



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Literatur

2.1.1. Penelitian Sejenis Terdahulu

Penelitian terdahulu hendaknya memberikan manfaat yang besar bagi calon peneliti untuk mengkaji ulang dan menelusuri tentang masalah yang berkaitan. Dalam menyusun penelitian mengenai penerapan komunikasi antarpribadi majikan dalam menjaga loyalitas pembantu rumah tangga di kota Tangerang, penulis meninjau beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan topik yang diangkat oleh penulis, penulis menyatakan bahwa terdapat dua penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang pertama berjudul Proses Komunikasi Interpersonal Antara Majikan Dengan Pembantu Rumah Tangga. Penelitian ini ditulis oleh Vony Rahmawati, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra, pada tahun 2010.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimanakah proses komunikasi interpersonal yang terjadi antara majikan dengan pembantu rumah tangga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi interpersonal antara majikan dengan pembantu rumah tangga.

Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi antarpribadi, serta konsep mengenai pembantu rumah tangga. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang dimana dalam penelitian ini berisi mengenai gambaran tentang pengamatan, orang, tindakan dan

pembicaraan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara mendalam.

Hasil dari penelitian ini menemukan komunikasi yang dilakukan majikan dan pembantu rumah tangga berbeda-beda. Informan pertama, melakukan komunikasi transaksional yang mana keduanya dapat menjadi komunikator. Hubungan informan pertama ini seperti teman atau keluarga. Dalam kondisi tertentu, pembantu rumah tangga dapat mengambil keputusan dan disetujui oleh majikan. Sedangkan informan kedua, informan melakukan komunikasi interaksional yang mana di dalamnya ada komunikator dan komunikan. Status hubungan majikan dan pembantu rumah tangga membuat hal yang mereka bicarakan cenderung mengarah pada pekerjaan.

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul Pembantu Rumah Tangga (Studi Antropologi Perkotaan Tentang Pembantu dan Majikan). Penelitian ini ditulis oleh Rotitskie. H. Naibaho, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, pada tahun 2009.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pola kekerabatan yang terjalin antara pembantu dan majikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat menjelaskan secara menyeluruh tentang pola kekerabatan yang muncul diantara pembantu rumah tangga dan majikan serta untuk melihat secara keseluruhan tentang posisi pembantu rumah tangga dalam kerangka keluarga dan kekerabatan.

Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini konsep mengenai pembantu rumah tangga, faktor pendukung pembantu rumah tangga, serta pola

hubungan pembantu rumah tangga dan majikan. Penelitian ini merupakan penelitian berjenis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan bertujuan untuk mendapatkan data penelitian berdasarkan wawancara dan observasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang dilakukan dengan cara komunikasi verbal atau langsung dengan informan utama maupun biasa dengan berpedoman pada *interview guide* yang telah dipersiapkan sebelumnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola kekerabatan yang terjadi diantara pembantu rumah tangga dan majikan adalah pola kekerabatan yang timbul karena pertemuan yang intens, loyalitas yang tinggi serta perilaku yang mendukung, elemen-elemen pendukung tersebut menimbulkan hubungan yang tidak sekedar berorientasi pada pekerjaan dan saling membutuhkan melainkan menjadi pola kekerabatan oleh karena adanya rasa saling memiliki.

UMMN

Berikut ini adalah gambaran mengenai perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini:

KETERANGAN	PENELITIAN TERDAHULU I	PENELITIAN TERDAHULU II	PENELITIAN VENTY FEBRIANTI
JUDUL & PENULIS	Proses Komunikasi Interpersonal Antara Majikan Dengan Pembantu Rumah Tangga. Penelitian ini ditulis oleh Vony Rahmawati, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra, tahun 2010.	Pembantu Rumah Tangga (Studi Antropologi Perkotaan Tentang Pembantu dan Majikan). Penelitain ini ditulis oleh Rotitskie. H. Naibaho, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, pada tahun 2009.	Penerapan Komunikasi Antarpribadi Majikan Dalam Menjaga Loyalitas Pembantu Rumah Tangga. Penelitian ini ditulis oleh Venty Febrianti, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi <i>Public Relations</i> , Universitas Multimedia Nusantara, tahun 2014.
TUJUAN PENELITIAN	Untuk mengetahui proses komunikasi interpersonal antara majikan dengan pembantu rumah tangga.	Untuk dapat menjelaskan secara menyeluruh tentang pola kekerabatan yang muncul diantara pembantu rumah tangga dan majikan serta untuk melihat secara keseluruhan tentang posisi	Untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi antarpribadi majikan dalam menjaga loyalitas pembantu rumah tangga.

		pembantu rumah tangga dalam kerangka keluarga dan kekerabatan.	
TEORI/KONSEP	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi antarpribadi serta konsep mengenai pembantu rumah tangga.	Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep mengenai pembantu rumah tangga, faktor pendukung pembantu rumah tangga, serta pola hubungan pembantu rumah tangga dan majikan.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi antarpribadi yang membahas mengenai efektivitas komunikasi antarpribadi, teori social exchange, serta menggunakan konsep mengenai loyalitas.
METODOLOGI PENELITIAN	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang dimana dalam penelitian ini berisi mengenai gambaran tentang pengamatan, orang, tindakan dan pembicaraan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Teknik	Penelitian ini merupakan penelitian berjenis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi antropologi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang dilakukan dengan cara komunikasi verbal atau langsung dengan	Penelitian ini merupakan penelitian berjenis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur serta observasi terstruktur dan samar.

