

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kumpulan beberapa referensi artikel jurnal yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu memiliki peran penting karena membantu peneliti memahami konsep dan melihat posisi penelitian yang sedang dilakukan di antara penelitian-penelitian sebelumnya. Peneliti menyadari bahwa penelitian mengenai komunikasi interpersonal di bidang jasa atau konteksnya pelayanan bukanlah hal yang baru. Maka dari itu, peneliti menggunakan lima jurnal nasional dan satu jurnal internasional yang relevan sebagai bahan perbandingan sekaligus pendukung dalam menyusun alur pemikiran penelitian. Peneliti menggunakan penelitian terdahulu yang membahas komunikasi dalam konteks pelayanan, penanganan keluhan, dan hubungan antara penyedia jasa dengan klien atau pelanggannya. Namun, penelitian ini fokus pada strategi komunikasi interpersonal dalam menangani keluhan klien. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelengkap sekaligus pengembangan dari penelitian yang telah ada.

Penelitian pertama dilakukan oleh Hartian et al. (2025) yang berjudul “Pola Komunikasi Organisasi Wedding Organizer Teman Manten dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan”. Penelitian ini bertujuan memahami pola komunikasi organisasi yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wedding Organizer Teman Manten menggunakan pola komunikasi linier dan sirkular, serta komunikasi formal dan informal dalam menjalankan operasionalnya. Pola komunikasi ini mampu meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam merespons dan memahami kebutuhan klien.

Penelitian selanjutnya oleh Mumek (2025) yang berjudul “Strategi Komunikasi Interpersonal Dr. Amrita dalam Membangun Kepercayaan Klien”. Penelitian ini bertujuan memahami strategi komunikasi interpersonal yang

digunakan oleh Dr. Amrita dalam membangun kepercayaan pasien dan bagaimana strategi itu dapat mendukung keberhasilan proses terapi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dr. Amrita menggunakan komunikasi interpersonal yang terbuka, empatik, dan suportif. Kemudian Dr. Amrita juga menjelaskan kondisi ke pasien menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menyesuaikan gaya komunikasinya dengan karakter pasien. Sehingga pasien merasa nyaman, dihargai, dan akhirnya percaya untuk menjalani terapi secara berkelanjutan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al. (2025) yang berjudul “Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Penanganan Keluhan Peserta BPJS: Studi Kasus di Samarinda”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh petugas BPJS dalam menangani keluhan peserta, mulai dari proses menerima, merespons, sampai memberikan solusi dari keluhan yang disampaikan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan keluhan dilakukan melalui penerapan prinsip komunikasi interpersonal seperti keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Petugas BPJS berusaha mendengarkan keluhan, memahami kondisi peserta, dan memberikan solusi dengan sikap yang ramah. Namun, penerapan prinsip itu belum konsisten, terutama dalam hal empati dan tindak lanjut sehingga masih ada keluhan yang belum ditangani secara optimal.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Nurmalasari et al. (2024) yang berjudul “Peran *Customer Service* dalam Penanganan Keluhan Pelanggan PT. Pos Indonesia Surakarta”. Penelitian ini bertujuan memahami peran *customer service* dalam menangani keluhan pelanggan, hambatan yang dihadapi, dan solusi yang dilakukan dalam proses penanganan itu. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus terancang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer service* PT. Pos Indonesia Surakarta memiliki peran penting dalam menangani keluhan dari pelanggan dengan menerapkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik. *Customer service* berusaha merespons keluhan dengan cepat, memberikan penjelasan yang jelas, dan

menunjukkan empati ke pelanggan. Namun ada beberapa hambatan, seperti kendala komunikasi internal, jaringan internet, dan fasilitas pelayanan, sehingga perusahaan akan melakukan perbaikan dengan meningkatkan koordinasi serta perbaikan sarana dan prasarana.

Kemudian, penelitian oleh Astina et al. (2024) yang berjudul “*Application of Devito’s Interpersonal Communication By Frontliner In Resolving Customer Complaints At PT. Bank Syariah Indonesia Bengkulu Branch Office*”. Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *frontliner* PT. Bank Syariah Indonesia Bengkulu dalam menangani keluhan dari nasabah, dan bagaimana prinsip-prinsip komunikasi interpersonal digunakan dalam interaksi itu. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *frontliner* PT. Bank Syariah Indonesia cabang Bengkulu ini menerapkan lima prinsip komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan dalam menangani keluhan nasabah. *Frontliner* mendengarkan keluhan nasabah dengan terbuka, berusaha memahami dan menenangkan nasabah, dan menghargai setiap penjelasan yang diberikan. *Frontliner* juga memberikan sikap positif dan kesetaraannya dengan komunikasi yang ramah dan menyesuaikan cara berkomunikasi agar nasabah merasa nyaman selama proses penyampaian keluhan dan proses mencari solusi.

Tidak hanya itu, penelitian internasional oleh Marian et al. (2023) yang berjudul “*On the verge of (in) directness: Managing complaints in service interactions*”. Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana keluhan muncul dalam interaksi layanan, bagaimana pelanggan dan petugas bernegosiasi tanggung jawab dan kesalahan, dan bagaimana keluhan itu dikelola agar tidak merusak hubungan sosial dalam pelayanan. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan mutimodal *Conversation Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keluhan dan interaksi layanan tidak selalu disampaikan secara langsung, tetapi bisa secara tidak langsung atau campuran (*hybrid*), tergantung situasi dan hubungan antara pelanggan dan penyedia layanannya. Staf juga merespons keluhan dengan cara menjaga hubungan baik, seperti menunjukkan empati, mengambil tanggung jawab, dan membangun kesamaan posisi dengan pelanggan. Keluhan juga

tidak hanya bentuk protes, tetapi sebagai sarana untuk membangun kedekatan dalam interaksi.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Pola Komunikasi Organisasi Wedding Organizer Teman Manten dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan	Strategi Komunikasi Interpersonal Dr. Amrita dalam Membangun Kepercayaan Pasien	Strategi Komunikasi Interpersonal dalam Penanganan Keluhan Peserta BPJS: Studi Kasus di Samarinda	Peran <i>customer service</i> dalam penanganan keluhan pelanggan PT. Pos Indonesia Surakarta	<i>Application of DeVito's Interpersonal Communication By Frontliner In Resolving Customer Complaints At PT. Bank Syariah Indonesia Bengkulu Branch Office</i>	<i>On the verge of (in) directness: Managing complaints in service interactions</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Taruna Wisnu Hartian, Zainal Abidin, dan Muhamad Ramdhani, (2025), NUSANTARA: Jurnal Ilmu	Afril Mumek, (2025), EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi	Nadia Lisna Dewi, Rina Juwita, Kheyene Molekandella Boer, Kadek Dristiana Dwivayani,	Nadia Nurmalasari, Wiedy Murtini dan Patni Ninghardjanti, (2024), Jurnal Informasi dan	Melni Dwi Astina, Rasianna Br Saragih dan Eka Vuspa Sari, (2024), Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu	Klara Skogmyr Marian, Jenny Nilsson, Catrin Norrby, Jan Lindström, dan Camilla Wide,

