memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau penambahan pengetahuan bagi atau pada diri komunikan.<sup>31</sup>

## 5. Proses Komunikasi

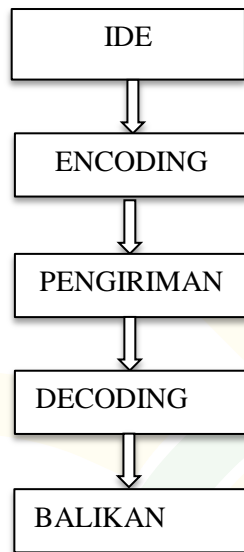
Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinu.

Dalam setiap transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen yang lain. Artinya, elemen-elemen komunikasi saling bergantung, tidak pernah independen, masing-masing komponen saling mengait dengan komponen yang lain.

Dalam aplikasinya, langkah-langkah dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> Ibid., 42.



- 1) Langkah pertama, ide atau gagasan diciptakan oleh sumber atau komunikator.
- 2) Langkah kedua, ide yang diciptakan tersebut kemudian dialihbentukan menjadi lambang-lambang komunikasi yang mempunyai makna dan dapat dikirimkan.
- 3) Langkah ketiga, pesan yang telah di-*encoding* tersebut selanjutnya dikirimkan melalui saluran atau media yang sesuai dengan karakteristik lambang-lambang komunikasi ditujukan kepada komunikan.
- 4) Langkah keempat, penerima menafsirkan isi pesan sesuai dengan persepsinya untuk mengartikan maksud pesan tersebut.
- 5) Langkah kelima, apabila pesan tersebut telah berhasil di-*decoding*, khalayak akan mengirim kembali pesan tersebut ke komunikator.

Dengan demikian, sejak ide itu diciptakan sampai dengan dipahaminya pesan komunikasi yang menimbulkan umpan balik merupakan suatu proses komunikasi.

Esensi dalam proses komunikasi adalah untuk memperoleh kesamaan makna diantara orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi antarmanusia. Menurut pandangan Ruesch dan Bateson dalam Liliweri (1994) bahwa tingkatan yang paling penting dalam komunikasi manusia adalah komunikasi antarpribadi yang diartikan sebagai relasi individual dengan orang lain dalam konteks sosialnya. Melalui proses ini, individu menyesuaikan dirinya dengan orang lain melalui proses yang disebut pengiriman (*transmitting*) dan penerimaan (*receiving*).

David K. Berlo dalam buku *The Process Communication an Introduction to Theory and Practice* (1960) mengatakan bahwa melalui *transmitting*, terjadi suatu proses komunikasi, yakni pemindahan pesan (verbal maupun nonverbal). Sedangkan melalui *receiving* terjadi suatu proses penerimaan pesan-pesan tersebut.

Apa yang memengaruhi proses komunikasi? William G. Scott yang menguti pendapat Babcock dalam Thoha (1977) mengatakan bahwa ada 5 faktor yang mempengaruhi proses komunikasi:

- 1) *The Act* (perbuatan)

Perbuatan komunikasi menginginkan pemakaian lambang-lambang yang dapat dimengerti secara baik dan hubungan-hubungan yang dilakukan oleh manusia. Pada umumnya lambang-lambang

tersebut dinyatakan dengan bahasa atau dalam keadaan tertentu tanda-tanda lain dapat pula dipergunakan.

## 2) *The Scene* (Adegan)

Adegan sebagai salah satu faktor dalam komunikasi ini menekankan hubungan dengan lingkungan komunikasi. Adegan ini menjelaskan apa yang dilakukan, simbol apa yang digunakan, arti dari apa yang dikatakan. Dengan kata lain adegan adalah sesuatu yang akan dikomunikasikan dengan melalui simbol apa, sesuatu itu dapat dikomunikasikan.

## 3) *The Agent* (Pelaku)

Individu-individu yang mengambil bagian dalam hubungan komunikasi dinamakan pelaku-pelaku komunikasi. Pengirim dan penerima yang terlibat dalam hubungan komunikasi ini adalah contoh dari pelaku-pelaku komunikasi tersebut. Dan perannya seringkali saling menggantikan dalam situasi komunikasi yang berkembang.

## 4) *The Agency* (Perantara)

Alat-alat yang dipergunakan dalam komunikasi dapat membangun terwujudnya perantara. Alat-alat itu selain dapat berwujud komunikasi lisan, tatap muka, juga alat komunikasi tertulis, seperti surat perintah, memo, bulletin, nota, surat tugas, dan sejenisnya.

## 5) *The Purpose* (tujuan)

Menurut Grace dalam Thoha (1977), ada empat macam tujuan, yaitu:

- a) Tujuan fungsional, adalah tujuan yang secara pokok bermanfaat untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi atau lembaga.
- b) Tujuan manipulasi, adalah tujuan yang dimaksudkan untuk menggerakkan orang-orang yang mau menerima ide-ide yang disampaikan, yang sesuai atau tidak dengan nilai dan sikapnya.
- c) Tujuan keindahan, adalah tujuan untuk menciptakan tujuan-tujuan yang bersifat kreatif.

Komunikasi ini dipergunakan untuk memungkinkan seseorang mampu mengungkapkan perasaan dalam kenyataan. Tujuan keyakinan adalah tujuan yang bermaksud untuk meyakinkan atau mengembangkan keyakinan orang-orang pada lingkungan.<sup>32</sup>

## 6. Macam-macam Model Komunikasi

Dibawah ini model-model komunikasi yang sangat populer :

### 1) Model S-R

Model stimulus respons (S-R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana.

### 2) Model Lasswell

Model ini dikemukakan oleh Harolld laswel tahun 1948 yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang

---

<sup>32</sup> Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: MedPress, 2009), 7-12.

diembannya dalam masyarakat dan merupakan model komunikasi yang paling tua tetapi masih digunakan orang untuk tujuan tertentu.

### 3) Model Shannon dan Weaver

Model ini dapat diterapkan kepada konteks-konteks komunikasi lainnya seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi public atau massa. Sayangnya model ini juga memberikan gambaran yang parsial mengenai proses komunikasi. Komunikasi dipandang sebagai fenomena statis dan satu arah dan juga tidak ada konsep umpan balik atau transaksi yang terjadi dalam penyandian dan penyandian balik dalam model tersebut.<sup>33</sup>

Di dalam model komunikasi juga penting akan *virtual communication* yang penyampaian atau penerimaan pesannya menggunakan ruang yang interaktif.

## 7. Hambatan bagi komunikasi yang efektif

### a. Penyaringan

Penyaringan (filtering) merujuk pada upaya pengirim yang dengan sengaja memanipulasi informasi sehingga akan menjadi lebih nyaman bagi penerima. Sebagai contoh, ketika seorang manajer mengatakan kepada atasannya hal-hal yang menurutnya ingin didengar oleh atasannya, ia sedang melakukan penyaringan informasi.

Faktor penentu utama dari penyaringan adalah jumlah tingkatan dalam struktur sebuah organisasi. Semakin banyak tingkatan vertikal

<sup>33</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: PT. Remajarsdakarya, 2005), 131-136.

dalam hierarki organisasi, semakin banyak kesempatan terjadinya penyaringan.

b. Kelebihan informasi

Setiap pribadi memiliki kapasitas yang terbatas untuk memproses data. Ketika informasi yang harus kita olah melebihi kapasitas pemrosesan, hasilnya adalah kelebihan informasi.<sup>34</sup>

## 8. Masalah dalam Proses Komunikasi

Barangkali sikap empati dari seorang pemimpin juga perlu ditetapkan dalam proses komunikasi. Dengan demikian peranan yang sering timbul karena salah tafsir dapat dihindarkan.

a) Empati

Empati diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menempatkan diri seolah-olah sebagai komunikan. Komunikator harus dapat mengetahui apa yang akan diperbuatnya seandainya ia sebagai komunikan. Empati sering juga disebut pembentukan suatu pribadi khayal oleh komunikator seandainya ia menjadi komunikan. Oleh sebab itu, sebaiknya pesan atau informasi yang akan disampaikan dipesan dulu pada diri pribadi.

b) Umpan Balik (*Feed Back*)

Dengan adanya umpan balik, situasi ketidakmenentuan dapat ditekan sekecil mungkin. Pemberi pesan atau penerima pesan selalu

---

<sup>34</sup> Stephen P. Robbins Terj. Diana Angelica, Ria Cahyani dan Abdul Rasyid, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2008).

berusaha untuk memastikan bahwa pesan itu diterjemahkan sama oleh si penerima.

Umpan balik dapat berwujud verbal dan nonverbal. Dengan adanya umpan balik sebuah pesan dapat diketahui tingkat akurasi. Dalam hal ini seorang komunikator yang baik akan terus berusaha meningkatkan kemampuannya berkomunikasi, baik verbal maupun nonverbal.

Dengan adanya umpan balik tercipta komunikasi dua arah (timbang balik). Tanpa adanya umpan balik, kerancuan dapat timbul sebagai akibat penafsiran yang salah atau keliru.

Perilaku nonverbal adalah ekspresi wajah, bentuk dari gerak tubuh, dan sebagainya. Apa yang terungkap dari pesan atau informasi itu sendiri. Konteks adalah situasi dan kondisi. Hubungan, dikaitkan dengan persepsi.<sup>35</sup>

Di dalam manajemen komunikasi ada dua bagian yang utama, yaitu:<sup>36</sup>

1. *Interpersonal Communication*, yaitu proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara 2 orang atau lebih di dalam suatu kelompok kecil manusia.

R. Wayne Pace (1979) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi atau *communication interpersonal* merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara

---

<sup>35</sup> Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, 46-48.

<sup>36</sup> *Ibid.*, 8.



tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung.<sup>37</sup>

Komunikasi antarpribadi didefinisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya “*The Interpersonal Communication Book*” sebagai “proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika”<sup>38</sup>

Kita dapat mengidentifikasi komunikasi interpersonal sebagai proses transaksi (berkelanjutan) yang selektif, dan unik, yang membuat kita mampu merefleksikan dan mampu membangun pengetahuan bersama orang lain.

- a) Selektif, kita tidak mungkin berkomunikasi secara akrab dengan semua orang yang dijumpai dalam kehidupan sehari-hari.
- b) Sistemis, komunikasi interpersonal dicirikan dengan sifat sistemis karena ia terjadi dalam sistem yang bervariasi.
- c) Unik, pada tingkatan yang paling dalam, komunikasi interpersonal sangat unik. Pada interaksi yang melampaui peran social, setiap orang menjadi unik dan oleh karena itu menjadi tidak tergantikan.

<sup>37</sup> Ngalimun, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018), 2.

<sup>38</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), 60.

d) Processual, komunikasi interpersonal adalah proses yang berkelanjutan. Hal ini berarti komunikasi senantiasa berkembang dan menjadi lebih personal dari masa ke masa. Pola komunikasi interpersonal yang berkelanjutan membuat kita tidak dapat menghentikan prosesnya atau menarik perkataan yang sudah terlanjur diucapkan. Dalam konteks situasi ini, komunikasi adalah sesuatu yang tidak dapat ditarik kembali. Oleh karena itu, kita harus bertanggung jawab dengan etika komunikasi dan selalu berhati-hati setiap berkomunikasi dengan orang lain.

e) Menciptakan makna, inti dari komunikasi interpersonal adalah berbagi makna dan informasi antara dua belah pihak. Kita tidak hanya bertukar kalimat, tetapi juga saling berkomunikasi. Kita menciptakan makna seperti kita memahami tujuan setiap kata dan perilaku yang ditampilkan oleh orang lain.<sup>39</sup>

1) Unsur-unsur komunikasi interpersonal adalah:

a. Sumber (*source*)

Sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator, pembicara, atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan suatu Negara.