	<p>pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan wawancara mendalam.</p>	<p>informan utama maupun biasa dengan berpedoman pada <i>interview guide</i> yang telah dipersiapkan sebelumnya.</p>	
<p>HASIL PENELITIAN</p>	<p>Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi yang dilakukan majikan dan pembantu rumah tangga berbeda-beda. Informan pertama, melakukan komunikasi transaksional yang mana keduanya dapat menjadi komunikator. Hubungan informan pertama ini seperti teman atau keluarga. Dalam kondisi tertentu, pembantu rumah tangga dapat mengambil keputusan dan disetujui oleh majikan. Sedangkan informan kedua, informan</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa pola kekerabatan yang terjadi diantara pembantu rumah tangga dan majikan adalah pola kekerabatan yang timbul karena pertemuan yang intens, loyalitas yang tinggi serta perilaku yang mendukung, elemen-elemen pendukung tersebut menimbulkan hubungan yang tidak sekedar berorientasi pada pekerjaan dan saling membutuhkan melainkan menjadi pola</p>	<p>Penelitian ini menemukan bahwa hubungan yang terjalin antara majikan dan pembantu rumah tangga tidak semata-mata hanya hubungan majikan dan pembantu rumah tangga secara umum, akan tetapi hubungan mereka sudah mereka anggap seperti keluarga sendiri, hal ini dikarenakan adanya penerapan komunikasi antar pribadi yang baik. Selain itu penulis juga menemukan bahwa didalam mewujudkan suatu kesetiaan, pembantu rumah tangga tidak</p>

	melakukan komunikasi interaksional yang mana di dalamnya ada komunikator dan komunikan. Status hubungan majikan dan pembantu rumah tangga membuat hal yang mereka bicarakan cenderung mengarah pada pekerjaan.	kekerabatan oleh karena adanya rasa saling memiliki.	hanya memikirkan masalah ekonomi atau imbalan yang diberikan kepadanya, bagi mereka hubungan yang terjalin baik dengan majikan merupakan salah satu faktor terpenting untuk memutuskan apakah ia akan tetap bertahan dalam hubungan tersebut atau tidak.
--	--	--	--

Tabel 2.1.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian ini.

2.2. Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1. Pengertian Komunikasi

Setiap sisi kehidupan manusia tidak lepas dari kegiatan komunikasi, apapun bentuk kegiatannya, manusia selalu melakukan kegiatan dalam menjalankan prosesnya secara berkesinambungan dan tidak dapat menghindari proses komunikasi. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan segala keinginannya, sehingga pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan fisik, baik bagi dirinya sendiri maupun untuk lingkungan sosialnya.

Kata komunikasi atau *communication* menurut Deddy Mulyana (2004:41) dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”,

communico, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah yang paling sering disebut sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Komunikasi adalah hubungan kontak antar manusia baik individu maupun kelompok. Kebutuhan akan komunikasi sangat dirasakan oleh manusia sejak lahirnya. Seperti diungkapkan A.W. Widjaja (1998:1) adalah:

“Komunikasi menjadi bagian kehidupan manusia. Kegiatan dan aktivitas manusia akan terlaksana dengan baik apabila melalui proses komunikasi, kita harus mengetahui dan mempelajari unsur-unsur apa saja yang terkandung dalam proses komunikasi. Minimal unsur yang diperlukan dalam proses komunikasi adalah melalui sumber (pembicaraan), pesan (message), saluran (channel atau media), dan penerima (receiver atau audience).”

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2004:41), komunikasi adalah suatu kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial dapat mengisyaratkan bahwa komunikasi itu sangat penting untuk membangun konsep dalam diri, untuk mengaktualisasikan diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari ketegangan dan tekanan antara lain dengan melalui komunikasi yang menghibur, dan juga untuk memupuk hubungan luas dengan orang lain.

2.2.2. Unsur-unsur Komunikasi

Menurut Nurjaman dan Umam (2012:36-38) dalam proses komunikasi terdapat tiga unsur yang mutlak harus dipenuhi, yaitu komunikator, komunikan, dan saluran/media. Ketiga unsur komunikasi itu merupakan kesatuan yang utuh dan bulat.

1) Komunikator/Sender/Pengirim

Komunikator/sender adalah orang yang menyampaikan isi pernyataannya kepada komunikan. Komunikator bisa perseorangan, kelompok, atau organisasi pengirim berita. Tanggung jawab utama dari seseorang komunikator/*sender*/pengirim adalah:

- a. Mengirim pesan dengan jelas
- b. Memilih *channel*/saluran/media yang cocok untuk mengirim pesan
- c. Meminta kejelasan tentang dapat tidaknya pesan diterima dengan baik

Untuk itu, komunikator dalam menyampaikan pesan, informasi atau berits harus memperhatikan orang yang diajak berkomunikasi, pesan yang akan dia sampaikan, dan cara menyampaikannya.

2) Komunikan/*Receiver*/Penerima

Komunikan/penerima adalah rekan komunikator dalam komunikasi. Sesuai dengan namanya, ia berperan sebagai penerima berita. Dalam komunikasi, peran pengirim dan penerima selalu bergantian sepanjang pembicaraan. Penerima bisa mendengarkan pembicara atau menuliskan teks atau menginterpretasikan pesan dengan berbagai cara. Tanggung jawab penerima pesan adalah:

- a. Berkonsentrasi pada pesan sehingga mengerti dengan baik dan benar akan pesan yang diterima
- b. Memberikan umpan balik pada pengirim untuk memastikan pembicara/pengirim bahwa pesan telah diterima dan dimengerti (ini sangat penting, terutama pada pesan yang dikirimkan secara lisan).