		Pengetahuan Sosial		(2025), J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah	Komunikasi Administrasi Perkantoran	Komunikasi Media Dan Cinema	(2023), <i>Journal of Pragmatics</i>
3.	Fokus Penelitian	Meneliti pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Wedding Organizer Teman Manten dalam meningkatkan kualitas pelayanan khususnya melalui penerapan pola komunikasi linier dan sirkular serta bentuk komunikasi formal dan informal dalam proses kerja internal ataupun	Meneliti strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh Dr. Amrita Devi dalam membangun kepercayaan pasien di Klinik Amerta dan bagaimana strategi itu mendukung efektivitas terapi.	Meneliti bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh petugas BPJS dalam menangani keluhan peserta di Samarinda. Meneliti bagaimana proses komunikasi dilakukan saat menerima, merespons, dan memberikan solusi ke peserta	Meneliti peran <i>customer service</i> dalam menangani keluhan pelanggan di PT. Pos Indonesia Surakarta, termasuk hambatan yang dihadapi <i>customer service</i> dalam proses menangani keluhan dan solusi yang dilakukan untuk menghadapi hambatan yang ada.	Meneliti bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh <i>frontliner</i> PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bengkulu dalam menangani keluhan nasabahnya. Penelitian ini meneliti bagaimana prinsip-prinsip komunikasi interpersonal diterapkan oleh	Meneliti bagaimana keluhan itu muncul dalam layanan, bagaimana pihak pelanggan dan petugas menegosiasikan tanggung jawab dan kesalahan dan bagaimana keluhan itu diarahkan agar tidak merusak hubungan sosial dalam situasi pelayanan.

		pelaksanaan acara pernikahan.		BPJS atas keluhan yang disampaikan.		<i>frontliner</i> ketika berinteraksi dengan nasabah yang sedang menyampaikan keluhan.	
4.	Teori	Teori pola komunikasi, Teori komunikasi organisasi, dan teori kualitas pelayanan	Teori komunikasi interpersonal	Teori komunikasi interpersonal	Konsep kualitas pelayanan	Teori komunikasi interpersonal	<i>Conversation Analysis</i>
5.	Metode Penelitian	Kualitatif, studi kasus	Kualitatif, deskriptif	Kualitatif, deskriptif	Kualitatif, studi kasus terpancang	Kualitatif, deskriptif	Kualitatif, <i>Conversation Analysis</i>
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Membahas komunikasi yang terjadi antara WO dan klien, menjadikan komunikasi sebagai faktor	Membahas komunikasi interpersonal dalam hubungan antara penyedia jasa dan klien atau pasien dan menjadikan	Membahas komunikasi interpersonal dalam konteks penanganan keluhan, melihat komunikasi	Membahas proses komunikasi dalam penanganan keluhan dalam industri jasa.	Membahas komunikasi dalam komunikasi interpersonal dalam menangani keluhan	Membahas komunikasi interpersonal dalam konteks pelayanan, membahas penanganan

		yang penting dalam keberhasilan pelayanan, membahas komunikasi dalam konteks <i>wedding organizer</i> sebagai industri jasa.	kepercayaan sebagai hal yang penting untuk dibangun melalui proses komunikasi.	sebagai faktor yang penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan, menempatkan komunikasi interpersonal menjadi hal yang utama dalam hubungan layanan.		pelanggan atau klien dalam industri jasa.	keluhan pelanggan, dan membahas bagaimana komunikasi memengaruhi hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian ini fokus pada pola komunikasi organisasi yang menekankan pada komunikasi internal dan koordinasi tim dalam	Penelitian ini fokus pada strategi komunikasi interpersonal untuk membangun kepercayaan pasien dalam konteks pelayanan kesehatan dan tidak membahas	Penelitian ini fokus pada layanan publik (BPJS Kesehatan), tujuannya untuk meningkatkan kepuasan dan	Penelitian ini fokus pada peran <i>customer service</i> dalam menangani keluhan pelanggan, tidak membahas strategi komunikasi	Penelitian ini fokus pada penerapan prinsip komunikasi interpersonal dalam pelayanan <i>frontliner</i> ketika menangani keluhan nasabah.	Penelitian ini fokus pada proses keluhan muncul, berkembang, dikelola dalam percakapan pelayanan, menggunakan <i>Conversation</i>

		meningkatkan kualitas pelayanan dan tidak membahas konteks masalah menangani keluhan klien.	bagaimana komunikasi digunakan untuk memelihara atau mempertahankan hubungan dengan klien setelah terjadi keluhan.	persepsi keadilan layanan publik.	interpersonal untuk memelihara hubungan dengan klien tetapi lebih ke peran pelayanan <i>customer service</i> dalam menangani keluhan secara umum.		<i>Analysis</i> sebagai pendekatan analisis percakapan, dan fokus pada bentuk atau jenis keluhan serta pola respons petugas layanan.
8.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teman Manten Wedding Organizer menggunakan dua pola komunikasi, yaitu komunikasi linier saat memberikan intruksi yang cepat dan mendesak,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dr. Armita menggunakan komunikasi interpersonal yang terbuka, empatik, dan suportif untuk membangun kepercayaan pasien. Ia juga menjelaskan kondisi dan rencana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan keluhan dilakukan melalui penerapan prinsip komunikasi interpersonal seperti keterbukaan, empati,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer service PT. Pos Indonesia Surakarta berperan penting dalam menangani keluhan pelanggan dengan menerapkan lima dimensi kualitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal <i>frontliner</i> PT. Bank Syariah Indonesia cabang Bengkulu dalam menangani keluhan nasabahnya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keluhan dalam interaksi layanan tidak selalu disampaikan secara langsung, tetapi bisa dalam bentuk tidak langsung atau campuran