---

<sup>39</sup> Julia T Wood, terj. Rio Dwi Setiawan, *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 24.

Untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikirannya tersebut ke dalam seperangkat symbol verba maupun nonverbal yang idealnya dipahami oleh si penerima pesan. Proses inilah yang disebut dengan *encoding*/penyandian. Pengalaman masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan sumber memengaruhi sumber dalam merumuskan pesan

- b. Pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber tadi. Pesan memiliki tiga komponen, yaitu makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan.
- c. Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, berbentuk verbal atau nonverbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran, yakni cahaya dan suara, meskipun juga bisa seseorang menggunakan kelima indra untuk menerima pesan dan komunikator. Saluran juga merujuk pada cara penyajian pesan, apakah melalui tatap muka, atau lewat media cetak, atau media elektronik, semua itu

bisa dikategorikan sebagai saluran dalam komunikasi. Pengirim akan memilih saluran bergantung pada situasi, tujuan yang hendak dicapai, dan jumlah penerima pesan yang dihadapi.

- d. Penerima, juga sering disebut sasaran/tujuan, atau khalayak, pendengar, penafsir, yakni orang yang menerima pesan dan sumber. Berdasarkan pengamatan masa lalu, rujukan nilai, pengetahuan, persepsi, pola pikir, dan perasaan, penerima pesan menerjemahkan atau menafirkan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang dapat ia pahami. Proses ini disebut penyandian balik (decoding).
- e. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan, sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya.

## 2) Karakteristik komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Apabila diamati dan dikomparasikan dengan jenis komunikasi lainnya, maka dapat dikemukakan ciri-ciri komunikasi interpersonal, antara lain: arus pesan dua arah, suasana informal, umpan balik segera, peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, dan peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal.

**Tabel 2.2**  
**Karakteristik Komunikasi Interpersonal.**

<b>Audience atau komunikan</b>	<b>Pesan</b>	<b>Sumber</b>	<b>Saluran</b>
a. Berjumlah kecil b. Homogeny c. Mudah dikenali d. Berjarak dekat	a. Dikirimkan dalam keadaan terbatas atau pribadi b. Isinya tidak mengalami pembatasan. c. Kecepatan transmisinya dipengaruhi oleh hambatan hubungan.	a. Komunikator sering bekerja mandiri b. Tidak membutuhkan biaya c. Adanya keterlibatan pemuka pendapat	Komunikasi personal memakai saluran komunikasi informal.

### 3) Fungsi dan tujuan komunikasi interpersonal

Kegiatan komunikasi interpersonal yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki suatu tujuan atau sesuatu yang diharapkan. Tujuan dari komunikasi interpersonal sangat beragam, namun pada intinya tujuan komunikasi interpersonal adalah dapat tercipta saling pengertian di antara pihak yang terlibat dalam komunikasi. Fungsi komunikasi interpersonal adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.

Komunikasi interpersonal dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan di antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasangan hidup. Melalui

komunikasi interpersonal juga dapat membina hubungan baik, sehingga menghindari dan mengatsi terjadinya konflik-konflik yang terjadi.

Fungsi komunikasi interpersonal terdiri atas:

a) Fungsi sosial.

Secara otomatis mempunyai fungsi sosial karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks sosial yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain.

b) Fungsi pengambilan keputusan

Banyak dari keputusan yang sering diambil manusia dilakukan dengan berkomunikasi karena mendengar pendapat, saran, pengalaman, gagasan, pikiran maupun perasaan orang lain.<sup>40</sup>

2. *Organizational Communication*, yaitu dimana pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada orang banyak di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga luar yang ada hubungan.<sup>41</sup>

Komunikasi dalam organisasi adalah bidang penting lainnya yang sedang berkembang. Para ahli komunikasi telah mengidentifikasi keterampilan komunikasi yang meningkatkan keberhasilan para professional, dan mereka telah menelusuri dampak dari berbagai jenis komunikasi terhadap moral,

<sup>40</sup> Ngalimun, *Komunikasi Interpersonal*, 12-20.

<sup>41</sup> Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi & Hubungan Masyarakat*, 8.

produktivitas, dan komitmen dalam organisasi. Para ahli komunikasi organisasi telah mempelajari aspek-aspek kehidupan kerja seperti wawancara, mendengarkan, struktur organisasi, presentasi, kepemimpinan, dan pengambilan keputusan.

Joseph A. Devito dalam Abdullah Masmuh (2010:7) mendefinisikan komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi, di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. isinya berupa cara-cara kerja di dalam organisasi, produktifitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi.

#### 1) Penggolongan komunikasi dalam organisasi

Komunikasi merupakan unsur pengikat berbagai bagian yang saling bergantung dari system itu. Tanpa komunikasi tidak akan ada aktivitas yang terorganisir. Komunikasi memungkinkan struktur organisasi berkembang dengan memberikan alat-alat kepada individu-individu yang terpisah untuk mengkoordinir aktivitas mereka sehingga tercapai sasaran bersama.

##### a) Komunikasi lisan dan tertulis

Dasar penggolongan komunikasi lisan dan tertulis ini adalah bentuk pesan yang akan disampaikan. Banyak factor yang menentukan pemilihan diantara kedua bentuk komunikasi

itu untuk digunakan dalam situasi tertentu. Pertimbangan waktu, biaya, ketepatan, preferensi pribadi, ketrampilan berkomunikasi individual, sumber-sumber daya yang tersedia, dan pertimbangan lain menjadi kriteria pengambilan keputusan dalam memilih apakah pesan-pesan akan disampaikan dalam bentuk lisan atau tertulis.

b) Komunikasi verbal dan non verbal

Jika dua orang berinteraksi, maka informasi mengenai perasaan dan gagasan-gagasan dan ide-ide yang timbul akan dikomunikasikan. Informasi mengenai perasaan seseorang dikemukakan secara lisan melalui apa yang dikatakan dan bagaimana mengatakannya. Arti dari kata atau kalimat diperjelas melalui tinggi rendahnya nada suara, perubahan nada suara, keras tidaknya suara, dan kapan komunikator berbicara. Perasaan seseorang juga dapat dinyatakan melalui berbagai isyarat-isyarat atau signal-signal non verbal dalam percakapan tatap muka langsung, perasaan, keadaan jiwa, atau suasana hati seseorang dinyatakan melalui gerakan isyarat (*gesture*), ekspresi wajah.



c) Komunikasi Ke bawah, ke atas, dan ke samping

Penggolongan komunikasi ke bawah, ke atas, dan kesamping ini didasarkan pada arah aliran pesan-pesan dan informasi di dalam suatu organisasi.<sup>42</sup>

## 9. Percaya Diri

Percaya diri datang dari kemampuan berkomunikasi secara verbal, dengan berbicara pada diri sendiri maupun berbicara pada orang lain. Berbicara pada diri sendiri akan menjalankan proses manajemen diri. Berbicara kepada orang lain akan menjalankan proses manajemen diri orang lain.

Ada beberapa kiat praktis untuk meningkatkan rasa percaya diri. Utamanya meliputi aspek kemauan, pemahaman serta keterampilan. Seperti mengerjakan setiap aktivitas dengan penuh tanggung jawab, memiliki landasan nilai dan prinsip-prinsip yang kuat.

Percaya diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Orang yang percaya diri yakin atas kemampuan mereka sendiri serta memiliki pengharapan yang realistis, bahkan ketika harapan mereka tidak terwujud, mereka tetap berpikiran positif dan dapat menerimanya. Beberapa ahli memberikan pengertian tentang percaya diri.

Menurut Hasan dalam Ishwidharmanjaya percaya diri adalah kepercayaan akan kemampuan diri sendiri yang memadai dan menyadari kemampuan yang dimiliki, serta dapat

---

<sup>42</sup> Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek* (Malang: UMM Press, 2010), 7-10.

memanfaatkannya secara tepat. Hal ini diperlihatkan dengan remaja yang berani menghadapi tantangan.

“Percaya diri adalah modal dasar untuk pengembangan dalam aktualisasi (eksplorasi segala kemampuan dalam diri). Dengan percaya diri seseorang akan mampu mengenal dan memahami diri sendiri. Sementara itu, kurang percaya diri dapat menghambat pengembangan potensi diri.<sup>43</sup>

#### 1) Ciri-ciri percaya diri

Menjadi seseorang dengan memiliki mental dan juga rasa percaya dirinya kuat tentunya menjadi keinginan bagi banyak orang. Seseorang yang memiliki percaya diri yang baik dapat dilihat secara langsung. Ciri-ciri orang yang percaya diri yaitu:

- a) selalu bersikap tenang di dalam mengerjakan sesuatu.
- b) Mempunyai potensi dan kemampuan yang memadai.
- c) Mampu menetralkan ketegangan yang muncul di dalam berbagai situasi.
- d) Mampu menyesuaikan diri dan berkomunikasi di berbagai situasi.
- e) Memiliki kondisi mental dan fisik yang cukup menunjang penampilan.
- f) Memiliki kecerdasan yang cukup.
- g) Memiliki tingkat pendidikan formal yang cukup.
- h) Memiliki keahlian atau keterampilan lain yang menunjang kehidupannya, misalnya keterampilan berbahasa asing.
- i) Memiliki kemampuan bersosialisasi.
- j) Memiliki latar belakang pendidikan yang baik.

---

<sup>43</sup> Derry Ishwidharmanjaya, *Satu Hari Menjadi Lebih Percaya Diri* (Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2014), 20.

- k) Memiliki pengalaman hidup yang menempa mentalnya menjadi kuat dan tahan di dalam menghadapi berbagai cobaan hidup.
- l) Selalu bereaksi positif dalam menghadapi berbagai masalah, misalnya dengan tetap tegar, sabar dan tabah dalam menghadapi persoalan hidup.<sup>44</sup>

## 2) Proses terbentuknya percaya diri

Percaya diri hal yang berperan penting dalam kehidupan manusia. Hal ini sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari. Seperti dirumah, disekolah, dikantor, dan di masyarakatpun percaya diri diperlukan. Manusia dapat mencapai tujuannya jika memiliki percaya diri yang baik. Namun, untuk bisa mendapatkan semua itu, manusia harus membiasakan diri untuk melatih segala kemampuan dan potensi yang terdapat didalam diri. Secara garis besar, terbentuknya rasa percaya diri yang kuat terjadi melalui proses berikut :

- a) Terbentuknya kepribadian yang baik sesuai dengan proses perkembangan yang melahirkan kelebihan-kelebihan tertentu.
- b) Pemahaman seseorang terhadap kelebihan-kelebihan yang dimilikinya dan melahirkan keyakinan kuat untuk bisa berbuat sehalal sesuatu dengan memanfaatkan kelebihan-kelebihannya. Pemahaman dan reaksi positif seseorang terhadap kelemahan – kelemahan yang dimilikinya agar tidak menimbulkan rasa rendah diri.
- c) Pengalaman didalam menjalani berbagai aspek kehidupan dengan menggunakan segala kelebihan yang ada pada dirinya.