3) *Channel*/Saluran/Media

Channel adalah saluran atau jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan, atau jalan yang dilalui *feedback* komunikan kepada komunikator yang digunakan oleh pengirim pesan. Pesan dapat berupa kata-kata atau tulisan, tiruan, gambaran, atau perantara lain yang dapat digunakan untuk mengirim melalui berbagai *channel* yang berbeda, seperti telepon, televisi, faksimili, fotokopi, *hand signal*, *e-mail*, sandi morse, semafor, SMS dan sebagainya. Pemilihan *channel* dalam proses komunikasi bergantung pada sifat berita yang akan disampaikan (Wursanto dalam Nurjaman & Umam, 2012:38), terdapat tiga macam bentuk berita:

- a. Berita yang bersifat *audible*, yaitu dapat didengar, baik secara langsung maupun tidak langsung (sarana telepon, radio, lonceng, sirene)
- b. Berita bersifat *visual*, yaitu dapat dilihat, berbentuk tulisan, gambar, poster serta tanda, seperti sinar lampu, bendera.

- c. Berita bersifat *audio-visual*, yaitu dapat didengar dan dilihat, baik melalui televisi, film, pameran maupun kesenian.

Dalam praktik komunikasi, *channel*/media tidak selalu diperlukan oleh komunikator. Artinya komunikasi dapat dilakukan secara langsung tanpa medium. Demikian pula, isi pesan komunikator sampai kepada komunikan tanpa melalui media dan *feedback* dari komunikan kepada komunikator juga tidak melalui media. Proses komunikasi seperti ini disebut komunikasi langsung atau *face to face/direct communication*.

Menurut Liliweri dalam Nurjaman & Umam (2012:38) ada beberapa ciri komunikasi *face to face* atau komunikasi yang menggunakan saluran antarpribadi:

- a. Arus pesan yang cenderung dua arah
- b. Konteks komunikasi tatap muka
- c. Tingkat umpan balik yang terjadi tinggi
- d. Kemampuan mengatasi tingkat selektivitas terutama (*selective exposure*) tinggi.
- e. Kecepatan jangkauan terhadap audiens yang besar relatif lambat
- f. Efek yang mungkin terjadi ialah perubahan sikap.

2.2.3. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi tatap muka. Karena itu kemungkinan umpan balik (*feedback*) besar sekali. Dalam komunikasi itu, penerimaan pesan dapat berlangsung menanggapi dengan menyampaikan umpan balik. Dengan demikian, di antara pengirim dan penerima pesan terjadi interaksi. Yang satu mempengaruhi yang lain, dan kedua-keduanya saling mempengaruhi dan memberi serta menerima dampak. Pengaruh itu terjadi pada *kognitif*-pengetahuan, *efektif*-perasaan, dan *behavioral*-perilaku. Semakin berkembang komunikasi interpersonal itu, semakin intensif umpan balik dan interaksinya karena pesan pihak-pihak yang terlibat berubah peran dari penerima pesan menjadi pemberi pesan, dan sebaliknya dari pemberi pesan menjadi penerima pesan (Hardjana, 2003:88)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi antara beberapa orang-orang dengan cara "terhubung". Komunikasi antarpribadi bisa mencakup komunikasi yang terjadi antara anak dan orangtuanya, majikan dan karyawan, kakak-adik, guru dan mahasiswa, dua kekasih, dua teman, dan sebagainya. (DeVito, 2009:4)

Komunikasi antarpribadi mempunyai keunikan karena selalu dimulai dari proses hubungan yang bersifat psikologis dan proses psikologis selalu mengakibatkan keterpengaruhan. Komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan umpan balik yang langsung. (Hidayat, 2012:42)

Menurut Hidayat (2012:55) tujuan dari komunikasi antarpribadi adalah antara lain:

1. Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
2. Mengetahui dunia luar.
3. Menciptakan dan memelihara hubungan yang bermakna.
4. Mengubah sikap dan perilaku orang lain.
5. Bermain dan mencari hiburan, dan
6. Membantu orang lain.

Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, seorang guru dengan seorang muridnya, dan sebagainya. (Hidayat, 2012:56)

Miller dalam Hidayat (2012:56) menyatakan bahwa memahami proses komunikasi interpersonal menuntut hubungan simbiosis antara komunikasi dan perkembangan relasional, dan pada gilirannya (secara serentak), perkembangan relasional memengaruhi sifat komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan tersebut.

2.2.3.1. Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi

Menurut Suranto Aw (2011:14-16), komunikasi antarpribadi merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat ciri-ciri komunikasi antarpribadi, antara lain:

1. Arus pesan dua arah

Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan. Komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat, komunikator dapat berubah peran sebagai penerima pesan maupun sebaliknya.

2. Suasana nonformal

Komunikasi interpersonal yang terjalin biasanya berlangsung dalam suasana nonformal dan pendekatan pribadi.

3. Umpan balik segera

Karena komunikasi interpersonal berlangsung secara tatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Komunikan segera memberikan respon secara verbal berupa kata-kata atau nonverbal misalnya pandangan mata, raut muka, anggukan dan sebagainya.

4. Peserta komunikasi berada dalam jarak dekat

Jarak dekat yang dimaksud yaitu fisik (peserta komunikasi saling bertatap muka dalam satu lokasi) maupun psikologis (menunjukkan hubungan keintiman antar-individu).

5. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal

Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat, sesuai tujuan komunikasi.

2.2.3.2. Karakteristik Komunikasi Antarpribadi

Barnlund (1968) dalam Hidayat (2012:43) menyimpulkan bahwa ada beberapa karakteristik komunikasi antarpribadi, yaitu terjadi secara spontan, tidak mempunyai struktur yang teratur dan diatur, terjadi secara kebetulan, tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu, dilakukan oleh orang-orang yang identitas keanggotaannya kadang-kadang kurang jelas, dan bisa terjadi sambil lalu.

Hidayat (2012:44) memberikan penjelasan lain tentang beberapa karakteristik komunikasi antarpribadi, sebagai berikut:

1. Komunikasi antarpribadi bersifat dialogis

Komunikasi antarpribadi bersifat dialogis, dalam arti arus balik antara komunikator dengan komunikan terjadi langsung (*face to face*) atau tatap muka sehingga pada saat itu juga komunikator dapat mengetahui secara langsung tanggapan dari komunikan dan secara pasti akan mengetahui apakah komunikasinya positif, negatif, dan berhasil atau tidak. Apabila tidak berhasil

komunikator dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

2. Komunikasi antarpribadi melibatkan jumlah orang terbatas

Komunikasi antarpribadi melibatkan jumlah orang terbatas mempunyai arti bahwa komunikasi antarpribadi hanya melibatkan dua orang atau tiga orang lebih dalam berkomunikasi. Jumlah yang terbatas ini mendorong terjadinya ikatan secara intim atau dekat dengan lawan komunikasi.

3. Komunikasi antarpribadi terjadi secara spontan

Terjadi komunikasi antarpribadi sering tanpa ada perencanaan atau direncanakan. Sebaliknya, komunikasi sering terjadi secara tiba-tiba, sambil lalu, tanpa terstruktur dan mengalir secara dinamis.

4. Komunikasi antarpribadi menggunakan media dan nirmedia

Secara sadar atau tidak, sering seseorang beranggapan bahwa komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka dan langsung, itu harus berhadapan secara fisik, padahal dalam pelaksanaannya yang dimaksud langsung dan tatap muka tersebut bisa saja melalui atau menggunakan saluran yaitu media. Media yang sering digunakan seperti telepon, internet, teleconference, dan lainnya.

Memahami bahwa komunikasi antarpribadi dengan menggunakan media, memang masih dalam perdebatan. Tetapi, sebagai ilustrasinya adalah setiap orang saat ini dapat melakukan komunikasi secara pribadi dengan orang-orang tertentu meskipun tidak tatap muka secara langsung karena kondisi letak atau jarak yang berjauhan.

5. Komunikasi antarpribadi bersifat keterbukaan (*openess*)

Yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Keterbukaan atau sikap terbuka sangat berpengaruh dalam menumbuhkan komunikasi antarpribadi yang efektif. Keterbukaan adalah pengungkapan reaksi atau tanggapan seseorang terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan untuk memberikan tanggapannya di masa kini tersebut.

Johnson (1995) dalam Hidayat (2012:46) mengartikan keterbukaan diri adalah membagikan kepada orang lain perasaan seseorang terhadap sesuatu yang telah dikatakan atau dilakukan atau perasaan terhadap kejadian-kejadian yang baru saja disaksikan. Secara psikologis, apabila individu mau membuka diri kepada orang lain maka orang lain yang diajak bicara akan merasa aman dalam melakukan komunikasi antarpribadi yang akhirnya orang lain tersebut akan turut membuka diri.

Brooks dan Emmert (2005) dalam Hidayat (2012:46) mengemukakan bahwa karakteristik orang yang terbuka adalah sebagai berikut:

- a. Menilai pesan secara objektif, dengan menggunakan data dan logika.
- b. Membedakan dengan mudah, melihat nuansa, dsb.
- c. Mencari informasi dari berbagai sumber.
- d. Mencari pengertian pesan yang tidak sesuai dengan rangkaian kepercayaannya.

6. Komunikasi antarpribadi bersifat empati

Yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain. Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung kondusif apabila komunikator (pengirim pesan) menunjukkan rasa empati pada komunikan (penerima pesan).

Sugiyono (2005) dalam Hidayat (2012:46), empati dapat diartikan sebagai menghayati perasaan orang lain atau turut merasakan apa yang dirasakan orang lain.

Sementara Surya dalam Hidayat (2012:46) mendefinisikan bahwa empati adalah sebagai suatu kesediaan untuk memahami orang lain secara paripurna, baik yang nampak maupun yang terkandung, khususnya dalam aspek perasaan, pikiran, dan keinginan. Individu dapat menempatkan diri dalam suasana perasaan, pikiran, dan keinginan orang lain sedekat mungkin apabila individu tersebut dapat berempati.

7. Komunikasi antarpribadi bersifat dukungan (*supportiveness*)

Yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Dalam komunikasi antarpribadi diperlukan sikap memberi dukungan dari pihak komunikator agar komunikan mau berpartisipasi dalam komunikasi.

Jack R.Gibb dalam Hidayat (2012:47) menyebutkan beberapa perilaku yang menimbulkan perilaku suportif, yaitu :

1. **Deskripsi**, yaitu menyampaikan perasaan dan persepsi kepada orang lain tanpa menilai; tidak memuji atau mengecam, mengevaluasi pada gagasan, bukan pada pribadi orang lain, orang tersebut “merasa” bahwa orang lain menghargai diri mereka.
2. **Orientasi masalah**, yaitu mengajak untuk bekerja sama mencari pemecahan masalah, tidak mendikte orang lain, tetapi secara bersama-sama menetapkan tujuan dan memutuskan bagaimana mencapainya.
3. **Spontanitas**, yaitu sikap jujur dan dianggap tidak menyelimuti motif yang terpendam.
4. **Profesionalisme**, yaitu kesediaan untuk meninjau kembali pendapat diri sendiri, mengakui bahwa manusia tidak luput dari kesalahan sehingga wajar kalau pendapat dan keyakinan diri sendiri dapat berubah.

8. Komunikasi antarpribadi bersifat positif (*positiveness*)

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif. Rasa positif merupakan kecenderungan seseorang untuk mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebihan, menerima diri sebagai orang yang penting dan bernilai bagi orang lain, memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk mengatasi persoalan, peka terhadap kebutuhan orang lain, pada kebiasaan sosial yang telah diterima.

Rasa positif adalah adanya kecenderungan bertindak pada diri komunikator untuk memberikan penilaian yang positif pada diri komunikan. Dalam komunikasi antarpribadi, hendaknya antara komunikator dengan komunikan saling menunjukkan sikap positif karena dalam hubungan komunikasi tersebut akan muncul suasana menyenangkan sehingga pemutusan hubungan komunikasi tidak dapat terjadi.

9. Komunikasi antarpribadi bersifat kesetaraan atau kesamaan (*Equality*)

Yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Kesetaraan merupakan perasaan sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah, walaupun terdapat perbedaan dalam

kemampuan tertentu, latar belakang keluarga atau sikap orang lain terhadapnya.

10. Komunikasi antarpribadi bersifat *Myself Communication*

Komunikasi antarpribadi dimulai dari dalam diri pribadi atau diri sendiri. Dalam hal ini awal dari proses komunikasi adalah persepsi. Persepsi bukan sekadar rekaman atas objek yang telah terstimulasikan pada otak manusia, tetapi otak manusia itu tidak seperti komputer yang mengolah input sebagaimana data adanya. Persepsi sangat dipengaruhi kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya, yang semuanya menentukan interpretasi orang pada sensasi.

Proses psikologis merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam komunikasi interpersonal. Hal ini terjadi karena dalam komunikasi interpersonal mencoba menginterpretasikan makna yang menyangkut diri sendiri, diri orang lain, dan hubungan yang terjadi.

Menurut Fisher dalam Hidayat (2012:50), juga mengungkapkan bahwa dalam komunikasi antarpribadi atau interpersonal, masing-masing individu secara simultan akan menggunakan tiga tataran yang berbeda :

1. Pandangan seseorang mengenai diri sendiri disebut persepsi.
2. Pandangan seseorang mengenai diri orang lain disebut metapersepsi.

3. Pandangan seseorang mengenai pandangan orang lain tentang dirinya disebut metametapersepsi.

Menurut Hidayat (2012:51) Komunikasi antarpribadi yang efektif menyaratkan seseorang untuk lebih memahami orang lain. Memahami orang lain ini ditujukan untuk:

1. Mengurangi ketidakpastian (*uncertainty reduction*) dan
2. Perbandingan sosial (*social comparison*).

Dalam proses mempersepsikan orang lain mencakup:

1. *Implicit personality theory*, mengasumsikan seseorang sebagai psikolog amatir yang menggunakan perangkat psikologis untuk memersepsi orang lain.
2. Proses atribusi, mencoba untuk mengenali penyebab atau pengendali atas suatu peristiwa kepada seseorang atau sesuatu.
3. *Response sets*, adalah predisposisi tertentu yang dilakukan untuk menanggapi orang lain.

11. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional

Komunikasi antarpribadi mengacu pada penilaian orang lain terhadap dirinya. Komunikasi antarpribadi atau interpersonal sering terjadi dengan mempertimbangkan untung rugi. Dari sebuah interaksi akan terdapat transaksi dalam komunikasi. Hubungan produktif dan profesional dalam lingkungan

bisnis merupakan hal yang penting bagi tim kerja dan akan menimbulkan produktivitas yang efektif. Hubungan tersebut merupakan komunikasi interpersonal yang efeknya paling berhasil.

2.2.3.3. Tahapan Komunikasi Antarpribadi

Menurut Riswandi (2013:67-68) terdapat lima tahapan dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

- Kontak

Secara harafiah kontak berarti bersinggungan secara fisik. Ada beberapa macam persepsi alat indera seperti melihat, mendengar, merasa, mencium, dan sebagainya. Pada tahap ini penampilan fisik begitu penting, karena dimensi fisik paling terbuka untuk diamati secara mudah. Kualitas-kualitas lain seperti sikap bersahabat, kehangatan, dan keterbukaan akan terungkap pada tahap ini.

- Keterlibatan

Tahap ini adalah tahap pengenalan lebih jauh. Ketika seseorang ingin mengikatkan dirinya untuk mengenal orang lain dan juga mengungkapkan diri.

- Keakraban

Pada tahap ini seseorang mengikat diri lebih jauh pada orang lain. seseorang mungkin membina hubungan primer (*primary relationship*), dimana orang lain menjadi sahabat baik atau kekasih. Komitmen ini

bisa berbentuk perkawinan, membantu orang tersebut secara moril atau materil, atau seseorang mungkin mengungkapkan suatu rahasia pribadinya.

- Perusakan

Tahap ini merupakan penurunan hubungan, ketika ikatan diantara kedua pihak melemah. Pada tahap perusakan ini seseorang mulai merasa bahwa hubungan ini mungkin tidaklah sepenting yang dipikirkan sebelumnya. Hubungan berdua menjadi lemah dan semakin jauh, semakin sedikit waktu yang dilalui secara bersama, dan bila bertemu saling berdiam diri. Jika tahap perusakan ini berlanjut, maka akan memasuki tahap pemutusan.

- Pemutusan

Pada tahap ini terjadi pemutusan ikatan yang mempertalikan kedua pihak. Jika bentuk ikatan itu adalah perkawinan, maka dilambangkan dengan perceraian.

2.2.3.4. Efektifitas Komunikasi Antarpribadi

Menurut Devito (1997:259-264), efektifitas komunikasi interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality).

1. Keterbukaan (Openness)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Seseorang ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang diucapkannya, dan mereka berhak mengharapkan hal ini. Seseorang memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.

Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

2. Empati (empathy)

Henry Backrack (1976) dalam Devito (1997:259-264) mendefinisikan empati sebagai “kemampuan seseorang untuk ‘mengetahui’ apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kaca mata

orang lain itu.” Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama.

Orang yang empati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Seseorang dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun nonverbal. Secara nonverbal, Seseorang dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

3. Sikap mendukung (supportiveness)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Komunikasi yang terbuka dan empati tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Manusia memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategik, dan (3) profesional, bukan sangat yakin.

4. Sikap positif (positiveness)

Seseorang mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang untuk menjadi teman untuk berinteraksi. Sikap positif mengacu

pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesetaraan (Equality)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain, tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidak-sependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan, daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan seseorang menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti seseorang menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta seseorang untuk memberikan “penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain.

2.2.4. Teori *Social Exchange*

Dalam teori pertukaran sosial dimana dikatakan bahwa dorongan utama dalam hubungan interpersonal adalah kepuasan dari kepentingan pribadi dua orang yang terlibat. Kepentingan pribadi tidak selalu dianggap buruk dan dapat digunakan untuk meningkatkan suatu hubungan (West & H. Turner, 2011:217)

West & H. Turner (2011:216) dalam bukunya juga menuliskan mengenai definisi penghargaan yang dimana menurutnya penghargaan adalah elemen-elemen dalam sebuah hubungan yang memiliki nilai positif. Konsep tertuang dalam struktur pertukaran sosial lebih berbicara mengenai bagaimana seseorang melakukan pengorbanan dan mendapatkan penghargaan akan satu hal yang telah ia korbankan.

Di dalam Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange*), faktor utama yang menentukan perilaku manusia adalah motivasi keuntungan (*benefit*) atau nilai (*value*) yang akan diterima dari perilakunya. Manfaat tersebut bukan hanya dalam bentuk ekonomi, melainkan bentuk-bentuk lainnya seperti pujian, perhatian, senyuman dan sebagainya. (Syam, 2012:72)

Menurut Saifuddin dalam Wirawan (2012:171) teori pertukaran adalah teori yang berkaitan dengan tindakan sosial yang saling memberi atau menukar objek-objek yang mengandung nilai antar-individu berdasarkan tatanan sosial tertentu. Ide tentang pertukaran itu juga menyangkut perasaan sakit, beban hidup, harapan, pencapaian sesuatu dan pernyataan-pernyataan antar-individu.

Sedangkan menurut Thibaut dan Kelley dalam Sosialisasi Komunikasi (2006:269), mengemukakan bahwa orang mengevaluasi hubungannya dengan orang lain dengan mempertimbangkan konsekuensinya, khususnya terhadap ganjaran yang diperoleh dan upaya yang telah dilakukan, orang akan memutuskan untuk tetap tinggal dalam hubungan tersebut atau pergi meninggalkannya. Ukuran bagi keseimbangan pertukaran antara untung dan rugi dalam hubungan dengan orang lain itu disebut *comparison levels*, dimana apabila orang mendapatkan keuntungan dari hubungannya dengan orang lain, maka orang akan merasa puas dengan hubungan itu. Sebaliknya, apabila orang merasa rugi berhubungan dengan orang lain dalam konteks upaya dan ganjaran, maka orang cenderung menahan diri atau meninggalkan hubungan tersebut.

Perhitungan antara ganjaran dan upaya (untung-rugi) tidak berarti bahwa orang selalu berusaha untuk saling mengeksploitasi, tetapi bahwa orang memilih lingkungan dan hubungan yang dapat memberikan hasil yang diinginkannya. Tentunya kepentingan masing-masing orang akan dapat dipertemukan untuk dapat saling memuaskan daripada mengarah pada hubungan yang eksploitatif. Hubungan yang ideal akan terjadi bilamana kedua belah pihak dapat saling memberikan cukup keuntungan sehingga hubungan tersebut menjadi sumber yang dapat diandalkan bagi kepuasan kedua belah pihak. (Bungin, 2006:270)

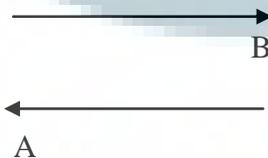
Jalaluddin dalam Suranto Aw (2011:37) menjelaskan, ganjaran ialah setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dari suatu hubungan. Ganjaran

dapat berupa uang, maupun bentuk penghargaan lainnya. Makna ganjaran bagi setiap individu saling berbeda. Bagi orang yang tidak mampu secara ekonomi, ganjaran berupa uang memiliki nilai yang amat tinggi. Dengan demikian seseorang secara sukarela menjalin hubungan dengan orang lain, sepanjang ganjaran berupa penghasilan atau uang yang diharapkan itu dapat terwujud. Namun bagi orang yang sudah sangat mapan secara ekonomi, ketika menjalin hubungan interpersonal dengan orang lain yang diharapkan bukan ganjaran berupa uang, melainkan berupa penghargaan dan penerimaan sosial.