		serta komunikasi sirkular yang melibatkan tim dan klien untuk saling memberikan umpan balik. Kemudian, komunikasi dilakukan secara formal melalui <i>technical meeting</i> dan evaluasi tim, serta komunikasi informal saat menyelesaikan masalah di lapangan. Penerapan pola komunikasi ini membantu menjaga kualitas pelayanan,	terapi dengan bahasa yang mudah dipahami serta menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakter dan kondisi pasien. Sikap positif dan tidak menghakimi yang ia lakukan membuat pasien merasa nyaman dan dihargai. Maka, strategi ini membuat pasien lebih percaya dan bersedia menjalani terapi secara berkelanjutan.	dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Petugas BPJS berusaha mendengarkan keluhan, memahami kondisi peserta BPJS, dan memberikan solusi dengan sikap yang ramah. Namun, penerapan prinsip komunikasi interpersonal ini belum selalu konsisten, terutama di hal empati dan tindak lanjut sehingga	pelayanan, yaitu daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, dan bukti fisik. <i>Customer service</i> berusaha merespons keluhan dengan cepat, memberikan penjelasan yang jelas, dan menunjukkan empati kepada pelanggannya. Namun, masih ada beberapa hambatan seperti kendala komunikasi internal, jaringan	menggunakan lima prinsip komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. <i>Frontliner</i> mendengarkan keluhan nasabah secara terbuka, berusaha memahami dan menenangkan nasabah, serta menghargai penjelasan nasabah tetapi juga mencari	(<i>hybrid</i>) tergantung dengan situasi dan hubungan antar pihak seperti apa. Staf biasanya merespons keluhan dengan cara menjaga hubungan baik, contohnya dengan menunjukkan empati, memberi tanggung jawab, atau membangun kesamaan posisi dengan pelanggannya. Keluhan juga sering digunakan tidak hanya untuk
--	--	---	--	--	---	--	---

		terutama dalam hal responsivitas, kepercayaan, dan pemahaman terhadap kebutuhan klien.		masih ada keluhan yang belum ditangani secara optimal.	internet, dan fasilitas pelayanan. Untuk itu, perusahaan melakukan upaya perbaikan dengan meningkatkan koordinasi serta perbaikan saran dan prasarana pelayanan.	solusinya. Kemudian, sikap positif dan kesetaraan ditunjukkan melalui komunikasi yang ramah serta menyesuaikan cara berkomunikasi agar nasabah merasa nyaman.	protes, tetapi untuk membangun kedekatan dalam interaksi.
--	--	--	--	--	--	---	---

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah salah satu bentuk komunikasi yang terjadi langsung antara orang dengan orang lainnya. Jadi komunikasi tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi sebagai proses membangun hubungan, memahami perasaan, dan menciptakan rasa saling pengertian antara pihak-pihak yang terlibat. Komunikasi interpersonal merupakan interaksi verbal dan nonverbal yang terjadi antara dua orang atau lebih yang saling bergantung satu sama lain (DeVito, 2022). Ketergantungan ini menunjukkan kalau setiap pihak yang terlibat dalam komunikasi itu saling memengaruhi dan dipengaruhi oleh respons atau tindakan lawan bicaranya. Menurut DeVito (2022) komunikasi interpersonal terdiri dari beberapa elemen penting yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu:

a. *Source-Receiver*

Dalam komunikasi interpersonal, setiap orang yang terlibat memiliki dua peran sekaligus, yaitu sebagai *source* (pengirim pesan) dan *receiver* (penerima pesan). Kedua peran ini akan terjadi secara bergantian selama proses komunikasi. Jadi seseorang dapat menyampaikan pesan ke lawan bicaranya, kemudian menerima respons dari lawan bicara, lalu kembali memberikan tanggapan pada respons yang diterima itu. Namun, tidak semua orang menjalankan kedua peran itu secara seimbang. Ada orang yang lebih banyak berbicara sehingga lebih dominan sebagai *source*, sedangkan ada yang lebih banyak mendengarkan sehingga lebih dominan sebagai *receiver*. Selain itu, ada juga orang yang lebih aktif dalam proses saling bertukar informasi secara dua arah (*informers*), sementara ada orang yang lebih banyak membicarakan dirinya sendiri (*meformers*).

Selain melibatkan pengirim dan penerima pesan secara langsung, komunikasi interpersonal tidak selalu terjadi hanya di antara dua orang yang sedang berinteraksi. Ada di beberapa situasi, ada pihak lain yang secara tidak langsung ikut menerima pesan meskipun bukan audiens utama yang dituju dan itu disebut sebagai *remote audience*. *Remote audience*

biasanya muncul dalam konteks komunikasi yang melibatkan media, seperti media sosial. Contohnya, seseorang mengunggah cerita di media sosial yang sebenarnya ditujukan untuk teman-temannya. Namun, pesan itu juga dapat dilihat oleh orang lain di luar lingkaran pertemanannya, seperti rekan kerja, keluarga atau bahkan orang yang belum kenal sebelumnya tapi saling berteman di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi interpersonal seseorang perlu sadar bahwa pesan yang disampaikan tidak selalu hanya diterima oleh orang yang dituju, tetapi dapat berpotensi diterima oleh orang lain.

Dalam menjalankan peran sebagai *source* dan *receiver*, seseorang juga membutuhkan *interpersonal competence*, yaitu kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif. Kompetensi komunikasinya seperti mengetahui topik apa yang tepat untuk dibicarakan dan memahami aturan-aturan komunikasi nonverbal, contohnya seperti nada suara, jarak fisik, atau sentuhan. Kemampuan komunikasi interpersonal biasanya berkembang melalui proses belajar, baik dengan cara mengamati orang lain, mendapatkan arahan langsung, atau melalui pengalaman pribadi dalam berinteraksi.

Selain itu, proses komunikasi interpersonal juga melibatkan *encoding* dan *decoding*. *Encoding* adalah proses mengubah ide atau pikiran menjadi pesan yang dapat disampaikan kepada orang lain, contohnya melalui ucapan atau tulisan. Sedangkan, *decoding* adalah proses memahami dan menafsirkan pesan yang diterima dari orang lain, contohnya melalui mendengar atau membaca. Selanjutnya, terdapat *code-switching*, adalah kemampuan seseorang menggunakan lebih dari satu bahasa dalam percakapan. Contohnya, kalau di lingkungan *wedding organizer* sering menggunakan istilah seperti *briefing*, *rundown*, *vendor*, *venue*, atau *timeline*. Ketika anggota tim menggunakan istilah-istilah itu dalam sebuah percakapan, maka hal itu menunjukkan kalau orang itu memahami budaya kerja di industrinya dan dianggap bagian dari tim. Lalu, penggunaan bahasa yang berbeda kadang dapat membantu memperjelas

makna pesan yang ingin disampaikan, karena istilah itu dirasa lebih tepat atau lebih mudah dipahami dalam bahasa lain.

b. *Messages*

Messages adalah sinyal yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain dan diterima melalui pancaindra, seperti pendengaran, penglihatan, sentuhan, penciuman, atau kombinasi dari beberapa indra itu. Pesan dalam komunikasi tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi melalui berbagai bentuk komunikasi nonverbal. Contohnya gerakan tubuh, ekspresi wajah, cara berjabat tangan, cara berjalan, cara duduk, sampai cara orang berpakaian itu dapat menyampaikan pesan tertentu ke orang lain. Bahkan foto profil di media sosial atau tampilan halaman akun juga dapat memberikan gambaran tentang diri seseorang.

Pesan dalam komunikasi interpersonal juga dapat disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung atau melalui media. *Synchronous communication* adalah pesan yang dikirim dan diterima pada waktu yang sama, contohnya dalam percakapan tatap muka atau melalui telepon. Sedangkan, *asynchronous communication* adalah pesan yang dikirim dan diterima pada waktu yang berbeda, contohnya melalui pesan teks, *email*, atau komentar di media sosial yang baru dibaca atau dibalas setelah beberapa waktu. Pesan dalam komunikasi dapat bersifat disengaja (*intentional*) atau tidak sengaja (*unintentional*). Pesan yang disengaja biasanya direncanakan untuk menyampaikan informasi atau maksud tertentu. Namun, pesan juga dapat muncul tanpa disengaja atau disadari. Contohnya melalui ekspresi wajah, kesalahan bicara, atau bahasa tubuh.

Dalam komunikasi interpersonal juga ada *metamessages*, yaitu pesan tambahan yang menjelaskan, memperkuat, menegaskan pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi. Fungsinya untuk membantu lawan bicara memahami maksud sebenarnya dari pesan itu, apalagi jika pesannya berpotensi memunculkan salah pengertian. Contohnya “Aku cuma ingin memastikan kamu tidak salah paham dengan yang tadi aku katakan.” atau

“Maksudku bukan menyalahkan kamu, tapi kita perlu cari solusi bareng.” Ada dua bentuk dari *metamessages* yaitu *feedback messages* dan *feedforward messages*. *Feedback messages* adalah tanggapan yang diberikan oleh penerima pesan ke pengirim pesan setelah pesan disampaikan baik secara verbal ataupun nonverbal. Sedangkan, *feedforward messages* adalah informasi yang diberikan sebelum pesan utama disampaikan untuk memberikan gambaran awal tentang isi pesan nanti. Contohnya “Aku ingin membicarakan sesuatu tentang rencana acara besok,” sebelum menjelaskan lebih detail.

c. *Channel*

Channel adalah media atau jalur yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima. Jadi fungsinya sebagai penghubung yang membuat pesan dapat diterima dan dipahami orang. Pesan biasanya disampaikan melalui beberapa saluran secara bersamaan. Contohnya komunikasi tatap muka, seseorang tidak hanya berbicara dan mendengar (*vocal-auditory channel*), tetapi menggunakan ekspresi wajah dan gerakan tubuh yang dilihat oleh lawan bicaranya (*gestural-visual channel*), dan kadang suka ada sentuhan (*cutaneous-tactile channel*). Selain secara langsung, komunikasi juga dapat terjadi melalui media komunikasi, seperti telepon, *email*, atau media sosial. Bahkan komunikasi *online*, orang dapat mengirim teks, foto, audio, atau video dalam satu pesan sehingga melibatkan lebih dari satu saluran komunikasi. Setiap *channel* memiliki karakteristik yang berbeda sehingga memengaruhi cara orang menyusun pesan. Contoh, lewat *email* atau pesan teks, orang memiliki waktu untuk berpikir dan mengedit pesan sebelum dikirim. Sedangkan kalau secara tatap muka, pesan biasanya disampaikan spontan sehingga tidak punya banyak waktu untuk berpikir atau memperbaiki kata-kata yang telah diucapkan.

d. *Noise*

Noise adalah sesuatu yang dapat menghambat atau mengubah pesan sehingga pesan yang diterima oleh *receiver* tidak sama dengan pesan yang

dikirim *source*. Gangguan ini dapat membuat pesan tidak disampaikan dengan jelas atau bahkan tidak sampai sama sekali. Ada empat jenis gangguan dalam komunikasi, yaitu

- 1) *Physical noise*, adalah gangguan yang berasal dari lingkungan fisik, contohnya suara bising, gangguan sinyal saat menelpon, tulisan yang sulit dibaca, atau terlalu banyak informasi di media digital seperti *spam* atau iklan yang mengganggu pesan utamanya.
- 2) *Physiological noise*, adalah gangguan yang berasal dari kondisi fisik seseorang, contohnya gangguan pendengaran, penglihatan yang kurang jelas, atau kondisi tubuh yang lelah sehingga sulit untuk memahami pesan.
- 3) *Psychological noise*, adalah gangguan yang berasal dari kondisi mental atau emosi, contohnya prasangka, pikiran yang tidak fokus, atau emosi yang sedang tidak stabil sehingga memengaruhi cara orang memahami pesan.
- 4) *Semantic noise*, adalah gangguan yang terjadi karena perbedaan pemahaman pada makna kata atau istilah, contohnya ketika seseorang menggunakan kata atau istilah yang sulit dipahami, terlalu khusus, atau memiliki lebih dari satu arti.