<sup>44</sup> Thursan Hakim, *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri* (Jakarta: Puspa Swara, 2002), 5.

Dari hal yang sudah disebutkan diatas, kita dapat mengetahui bagaimana percaya diri terbentuk. Yaitu dengan adanya kepribadian yang baik pada seseorang dan orang itu memahami segala kelebihan yang ada pada dirinya. Ia juga bisa menerima kekurangannya dan bereaksi positif atas hal tersebut. Kemudian ia dapat menjalani kehidupan dengan memanfaatkan kelebihannya.<sup>45</sup>

Suatu hal yang sangat penting membangun rasa percaya diri anak didik. Tanpa adanya kepercayaan diri yang baik, potensi atau kelebihan yang dimiliki oleh seseorang bukannya bisa berkembang, tetapi justru semakin redup atau bahkan malah mati. Oleh karena itu, rasa percaya diri harus dibangun dengan baik meskipun juga tidak boleh berlebihan. Sebab, bila berlebihan, akan membuat seseorang kehilangan perhitungan atau bahkan sombong.<sup>46</sup>



---

<sup>45</sup> Ibid., 6.

<sup>46</sup> Akhmat Muhaimin Azzet, *Urgensi Pendidikan Karakter di Indonesia*, 45.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang jenis datanya bersifat kualitatif, yaitu berupa pernyataan, kalimat, dan dokumen.<sup>48</sup> Sehingga pada penulisan karya tulis ilmiah ini hanya disuguhkan data berupa narasi.

Penelitian ini bersifat kualitatif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Pendekatan kualitatif digunakan karena dapat mengungkap data secara mendalam tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019.

Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan hasil data yang alamiah, menggali serta memaparkan data sesuai dengan keadaan di lapangan. Peneliti mampu memotret, menganalisis, dan bertanya tanpa mempengaruhi dinamika obyek. Sehingga obyek bisa berkembang apa adanya tidak dipengaruhi dan dimanipulasi oleh peneliti.

Sedangkan jenis penelitian ini adalah deskriptif. Maksudnya penelitian ini diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat obyek tertentu. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan, dan memetakan fakta-fakta berdasarkan cara

---

<sup>48</sup> Musfiqon, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2012), 15.

pandang atau kerangka berfikir tertentu. Metode ini berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan kondisi, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, efek yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang.<sup>49</sup>

Oleh karena itu, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk melakukan penelitian secara terinci dan mendalam melalui pemaparan, penggambaran, serta menemukan fakta-fakta mengenai fokus penelitian yang digali. Sedangkan untuk jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.<sup>50</sup>

## **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di SMK PGRI 05 Jember Jalan Krakatau No. 60 Kencong-Jember. Sekolah yang didirikan pada tanggal 10 Oktober 1972 dengan jenis swasta dan akreditasi A. Lokasi tersebut dipilih dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Di SMK PGRI 05 Kencong-Jember memiliki 6 Jurusan, akan tetapi peneliti memilih untuk meneliti jurusan pemasaran yang harus dapat berkomunikasi dengan baik kepada masyarakat.
2. Jurusan pemasaran kelas XI melaksanakan prakerin atau praktek, dan siswa-siswi jurusan pemasaran harus mempunyai komunikasi yang baik serta percaya diri yang tinggi dalam menghadapi berbagai macam karakter konsumen di masyarakat.

---

<sup>49</sup> Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya: 2000), 198.

<sup>50</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 5.

3. Karakter siswa-siswi jurusan pemasaran sangat banyak sekali, ada yang masih pemalu, pendiam dan lain sebagainya sehingga untuk berkomunikasi masih tetap sulit dikarenakan kurangnya rasa percaya diri.
4. Belum ada peneliti yang mengkaji permasalahan tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran.

### C. Subyek Penelitian

Pada tahap ini, peneliti akan menentukan beberapa informan, yaitu orang-orang yang memberikan informasi tentang masalah penelitian.

Penentuan subyek penelitian yang digunakan adalah *purposive*. *Purposive* maksudnya bahwa orang yang ditunjuk sebagai informan adalah orang-orang yang diyakini memahami tentang data-data yang diperlukan oleh peneliti. Berdasarkan uraian di atas maka yang dijadikan informan adalah:

1. Amarul Fajri, S.Pd selaku Waka Kurikulum SMK PGRI 05 Kencong-Jember.
2. Dini Eka Livia selaku staff TU di SMK PGRI 05 Kencong-Jember
3. Elita Pance Krisdianti selaku guru di SMK PGRI 05 Kencong-Jember
4. Peserta didik jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember

Ada dua jenis data dalam penelitian kualitatif:

1. Data primer: data ini berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitian. Disini yang sedang dijadikan sampel adalah siswa-siswi

jurusan pemasaran kelas XPM2. Data yang diperoleh adalah manajemen komunikasi dan tingkat kepercayaan diri siswa-siswi.

5. Data sekunder: data sekunder dapat berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat dan mendengarkan. Termasuk dalam kategori data tersebut adalah: data bentuk teks: dokumen, pengumuman, surat-surat, spanduk. Data bentuk gambar: foto, animasi, billboard. Data bentuk suara: hasil rekaman kaset. Kombinasi teks, gambar dan suara: film, video, iklan, televisi, dll.<sup>51</sup>

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada jenis penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti merupakan instrument utama untuk mencari data dengan berinteraksi secara simbolik dengan informan atau subyek yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

##### **a. Observasi**

Observasi atau disebut pula dengan pengamatan merupakan kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.<sup>52</sup> Dalam melakukan metode observasi ini, peneliti melakukan pengamatan di lokasi sekolah untuk menggali informasi dan mencatat hal-hal yang menjadi fokus permasalahan peneliti.

Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah peneliti

<sup>51</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2006), 209-210.

<sup>52</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 155.



mendatangi lokasi penelitian hanya untuk melakukan pengamatan tentang obyek-obyek atau observasi yang diperlukan, dan tidak terlibat dalam kegiatan sehari-hari di lembaga pendidikan. Adapun data yang ingin diperoleh peneliti dalam teknik observasi adalah sebagai berikut:

- 1) Manajemen komunikasi interpersonal siswa-siswi jurusan pemasaran.
- 2) Manajemen komunikasi organisasional siswa-siswi jurusan pemasaran.
- 3) Tingkat kepercayaan diri siswa-siswi dalam berkomunikasi dengan konsumen maupun masyarakat.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai.<sup>53</sup> Dalam kegiatan ini peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada informan terkait dengan judul peneliti.

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur berpedoman kepada pedoman wawancara, tetapi ketika sewaktu-waktu ada pertanyaan diluar pedoman masih bisa dilakukan. Adapun data yang ingin diperoleh peneliti dengan menggunakan teknik wawancara adalah:

---

<sup>53</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif 1* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 155.

- 1) Bagaimana manajemen komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember ?
- 2) Bagaimana manajemen komunikasi organisasional dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember ?

c. Dokumentasi

Dokumentasi berarti upaya pengumpulan data dengan menyelidiki benda-benda tertulis.<sup>54</sup> Dengan menggunakan teknik dokumentasi, maka peneliti akan dapat melampirkan bukti-bukti yang mendukung penelitian dengan nyata.

Adapun data-data yang ingin diperoleh dengan menggunakan teknik dokumentasi adalah:

- 1) Profil SMK PGRI 05 Kencong-Jember
- 2) Data jumlah siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember kelas X PM 1 dan 2
- 3) Data guru SMK PGRI 05 Kencong-Jember.
- 4) Peraturan serta Visi dan Misi SMK PGRI 05 Kencong-Jember.
- 5) Dokumentasi cara berkomunikasi.

---

<sup>54</sup> Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 186.

## E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus-menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis, dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian.<sup>55</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yaitu kegiatan pengumpulan data dan penyajian data serta penarikan kesimpulan berlangsung dalam siklus yang bersifat interaktif. Adapun aktifitas yang dilakukan dalam analisis data menurut Miles, Huberman dan Saldana, didalam analisis data kualitatif itu terdapat alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

### a. Pengumpulan data (*Data Collection*)

Pengumpulan data yaitu pengumpulan data pertama, atau mentah yang dikumpulkan dalam suatu penelitian

### b. Kondensasi data (*Data condensation*)

Kondensasi data merupakan proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah catatan lapangan transkrip wawancara, dokumen dan temuan empirik lainnya. Letak perbedaan antara reduksi data dengan kondensasi adalah terletak pada cara penyederhanaan data. Reduksi cenderung memilah sedangkan kondensasi menyesuaikan seluruh data yang dijarah tanpa harus memilah (mengurangi) data.

---

<sup>55</sup>John W Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, terj. Achmad Fawaid (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 339.

c. Penyajian data (*Data display*)

Penyajian data merupakan sebuah pengorganisasian, penyatuan dari informasi yang memungkinkan untuk penyimpulan dan aksi. Penyajian data ini dapat membantu untuk memahami apa yang terjadi dan dapat pula melakukan sesuatu, termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil suatu aksi berdasarkan pemahaman tertentu.

d. Penarikan kesimpulan (*Conclusions drawing*)

Penarikan kesimpulan yaitu sebuah kegiatan analisis yang penting untuk menarik kesimpulan dan verifikasi. Awal mula pengumpulan data dilakukan oleh seorang penganalisis kualitatif dimulai dari mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan penjelasan, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan tidak akan muncul sampai pengumpulan data selesai, tergantung pada banyaknya kumpulan dari catatan yang dilakukan di lapangan, pengkodeannya, penyimpanannya, dan metode pencarian ulang serta kecakapan peneliti.<sup>56</sup>

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik diantaranya beberapa informan, situasi lapangan dan data dokumentasi. Di bagian ini adalah bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh keabsahan data di lapangan. Dalam pengujian keabsahan data yang diperoleh peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik yaitu:

---

<sup>56</sup> Miles M. B. Huberman dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Soursbook* (California: SAGE Publication, 2014), 31-33.

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber yaitu suatu teknik pengujian keabsahan data yang diperoleh dari beberapa sumber dengan mempergunakan metode yang sama, metodenya wawancara.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik yaitu suatu teknik pengujian keabsahan data dengan mempergunakan metode yang berbeda, misalnya data yang diperoleh dari wawancara diuji keabsahannya dengan mempergunakan metode observasi dan dokumentasi.

### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Pada bagian ini, maka peneliti menguraikan proses pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti. Untuk mengetahui proses penelitian yang dilakukan peneliti mulai awal hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Adapun tahap-tahap penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Tahap pra penelitian lapangan**

Dalam penelitian pra-lapang terdapat enam tahapan yang dilalui peneliti, diantaranya:

a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini, peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, seperti mengumpulkan permasalahan yang dapat diangkat sebagai judul penelitian. Kemudian lanjut pada pengajuan judul, penyusunan matrik penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan dengan

dosen pembimbing, sampai pada penyusunan proposal hingga diseminarkan.

b. Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian, tentunya peneliti harus telah memutuskan dimana letak lokasi penelitiannya akan dilaksanakan.