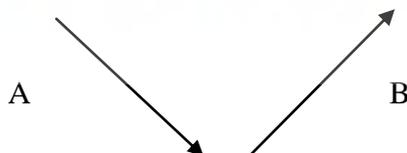
Terdapat tiga bentuk pertukaran seperti yang dikemukakan oleh West & H. Turner (2011:225-227) dalam bukunya, yakni:

1. Pertukaran langsung, timbal balik dibatasi pada kedua aktor yang terlibat.

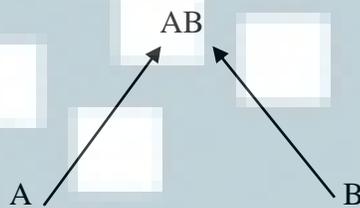
Berikut bentuk pertukarannya:



2. Pertukaran tergeneralisasi, melibatkan timbal balik yang bersifat tidak langsung. Seseorang memberikan kepada yang lain, dan penerima merespons tetapi tidak kepada orang pertama. Berikut bentuk pertukarannya:



3. Pertukaran produktif, kedua orang mengalami pengorbanan dan mendapatkan penghargaan secara stimultan. Berikut bentuk pertukarannya:



2.2.4.1. Prinsip-prinsip Teori *Sosial Exchange*

Menurut Wirawan (2012: 174-176), prinsip teori pertukaran sosial merupakan suatu deskripsi umum tentang unsur-unsur teori ini, yaitu satuan analisis, motif, keuntungan dan persetujuan/pengesahan sosial.

a. Satuan analisis

Satuan analisis dalam tatanan sosial adalah sesuatu yang diamati dalam penelitian dan memainkan peran penting dalam menjelaskan tatanan sosial dan individu. Teori ini meskipun tidak dimulai dari bertanya, intuisi, atau opini umum, akan tetapi pada akhirnya mengemukakan hal-hal yang terkait dengan intuisi, kelompok, dan sentimen mereka. Teori pertukaran juga tidak

hanya terpusat pada individu, akan tetapi lebih mengarah pada tatanan dan perubahan.

b. Motif pertukaran

Motif dalam teori ini mengemukakan bahwa setiap orang mempunyai keinginan sendiri. Setiap orang itu akan memerlukan sesuatu, tetapi sesuatu itu tidaklah merupakan tujuan yang umum. Dengan demikian, teori ini berasumsi bahwa orang melakukan pertukaran karena termotivasi oleh gabungan berbagai tujuan dan keinginan yang khas.

Teori pertukaran memandang bahwa motivasi sebagai suatu hal yang pribadi dan individual. Walaupun demikian, motivasi nantinya akan mengacu pada budaya pribadinya. Motivasi itu mengacu pada saat memperoleh barang yang diinginkan, kesenangan, kepuasan, dan hal lainnya yang bersifat emosional. Misalnya, penderma yang memberikan barang atau sejumlah uang dan menolong nyawa orang yang tenggelam dalam air, tindakan-tindakan seperti itu dapat dijelaskan menurut teori pertukaran, yaitu untuk memperoleh kepuasan emosional.

c. Faedah atau keuntungan

Biaya yang dikeluarkan seseorang akan memperoleh suatu “hadiah” (*reward*), terkadang tidak memperhitungkan biaya yang dikeluarkan. Karena itu, suatu “*cost*” dapat didefinisikan sebagai upaya yang dikeluarkan guna

memperoleh suatu kepuasan, ditambah dengan *reward* yang potensial yang akan diperoleh apabila melakukan sesuatu. Kepuasan atau *reward* yang diperoleh seseorang itu dapat dinilai sebagai keuntungan.

d. Persetujuan/pengeshan sosial

Pengeshan sosial merupakan suatu pemuas dan merupakan motivator yang umum dalam sistem pertukaran. Besarnya makna ganjaran tidaklah mudah untuk diberi batasan, karena sifatnya yang individual dan emosional sesuai dengan kenaaekaragaman orang. Walaupun demikian, menurut teori pertukaran sosial, *reward* ialah ganjaran yang memiliki kekuatan pengeshan sosial (*sosial approval*). Dalam kehidupan sehari-hari, segala sesuatu yang disenangi akan dicari dalam relasi-relasi sosial mereka. Orang akan lebih menyenangi atau cocok dengan orang lain yang mengeshkan dirinya.

UMMN

2.2.5. Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata loyal yang berarti setia. Loyalitas dalam perusahaan dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang karyawan terhadap perusahaan. Menurut Hasibuan (2011:95) kesetiaan dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab. Sedangkan menurut Nitisemito (2004:135) loyalitas adalah suatu sikap mental karyawan yang ditunjukkan kepada keberadaan perusahaan sehingga karyawan akan tetap bertahan dalam perusahaan, meskipun perusahaan tersebut maju atau mundur.

Loyalitas dapat dikatakan pula sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal yang bukan hanya berupa kesetiaan fisik semata, namun lebih pada kesetiaan non fisik seperti pikiran dan perhatian. Loyalitas para karyawan dalam suatu organisasi itu mutlak diperlukan demi kesuksesan organisasi itu sendiri. Menurut Reichheld dalam Utomo, semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik organisasi (Utomo, 2002:9). Begitu pula sebaliknya, bagi organisasi yang loyalitas para karyawannya rendah, maka semakin sulit bagi organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya yang telah ditetapkan sebelumnya oleh para pemilik organisasi.

Menurut Pambudi dalam Utomo, di masa lalu atau masa sebelumnya, loyalitas para karyawan hanya diukur dari jangka waktu lamanya karyawan tersebut bekerja bagi sebuah organisasi. Namun saat ini, ukuran loyalitas para karyawan telah sedikit

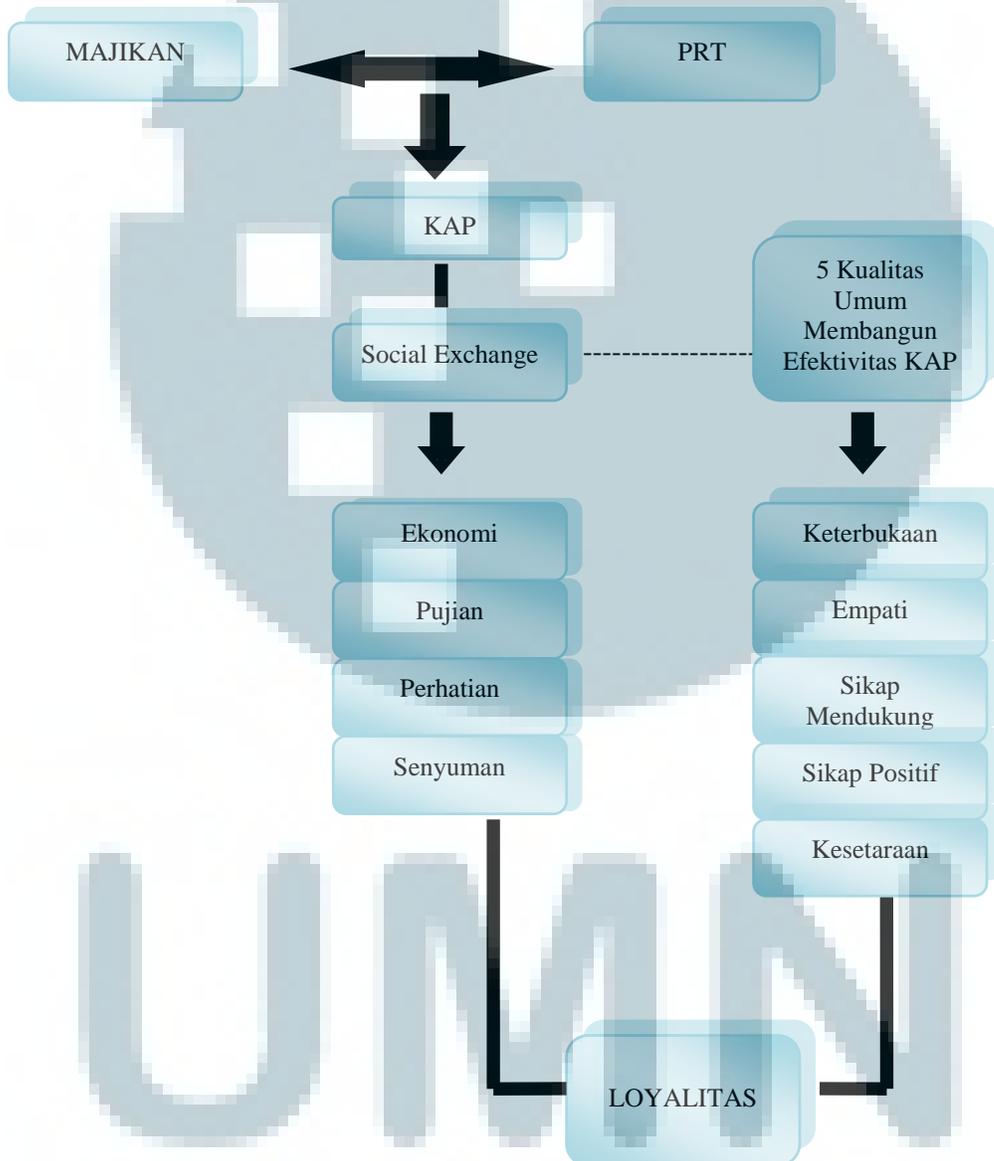
bergeser ke arah yang lebih kualitatif, yaitu yang disebut sebagai komitmen. Komitmen itu sendiri dapat diartikan sebagai seberapa besar seseorang mencurahkan perhatian, pikiran dan dedikasinya bagi organisasi selama dia bergabung di dalam organisasi tersebut (Utomo, 2002:10).

Berdasarkan penjelasan konsep diatas, penulis mengimplementasikan penjelasan tersebut terhadap hubungan majikan dan pembantu rumah tangga, bahwa didalam hubungan majikan dan pembantu rumah tangga, loyalitas seorang pembantu rumah tangga juga mutlak diperlukan bagi seorang majikan demi kelancaran aktivitas atau pekerjaan rumah. Semakin tinggi loyalitas pembantu rumah tangga, maka semakin mudah bagi majikan mendapatkan tujuan yang ingin ia capai, yakni lancar di kehidupan berkarir tanpa memikirkan pekerjaan rumah yang tidak bisa ia kerjakan dengan baik.

UMMN

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini sebagaimana diilustrasikan dalam bagan berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran