

Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Menjalin Hubungan Baik terhadap Klien pada Radio MUSIC CITY 107,50 FM

Meila Nur Syamsiani¹, Fatimah²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Indonesia Maju

Email correspondent: nur.meila1997@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pola komunikasi interpersonal dalam menjalin hubungan baik terhadap klien oleh radio Music City 107,50 FM Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi interpersonal dalam menjalin hubungan baik terhadap klien pada radio Music City 107,50 FM Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan studi kasus untuk mengumpulkan data yang diperoleh adalah data wawancara tatap muka dengan radio Music City yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa pola komunikasi interpersonal radio Music City dalam menjalin hubungan baik menggunakan pola sirkular. Dalam proses komunikasinya radio Music City memiliki aspek menghargai, empati, dimengerti, keterbukaan, dan rendah hati. Sehingga dalam proses pemasangan iklan dapat berjalan dengan baik.

Kata kunci: pola, komunikasi interpersonal, hubungan baik

Abstract

this research discusses the pattern of interpersonal communication in establishing good relations with clients by Music City 107.50 FM Jakarta radio. The purpose of this study was to find out how the pattern of interpersonal communication in establishing good relations with clients on Music City 107.50 FM Jakarta radio. This research is a qualitative descriptive study using case studies to collect data obtained is face-to-face interview data with Music City radio which became 3 informants in this study. From the results of research that has been done, it can be seen that the pattern of Music City radio interpersonal communication in establishing good relationships uses a circular pattern. In the communication process Music City radio has aspects of respect, empathy, audible, clarity and humble. So that in the process of advertising can run well.

Keywords: pattern, interpersonal communication, good relations

Pendahuluan

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari - hari di rumah ditempat kerja, pasar, masyarakat, atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak ada terlibat dalam komunikasi. Komunikasi begitu sangat penting dalam kehidupan manusia, karena harus diakui bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, dengan berkomunikasi secara efektif maka, kegiatan yang sering dilakukan manusia bisa berjalan dengan baik. Tanpa adanya komunikasi dengan baik mengakibatkan ketidak aturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik itu di rumah maupun dalam suatu organisasi, perusahaan dan dimanapun manusia itu berada. Komunikasi adalah suatu aspek terpenting dan yang kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal atau yang tidak dikenal sama sekali.¹

Setiap orang pasti memiliki cara berkomunikasi yang berbeda. Termasuk cara berkomunikasi dengan klien, tentunya juga akan berbeda. Komunikasi terhadap klien diradio dikategorikan dalam konteks komunikasi interpersonal. Dalam komunikasi interpersonal, komunikator relatif cukup mengenal komunikan dan sebaliknya, pesan dikirim secara simultan dan spontan relatif kurang terstruktur, demikian pula halnya dengan umpan balik yang dapat diterima dengan segera. Peran komunikator dan komunikan terus dipertukarkan, karenanya dikatakan bahwa kedudukan komunikator dan komunikan relatif setara. Dalam komunikasi interpersonal, komunikator dapat mempengaruhi langsung tingkah laku dari komunikasinya, memanfaatkan pesan verbal dan non verbal, serta segera berubah atau menyesuaikan pesannya apabila didapat umpan balik negatif. Komunikasi interpersonal merupakan proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang menimbulkan feedback dari aktivitas komunikasi tersebut. Komunikasi interpersonal biasa dilakukan oleh setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka. Dengan melakukan aktivitas berkomunikasi dengan sesamanya manusia akan mengalami banyak pengalaman, kepuasan, saling mengenal dan saling memenuhi kebutuhannya satu sama lain. Komunikasi interpersonal juga banyak memiliki manfaat bagi kelangsungan hidup manusia. Aktivitas komunikasi interpersonal banyak membantu perkembangan sosial manusia. Seperti contoh, Komunikasi antara guru dengan murid dalam proses pembelajaran, komunikasi antara penjual dan pembeli dalam proses jual-beli, komunikasi antara sesama teman dalam pembentukan keakraban, komunikasi antara seorang pelayan dengan pelanggannya. Sehingga hubungan yang terbentuk dari komunikasi tersebut adalah komunikasi interpersonal.²

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai asosiasi antara paling tidak dua orang yang saling bergantung, yang menggunakan beberapa pola interaksi secara konsisten, dan siapa yang menjadi pasangan interaksi dalam sebuah periode waktu. Hubungan interpersonal merupakan hal paling penting dalam dalam komunikasi interpersonal yang efektif.³

Hubungan interpersonal diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung.⁴

Hubungan interpersonal dimana ketika kita berkomunikasi, kita bukan sekedar menyampaikan isi pesan, tetapi juga menentukan kadar hubungan interpersonalnya. Jadi ketika kita berkomunikasi kita tidak hanya menentukan *content* melainkan juga menentukan *relationship*. Tidak benar anggapan orang bahwa makin sering orang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain, makin baik hubungan mereka. Yang menjadi soal bukanlah berapa kali komunikasi dilakukan, tetapi bagaimana

komunikasi itu dilakukan. Seperti halnya menjaga hubungan baik terhadap klien pada radio Music City 107,50 FM Jakarta. Menjaga hubungan baik tidak semudah hanya berkomunikasi saja, tetapi kita juga harus menyakinkan klien agar dapat percaya sehingga tidak merasa dirugikan.

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya perkembangan media massa terlihat dari keberagaman media. Media pada setiap zamannya menjadi esensi masyarakat dan media berfungsi sebagai kepanjangan indra manusia pada masing-masing era, yaitu era kesukuan (tribal), tulisan (literate), cetak (print), dan elektronik. Pada era elektronik, media memiliki ciri sebagaimana percakapan lisan yang bersifat segera, singkat, dan tidak terikat pada tempat karena pesan dapat dikirim secara elektronis (disiarkan). Media radio merupakan salah satu media elektronik tertua dan sangat luas. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi media lainnya.¹

Media elektronik ini dapat menyampaikan pesan melalui indera pendengaran. Kelebihannya adalah isi pesan cepat diterima halayak, pesan mempunyai kekuatan membujuk secara emosional, harganya tidak terlalu mahal, bisa menjangkau wilayah yang sulit, dan proses produksinya sederhana. Kekurangannya adalah isi pesan cepat berlalu, harus dibuat semenarik mungkin agar pendengar tertarik untuk mendengarkannya, dan umpan balik membutuhkan waktu yang lama.⁴

Radio adalah salah satu jenis media massa satu arah yang berperan untuk menyampaikan pesan (berita, informasi dan hiburan) kepada masyarakat dengan jangkauan luas. Radio telah menjalani proses perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi media komunikasi massa seperti saat ini. Salah satu media untuk beriklan adalah radio. Tanpa iklan, radio tidak akan bisa bertahan lama. Seperti pada radio Music City sering terjadi adanya surat kerjasama klien yang belum terfollow up dan klien susah dihubungi. Di sisi lain pada pola komunikasi radio Music City yang sebelumnya terhadap klien yang berminat mengiklankan produknya di Music City mengalami masalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) untuk menangani klien, sehingga membuat karyawan bekerja double job yang membuat komunikasi interpersonal pada klien dengan pihak radio terganggu. Hal ini tentunya tidak baik untuk radio Music City dalam menjalin hubungan terhadap klien.¹

Dari paparan diatas, peneliti ingin memfokuskan untuk menganalisa yang berkaitan dengan pola komunikasi interpersonal untuk menjalin hubungan baik terhadap klien pada radio Music City 107,50 FM Jakarta. Dalam menjalin hubungan baik kepada klien radio harus menyakinkan klien agar dapat memasang iklan di Radio Music City FM. Disini peneliti ingin tahu bagaimana pola komunikasi yang radio lakukan untuk menjalin hubungan baik radio terhadap klien. Berdasarkan pada latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui dan mengkaji lebih lanjut mengenai pola komunikasi interpersonal dalam menjalin hubungan baik terhadap klien dalam kasus pemasangan iklan, yang dituangkan dalam judul "Pola Komunikasi Interpersonal dalam Menjalinkan Hubungan Baik Terhadap Klien Pada Radio Music City 107,50 FM Jakarta (Studi Kasus Pemasangan Iklan Di Radio Music City)".

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan di atas maka masalah yang akan diteliti yaitu Bagaimanakah pola komunikasi interpersonal dalam menjalin hubungan baik terhadap klien pada radio Music City 107,50 FM Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal dalam menjalin hubungan baik terhadap klien pada radio Music City 107,50 FM.

Metode

Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif¹, yang bersifat penafsiran dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Dalam penelitian ini membahas secara mendalam untuk lebih mengetahui fenomena seperti opini dan kegiatan. Sehingga yang menjadi tujuan ini yaitu peneliti ingin

mengetahui bagaimana pola komunikasi interpersonal dalam menjaga hubungan baik pada radio Music City 107,50 FM.⁵

Pada intinya studi kasus merupakan pengujian intensif dengan menggunakan berbagai sumber bukti terhadap satu entitas tunggal yang di batasi dalam ruang dan waktu. Tujuan dari studi kasus adalah meningkatkan pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi yang nyata. Penelitian studi kasus memungkinkan untuk mengumpulkan informasi yang detail dan kaya, menyoroti berbagai faktor yang mengatur komunikasi dalam situasi tertentu, melukiskan keunikannya serta mencoba menawarkan pemahaman mendalam yang mempunyai relevan yang luas.

Sumber primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁶ Sumber primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang peneliti lakukan. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi lapangan dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan tentang situasi dan kejadian di Radio Music City 107,50 FM Jakarta. Data sekunder diperoleh melalui data yang berbentuk dokumentasi melalui buku, web, artikel, dan foto untuk mendukung penelitian yang diangkat, dokumen menjadi alat untuk melengkapi ataupun meng-cross check keterangan yang telah diberikan oleh informan.

Penelitian ini menggunakan *single case study* yang di rancang untuk melakukan eksplorasi mendalam mengenai suatu kejadian tertentu dari sebuah fenomena. Peneliti menunjukkan ketertarikan pada sejumlah kecil hal yang diinvestigasi. Peneliti melakukan penelitian di Radio Music City 107,50 FM Jakarta yang beralamat di Jl. Pangeran Antasari Puri Sakti 1 No. 22. Penelitian dilakukan selama 1 (satu) bulan terhitung tanggal 19 Maret 2018 sampai 19 April 2018.

Data merupakan faktor penting dalam penelitian, untuk itu diperlukan teknik tertentu dalam pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Observasi dilakukan untuk mendekati peneliti ke orang-orang yang ditelitinya dan ke situasi atau lingkungan mereka yang sebenarnya. Dan peneliti dapat masuk ke lingkungan yang ditelitinya atau yang dikenal dengan observasi partisipatif. Pada observasi ini, peneliti mengamati peristiwa, kejadian, dan sejenisnya disertai dengan daftar yang perlu diobservasi.⁶

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan.⁷ Caranya yaitu dengan bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang ditempat penelitian dalam melengkapi berbagai data peneliti. Sehingga menghasilkan data yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang datanya diperoleh dari buku, internet, atau dokumen lain yang menunjang penelitian yang dilakukan. Dokumen merupakan catatan mengenai peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mengumpulkan dokumen yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁶ Dalam penelitian ini pemilihan sumber informasi ditentukan berdasarkan relevansi informasi, maka dari itu peneliti melakukan pendekatan dengan wawancara dengan teknik menentukan informan yaitu purposive. Peneliti memilih informan menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria ini harus sesuai dengan topik penelitian.

Hasil & Pembahasan

Pola Komunikasi Interpersonal Dalam Menjalin Hubungan Baik Terhadap Klien Pada Music City 107,50 FM

Pola komunikasi merupakan model dari haluan/arah komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari haluan/arah komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan haluan/arah komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari arah komunikasi. Haluan/arah komunikasi

merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan.⁸ Haluan/arah komunikasi yang sudah masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu; pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linear, dan pola komunikasi sirkular. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pola komunikasi sirkular.

Circular secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling sebagai lawan dari perkataan linear yang bermakna lurus. Dalam proses pola komunikasi sirkular terjadi adanya *feedback* atau umpan balik secara segera, yaitu terjadi arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya feedback atau umpan balik tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting, karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah berhasil atau gagal.⁹

Seperti halnya dalam pemasangan iklan ini pihak radio ke klien. Adanya mekanisme pemasangan iklan di Music City

Disini dari perjanjian antara pihak radio ke klien dapat diketahui bahwa telah terjadinya proses timbal balik (*feedback*) ke klien. Setelah adanya kesepakatan dari pihak radio ke klien kemudian adanya perjanjian. Dikuatkan hasil wawancara *informan II* pak Adhie Taufik mengatakan bahwa:

Dari pola komunikasi yang dilakukan pihak radio ke klien dapat berlangsung dengan lancar dan terarah.

Dari hasil wawancara ke tiga *informan* diatas menjelaskan bahwa Radio Music City sudah dapat berkomunikasi secara baik kepada klien dan dapat dipahami sehingga klien dengan demikian dapat merespon umpan balik yang diterima.

Dalam berkomunikasi, pihak radio Music City perlu memperhatikan cara komunikasi yang baik. Komunikasi yang baik akan menjalin hubungan yang baik pula begitu juga sebaliknya. Untuk itu kecakapan dan keterampilan dalam berkomunikasi sangatlah penting adanya agar komunikasi interpersonal berhasil dalam menjalin hubungan baik dengan klien.

Memiliki rasa empati Tanpa adanya rasa empati kita tidak akan peduli apakah klien kita tersakiti atau tidak dengan kata-kata kita. Disini pihak radio Music City menjaga perasaan klien saat komunikasi berlangsung. Jika klien berbeda pendapat, maka pihak radio harus tetap menjaga perasaan klien agar tidak menyakitinya. Disini klien akan merasa dihargai saat pihak radio empati. Rasa empati juga akan menghargai perbedaan yang mungkin muncul dalam hubungan kerja.

Peka terhadap klien Dengan adanya kepekaan terhadap klien, sehingga dapat mengetahui bagaimana dia harus bertindak dan berkomunikasi. Pihak radio harus peka pada perilaku mana yang dapat diterima dan perilaku mana yang tidak dapat diterima oleh klien yang berkomunikasi dengannya. Karena dengan begitu dapat memenuhi harapan-harapan dan menghindari perilaku serta komunikasi yang mungkin dapat mengecewakan klien.

Keluwesan dalam berperilaku Pihak radio Music City disini dalam berkomunikasi haruslah memiliki keluwesan perilaku. Keluwesan perilaku dalam berkomunikasi akan membantu dalam mengambil perilaku yang dapat diambil untuk mencapai tujuan komunikasi. Keluwesan perilaku tidak hanya dilihat dari kemungkinan perilaku yang bersifat positif saja namun juga dalam menangani perilaku yang bersifat negatif dari klien.

Terkait dari hasil wawancara yang saya tanyakan kepada pihak radio tentang seberapa pentingkah menjaga hubungan baik dengan klien music city yang diungkapkan oleh *key informan* pak Adhie Taufik.

“Sangat penting, ya karena dimanapun media ya hidupnya dari situ mau dari mana lagi. Klien itu adalah ujung tombak kita dari marketing ya untuk bisa membuat radio ini mempunyai kapasitas dan kapabilitas yang terbaik. Artinya ya hubungannya harus kita jaga dengan baik”.

Wawancara yang sama diungkapkan oleh *informan I* mba Qince Bhakti tentang seberapa pentingkah menjalin hubungan baik dengan klien Music City sebagai berikut:

“Sangat penting. Ya karena sama halnya dengan kepuasan klien itu penghargaan tertinggi dalam menjaga suatu hubungan yang baik. Disinilah klien melihat bahwa kita memiliki cara kerja yang baik dan tim yang kompak”.

Pihak *marketing* Music City mba Qince juga berusaha untuk mengenal sedalam mungkin mengenai klien yang bekerjasama dengan mereka, terutama dengan orang-orang yang terlibat dalam kerjasama tersebut. Menjaga hubungan baik antara pengiklan baik secara personal maupun atas nama perusahaan wajib dilakukan dalam rangka untuk menciptakan opini publik yang positif mengenai Music City.

Komunikasi merupakan hal yang rutin dilakukan sehari-hari, sehingga kita tidak berpikir secara detail mengenai proses komunikasi. Proses komunikasi secara sederhana dimulai dari pengirim pesan yang mengkonsep pesan yang akan disampaikan kepada penerima pesan. proses komunikasi terdiri dari 6 langkah yaitu “keinginan berkomunikasi, encoding oleh komunikator, pengiriman pesan, penerimaan pesan, decoding oleh komunikan, umpan balik.”¹¹

Keinginan berkomunikasi Komunikasi sangatlah penting bagi semua orang karena komunikasi digunakan untuk sikap saling membutuhkan satu sama lain dalam menyampaikan informasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Begitu juga dengan pihak radio Music City yang ingin menjalin kerjasama dengan klien. Klien tidak hanya terpaku pada pihak internal instansi semata namun juga pihak eksternal. Keinginan berkomunikasi ada karena untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai yang telah disepakati bersama.

Encoding oleh komunikator disini pihak radio Music City harus pandai dalam memformulasikan pesan yang disampaikan agar dapat diterima dengan baik oleh klien. Penyampaian pesan yang tidak tepat akan mengganggu kelancaran dalam berkomunikasi dengan klien dan mengganggu hubungan kerjasama dengan klien.

Pengiriman pesan Pihak radio dapat bertatap muka secara langsung dengan klien. Dari mekanisme proses pemasangan iklan dapat memudahkan pihak radio sehingga dengan begitu pihak radio tau maksud atau keinginan yang klien mau seperti apa.

Penerimaan pesan Pesan yang dikirimkan oleh pihak radio telah diterima oleh klien. Penerimaan pesan tergantung pada masing-masing penerima. Dalam penerimaan pesan yang dikirimkan oleh klien, tidak ada simbol yang dikurangi.

Decoding oleh komunikan Pesan yang telah diterima oleh pihak radio kemudian diterjemahkan oleh klien. Dalam memahami pesan yang telah diterima dari pihak radio itu tergantung persepsi klien. Jika decoding oleh klien sejalan dengan encoding yang dikirimkan oleh pihak radio maka komunikasi dapat dipastikan berjalan dengan lancar. Dengan begitu hubungan baik dengan klien pun akan berjalan dengan lancar pula.

Umpan balik Setelah klien menerima pesan yang dikirimkan oleh pihak radio, klien memberi umpan balik terhadap pesan yang diterimanya. Dari umpan balik yang diberikan klien kepada pihak radio tersebut, dapat diketahui apakah komunikasi berjalan sesuai tujuan atau tidak. Dari umpan balik itu yang akan dijadikan pertimbangan agar dapat diperbaiki baik isi maupun cara penyampaiannya.

Dari proses komunikasi pihak radio Music City yang berlangsung untuk menjalin hubungan baik kepada klien

Bagi radio Music City kepuasan yang diperoleh dari klien sangat penting agar terjalinnya hubungan baik ke klien.

Dari ke tiga informan yang sudah diwawancarai, dari hasil wawancara dapat dilihat bahwa dengan menjalin hubungan baik dapat dilakukan dengan cara memberikan diskon harga ke klien, memberikan saran tetapi bukan sekedar bersifat material saja, keterbukaan serta saling pengertian, saling percaya dan mengikuti syarat yang telah disepakati bersama.

Komunikasi merupakan proses pertukaran makna, berjalan mulai dari pengirim, melalui media lalu berakhir pada penerima pesan yang memberikan umpan balik (*feedback*) kepada pengirim pesan. Dalam proses perjalanan komunikasi ada kalanya terjadi salah paham. Begitu pula dengan hubungan radio terhadap kliennya.

Ada kalanya pesan yang dikirim tidak dapat dimengerti oleh klien sehingga menimbulkan kesalahpahaman salah arti dalam penafsiran dan menghambat dalam berkomunikasi.

Pola Komunikasi Interpersonal dalam Menjalinkan Hubungan Baik terhadap klien Radio Music City

Pola atau model adalah suatu gambaran yang sistematis dan abstrak, di mana menggambarkan potensi-potensi tertentu yang berkaitan dengan berbagai aspek dari sebuah proses. Ada juga yang menggambarkan model sebagai cara untuk menunjukkan sebuah objek, dimana di dalamnya dijelaskan kompleksitas suatu proses, pemikiran dan hubungan antara unsur-unsur yang mendukungnya. Model memberikan kerangka kerja yang bisa digunakan untuk mempertimbangkan suatu masalah, meskipun dalam versi awalnya model tidak akan membawa kita menuju prediksi yang berhasil. Sebuah model bisa juga menunjukkan kesenjangan penting dalam pengetahuan yang tidak tampak, dan ini bisa diartikan adanya area yang masih memerlukan riset. Kegagalan sebuah model pada saat diuji akan menuntun kita menuju model yang lebih baik lagi.¹²

Dalam melakukan aktivitas sehari-hari manusia mempergunakan komunikasi untuk memenuhinya. Tanpa adanya komunikasi, interaksi tidak akan terjadi karena komunikasi merupakan penghantar bagi terjadinya interaksi dan hubungan kerja sama. Salah satu komunikasi yang sering terjadi dalam kehidupan adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi. Karena seringnya dipergunakan, banyak orang menganggap bahwa komunikasi interpersonal mudah dilakukan. Namun pada kenyataannya tidak seperti itu. Komunikasi interpersonal tidak selamanya mudah untuk dilaksanakan. Banyak diantara mereka yang terlibat dalam perkelahian, perselisihan dan pertengkaran hanya karena terjadi *miss communication*, yaitu kesalahpahaman pengertian dalam berkomunikasi.

Pada pemasangan iklan di radio Music City menggunakan pola sirkular untuk menjalin hubungan baik pada klien. Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses secara sirkular itu adalah terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feedback* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dari komunikator. Pola komunikasi ini ditandai dengan adanya unsur *feedback*. Pada model sirkuler ini, proses komunikasi berlangsung dua arah. Melalui model ini dapat diketahui efektif tidaknya suatu komunikasi, karena komunikasi dikatakan efektif apabila terjadi umpan balik dari pihak penerima pesan. Ada pengirim (*sender*) yang mengirimkan informasi dan ada penerima (*receiver*) yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon balik terhadap pesan dari pengirim.

Dengan demikian, komunikasi berlangsung dalam proses dua arah (*two-way*) maupun proses peredaran atau perputaran arah (*cyclical process*), sedangkan setiap partisipan memiliki peran ganda,

dimana pada satu waktu bertindak sebagai *sender*, sedangkan pada waktu lain berlaku sebagai *receiver*, terus seperti itu sebaliknya.

Keampuhan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi dinilai paling ampuh dengan kepercayaan, opini, dan perilaku komunikasi. Alasannya karena komunikasi berlangsung tatap muka. Memang komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (*face to face*).¹³

Oleh karena itu pihak radio Music City dengan klien saling bertatap muka, dan terjadilah kontak pribadi (*personal contact*). Ketika pihak radio Music City menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika. Dan pada saat itu juga pihak radio Music City mengetahui tanggapan atau respon kepada klien yang disampaikan, ekspresi wajah dan gaya bicara. Apabila umpan balik yang diterima positif, artinya respon yang ditangkap itu baik diterima, begitu sebaliknya jika respon klien yang diterima negatif, artinya respon yang ditangkap tidak berhasil serta dapat menghambat proses komunikasi.

Oleh karena itu keampuhan dalam kepercayaan, opini, dan perilaku komunikasi itulah. Maka bentuk komunikasi antarpribadi dipergunakan untuk melancarkan komunikasi persuasif yakni dengan teknik komunikasi secara psikologis yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan.

Dari hasil wawancara yang saya teliti, Radio Music City telah melakukan proses komunikasi interpersonal seperti yang di kemukakan. *Respect* disini ialah sikap menghargai setiap individu yang menjadi penerima pesan yang kita sampaikan. pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Begitu juga dengan klien disini. Klien akan sangat senang dihargai dan dihormati pada radio Music City. Radio Music City akan dapat menjalin hubungan baik dengan klien serta dapat membangun kerja sama yang menghasilkan sinergi yang akan meningkatkan kualitas hubungan pada klien.⁹

Empathy (empati) adalah kemampuan kita untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Pada proses pemasangan iklan, radio Music City memiliki sikap empati pada klien. Bagi radio Music City apa yang menjadi kebutuhan, keinginan, minat, harapan, dan kesenangan dari klien sangat penting. Sehingga dapat membangun kepercayaan yang radio perlukan dalam membangun kerjasama atau sinergi dengan klien. Rasa empati akan meningkatkan kemampuan untuk dapat menyampaikan pesan dengan cara dan sikap yang akan memudahkan klien untuk diterimanya. Oleh karena itu memahami perilaku klien merupakan keharusan.

Makna dari *audible* disini dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Jika empati berarti harus mendengar terlebih dahulu ataupun mampu menerima umpan balik dengan baik, maka *audible* berarti pesan yang pihak radio sampaikan dapat diterima oleh klien. Dengan kesempatan yang telah disepakati berarti disini pihak radio telah berhasil menjalin hubungan pada klien. Sehingga dapat saling bekerjasama.

Selain bahwa pesan harus dapat dimengerti dengan baik, *clarity* yang terkait dengan itu adalah kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan berbagai penafsiran yang berlainan. *Clarity* dapat pula berarti keterbukaan dan transparansi. Dapat diketahui dalam berkomunikasi pihak radio Music City disini mengembangkan sikap terbuka (tidak ada yang ditutup-tutupi atau disembunyikan) dengan klien sehingga klien dapat rasa percaya (*trust*) apa yang telah radio lakukan sebagaimana pada pemasangan iklan.

Humble adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan *respect* untuk membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang kita miliki. Sikap rendah hati antara lain: sikap melayani, sikap menghargai, mau mendengar, dan menerima kritik, tidak sombong, dan memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut, dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar. Pada

radio Music City ada juga klien yang memang bersifat jutek atau semanya sendiri. Disini pihak radio memang harus rendah hati agar dapat menyakinkan klien untuk memasang iklan di radio Music City dan menjalin hubungan baik pada klien

Kesimpulan

Pola komunikasi yang digunakan oleh radio Music City dalam menjalin hubungan baik adalah pola komunikasi sirkular. Sebagaimana dalam pola tersebut adanya feedback atau umpan balik kepada klien. Seperti dalam proses pemasangan iklan disini sebelum adanya kesepakatan bersama klien hingga terjadinya perjanjian pihak radio Music City memperhatikan cara berkomunikasi yang akan menjalin hubungan baik terhadap klien seperti berempati, peka terhadap klien, serta keluwesan dalam berperilaku.

Dari proses komunikasi interpersonal, radio Music City memiliki aspek *respect* (menghargai), *empathy* (empati), *audible* (dimengerti), *clarity* (terbuka), *humble* (rendah hati). Dari aspek tersebut yang dimana saat proses pemasangan iklan berlangsung sampai terpasangnya iklan di radio Music City sebagaimana untuk menjalin hubungan baik dengan klien sehingga dapat membangun kerjasama dan akan meningkatkan kualitas hubungan pada klien radio Music City.

References

1. Aan Komariah dan Djam'an Satori. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung; Alfabeta; 2010.
2. Basuki, Sulistiyono. Metode Penelitian. Jakarta; Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia; 2006.
3. Morissan, M.A. Manajemen Periklanan. Jakarta: Kencana Prenada Media Group; 2013.
4. Budyatna, Muhammad & Ganiem, Leila. Teori Komunikasi Antar Pribadi. Jakarta: kencana predana media group; 2012.
5. Atikel Resume Buku Julia T. Wood. Yang terdapat di dalam <https://lucindaputri.wordpress.com/2018/04/19/resume-buku-julia-t-wood-komunikasi-interpersonal-bab-communication-climate/>
6. Ngilimun. Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. Yogyakarta: Pustaka Baru Press; 2017.
7. Priansa, Donni Juni. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: Pustaka Setia; 2017.
8. Djam'an Satori. Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta; 2011.
9. Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif - Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta; 2012
10. Basuki, Sulistyo. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra; 2010.
11. Moleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya; 2012.
12. Atikel Proses Komunikasi Secara Sirkular. Yang Terdapat di <https://arti-definisi-pengertian.info/proses-komunikasi-secara-sirkular/>
13. Suranto A. W. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: Cv Pustaka; 2011.
14. Redyseptan. Artikel "Pola-pola Komunikasi" yang terdapat di dalam <http://id.shvoong.com/socialsciences/communication-media-studies/2205651-pola-pola-komunikasi/>. 2013
15. Hanani, Silfia. Komunikasi Antarpribadi Teori & Praktik. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media; 2017.