Lembaga penelitian yang dipilih adalah SMK PGRI 05 Kencong-Jember Jalan Krakatau No. 60 Kencong.

c. Mengurus perizinan

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian resmi, maka peneliti harus menyertakan surat izin dari pihak akademik kepada pihak lembaga tempat penelitian dilakukan.

d. Menilai lapangan

Setelah surat perizinan telah disampaikan kepada pihak lembaga dengan respon yang baik atau dengan kata lain peneliti telah diberikan izin untuk melakukan penelitian di lembaga tersebut, maka selanjutnya peneliti melakukan penelitian lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian, lingkungan penelitian dan lingkungan informan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam menggali data.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini, peneliti memilih beberapa informan yang dianggap memberikan informasi yang layak dari penelitian peneliti.

f. Menyiapkan peralatan penelitian

Setelah tahap menyusun rancangan penelitian sampai pada tahap memilih dan memanfaatkan informan, maka selanjutnya adalah peneliti menyiapkan beberapa peralatan yang diperlukan saat melakukan penelitian, diantaranya seperti buku catatan, alat tulis, buku referensi dan lain-lainnya.

**2. Tahap pekerjaan lapangan**

Pada tahap ini, peneliti mulai terjun ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data-data dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Tentunya sebelum terjun ke lapang, peneliti telah mempersiapkan baik dari mental dan fisiknya.

**3. Tahap analisis data**

Tahap analisis data merupakan tahapan terakhir dari proses penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Setelah data terkumpul semua peneliti menganalisa keseluruhan data dan kemudian dideskripsikan dalam bentuk laporan. Dalam tahapan ini peneliti melakukan kajian mendalam yaitu mengolah data hasil penelitian serta memadukan dengan teori-teori yang ada.

IAIN JEMBER

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

Pada bab ini diharapkan hasil penelitian yang telah dilakukan di SMK PGRI 05 Kencong-Jember bukan keseluruhan objek yang diteliti, tetapi hanya hal-hal yang terkait atau orang-orang yang dianggap mengetahui tentang hal yang dikaji.

##### **1. Letak Geografis SMK PGRI 05 Kencong-Jember**

Nama sekolah yaitu SMK PGRI 05 Jember yang terletak di Provinsi Jawa Timur Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. Lebih tepatnya di Jalan Krakatau Nomor 60 Desa Kencong. Sekolah ini terletak di pedesaan dengan status sekolah yaitu swasta. Sekolah ini terakreditasi A.

Tahun berdiri sekolah ini adalah 1970, karena jumlah siswa yang banyak dan ruang yang kurang mencukupi akhirnya kegiatan belajar dilaksanakan pada pagi dan siang hari. jarak ke pusat kecamatan adalah 2 km dan jarak ke pusat otoda adalah 50 km.<sup>56</sup>

##### **2. Sejarah Singkat Berdirinya SMK PGRI 05 Kencong-Jember**

SMK PGRI 05 Jember berdiri pada tahun 1970 dengan nama SMEA Persiapan. Kata persiapan di belakang nama SMEA bermakna, para pendiri waktu itu berharap sekolah ini nantinya dapat menjadi cikal

---

<sup>56</sup> Dini Eka Livia, *Wawancara*, Kencong-Jember, 14 Januari 2019.



bakal berdirinya SMEA Negeri di Kencong. Sekolah ini didirikan oleh tokoh masyarakat Kencong antara lain :

1. Bapak Purnaman, sinder PG.
2. Bapak Hadi Mawaryo, Kepala SMP 1 Kencong.
3. Bapak YP. Soerachman, BA, Wakil Kepala SMP 1 Kencong.
4. Bapak Subardi, Mantri PN Garam Kencong.

Mula-mula sekolah ini bertempat di SMP 1 Kencong, dengan kepala sekolah Bapak Hadi Mawaryo, pelajaran berlangsung pada sore hari (masuk sore). Dalam perkembangan selanjutnya, dengan jumlah siswa yang semakin banyak dan adanya aturan sekolah swasta tidak boleh bertempat di sekolah Negeri, maka SMEA Persiapan pindah ke SMP Katolik, SDN 4 Kencong dan SDN 3 Kencong.

Pada tahun 1976 ada keharusan dari pemerintah bahwa sekolah swasta harus bernaung dibawah yayasan, maka mulai saat itu SMEA Persiapan bergabung dengan Yayasan PGRI dan namanya berubah menjadi SMEA PGRI. Barulah pada tahun 1998 dengan pendataan sekolah di lingkungan PGRI Jember, akhirnya berubah nama SMK PGRI 05 Jember.

Sampai dengan tahun 2009 sudah ada 5 orang yang pernah memegang tampuk pimpinan di SMK PGRI 05 Jember yaitu :

1. Bapak Hadi Mawaryo
2. Bapak YP. Soerachman, BA
3. Bapak Dirun, A.Md

4. Bapak Drs. Sujono
5. Bapak Liswiadji, S. Pd

Pada awalnya SMK PGRI 05 Jember hanya memiliki 3 program keahlian yaitu Sekretaris, Tata Buku dan Tata Niaga. Setelah ada aturan baru ke tiga program tersebut berganti nama menjadi Administrasi Perkantoran, Akuntansi dan Pemasaran. Baru pada tahun 2008, dengan bertambahnya minat masyarakat terhadap sekolah ini sehingga sekolah berani untuk membuka program keahlian baru yaitu Rekayasa Perangkat Lunak (Tehnologi Informatika dan Komputer), hingga saat ini terdapat 6 jurusan dengan tambahan jurusan Multimedia.<sup>57</sup>

### 3. Identitas Lembaga

Lembaga pendidikan SMK PGRI 05 Kencong-Jember terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh semua kalangan masyarakat, karena disekitar lembaga tersebut merupakan daerah padat penduduk dan hanya terdapat sedikit SMK yang memiliki 6 jurusan.

Adapun identitas lembaga tersebut adalah sebagai berikut:

Nama Sekolah	: SMK PGRI 05 JEMBER
Nomor Statistik	: 34 4 85 24 23 006
Propinsi	: Jawa Timur
Otonomi Daerah	: Jember
Kecamatan	: Kencong
Desa	: Kencong

<sup>57</sup> Amarul Fajri, *Wawancara*, 14 Januari 2019.

Jalan dan Nomor	: Jalan Krakatau No. 60
Kode Pos	: 68167
Telepon	: 0336 321378
Faxctmile/Fax	: 0336 321378
Daerah	: Pedesaan
Status Sekolah	: Swasta
Akreditasi	: A
SK	: Nomor 28/SK/PEN/YAY/X/82 tanggal 05-10-1982
Penerbit SK ditandatangani oleh	: Drs. Waloejo Partodiwirjo
Tahun Berdiri	: 1970
Tahun Penegerian	: -
Kegiatan Belajar Mengajar	: Pagi dan Siang
Bangun Sekolah	: Milik sendiri
Jarak ke pusat Kecamatan	: 2 Km
Jarak ke Pusat Otda	: 50 Km
Terletak pada Lintasan	: Kabupaten/Kota
Organisasi Penyelenggara	: Yayasan. <sup>58</sup>

#### **4. Keadaan Pendidikan Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember**

Jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember sama dengan jurusan pemasaran di sekolah lain.. Dalam melaksanakan kegiatan

---

<sup>58</sup> *Dokumentasi*, 15 Januari 2019.

pendidikannya menyesuaikan dengan kurikulum sekolah dan program keahlian pada umumnya, baik sebagai siswa maupun sebagai masyarakat yakni dengan melalui kegiatan-kegiatan praktek jurusan serta mengandung nilai-nilai pendidikan yang tinggi, sekiranya siswa tidak jenuh dan semakin bersemangat dalam mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut. Dan yang tidak kalah penting adalah pentingnya kegiatan yang diorientasikan agar siswa benar-benar siap terjun dalam masyarakat. Dan yang paling penting di dalam semua kegiatan ada beberapa hal antara lain:

a. Belajar sambil melakukan di laksanakan dengan:

1. Mengutamakan sebanyak-banyaknya kegiatan praktik pada setiap kegiatan jurusan pemsaran dalam bentuk pendidikan keterampilan dan berbagai pengalaman yang bermanfaat.
2. Mengarahkan siswa untuk selalu berbuat hal-hal yang nyata dan memotivasi agar timbul keingintahuan akan hal-hal yang baru, serta memacu partisipasi aktif dalam segala kegiatan.

b. Kegiatan berkelompok, bekerja sama dan berkompetisi

1. Anggota dikelompokkan dalam satuan kelompok
2. Kegiatan berkelompok memberikan kesempatan belajar memimpin dan di pimpin mengatur dan di atur, berorganisasi, memilih tanggung jawab, serta bekerja keras dan bekerjasama dalam kerukunan.

3. Kegiatan berkelompok memberi kesempatan untuk saling berkompetisi dalam suasana persaudaraan guna menunjukkan keinginan untuk menjadi insan yang lebih baik

c. Kegiatan yang menarik dan menantang

1. Kegiatan yang menarik dan menantang merupakan kegiatan yang kreatif, inovatif, rekreatif dan mengandung pendidikan yang mampu mengubah perilaku, menambah pengetahuan dan pengalaman serta meningkatkan kecakapan hidup siswa-siswi jurusan pemasaran.
2. Di selenggarakan dalam rangka menarik minat siswa-siswi dalam memacu keterampilan dalam hal pemasaran, seperti berwirausaha di lingkungan sekolah maupun di luar sekolah.
3. Di selenggarakan secara terpadu dan bertahap sejalan dengan perkembangan kemampuan dan keterampilan siswa secara individu maupun berkelompok.

d. Kegiatan di lingkungan luar sekolah

1. Kegiatan di lingkungan luar sekolah merupakan kegiatan yang edukatif dengan mengutamakan kesehatan, keselamatan dan keamanan.
2. Memberikan pengalaman saling ketergantungan kebutuhan untuk mengembangkan suatu sikap bertanggung jawab akan masa depan.

3. Mengembangkan kemampuan mengatasi tantangan, menyadari tidak ada sesuatu yang berlebihan di dalam dirinya, menemukan kembali cara hidup yang berhasil.
- e. Kehadiran orang yang lebih dewasa dalam memberikan bimbingan dan dorongan serta dukungan.
  1. Perencana, organisator, pengendali, pengawas dan penilik.
  2. Guru sebagai pembimbing serta motivator siswa-siswi jurusan pemasaran.
- f. Kecakapan.
  1. Kecakapan di dalam kelas dalam komunikasi interpersonal
  2. Kecakapan diluar kelas
  3. Kecakapan dalam komunikasi organisasional
  4. Kecakapan dalam praktek dan kegiatan-kegiatan pemasaran lainnya.<sup>59</sup>

## 5. Visi dan Misi SMK PGRI 05 Kencong-Jember

### a. Visi

“Kompeten, Cerdas, Mandiri, Terampil berdasarkan Iman dan Taqwa”

### b. Misi

1. Menumbuhkembangkan sumber daya siswa dibidang akademik dan non akademik.

Yang dimaksud dengan menumbuhkembangkan sumber daya siswa di bidang akademik dan non akademik ialah

---

<sup>59</sup> *Dokumentasi*, 21 Januari 2019.

mengembangkan kapasitas siswa di dalam akademik maupun non akademik agar sekolah mampu dan sanggup menjalankan tugas pokok serta fungsinya demi menghasilkan output yang diharapkan.

2. Menumbuhkembangkan kualitas sumber daya pendidik.

Kegiatan pendidikan pada dasarnya terikat antara dua belah pihak yaitu guru dan siswa, dan pendidikan itu sangat penting dalam meningkatkan kualitas tiap-tiap individu. Maka kualitas sumber daya pendidiknya pun juga akan selalu ditumbuhkembangkan. Pendidik berperan sangat penting dalam kegiatan pendidikan dan menciptakan generasi-generasi yang mulia.

3. Menjalin dan mengembangkan hubungan kerjasama dengan instansi terkait dan masyarakat.

Hubungan kerjasama antara instansi dengan masyarakat sangatlah penting, untuk dukungan kepada lembaga sekolah agar sekolah dapat selalu berkembang dan mendapatkan *support* dalam pihak masyarakat.

4. Menumbuhkembangkan karakter warga sekolah yang religious, disiplin, mandiri, dan kompeten dalam bidangnya serta memiliki keterampilan yang mendukung.

Warga sekolah mempunyai karakter yang berbeda-beda maka dari itu selalu menumbuhkembangkan agar tercapainya

karakter yang religious serta memiliki keterampilan maupun keahlian dalam bidangnya masing-masing.<sup>60</sup>

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Setiap penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat dalam penelitian. Sebab data inilah yang akan di analisis sesuai dengan analisis data yang digunakan. Sehingga dari dua data yang dianalisa tersebut dapat di hasilkan suatu kesimpulan sesuai dengan metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini, maka akan di sajikan tiga macam yaitu data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Data hasil observasi dan dokumentasi yang mulai mengkrucut, pada akhirnya sampailah pada pemberhentian meraih data karena data yang diperoleh sudah dianggap representative.

Dalam penelitian ini akan disajikan tentang penyajian data berupa gambaran tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember.

### **1. Manajemen komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember**

Di dalam kegiatan di kelas maupun diluar kelas pasti membutuhkan komunikasi interpersonal atau antarpribadi yang berlangsung bersahabat dan informal. Bahkan terkadang komunikasi dapat terjadi spontan artinya tanpa direncanakan maupun tidak terstruktur.

---

<sup>60</sup> *Dokumentasi*, 23 Januari 2019.



Siswa-siswi di kelas duduk satu bangku dua orang dan dapat dipastikan bahwasanya setiap harinya akan terjadi komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada hari Kamis tanggal 24 Januari 2019 pada saat jam KBM peneliti mengamati beberapa siswa-siswi yang sedang melakukan komunikasi interpersonal dengan teman sebangkunya.<sup>61</sup>

Dari sanalah secara sadar maupun tidak sadar mereka sudah melakukan komunikasi interpersonal di dalam kelas, dengan teman sebangkunya maupun dengan teman yang lainnya.

Berikut ini adalah salah satu gambar siswa sedang melakukan komunikasi interpersonal yang dilakukan di dalam kelas XPM2.<sup>62</sup>



Percaya diri memanglah dimulai dari lingkungan sekitar terlebih dahulu sebelum terjun langsung pada tempat kerja maupun lingkungan

<sup>61</sup> *Observasi*, 24 Januari 2019. Kelas XPM2, 13:15.

<sup>62</sup> *Dokumentasi*, 24 Januari 2019.

masyarakat, karena kemampuan dalam bekerja sama dapat dibangun dengan komunikasi antarpribadi terlebih dahulu.

Linda ayu pratiwi mengatakan:

“rasa percaya diri memang harus dimiliki oleh siswa jurusan pemasaran karena percaya diri sangatlah penting untuk kehidupan dimasa depan, dan komunikasi harus diawali dari teman sekitar kita agar dapat saling belajar dan bekerjasama dalam meningkatkan kualitas kepercayaan diri itu sendiri”.<sup>63</sup>

Sesuai dengan wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komunikasi bisa diawali dari lingkungan sekitar yaitu teman sebangku, teman sekelas, maupun teman di SMK PGRI 05 Kencong-Jember. Karena dari sanalah rasa percaya diri akan dimiliki oleh siswa-siswi jurusan pemasaran dan dari teman sekitar mereka dapat saling belajar serta saling menemukan kepercayaan diri itu sendiri.

Manajemen komunikasi juga untuk bekal siswa-siswi jurusan pemasaran dalam menjadi seorang pemimpin. Contohnya, siswa-siswi jurusan pemasaran juga akan menjadi seorang pengusaha atau pemilik toko dan lain sebagainya. Manajemen komunikasi yang baik dan tingkat kepercayaan diri adalah sesuatu yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin atau pengusaha agar organisasi terjalin dengan baik dan maksimal. Salah satu hasil wawancara yang peneliti tulis disini adalah wawancara dengan salah satu siswi kelas XPM2.

---

<sup>63</sup> Linda Ayu Pratiwi, *Wawancara*, 24 Januari 2019, 13:45.

Diva Anggun Tyas juga mengatakan:

“komunikasi memang harus dimulai dari lingkungan sekitar, apalagi saya sebagai anak jurusan pemasaran mempunyai cita-cita sebagai pengusaha kuliner, jadi harus banyak referensi dengan berkomunikasi mencari tau kesana sini dan tentunya dengan rasa percaya diri yang tinggi, dan saya akan selalu siap meningkatkan rasa percaya diri dan banyak berkomunikasi dengan orang terdekat terlebih dahulu”<sup>64</sup>

Dari hasil wawancara dengan Diva Anggun Tyas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi dimulai dari lingkungan sekitar, melihat cita-cita sebagai seorang pemimpin yakni pengusaha dalam bidang makanan atau kuliner maka komunikasi yang baik sangatlah diperlukan dan itu dimulai dari orang-orang sekitarnya dan tentunya rasa percaya diri yang tinggi sebagai seorang pimpinan agar usahanya dapat selalu berkembang dengan baik.

Berikut dokumentasi tentang komunikasi interpersonal siswa-siswi dalam berdiskusi:<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Diva Anggun Tyas, *Wawancara*, 24 Januari 2019, 14.05.

<sup>65</sup> *Dokumentasi*, 28 Januari 2019.



Komunikasi interpersonal bisa dimulai dengan:

1. Selektif

Dalam kehidupan sehari-hari banyak sekali orang yang kita jumpai. Akan tetapi tidak mungkin berkomunikasi secara akrab, maka perlu adanya selektif dalam komunikasi interpersonal. Terutama dengan orang yang baru kita jumpai.

2. Sistemis.

Komunikasi interpersonal dicirikan dengan sifat yang sistemis. Seperti halnya siswa-siswi jurusan pemasaran SMK

PGRI 05 Kencong-Jember, komunikasi interpersonal mereka terjadi dalam sistem yang bervariasi.

### 3. Unik

Pada kehidupan sosial, komunikasi menjadi unik dan setiap orang menjadi unik. Siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember juga tidak akan tergantikan saat melakukan komunikasi interpersonal karena menjadi unik pada interaksi yang melampaui peran social ini.

### 4. Processual

Komunikasi interpersonal adalah proses yang berkelanjutan. Kita tidak dapat menghentikan prosesnya, karena apa yang sudah diucapkan tidak akan bisa ditarik kembali. Oleh karena itu, etika dalam komunikasi sangatlah penting dan perlu berhati-hati dalam berkomunikasi dengan orang lain.

### 5. Menciptakan Makna

Dalam melakukan komunikasi interpersonal, kita tidak hanya bertukar kalimat akan tetapi kita juga memahami tujuan dari apa yang disampaikan oleh lawan bicara. Oleh karena itu, di antara kedua belah pihak saling berbagi makna dan informasi.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan dengan cara terjun langsung kelapangan untuk menganalisa manajemen

komunikasi interpersonal atau antarpribadi yang dilakukan siswa-siswi jurusan pemasaran maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa manajemen komunikasi interpersonal siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember sama pada umumnya, yaitu berkomunikasi dengan baik. Hal ini dikuatkan oleh beberapa usaha yang sudah peneliti lakukan dengan cara observasi. Ketika peneliti melihat langsung dan mengamati cara berkomunikasi siswa-siswi jurusan pemasaran beserta tingkat kepercayaan dirinya. Siswa-siswi jurusan pemasaran saling berdiskusi dengan mengkomunikasikan di dalam kelas dengan baik.

Selain itu siswa-siswi jurusan pemasaran selalu mengutamakan komunikasi interpersonal dengan baik, hal tersebut peneliti yakini setelah peneliti melihat secara langsung serta mengingat bahwasanya SMK PGRI 05 Kencong-Jember adalah sekolah swasta di Desa Kencong dengan aturan dan tata karma yang sangat disiplin sejak dulu.<sup>66</sup>

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh salah satu guru di SMK PGRI 05 Kencong-Jember sebagai berikut:

“komunikasi antarpribadi siswa-siswi jurusan pemasaran apalagi kelas X pasti awalnya ya malu-malu, namanya juga masih awal masuk di SMK. Akan tetapi ketika mereka sudah tau rasanya praktek ya harus dituntut berkomunikasi dengan baik apalagi dengan konsumen dan tentunya dengan rasa percaya diri, itu yang harus mbak. Karna percaya diri

---

<sup>66</sup> *Observasi*, 25 Januari 2019, 13.17.

itu penting bukan hanya untuk siswa-siswi jurusan pemasaran tapi ya untuk semuanya saja, tapi ya lebih utama yang jurusan pemasarannya itu”<sup>67</sup>

Sesuai dengan hasil wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi dapat dilihat juga ketika siswa-siswi jurusan pemasaran sedang praktek untuk melayani konsumen yang sedang membutuhkan bantuan. Komunikasi yang baik adalah hal yang sangat penting untuk dilakukan agar konsumen selalu puas terhadap pelayanan yang di dasari dengan komunikasi yang baik, ramah, serta percaya diri yang tinggi.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwasanya komunikasi interpersonal siswa-siswi jurusan pemasaran juga terjadi saat diluar jam pelajaran, seperti pergi ke kantin maupun pergi ke tempat diluar sekolah. Hal ini komunikasi sudah mereka lakukan walaupun tidak hanya di sekolah saja.<sup>68</sup>

## **2. Komunikasi Organisasional dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember.**

Dalam kenyataannya masalah komunikasi senantiasa muncul dalam proses organisasi. Komunikasi memungkinkan orang untuk mengkoordinir kegiatan mereka untuk mencapai tujuan bersama, tetapi komunikasi itu tidak hanya menyampaikan informasi atau mentransfer

<sup>67</sup> Elita Pance Krisdianti, *Wawancara*, Kencong-Jember, 25 Januari 2019, 08:20.

<sup>68</sup> *Observasi*, 25 Januari 2019.

sesuatu saja. Akan tetapi seseorang atau individu dapat membentuk suatu pengertian maupun respon dan mengembangkannya mengenai apa yang sedang terjadi di sekitar mereka.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasanya komunikasi organisasional terkadang mereka lakukan ketika mereka istirahat dan berkumpul untuk membicarakan sesuatu ataupun tugas kelompok dan belajar bersama.<sup>69</sup>

Berikut dokumentasi tentang kegiatan komunikasi organisasional siswa-siswi:<sup>70</sup>



---

<sup>69</sup> *Observasi*, 27 Januari 2019.

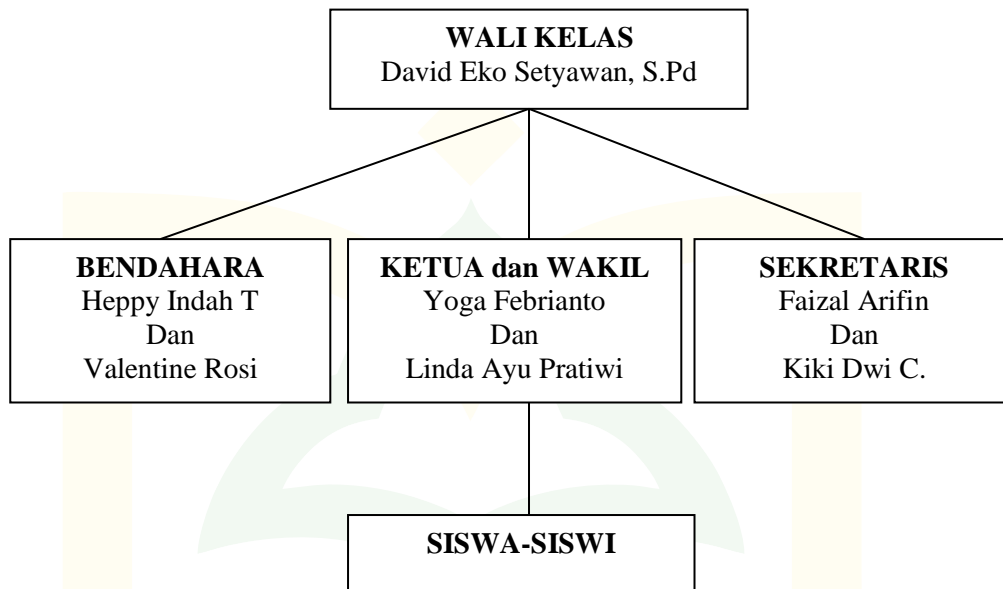
<sup>70</sup> *Dokumentasi*, 28 Januari 2019.





Komunikasi organisasional siswa-siswi jurusan pemasaran sudah mereka lakukan setiap hari secara tidak sadar, ketika mereka sedang

melakukan koordinasi di organisasi kelasnya, berikut struktur organisasi kelas XPM2 :<sup>71</sup>



Berdasarkan struktur organisasi kelas diatas terdapat komunikasi secara organisasional antara wali kelas dengan pengurus kelas. Untuk mengkoordinasi seluruh siswa-siswi kelas XPM2, sehingga adanya struktur organisasi kelas adalah untuk mempermudah koordinasi komunikasi dengan baik secara organisasional.

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Yoga Febrianto selaku ketua kelas XPM2 sebagai berikut:

“Saya selaku ketua kelas di kelas XPM2 bertugas melakukan koordinasi kepada wali kelas tentang anggota kelas kami dan mengkondisikan kelas agar kelas dapat rukun dan damai kak, dan itu semua adalah salah satu bentuk komunikasi organisasional karena saya berkomunikasi dengan anak-anak atau bisa disebut anggota kelas disini”<sup>72</sup>

<sup>71</sup> *Dokumentasi*, 29 Januari 2019.

<sup>72</sup> Yoga Febrianto, *Wawancara*, 28 januari 2019.

Sesuai dengan hasil wawancara diatas peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa komunikasi organisasional bisa dilakukan antara wali kelas kepada pengurus kelas atau ketua kelas lalu secara menyeluruh kepada anggota kelas.

Komunikasi organisasional bisa dimulai dengan :

#### 1. Ceramah

Terkadang siswa-siswi melakukan ceramah dalam kegiatan pembelajaran, termasuk siswa-siswi XPM 2, yang dimana ketika melakukan praktek jurusan mereka juga melakukan ceramah untuk memaparkan hasil praktek mereka.

Berikut dokumentasi komunikasi organisasional dengan ceramah.<sup>73</sup>



---

<sup>73</sup> Dokumentasi, 24 Januari 2019.

## 2. Forum

Forum adalah tempat maupun wadah untuk pertemuan sebuah komunitas atau sejenisnya yang memiliki tujuan untuk bertukar pendapat maupun pikiran topik atau masalah secara bebas.

Berikut adalah dokumentasi forum diskusi kecil oleh siswa-siswi:<sup>74</sup>



## 3. Brainstorming

Pencarian atau penyelesaian dari masalah tertentu dengan cara mengumpulkan gagasan dari anggota kelompok.

---

<sup>74</sup> Dokumentasi, 28 Januari 2019.

#### 4. Seminar

Seminar adalah sebuah pertemuan khusus yang memiliki teknis dan akademis, tujuannya untuk memecahkan suatu masalah yang memerlukan interaksi antara peserta seminar dengan pemateri seminar.

Komunikasi organisasional ini sangat diperlukan dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Pada saat peneliti melakukan observasi, Emilia Lestari Yuniar mengatakan:

“Kalau komunikasi organisasi atau yang dilakukan orang banyak ya pastinya sangat membutuhkan percaya diri yang sangat tinggi kak. Apalagi saya yang menurut saya pribadi masih kurang dalam komunikasi di depan umum. Tapi saya pasti punya niatan untuk meningkatkan rasa percaya diri saya terutama di depan umum. Ya saya juga berkomunikasi dengan baik tentunya untuk dapat percaya diri dan diterima oleh orang yang saya ajak berkomunikasi. Apalagi saya punya cita-cita sebagai dokter sekaligus pebisnis muda”<sup>75</sup>

Menelaah dari apa yang telah dijelaskan oleh Emilia Lestari Yuniar selaku siswi XPM2 di SMK PGRI 05 Jember bahwa komunikasi yang baik juga akan menjadikan dirinya lebih percaya diri dan diterima oleh orang banyak ketika berkomunikasi di depan umum.

Sedangkan menurut Bahauddin Arrosyid selaku siswa XPM2 adalah sebagai berikut:

“Saya bercita-cita menjadi seorang pebisnis yang sesuai dengan jurusan saya saat ini. Tentunya saya akan mengatur semua pekerjaan dan berfikir lebih maju untuk mengembangkan bisnis, dari situlah saya pasti akan berkomunikasi dengan baik dan dengan siapa saja entah bawahan maupun link-link yang ada. Sehingga rasa percaya diri saya akan saya tingkatkan untuk menemui berbagai kalangan di masyarakat nantinya, aminn”<sup>76</sup>

<sup>75</sup> Emilia Lestari Yuniar, *Wawancara*, 26 Januari 2019, 13:35.

<sup>76</sup> Bahauddin Arrosyid, *Wawancara*, 26 Januari 2019, 14:45.

Dari hasil uraian yang telah dipaparkan oleh Bahauddin Arrosyid diatas, manajemen komunikasi yang baik akan mempengaruhi rasa percaya diri untuk berkomunikasi dengan khalayak masyarakat, dan percaya diri itu harus selalu ditingkatkan untuk menemui berbagai link-link dalam mengembangkan sebuah bisnis.

Jurusan pemasaran juga selalu mengadakan bazar kewirausahaan dari keterampilan mereka maupun produk-produk yang telah disepakati dalam kelompok yang sudah ditentukan. Kegiatan tersebut juga memicu terjadinya komunikasi organisasional untuk tercapainya sebuah tujuan. Komunikasi organisasional dalam kegiatan tersebut juga untuk meningkatkan rasa percaya diri masing-masing individu agar praktek bazar kewirausahaan jurusan pemasaran dapat terlaksana sesuai dengan apa yang diharapkan.

Berikut adalah dokumentasi kegiatan bazar kewirausahaan siswa-siswi:<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Dokumentasi SMK PGRI 05 Kencong-Jember.



Novi Triani selaku siswi jurusan pemasaran juga mengungkapkan sebagai berikut:

“Dalam berorganisasi memang perlu yang namanya komunikasi kak. Entah komunikasi dalam hal apa saja, bahkan menurut saya orang hidup ya selalu berkomunikasi. Akan tetapi saya akan selalu menerapkan komunikasi yang baik agar lawan bicara saya tidak tersinggung, dan tentunya kalau berkomunikasi secara organisasi atau orang banyak ya memang harus punya rasa percaya diri yang tinggi dan akan selalu ada jalan untuk meningkatkan rasa percaya diri dari sederhana menjadi luar biasa hehe. Komunikasi organizational dalam peningkatan percaya diri ini harus dilakukan dan harus terlaksana, membaca dari keinginan saya menjadi orang sukses kak jadi saya juga akan berusaha walaupun dimulai dari biasa sampai saya bisa menjadi yang luar biasa, amiinn”<sup>78</sup>

Hasil wawancara dengan Novi Triani diatas bisa ditarik kesimpulan bahwasanya untuk komunikasi organisasional memang perlu yang namanya selalu meningkatkan percaya diri meskipun

<sup>78</sup> Novi Triani, *Wawancara*, 24 Januari 2019, 10:30.

dimulai dari hal yang sederhana atau biasa sampai akhirnya menjadi hal yang terbiasa untuk berkomunikasi dengan baik disertai dengan rasa percaya diri.

Setelah saya melakukan wawancara kepada Novi Triani, langkah selanjutnya yaitu saya melakukan observasi terkait komunikasi organisasional di dalam kelas maupun diluar kelas, namun yang saya dapatkan yaitu bahwasanya komunikasi yang terjadi di dalam kelas seperti diskusi ataupun presentasi masih terdapat kurang percaya diri akan tetapi mereka selalu punya upaya untuk menunjukkan kepercayaan diri mereka sejak kelas X, dan mungkin akan terbiasa ketika mereka kelas XI, XII, dan sampai mereka benar-benar ada di lingkungan masyarakat untuk perannya. Siswa-siswi dalam melakukan kegiatan dengan komunikasi organisasionalnya terjadi ketika mereka ada kegiatan yang melibatkan kelompok-kelompok.<sup>79</sup>

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti maka dalam pembahasan itu diungkapkan tentang manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember tahun pelajaran 2018/2019.

---

<sup>79</sup> *Observasi*, 27 Januari 2019.



## 1. Manajemen Komunikasi Interpersonal dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019

Manajemen komunikasi interpersonal siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember bisa dimulai dari lingkungan sekitar dan tidak langsung menjadi akrab satu sama lain akan tetapi juga selektif dimulai dari teman sebangku siswa dalam bertukar pendapat maupun hal lainnya. Sistemnya pun bervariasi dan berkelanjutan.

Seperti pendapat Julia T Wood yang diterjemahkan oleh Rio Dwi Setiawan berjudul *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*, komunikasi interpersonal sebagai proses transaksi (berkelanjutan) yang selektif, sistemis, unik, processual dan menciptakan makna.<sup>80</sup> Hal ini senada dengan pendapat Onong Uchjana Effendy bahwasanya proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika.<sup>81</sup>

Saat ini kondisi siswa-siswi jurusan pemasaran dalam komunikasi interpersonal yang dapat dimulai dengan lingkungan sekitar ketika di sekolah yaitu teman sebangku maupun teman kelas sudah baik melihat di SMK PGRI 05 Kencong-Jember adalah sekolah yang sangat disiplin dalam akademik maupun non akademik. Hal ini juga peneliti dapat rasakan sejak dulu ketika peneliti masih menempuh pendidikan di SMK

<sup>80</sup> Julia T Wood, *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*, 24.

<sup>81</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, 60.

PGRI 05 Kencong-Jember. Sampai saat ini ketika peneliti terjun langsung ke lapangan untuk melihat komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran mereka berkomunikasi dengan baik dengan teman-teman yang lainnya secara interpersonal dan juga bagi siswa-siswi yang masih kurang dalam percaya diri, hal tersebut akan terbiasa ketika mereka selalu berkomunikasi dengan baik dan selalu belajar dengan teman sekitarnya. Artinya mereka berkomunikasi memiliki suatu tujuan yang diharapkan mendapatkan saling pengertian satu sama lain.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Ngalimun bahwasanya kegiatan komunikasi interpersonal yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki tujuan atau sesuatu yang diharapkan. Pada intinya dapat tercipta saling pengertian diantara pihak yang terlibat dalam komunikasi. Komunikasi interpersonal dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.<sup>82</sup>

Siswa-siswi jurusan pemasaran juga banyak bercita-cita menjadi apa yang sesuai dengan jurusan mereka saat ini, salah satunya ada yang ingin menjadi seorang pebisnis. Maka komunikasi yang baik serta percaya diri yang tinggi akan selalu mereka gali yang dimulai dari komunikasi interpersonal saat ini.

Kondisi tersebut sesuai dengan pendapat Widjaja bahwasanya dalam kehidupan sehari-hari apabila sebagai seorang pemimpin maka

---

<sup>82</sup> Ngalimun, *Komunikasi Interpersonal*, 12.

sering berhubungan dengan masyarakat. Dalam hal ini bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan atau kita minta dapat dimengerti sehingga komunikasi yang dilaksanakan dapat tercapai.<sup>83</sup>

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran tahun pelajaran 2018/2019 sudah cukup baik. Hal itu muncul ketika peneliti mewawancarai serta melakukan observasi di lapangan secara langsung, serta melihat kondisi dengan tingkat kepercayaan diri siswa-siswi jurusan pemasaran dalam melayani konsumen maupun masyarakat, karena disini peneliti melakukan praktek beberapa siswa yang masih kurang dalam percaya dirinya.

## **2. Manajemen Komunikasi Organisasional dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019**

Manajemen komunikasi organisasional siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-jember mereka lakukan dengan baik dan juga dengan masing-masing karakter dari setiap siswa-siswi. Komunikasi organizational dapat dilihat dari kebiasaan siswa berdiskusi kelompok maupun presentasi di depan kelas. Karakter siswa yang pendiam atau masih pemalu mereka akan diam dan untuk pesentasi mereka juga masih ragu-ragu. Akan tetapi ketika mereka sudah mengetahui cara untuk

---

<sup>83</sup> Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, 10.

berkomunikasi dengan baik di depan umum maka mereka tidak sependiam sebelumnya dan berani mengungkapkan materi maupun praktek dalam hal melayani konsumen maupun masyarakat.

Komunikasi organisasional siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember bersifat formal dan nonformal. Komunikasi formal siswa-siswi menurut struktur organisasi akan tetapi komunikasi nonformal bisa diluar struktur organisasi. hal tersebut sesuai dengan pendapat Abdullah Masmuh yaitu komunikasi merupakan unsur pengikat berbagai bagian yang saling bergantung dari system itu. Tanpa komunikasi tidak akan ada aktivitas yang terorganisir.<sup>84</sup>

Siswa-siswi jurusan pemasaran memiliki cita-cita yang sesuai dengan jurusan mereka saat ini, maka mereka juga harus mampu meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk umum. Setiap individu mempunyai karakter masing-masing dan kemampuan masing-masing.

Komunikasi organisasional juga terbentuk dan terlaksana ketika siswa-siswi jurusan pemasaran ada kegiatan bazar kewirausahaan jurusan pemasaran dan juga kegiatan pemasaran yang lainnya, dan kegiatan tersebut tentunya membutuhkan komunikasi organisasional atau kelompok dan juga kepercayaan diri dalam berhadapan langsung dengan konsumen agar apa yang diharapkan dapat tercapai dengan baik sesuai yang sudah diinginkan oleh setiap siswa-siswi jurusan pemasaran.

---

<sup>84</sup> Abdullah masruh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, 7.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Tommy Suprpto bahwasanya ada yang mempengaruhi dalam proses komunikasi, salah satunya adalah pelaku, yang dimana individu-individu mengambil bagian dalam hubungan komunikasi sehingga situasi komunikasi yang berkembang dapat saling menggantikan.<sup>85</sup>

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwasanya manajemen komunikasi organizational dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran ini bisa dimulai di lingkungan kelas yaitu dengan berdiskusi kelompok maupun presentasi di depan kelas, serta praktek jurusan pemasaran dalam melayani atau memenuhi kebutuhan konsumen maupun masyarakat dalam hal pemasaran.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Nurudin bahwasanya lingkungan memegang peranan dalam mempengaruhi proses berkomunikasi. Jenis lingkungan bisa digolongkan ke dalam lingkungan fisik, social budaya, psikologis, dan dimensi waktu.<sup>86</sup>

Komunikasi organisasional bisa dilakukan melalui struktur organisasi yaitu komunikasi antara wali kelas kepada pengurus kelas terutama ketua kelas, karena ketua kelas adalah pemimpin di dalam kelas yang mengkondisikan anggota kelas dan berhak mengambil keputusan di dalam kelas.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Abdullah Masmuh bahwasanya komunikasi dalam organisasi adalah bidang penting yang

---

<sup>85</sup> Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, 11.

<sup>86</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, 57.

sedang berkembang. Ahli komunikasi organisasi telah mempelajari aspek-aspek kehidupan seperti wawancara, struktur organisasi, presentasi, kepemimpinan dan pengambilan keputusan.<sup>87</sup>



---

<sup>87</sup> Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, 9.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, Manajemen Komunikasi dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019, maka saya menyimpulkan hasil dari penelitian saya sebagai berikut:

*Pertama*, Manajemen komunikasi interpersonal dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember

Komunikasi interpersonal bisa dilakukan di dalam kelas maupun di luar kelas, dan komunikasi interpersonal dilaksanakan dengan selektif, sistematis, unik, processual, dan menciptakan makna.

*Kedua*, Manajemen komunikasi organisasional dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember

Komunikasi organisasional diimplementasikan dengan ceramah, diskusi, brainstorming, dan seminar. Terdapat beberapa penggolongan komunikasi dalam organisasi yaitu komunikasi lisan dan tertulis (verbal), bahasa isyarat, gerakan tubuh dan intonasi suara (non verbal), komunikasi kebawah, keatas, dan kesamping, komunikasi formal dan informal serta komunikasi satu arah dan dua arah. Komunikasi organisasional di lingkup siswa-siswi jurusan pemasaran dapat berupa komunikasi di dalam organisasi mereka maupun dengan orang di sekeliling mereka dengan bertukar pendapat

atau saling mengutarakan ide ketika mereka berdiskusi dengan siswa yang lainnya maupun dengan gurunya.

## **B. Saran**

Setelah dilakukan penelitian yang akhirnya dituangkan dalam bentuk skripsi, maka di akhir penulisan ini kami sebagai penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan agar lebih baik kedepannya. Saran-saran sebagai berikut:

### **1. Kepala Sekolah SMK PGRI 05 Kencong-Jember**

Untuk manajemen komunikasi dalam meningkatkan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran hendaknya lebih di khususkan lagi karena karakter beberapa siswa yang masih sangat kurang dalam bersosialisasi dengan orang di sekelilingnya maupun dengan masyarakat itu perlu ditingkatkan. Dan etika berkomunikasi juga harus diarahkan ke komunikasi yang baik agar konsumen dapat menerima pelayanan dengan baik.

### **2. Siswa-siswi jurusan pemasaran kelas XPM**

Lebih banyak latihan atau praktek untuk berkomunikasi secara interpersonal maupun organisasional agar percaya diri dan aplikasi ke masyarakat maupun ke konsumen dapat selalu berkembang dengan baik.

## **C. Penutup**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis mampu dengan sabar mengatasi serta menghadapi kesulitan-kesulitan yang ada, dan Alhamdulillah



terselesaikanlah skripsi ini yang merupakan syarat untuk memenuhi gelar kesarjanaan pada Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis harapkan dari semua pihak agar memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Hanya kepada Allah SWT kita memohon pertolongan dan perlindungan, semoga amal bakti ini diterima oleh Allah SWT dan semoga segala kemudahan akan selalu dilimpahkan kepada kita semua. Amin ya robbal alamin.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azzet, Akhmad Muhaimin. 2011. *Urgensi Pendidikan Karakter di Indonesia*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Bungin, Burhan. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Creswell, John W. 2009. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, terj. Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Departemen Agama RI. 2006. *Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah RI tentang Pendidikan*. Departemen Agama RI.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Engkoswara dan Komariah, Aan. 2015. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Huberman, Miles M dan Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analisis: A Methods Sousebook*. California: SAGE Publication.
- Ishwidharmanjaya, Derry. 2014. *Satu Hari Menjadi Lebih Percaya Diri*. Jakarta: PT Elexmedia Komputindo.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press
- Kementerian Agama RI. 2010. *Alquran Tajwid dan Terjemah*. Bandung: Diponegoro.
- Lexy, Moelong J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Masmuh, Abdullah. 2010. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remajarsdakarya.

- Mundir. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.
- Musfiqon. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Prestasi Pustakarya.
- Nazir. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Ngalimun. 2018. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rodliyah, St. 2015. *Manajemen Pendidikan Sebuah Konsep dan Aplikasi*. Jember: IAIN Jember Press.
- Saleh, Muwafik. 2012. *Membangun Karakter dengan Hati Nurani*. Jakarta: Erlangga.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. 2002. *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Soedarsono, Dewi K. 2009. *Sistem Manajemen Komunikasi*. Bandung: Refika Offset.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress.
- Surya, Hendra. *Percaya Diri itu Penting*. Elex Media Komputindo
- Susanto, Happy. 2008. *Panduan Menyusun Proposal*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Umar, Husein. 1997. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wood, Julia T. 2013. *Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.

\_\_\_\_\_. 2013. *Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Humanika.



## Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	FOKUS PENELITIAN	METODE PENELITIAN
Manajemen Komunikasi dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019	1. Manajemen komunikasi	1. Komunikasi Interpersonal  2. Komunikasi Organisasional	1. Selektif 2. Sistemis 3. Unik 4. Processual 5. Menciptakan makna  1. Ceramah 2. Forum 3. Brainstorming 4. Seminar	1. Informan: a. Kepala Sekolah b. Waka kurikulum c. Guru d. Staff TU e. Siswa-siswi jurusan pemasaran.	1. Bagaimana Manajemen Komunikasi Interpersonal dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019?  2. Bagaimana Manajemen Komunikasi Organisasional dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019 ?	1. Metode dan Prosedur Penelitian Menggunakan Pendekatan Kualitatif Deskriptif  2. Teknik Metode Pengumpulan Data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi  3. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik

## BIODATA



Nama : DIMITA INDAH SARI  
NIM : T20153058  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Kependidikan Islam (KI)  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 09 Juli 1996  
Alamat : Dsn. Jatiagung RT 003 RW 018 Kec. Gumukmas  
Kab. Jember  
Riwayat Pendidikan :

1. TK Siti Khodijah Jatiagung-Gumukmas
2. MI AL ISHLAH Jatiagung-Gumukmas
3. SMP Negeri 03 Kencong-Jember
4. SMK PGRI 05 Kencong-Jember Jurusan Akuntansi
5. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) : 2015-2019

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DIMITA INDAH SARI  
NIM : T20153058  
Jurusan/Prodi : KI/Manajemen Pendidikan Islam  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 09 Juli 1996  
Alamat : Dsn. Jatiagung RT 003 RW 018  
Gumukmas-Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Manajemen Komunikasi dalam Peningkatan Percaya Diri Siswa-siswi Jurusan Pemasaran Di SMK PGRI 05 Kencong-Jember Tahun Pelajaran 2018/2019” adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 15 Maret 2019  
Yang Menyatakan,



**Dimita Indah Sari**  
NIM. T20153058

## PEDOMAN PENELITIAN

### A. Dokumentasi

1. Identitas SMK PGRI 05 Kencong-Jember
2. Struktur Organisasi SMK PGRI 05 Kencong-Jember
3. Keadaan pendidikan atau kegiatan siswa-siswi SMK PGRI 05 Kencong-Jember
4. Visi dan Misi SMK PGRI 05 Kencong-Jember
5. Kegiatan siswa-siswi jurusan pemasaran dalam berkomunikasi
6. Dokumentasi SMK PGRI 05 Kencong-Jember
7. Data guru dan siswa

### B. Observasi

1. Lokasi Penelitian, situasi dan kondisi SMK PGRI 05 Kencong-Jember
2. Komunikasi dan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran
3. Komunikasi interpersonal dan organisasional siswa-siswi jurusan pemasaran

### C. Wawancara

#### a. Waka Kurikulum:

1. Bagaimana sejarah berdirinya SMK PGRI 05 Kencong-Jember ?
2. Bagaimana cara komunikasi siswa-siswi jurusan pemasaran ?
3. Apakah siswa-siswi jurusan pemasaran memiliki tingkat percaya diri yang tinggi ?



**b. Guru :**

1. Bagaimana siswa-siswi jurusan pemasaran dalam berkomunikasi ?
2. Bagaimana komunikasi siswa-siswi jurusan pemasaran di dalam kelas dan diluar kelas?

**c. Staff TU:**

1. Bagaimana letak geografis SMK PGRI 05 Kencong-Jember ?

**d. Siswa-siswi jurusan pemasaran:**

1. Bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan ?
2. Bagaimana komunikasi organisasional yang dilakukan ?
3. Apa saja bentuk komunikasi interpersonal yang sudah dilakukan ?
4. Apa saja bentuk komunikasi organisasional yang sudah dilakukan ?
5. Bagaimana pentingnya percaya diri untuk bekal terjun ke masyarakat ?
6. Bagaimana mengolah komunikasi dalam menumbuhkan percaya diri ?
7. Apakah percaya diri itu penting bagi semua orang ?

**IAIN JEMBER**

## DAFTAR JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Hari/Tgl	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1	Minggu 13 Januari 2019	Silaturahmi sekaligus mengamati keadaan SMK PGRI 05 Kencong-Jember	
2	Senin 14 Januari 2019	Menyerahkan surat penelitian kepada Kepala Sekolah	
5	Selasa 15 Januari 2019	Menemui Waka Kurikulum untuk mengarahkan penelitian dan Wawancara	
6	Senin 21 Januari 2019	Datang ke lembaga mencari data-data ke TU	
7	Rabu 23 Januari 2019	Meminta data tentang keadaan pendidikan siswa-siswi	
8	Kamis 24 Januari 2019	Masuk ke kelas XPM2 untuk mengetahui kondisi siswa-siswi jurusan pemasaran dalam berkomunikasi sekaligus wawancara	
9	Jumat 25 Januari 2019	Wawancara dengan guru SMK PGRI 05 Kencong-Jember	
10	Sabtu 26 Januari 2019	Wawancara dengan siswa-siswi jurusan pemasaran	
11	Minggu 27 Januari 2019	Wawancara dengan siswa-siswi jurusan pemasaran	
12	Senin 28 Januari 2019	Mengamati siswa-siswi jurusan pemasaran dalam komunikasi organisasionalnya	
13	Selasa 29 Januari 2019	Wawancara dengan siswa-sisiwi jurusan pemasaran	

14	04 Februari 2019	Meminta surat keterangan melaksanakan penelitian di TU	
----	------------------	--	--



**DAFTAR GURU DAN KARYAWAN 2018/2019**  
**SMK PGRI 5 JEMBER**

NO	NAMA	TTD	NO	NAMA	TTD
1	Saiful Anwar, S.Pd	1	45	Hesty Yunaini, S.Pd	45
2	H. Liswiadji, S.Pd	2	46	David Eko, S.Pd	46
3	H. Tjiptadi, S.Pd	3	47	Hesti Anggraeni, S.Pd	47
4	Dra. Hj. Sulistyawati	4	48	Trisnawati, S.Pd	48
5	Utok Tri Wahyono, S.Pd	5	49	Moh. Adidul Hikam, ST	49
6	Amarul Fajri, S.Pd	6	50	Shelly Aprilia Fitri, S.E	50
7	Dra. Sri Hartatik	7	51	Wieke Reistanita, S.Pd	51
8	Moh. Nizar, SE	8	52	Eka Vivi Wulandari, S.Pd	52
9	Agus Budi Setiyawan, S.Kom	9	53	Fauzi Inawanto, S.Pd	53
10	Isa Anshori, S.T	10	54	Arfina Susanti, S.Pd	54
11	Masfud, S.Pd	11	55	Titik Ambarwati, S.Kom	55
12	Hj. Erni Triningsih, S.Pd	12	56	Handoko, S.Pd	56
13	Tri Basuki	13	57	Anton Budiono, S.Pd	57
14	YP Soerachman, BA	14	58	A. Muhtarus Shokheh, S.Kom	58
15	Hj. Lilik Tri Aliyah, S.Pd	15	59	M. Ali Aziz	59
16	Dra. Hj. Indah Setyorini	16	60	Elita Pance Krisdianti	60
17	Sumartin, S.Pd	17	61	Dina Novianto, S.Pd	61
18	Dwi Uji Wijayanti, S.Pd	18	62	Gabby E.P, S.Pd	62
19	Faisol Haq, S.Pd	19	63	Nur Rohim, S.PdI	63
20	Lukman Hakim, S.Pd	20	64	Rusmiati	64
21	Zainal Abidin, S.PdI	21	65	I'iswati	65
22	Berlianti, S.Pd, M.Pd	22	66	Riska Yunia Safitri	66
23	Tias Rahmawati O, S.Pd	23	67	Ahmad Wildanu Wahyu Ramadan	67
24	Saidi Anwar, S.Pd	24	68	Rustam Tarmuji	68
25	Yakumar	25	69	Andik Alexandra	69
26	Churrotul A'yun, S.Pt	26	70	Tri Suwarso, S.E	70
27	Umi Kulsum, S.Ag	27	71	Rina Alfiana	71
28	M. Fuadi Farhan, S.Pd	28	72	Ika Sri Wahyuningrum	72
29	Robith Maulana, S.Pd, M.Pd	29	73	Muhammad Ilham	73
30	Susiatin, S.Pd	30	74	Dini Eka Livia	74
31	Sunarto Hadi	31	75	Candrika Wulan Febrianti	75
32	Siti Mutmainah, S.Pd	32	76	Marsup	76
33	Desi Susanti, S.Pd	33	77	Ahmad Fauzan	77
34	Fidya Asri Sunarsiyanti, S.Pd	34	78	Daniel	78
35	Dian Agus Cahyono, S.Pd	35	79	Suherman	79
36	Deby Windianasari, S.Pd. M.Pd	36	80	Sugito	80
37	Akhmad Subekhan, S.Sn	37	81	Tumini	81
38	Angga Noviaputri F, S.Km	38	82	Syamsuri	82
39	Budiono, A.Md	39	83	Amad Sodiq	83
40	Etika Farittanti, S.Pd	40			
41	Erik Erwansyah, Spd.	41			
42	M. Lukman Hakim, S.PdI	42			
43	Ninin Yunita Kristanti, SS, S.Pd	43			
44	Lupi Martha Dian Perdana, S.Pd	44			

### JOB FAIR UNTUK SISWA KELAS 3



### KETERAMPILAN SISWA-SISWI



## PROSES WAWANCARA



## WAWANCARA DENGAN STAFF TU



## KEGIATAN LDK SISWA-SISWI



## KEGIATAN SISWA-SISWI PAGI HARI





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jl. Mataram No.1 Mangli, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005, Kode Pos : 68136  
Website : [www.http://ftik.iain-jember.ac.id](http://ftik.iain-jember.ac.id) e-mail : [tarbiyah.iainjember@gmail.com](mailto:tarbiyah.iainjember@gmail.com)

Nomor : B. 2002 /In.20/3.a/PP.009/01/2019  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

04 Januari 2019

Yth. Kepala Sekolah SMK PGRI 05 Kencong-Jember  
Jl. Krakatau No. 60 Kencong-Jember

*Assalamualaikum Wr Wb.*

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : DIMITA INDAH SARI  
NIM : T20153058  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Kependidikan Islam  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai manajemen komunikasi dalam peningkatan percaya diri siswa-siswi jurusan pemasaran selama 30 (tiga puluh) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak.

Adapun pihak-pihak yang dituju adalah sebagai berikut:

1. Saiful Anwar, S. Pd (Kepala sekolah SMK PGRI 05 Jember)
2. Mahfudz, S.Pd (Kepala Jurusan Pemasaran)
3. Siswa-siswi Jurusan Pemasaran

Demikian, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr Wb.*

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,







YAYASAN PEMBINA LEMBAGA PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA JAWA TIMUR  
CABANG KABUPATEN JEMBER

## SMK PGRI 5 JEMBER

Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen : Administrasi Perkantoran, Akuntansi, Pemasaran  
Bidang Keahlian Teknologi Informatika dan Komunikasi : Rekayasa Perangkat Lunak, Multimedia  
Bidang Keahlian Teknologi dan Rekayasa : Teknik Sepeda Motor

Jl. Krakatau No. 60 Telp/Fax : 0336 – 321378 Kencong – Jember

Website : <http://www.smkpgri5.sch.id>

E-mail : [smeqgrima@gmail.com](mailto:smeqgrima@gmail.com)

Nomor : 060/E.12/SMK.05/III/2019  
Lamp : -  
Hal : Surat Keterangan telah melaksanakan Penelitian

Kepada

Yth.Bapak Drs. H. Sofyan Tsauri, MM

Di

Tempat

Dengan Hormat,

Sesuai dengan Surat nomor : B.2002/ In.20/3.a/PP.009/01/2019 Institut Agama Islam Negeri Jember tentang diadakannya Survei/ Penelitian atas nama :

Nama : Dimita Indah Sari  
NIM : T20153058  
Program Studi : Manajemen pendidikan Islam  
Jurusan : Kependidikan Islam  
Institut : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa nama tersebut telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi berjudul “MANAJEMEN KOMUNIKASI DALAM PENINGKATAN PERCAYA DIRI SISWA – SISWI JURUSAN PEMASARAN di SMK PGRI 5 JEMBER Tahun Ajaran 2018/ 2019”, sejak tanggal 04 Januari 2019 sampai dengan 04 february 2019

Demikian surat keterangan ini dibuat atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Kencong, 18 Maret 2019



Saiful Anwar, S.Pd