Dalam memahami gangguan komunikasi, ada konsep *signal-to-noise ratio*, ini adalah perbandingan antara signal (informasi yang penting dan dibutuhkan) dengan *noise* (informasi yang tidak penting atau mengganggu). Jadi, jika informasi yang relevan itu lebih banyak daripada gangguannya, maka pesan akan lebih mudah dipahami dan komunikasi dianggap berjalan efektif. Meskipun gangguan tidak dapat sepenuhnya dihindari dalam komunikasi, namun dampaknya dapat dikurangi. Hal-hal yang dapat dilakukan untuk menguranginya dengan menggunakan bahasa yang lebih jelas, meningkatkan kemampuan mendengarkan, dan memberikan *feedback* untuk memastikan kalau pesan yang disampaikan sudah dipahami dengan benar oleh kedua pihak yang sedang berkomunikasi.

e. *Context*

Context adalah situasi atau lingkungan tempat berlangsungnya komunikasi yang dapat memengaruhi cara pesan disampaikan dan dipahami. Perbedaan situasi dapat membuat cara berkomunikasi menjadi berbeda. Konteks komunikasi memiliki empat dimensi utama yang saling memengaruhi, yaitu

- 1) *Physical dimension*, berkaitan dengan lingkungan fisik tempat komunikasi itu terjadi, contohnya lokasi, ukuran ruangan, jumlah orang yang ada, suhu ruangan, atau jarak antara orang yang berkomunikasi.
- 2) *Temporal dimension*, berkaitan dengan waktu terjadinya komunikasi, baik waktu dalam sehari (misalnya pagi, siang atau malam) atau posisi pesan dalam alur percakapan (misal di bagian mana pesan itu muncul apakah di awal, di tengah, atau di akhir percakapan). Contohnya, sebuah candaan dapat dianggap tidak tepat kalau disampaikan ketika situasinya sedang serius atau ketika orang baru saja menceritakan masalah penting.
- 3) *Social-psychological dimension*, berkaitan dengan hubungan sosial, peran, dan suasana interaksi antara orang yang berkomunikasi. Contohnya perbedaan status, tingkat keakraban, atau tingkat formalitas dalam suatu situasi.
- 4) *Cultural dimension*, berkaitan dengan nilai, kebiasaan, dan latar belakang budaya seseorang. Perbedaan budaya dapat memengaruhi cara orang berbicara dan memahami pesan, karena berpotensi muncul kesalahpahaman.

f. *Effects*

Setiap interaksi yang terjadi pasti menimbulkan efek atau dampak bagi orang yang terlibat dalam komunikasi. Efek ini dapat memengaruhi cara seseorang berpikir, merasakan sesuatu, atau bertindak setelah menerima pesan. Ada tiga jenis efek, yaitu

- 1) *Cognitive effects*, berkaitan dengan perubahan pada pengetahuan atau cara berpikir orang setelah menerima pesan. Contohnya orang jadi

mengetahui waktu dan tempat suatu acara setelah membaca pesan dari temannya.

- 2) *Affective effects*, berkaitan dengan perubahan pada perasaan, sikap, nilai atau keyakinan seseorang. Contohnya orang merasa sedih, khawatir, atau terharu setelah mendengar cerita dari orang lain.
- 3) *Behavioral effects*, berkaitan dengan perubahan tindakan atau perilaku seseorang setelah menerima pesan. Contohnya seseorang mencoba melakukan sesuatu yang baru setelah mendapatkan penjelasan atau contoh dari orang lain.

Ketiga efek ini sering saling berkaitan dalam satu percakapan. Contohnya seseorang bisa saja mendapatkan informasi baru (*cognitive effects*), merasakan emosi tertentu (*affective effects*), dan kemudian mengubah perilakunya (*behavioral effects*). Selain memengaruhi orang lain, juga dapat memberikan dampak pada diri sendiri juga. Seseorang dapat merasa bangga, senang, atau justru menyesal setelah menyampaikan pesan. Reaksi dari orang lain pada pesan yang kita sampaikan juga dapat memengaruhi perasaan, cara berpikir, dan perilaku kita suatu saat nanti.

g. *Ethics*

Ethics adalah penilaian tentang apakah cara orang berkomunikasi itu benar atau salah, baik atau tidak baik. Karena komunikasi dapat memengaruhi orang lain, maka setiap tindakan komunikasi memiliki aspek etika yang perlu diperhatikan. Ada dua cara pandang dalam menilai etika komunikasi, yaitu

- 1) *Objective view*, menganggap bahwa suatu tindakan dinilai tidak etis atau tidak sesuai dengan standar moral secara umum, sehingga penilaiannya tidak tergantung dengan situasi. Contohnya menyebarkan informasi yang tidak benar karena merugikan orang, meskipun dilakukan dalam situasi apapun.
- 2) *Subjective view*, menganggap bahwa etika berdasarkan situasi dan kondisi tertentu. Contohnya seseorang mengatakan ke temannya kalau

hasil presentasinya cukup baik untuk menjaga perasaan temannya, meskipun masih ada beberapa kekurangan.

2.2.2. *Communication Accommodation Theory*

Communication Accommodation Theory (CAT) yang dikembangkan oleh West & Turner (2021) ini menjelaskan bagaimana orang menyesuaikan cara berkomunikasi mereka ketika berinteraksi dengan orang lain. Penyesuaiannya bisa dilihat dari cara berbicara, pemilihan kata, kecepatan bicara, nada suara, dan bahasa tubuh. Akomodasi komunikasi adalah kemampuan seseorang untuk menyesuaikan atau mengubah cara berbicaranya dengan lawan bicara agar pesan yang disampaikan itu lebih mudah dipahami dan percakapan berjalan dengan baik. Penyesuaian ini bisa terjadi secara sadar atau tidak sadar. Beberapa alasan orang melakukan akomodasi komunikasi untuk membuat komunikasi lebih mudah dipahami, lebih membangun kedekatan dengan lawan bicaranya, mendapatkan penerimaan dari orang lain, atau menyesuaikan diri dengan kelompok atau lingkungan tempat yang dia sedang berinteraksi itu (West & Turner, 2021).

Teori akomodasi komunikasi juga dipengaruhi oleh pemikiran dalam psikologis sosial, khususnya *Social Identity Theory* yang dikemukakan oleh Henri Tajfel dan John Turner di dalam buku West & Turner (2021). Teori ini menjelaskan bahwa identitas seseorang tidak hanya terbentuk dari karakter pribadi, tetapi dari kelompok sosial tempat dia merasa menjadi bagian. Di dalam kehidupan sosial, orang biasanya membedakan antara *in-group*, adalah kelompok yang dia rasa sama, dan *out-group*, adalah kelompok yang dianggap berbeda. Jadi, berdasarkan pemikiran itu, West dan Turner berpendapat bahwa cara orang berbicara dan berperilaku dalam suatu percakapan dapat dipengaruhi oleh persepsinya pada kelompok atau latar belakang sosial lawan bicaranya. Menurut West & Turner (2021) ada beberapa asumsi dasar yang menjelaskan bagaimana proses penyesuaian komunikasi itu terjadi dalam interaksi

- 1) Setiap percakapan memiliki persamaan dan perbedaan

Perbedaan bisa berasal dari latar belakang pengalaman yang berbeda, nilai, keyakinan, ataupun budaya. Biasanya, ketika orang merasa memiliki kesamaan dengan lawan bicaranya, dia akan lebih mudah menyesuaikan cara komunikasinya dan percakapan terasa lebih nyaman.

- 2) Cara kita melihat orang lain memengaruhi cara kita berkomunikasi
Sebelum merespons, biasanya orang akan memperhatikan cara berbicara atau perilaku lawan bicaranya. Setelah itu, dia akan menilai situasi dan menyesuaikan cara komunikasinya.
- 3) Bahasa dapat menunjukkan status sosial dan kelompok orang
Bahasa yang digunakan dalam percakapan bisa menunjukkan status sosial atau kelompok orang. Orang yang memiliki status sosial yang lebih tinggi biasanya lebih berpengaruh dalam menentukan bagaimana gaya komunikasi dalam percakapan itu.
- 4) Penyesuaian komunikasi dipengaruhi oleh norma sosial
Norma ini yang menentukan perilaku komunikasi dianggap pantas atau tidak. Karena itu, cara orang menyesuaikan komunikasinya bisa berbeda tergantung dengan situasi, hubungan dengan lawan bicaranya, dan harapan yang biasanya terbentuk dari norma, kebiasaan, atau aturan tidak tertulis yang berlaku di lingkungan sosial.

Ada beberapa bentuk penyesuaian komunikasi yang dapat terjadi dalam interaksi, yaitu

1) *Convergence*

Kondisi ketika orang menyesuaikan cara bicaranya agar lebih mirip dengan lawan bicaranya. Penyesuaiannya seperti pilihan kata, kecepatan bicara, intonasi, ataupun bahasa tubuh. Biasanya *convergence* dilakukan untuk membangun kedekatan, membangun hubungan yang lebih baik, atau agar komunikasi lebih mudah dipahami oleh lawan bicaranya. Sebab, ketika cara berkomunikasi dua orang menjadi lebih mirip, percakapan akan terasa lebih nyaman dan berjalan lancar. Contohnya ketika orang berbicara dengan temannya menggunakan bahasa santai, dia juga ikut menggunakan bahasa santai agar percakapan mereka terasa lebih akrab. Namun kadang orang

menyesuaikan cara bicaranya bukan karena melihat langsung bagaimana lawan bicaranya, tetapi karena mereka punya anggapan atau asumsi tertentu tentang kelompok orang itu. Contohnya ketika orang sedang berbicara dengan turis asing, karena dia menganggap semua orang turis itu sulit paham bahasa Indonesia, dia langsung bicara sangat pelan dan menggunakan bahasa asing atau dia menggunakan kata-kata Indonesia yang sangat sederhana. Padahal ternyata turis itu sudah cukup fasih berbahasa Indonesia.

2) *Divergence*

Kondisi ketika orang tidak menyesuaikan cara bicaranya dan justru menegaskan perbedaan dengan lawan bicaranya. Biasanya *divergence* dilakukan untuk mempertahankan identitas diri, identitas kelompok, status atau menunjukkan jarak sosial dalam percakapan. Contohnya orang tetap menggunakan bahasa daerahnya ketika sedang berbicara dengan orang dari daerah lain untuk menunjukkan identitas budayanya.

3) *Overaccommodation*

Kondisi ketika orang terlalu berlebihan dalam menyesuaikan cara bicaranya, sehingga justru membuat lawan bicaranya merasa tidak nyaman atau bahkan merasa diremehkan. Walaupun mungkin niatnya baik, tetapi penyesuaian yang berlebihan ini dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam komunikasi. *Overaccommodation* dapat muncul dalam beberapa bentuk, yaitu

- *Sensory overaccommodation*, adalah penyesuaian berlebihan pada orang yang dianggap memiliki keterbatasan fisik atau bahasa, contohnya orang yang sedang bicara dengan orang tua lalu bicaranya dengan suara sangat keras dan sangat pelan seperti bicara pada anak kecil, padahal orang tua itu sebenarnya masih dapat mendengar dengan baik.
- *Dependency overaccommodation*, adalah ketika orang berbicara dengan cara yang membuat lawan bicaranya terlihat lebih rendah atau seolah-olah bergantung dengan dirinya. Contohnya pegawai

bank yang membantu nasabahnya mengisi formulir dengan berkata “Bapak tidak usah isi apa-apa, biar saya saja yang kerjakan semuanya. Bapak biasanya pasti bingung.”

- *Intergroup overaccommodation*, adalah ketika orang memperlakukan lawan bicaranya berdasarkan stereotip kelompok tertentu tanpa melihat dulu karakter lawan bicaranya. Contohnya pegawai kantor yang sedang bicara dengan mahasiswa magang “Kalian anak magang biasanya belum paham pekerjaan kantor seperti apa, jadi saya akan jelaskan dari yang paling dasar.”

2.3. Landasan Konsep

2.3.1. Strategi Komunikasi Interpersonal

Strategi komunikasi interpersonal adalah cara yang digunakan orang dalam membangun dan menjaga kualitas interaksi dengan orang lain, agar tujuan komunikasinya dapat lebih efektif. Komunikasi interpersonal dapat berjalan dengan baik apabila kualitas komunikasinya dibangun (Kalimau & Rina, 2023). Menurut DeVito dalam Islami (2024) komunikasi interpersonal yang efektif dapat dibangun melalui lima karakteristik utama, yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Keterbukaan menunjukkan kesediaan orang untuk berinteraksi secara terbuka dengan orang lain. Keterbukaan ini tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menyampaikan informasi saja, tetapi juga kesediaan untuk memberikan respons yang jujur dan bertanggung jawab dengan pikiran serta perasaan yang diungkapkan selama proses komunikasi. Melalui keterbukaan, setiap orang dapat lebih mudah memahami maksud dan tujuan komunikasi sehingga mengurangi adanya kesalahpahaman.

Selanjutnya, empati adalah kemampuan untuk memahami perasaan, kebutuhan, keinginan, atau sudut pandang orang lain. Kemampuan ini memungkinkan seseorang untuk melihat suatu situasi dari perspektif lawan bicaranya sehingga dapat memberikan respons yang lebih sesuai. Empati dapat ditunjukkan melalui komunikasi verbal dan nonverbal, seperti cara bicara,

ekspresi wajah, atau bahasa tubuh. Kemudian, sikap mendukung ini ditunjukkan melalui perilaku yang memberikan dukungan, perhatian, dan penerimaan ke lawan bicara sehingga membuat suasana komunikasinya menjadi nyaman. Selain itu, ada sikap positif adalah kemampuan untuk menciptakan suasana komunikasi yang menyenangkan dan mendorong orang lain untuk ikut terlibat aktif dalam interaksi.

Sikap positif ini dapat membantu membangun hubungan yang lebih baik dan mengurangi potensi terjadinya konflik selama proses komunikasi. Terakhir, kesetaraan adalah kondisi di mana setiap orang yang berkomunikasi harus saling menghargai satu sama lain dan melihat satu sama lain itu adalah orang yang memiliki nilai yang sama. Kesetaraan tidak melihat perbedaan jabatan, status, ataupun latar belakang, tetapi menekankan pada pentingnya sikap saling menerima dan menghormati (Islami, 2024). Dengan begitu, komunikasi dapat terjadi lebih terbuka, nyaman, dan efektif karena setiap orang merasa dihargai dalam proses komunikasi.

2.3.2. Keluhan Klien

Keluhan klien adalah salah satu bentuk respons yang muncul ketika pelanggan atau klien merasa bahwa layanan atau produk yang mereka terima tidak sesuai dengan harapan yang mereka inginkan. Keluhan ini sebagai bentuk ungkapan ketidakpuasan klien pada pengalaman pelayanan yang mereka terima. Keluhan ini dapat disampaikan secara lisan ataupun tertulis (Fadilla & Setyonugroho, 2021). Keluhan biasanya sering muncul karena adanya perbedaan harapan atau tujuan antara pelanggan dengan penyedia jasa. Ketika klien memiliki ekspektasi tertentu pada layanan yang diberikan, sementara pihak penyedia jasa tidak mampu memenuhi harapan, maka kondisi itu bisa memunculkan rasa ketidakpuasan yang kemudian dapat menjadi keluhan (Imlabla et al., 2024).

Namun, keluhan tidak selalu dianggap sebagai sesuatu yang merugikan perusahaan. Keluhan dari klien justru menjadi sumber informasi yang penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan yang diberikan. Jadi melalui keluhan itu, perusahaan dapat mengetahui

reaksi klien pada layanan yang diberikan dan menemui berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki lagi (Situmeang, 2023). Maka dari itu, proses mengenali dan merespons keluhan klien menjadi hal yang penting untuk perusahaan agar dapat memperbaiki kualitas layanannya dan meningkatkan hubungan dengan pelanggannya.

Kemudian, tidak semua klien yang merasa tidak puas akan secara langsung menyampaikan keluhannya kepada perusahaan. Banyak klien yang memilih untuk tidak menyampaikan keluhan secara langsung, tetapi menunjukkan ketidakpuasan mereka melalui cara lain, yaitu dengan menyebarkan pengalaman negatif kepada orang lain atau bahkan memutuskan untuk berhenti menggunakan layanan perusahaan itu (Situmeang, 2023). Kondisi ini sangatlah memberikan dampak negatif bagi perusahaan karena pengalaman buruk klien dapat memengaruhi persepsi orang lain pada kualitas layanan yang diberikan.

2.3.3. Penanganan Keluhan

Penanganan keluhan adalah proses yang dilakukan perusahaan dalam merespons dan menyelesaikan keluhan pelanggan secara tepat. Penanganan keluhan adalah hal yang sangat penting karena tidak ada layanan atau produk yang tidak memiliki kekurangan sedikitpun. Maka dari itu, kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan juga menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggannya (Ginting et al., 2024). Penanganan keluhan yang efektif tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan, tetapi memberikan dampak dan memberikan manfaat untuk perusahaan. Contohnya terhindar dari citra negatif, tidak kehilangan pelanggan, tidak berpotensi adanya masalah hukum, atau tidak berpotensi memunculkan suatu konflik (Farid, 2024). Dalam penanganan keluhan, perusahaan dituntut untuk merespons setiap keluhan pelanggan dengan cepat dan memberikan informasi yang jelas serta akurat (Situmeang, 2023). Respons yang tepat ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian kepada pelanggannya dan berkomitmen dalam menyelesaikan masalah yang sedang terjadi.

Proses penanganan keluhan dimulai dari kemampuan perusahaan mengenali dan menemukan sumber masalah yang membuat pelanggannya merasa tidak puas sampai akhirnya menyampaikan keluhan (Surpiaddin, 2017). Tahap ini menjadi bagian yang sangat penting karena akan menentukan keberhasilan proses penanganan selanjutnya. Setelah sumber masalah ditemukan, perusahaan perlu segera menindaklanjuti dan menyelesaikannya agar permasalahan yang sama tidak terulang lagi di kemudian hari. Dalam proses ini, dibutuhkan kecepatan dan ketepatan respons. Jika pelanggan merasa keluhannya tidak ditangani dengan baik, maka akan muncul rasa kecewa dan bahkan muncul prasangka negatif pada perusahaan.

Maka dari itu, perusahaan perlu memberikan perhatian, kepedulian, dan rasa penyesalan atas ketidaknyamanan yang dialami oleh pelanggan. Karyawan, terutama yang berada di garis depan dan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan perlu diberikan pelatihan dan wewenang agar mampu mengambil keputusan saat menghadapi situasi keluhan. Selain itu, keterlibatan pihak manajemen juga ikut dalam proses penanganan keluhan, itu dapat memberikan dampak positif karena pelanggan biasanya lebih percaya pada pihak yang memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan dalam menyelesaikan masalah. Perusahaan juga perlu memiliki sistem yang dapat digunakan untuk mencatat, mengelompokkan, dan mengevaluasi setiap keluhan pelanggan. Dengan adanya sistem itu, perusahaan dapat memahami kesalahan yang pernah terjadi sehingga bisa melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas pelayanan di masa yang akan datang (Surpiaddin, 2017).

2.3.4. Pemeliharaan Hubungan

Melalui komunikasi yang dilakukan dengan konsisten, seseorang dapat membangun kedekatan, menjaga kenyamanan, dan memperkuat hubungan dengan orang lain. Beberapa bentuk perilaku komunikasi yang dapat dilakukan dalam upaya memelihara hubungan (DeVito, 2022):

- 1) *Reach out*, salah satu cara memelihara hubungan adalah tetap menjaga komunikasi, seperti menanyakan kabar, mengirim pesan, atau melakukan

percakapan ringan. Meskipun pembicaraannya sederhana, tapi ini penting untuk menjaga kedekatan hubungan. Selain itu, komunikasinya dapat membahas keterbukaan, kejujuran, dan perasaan yang dirasakan dalam hubungan. Saat terjadi konflik, seseorang perlu untuk tetap memberikan respons yang baik agar hubungannya tetap terjaga.

- 2) *Be nice*, dengan menunjukkan sikap sopan, ramah, ceria, dan menghindari kritik yang berlebihan. Sikap mau berkompromi dan menjaga kenyamanan dalam hubungan menjadi hal yang penting agar hubungan tetap baik.
- 3) *Be open*, keterbukaan dalam hubungan dapat dilakukan dengan menyampaikan perasaan, keinginan, atau harapan secara langsung ke orang lain. Seseorang juga perlu menjadi pendengar yang baik, memberikan saran, dan menunjukkan empati ke lawan bicaranya.
- 4) *Give assurances*, hubungan dapat dipelihara dengan menunjukkan bahwa hubungan itu penting dan berharga. Hal itu dapat dilakukan melalui perhatian, dukungan, mengutamakan pasangan atau orang terdekat, dan menunjukkan rasa sayang dan rasa peduli.
- 5) *Share joint activities*, menghabiskan waktu bersama, melakukan kegiatan bersama, berbincang santai, atau merayakan momen tertentu seperti ulang tahun ataupun hari special lainnya dapat membantu memperkuat hubungan bahkan menciptakan kedekatan secara emosional.
- 6) *Be positive*, seseorang perlu membuat suasana komunikasi yang menyenangkan, memberikan perhatian kecil, membantu orang lain, dan menghindari hal-hal yang dapat memicu pertengkaran.
- 7) *Focus on improving yourself*, pemeliharaan hubungan juga dapat dilakukan dengan memperbaiki dan mengembangkan diri agar menjadi pribadi yang lebih baik dan lebih menarik di mata orang lain.
- 8) *Be empathic*, empati itu adalah kemampuan memahami apa yang dirasakan orang lain dari sudut pandangnya. Ini dapat ditunjukkan dengan mendengarkan secara baik, memahami perasaan lawan bicara, dan memberikan respons yang sesuai dengan kondisi emosionalnya.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini berawal dari munculnya keluhan klien dalam proses pelayanan. Keluhan dapat terjadi karena tidak sesuai dengan harapan, miskomunikasi, ataupun tingginya ekspektasi klien. Dalam situasi ini, proses komunikasi antara tim Arum Organizer dan klien sering tidak berjalan dengan baik karena adanya hambatan komunikasi. Hambatan komunikasi ini dapat membuat pesan yang disampaikan menjadi kurang dipahami bahkan berpotensi dapat memunculkan konflik apabila tidak ditangani dengan baik. Oleh karena itu, dibutuhkan komunikasi interpersonal dalam proses penanganan keluhan karena komunikasi tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi untuk memahami kondisi klien, meredakan ketegangan, dan memelihara hubungan agar tetap baik. Dalam penelitian ini, komunikasi interpersonal digunakan untuk memahami bagaimana proses komunikasi itu terjadi melalui elemen *source-receiver, messages, channel, noise, context, effects*, dan *ethics* dalam interaksi antara tim Arum Organizer dan klien.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan *Communication Accomodation Theory* (CAT) untuk melihat bagaimana tim Arum Organizer menyesuaikan cara komunikasinya pada karakter, kebutuhan, dan kondisi emosional klien saat menangani keluhan. Penyesuaian itu berupa mendekatkan gaya komunikasi (*convergence*), mempertahankan perbedaan (*divergence*), atau bahkan berlebihan dalam menyesuaikan (*overaccommodation*). Penyesuaian komunikasinya juga dapat dilihat melalui pemilihan kata, nada bicara, ataupun cara memberikan respons agar klien merasa lebih dipahami dan nyaman dalam proses penyelesaian keluhan. Setelah keluhan diselesaikan, hubungan antara tim Arum Organizer dan klien belum tentu langsung kembali baik seperti sebelumnya. Maka dari itu, tim Arum Organizer harus tetap memelihara hubungan dengan klien melalui tetap menjaga komunikasi dengan klien, menunjukkan sikap ramah, sopan, menunjukkan empati, memberikan perhatian, dukungan, keyakinan, melakukan interaksi ringan, dan memperbaiki kualitas pelayanan. Melalui berbagai bentuk pemeliharaan hubungan itu, diharapkan hubungan antara tim Arum Organizer dan kliennya dapat dipertahankan.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Olahan Penelitian (2026)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA