

**COMMUNICATION SKILL PEMANDU LAGU
DALAM MELAYANI PELANGGAN KARAOKE “XXX”
DI KARAWANG**

Solehudin, Liya Megawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Communication Skill* pemandu lagu dalam melayani pelanggan karaoke “XXX” di Kabupaten Karawang. Penelitian ini membahas tentang kemampuan komunikasi dilihat dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal, yang mendasari *Communication Skill* tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan dramaturgi. Proses pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan penelitian pada penelitian ini berjumlah 3 orang informan, teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, dokumentasi, study kepustakaan dan pencarian data di internet.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* (validitas internal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan data ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesungguhnya di lapangan. **Peningkatan ketekunan, Diskusi dengan teman sejawat, Membercheck.**

Hasil dari penelitian ini adalah **Komunikasi Verbal** yang digunakan oleh Pemandu Lagu yaitu : **Salam Tips** untuk menyatakan bonus atau uang tambahan lebih yang diberikan pelanggan untuk pemandu lagu, **DiAngetan** yaitu untuk menawarkan minuman beralkohol yang biasanya di tawarkan oleh pemandu lagu untuk pelanggannya, **Goyang** yaitu cara untuk menawarkan atau ajakan untuk berjoget. Itulah istilah – istilah yang di gunakan oleh pemandu lagu dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan pelanggannya.

Komunikasi Non Verbal Pemandu Lagu yaitu **gestur tubuh** sangat penting seperti: Ekspresi Wajah, Kontak Mata, Senyum, Bersalaman. **Penampilan fisik**. Seperti: Kostum atau Seragam, Penggunaan Make up, *Accessories* dan Parfum.

Kata kunci : Komunikasi Verbal, Komunikasi Non Verbal

A. PENDAHULUAN

Dunia hiburan musik di Indonesia sekarang ini menyediakan berbagai macam jenis hiburan dari studio musik, klub malam, panggung dangdut, sampai yang terbaru dan sedang marak, yaitu karaoke. Berbeda dengan jenis hiburan musik lain, karaoke adalah sebuah hiburan musik dimana penikmatnya tidak hanya melihat dan mendengar musik yang sedang dimainkan, namun penikmat musik tersebut ikut ambil bagian dalam bermain musik, yaitu menyanyi dengan diiringi rekaman musik. Ketika konsumen karaoke sedang menyanyi, maka ada wanita yang menemaninya menyanyi yang biasa disebut dengan pemandu karaoke atau pemandu lagu.

Kemampuan berkomunikasi seorang pemandu lagu saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan Pelanggan sangat diutamakan, terutama pada saat ketika sedang melayani Pelanggan mengenai Pemilihan lagu, menemani bernyanyi dan melayani setiap permintaan pelanggan. Seorang Pemandu Lagu dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik karena dipastikan selalu berinteraksi dengan para pelanggan. Komunikasi adalah bagian yang sangat penting di kehidupan manusia, karena manusia adalah makhluk sosial

yang selalu melakukan interaksi dengan manusia lainnya melalui komunikasi. Dan kehidupan sehari-hari pun manusia berkomunikasi untuk saling bertukar informasi dengan orang lain.

Pemandu Lagu di karaoke “XXX” ini dituntut mampu berkomunikasi dengan baik kepada Pelanggannya, sehingga terjadi komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi verbal ataupun non verbal, mempunyai peranan yang penting, karena dalam proses komunikasi seorang pemandu lagu menggunakan bahasa.

Inti dari penelitian ini adalah mengungkap bagaimana cara *Pemandu Lagu* di karaoke “XXX” Melayani Pelanggan supaya kebalik lagi ketempat tersebut menggunakan simbol-simbol dalam proses komunikasi yaitu pada saat berinteraksi dengan Pelanggan.

B. KAJIAN TEORI

1. Pengertian Karaoke

Karaoke berasal dari kata kara dari Jepang yang berarti kosong dan orkesutora (orquestra). Di Jepang karaoke adalah suatu bentuk hiburan dimana penyanyi amatiran bernyanyi diiringi musik rekaman menggunakan mikrofon.

2. Karaoke di Karawang

Karaoke merupakan salah satu hiburan yang sangat diminati oleh masyarakat Karawang dan sekitarnya, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bermunculan tempat-tempat karaoke di Karawang. Baik kalangan muda maupun tua banyak yang mencari hiburan dengan berkaraoke ria. Karaoke dijadikan alternatif sebagai sarana hiburan karena hiburan ini memberikan privasi kepada orang untuk berekspresi sehingga dapat menghilangkan penat.

Adapun tipe-tipe karaoke yang berada di Karawang dibagi menjadi 2 yaitu karaoke keluarga dan karaoke pub. Karaoke keluarga memiliki ciri buka disiang hari, pengunjung dari kalangan semua usia dan biasanya tidak menjual minuman beralkohol. Contoh karaoke keluarga di Karawang seperti NAV Karaoke, Diva, Inulvista, Lokus, dan lain-lain.

3. Tinjauan Pemandu Lagu

Pemandu Lagu Karaoke adalah wanita-wanita yang bekerja untuk menemani bernyanyi para pelanggan di tempat karaoke. Tetapi tidak semua tempat karaoke menyediakan jasa pemandu lagu yang khusus menemani para pelanggannya untuk berkaraoke, biasanya tempat karaoke yang menyediakan jasa ini adalah tempat karaoke yang buka pada malam hari. Yang membedakan dengan karaoke keluarga selain ada jasa pemandu lagu yang menemani bernyanyi juga disediakan minuman-minuman beralkohol.

4. Tinjauan *Communication Skill*

Menurut Robbins (dalam Suratno, 2013: 1), kemampuan adalah sebagai suatu kapasitas individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan.

Kemampuan adalah kesanggupan, kecakapan, kekuatan kita berusaha dengan diri sendiri (Moeliono, 2005: 707). Menurut Soelaiman (2007:112) kemampuan adalah sifat yang dibawa lahir atau dipelajari yang memungkinkan seseorang yang dapat menyelesaikan pekerjaannya, baik secara mental ataupun fisik.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemampuan (*Ability*) adalah kecakapan atau potensi seseorang individu untuk menguasai keahlian dalam melakukan atau mengerjakan beragam tugas dalam suatu pekerjaan atau suatu penilaian atas tindakan seseorang.

Menurut Shanon dan Weaver (dalam Wiryanto 2004: 23), komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka,

lukisan, seni , dan teknologi.

Menurut Prof. Dr. Alo Liliweri (2003: 4), Komunikasi adalah pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami.

Dr. Arni Muhammad (2009:4), membagi komunikasi ke dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut:

Komunikasi *verbal* bentuk yang paling umum digunakan dalam organisasi. Oleh karena itu penting bagi seseorang pemimpin untuk mengetahui lebih banyak mengenai komunikasi *verbal*. Yang dimaksud dengan komunikasi *verbal* adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara lisan maupun secara tertulis. Komunikasi *verbal* merupakan karakteristik khusus dari manusia. Tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan bermacam-macam arti melalui kata-kata. Kemampuan menggunakan komunikasi verbal secara efektif sangat penting, karena dengan adanya komunikasi *verbal* memungkinkan pengidentifikasian tujuan, pengembangan strategi dan tingkah laku untuk mencapai tujuan.

Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tertulis. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tertulis apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandikan dalam simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau pada tempat lain yang bias dibaca, kemudian dikirimkan pada karyawan yang dimaksudkan. Didalam organisasi, terdapat bermacam-macam tipe dari komunikasi lisan seperti: instruksi, penjelasan, laporan lisan, pembicaraan untuk mendapatkan persetujuan kebijaksanaan, memajukan penjualan dan menghargai orang lain dalam organisasi. Sedangkan dalam komunikasi tertulis ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, seperti penampilan komunikasi dan pemilihan kata-kata yang digunakan.

Komunikasi *nonverbal* sama pentingnya dengan komunikasi *verbal* karena keduanya itu saling bekerja sama dalam proses komunikasi. Dengan adanya komunikasi *nonverbal* dapat memberikan penekanan, pengulangan, melengkapi dan mengganti komunikasi verbal, sehingga lebih mudah ditafsirkan maksudnya. yang dimaksud dengan komunikasi *nonverbal* adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, *vocal* yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan. Atau dapat juga dikatakan bahwa semua kejadian di sekeliling situasi komunikasi yang tidak berhubungan dengan kata-kata yang diucapkan atau dituliskan. Dengan komunikasi *nonverbal* orang dapat mengekspresikan perasaannya melalui ekspresi wajah, nada atau kecepatan berbicara. Tanda-tanda komunikasi *nonverbal* belumlah dapat diidentifikasi seluruhnya tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa cara seseorang duduk, berdiri, berjalan, berpakaian, semuanya menyampaikan informasi pada orang lain. Tiap gerakan yang seseorang buat dapat menyatakan asal kita, sikap kita, kesehatan atau bahkan keadaan psikologis seseorang. Arti dari sebuah komunikasi *verbal* dapat diperoleh melalui hubungan komunikasi *verbal* dan *nonverbal*. Atau dengan kata lain komunikasi *verbal* akan lebih mudah diinterpretasikan maksudnya dengan melihat tanda-tanda *nonverbal* yang mengiringi komunikasi *verbal* tersebut. Komunikasi *nonverbal* dapat memperkuat dan menyangkal pesan *verbal*.

C. METODE PENELITIAN

1. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Dramaturgi. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2004: 3) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan

pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variable atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari keutuhan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa langkah untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, antara lain :

1. Wawancara Mendalam (*depth interview*)
2. Pengamatan berperan serta/observasi/pertisipasi
3. *Internet Searching*
4. Dokumentasi

3. Teknik Penentuan Informan

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber.

Informan diambil berdasarkan “penilaian” (*judgment*) peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan informan. Oleh karenanya agar tidak sangat subjektif, sebagai penulis memahami ciri dan karakteristik objek atau informan yang sesuai dengan persyaratan dan tujuan penelitian sehingga memperoleh data yang akurat

a. Informan Penelitian

Informan Penelitian

No	Informan Penelitian	Tempat	Lama
1	Susan	Pemandu Lagu Karaoke Emerald	3 Tahun
2	Ninda	Pemandu Lagu Karaoke Aneka Baru	3 Tahun
3	Melda	Pemandu Lagu Karaoke Dewi Air	4 Tahun

Sumber : *Data Peneliti, Maret – September 2018*

b. Key Informan

Key Informan Penelitian

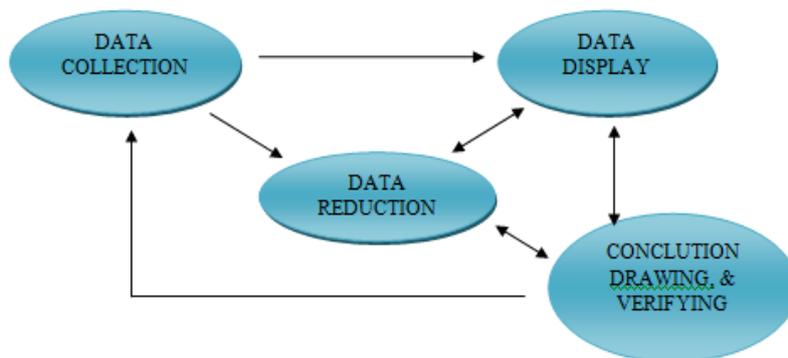
No	Informan Penelitian	Keterangan
1	Salsa	Manager Karaoke
2	Indra	Teman salah satu PL Karaoke dan pemakai jasa PL Karaoke

Sumber : *Data Peneliti, Maret– September 2018*

4 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahap- tahap sebagai berikut:

Gambar 3.1
Komponen-Komponen Analisa Data Model Kualitatif



D. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian sebagai berikut

1. Komunikasi Verbal

Pada pembahasan mengenai Istilah – istilah yang di gunakan oleh para pemandu lagu saat melayani Pelanggan adalah sesuatu yang perlu diperhatikan karena pemandu lagu akan menggunakan istilah – istilah tersebut untuk melakukan interaksi dengan pelanggannya. Walaupun hanya beberapa istilah tetapi pelanggan harus mengetahui apa yang dimaksudkan, biasanya pemandu lagu akan memberitahu pelanggannya kalau tidak mengetahui artinya.

Istilah yang sering digunakan dalam berkomunikasi dengan pelanggannya yang pertama seperti

1. “S a l a m Tips” untuk menyatakan bonus atau uang tambahan lebih yang diberikan pelanggan untuk pemandu lagu,
2. “DiAngetan” yaitu bahasa untuk menawarkan minuman beralkohol yang biasanya di tawarkan oleh pemandu lagu untuk pelanggannya.
3. “Goyang” yaitu istilah cara untuk menawarkan atau ajakan untuk berjoget. Itulah istilah – istilah yang di gunakan oleh pemandu lagu dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan pelanggannya.

2. Komunikasi Non Verbal

Untuk Pemandu Lagu gestur tubuh sangat penting seperti:

1. Ekspresi Wajah adalah sebuah keharusan agar terlihat ceria saat dihadapan Pelanggan dan supaya Pelanggan lebih nyaman bersama Pemandu Lagu. Dalam berinteraksi ekspresi wajah merupakan salah satu komunikasi nonverbal yang ditunjukkan Pemandu Lagu kepada pelanggan.
2. Kontak mata yang sama pentingnya dalam menggunakan komunikasi nonverbal yang ditunjukkan ketika Pemandu lagu saat melayani pelanggan. Kontak mata merupakan suatu hal yang berkaitan dengan ekspresi wajah, karena mata merupakan hal yang sensitive karena satu – satunya indra yang digunakan untuk melihat suatu eksperis pelanggan saat suasana hatinya sedang tidak baik dan memerlukan suatu hiburan agar pelanggan senang.
3. Senyum adalah modal dasar seorang pemandu lagu agar terlihat manis dan menarik.
4. Bersalaman adalah hal yang harus dilakukan oleh pemandu lagu agar terkesan ramah

dan sopan.

Pada dasarnya, Penggunaan komunikasi nonverbal berupa ekspresi wajah, kontak mata, senyum dan bersalaman serta gerak tubuh memiliki fungsi sebagai cara yang memiliki makna untuk menguatkan, menggantikan, atau menentang simbol – simbol verbal itu sendiri. Suatu komunikasi nonverbal yang fungsinya dapat menggantikan komunikasi verbal lebih mudah untuk di mengerti.

Peneliti mengamati bahwa dalam perilaku komunikasi Pemandu lagu saat melayani pelanggan, hal tersebut memiliki makna dan tujuan dalam penggunaannya, selain sebagai penunjang dalam proses komunikasi gerakan tubuh ini memiliki tujuan seperti yang diungkapkan informan peneliti yaitu Ninda dan Melda dalam wawancara.

Gerak tubuh yang dilakukan para Pemandu Lagu tersebut jelas memiliki maksud dan tujuan sendiri, seperti gerakan tangan yang dilakukan sebagai penunjang komunikasi verbalnya jadi Pelanggan lebih tertarik dan merasa dilayani dan gerakan tubuh lainnya seperti menarik tangan pelanggan atau pun mengedipkan mata seperti yang di lakukan informan peneliti yaitu Ninda dan Melda adalah sebagai penunjang komunikasi verbalnya juga, bersikap ramah kepada pelanggan akan membuat pelanggan menjadi lebih nyaman dan tidak sungkan untuk mendekati dirinya dengan Pemandu lagu.

Sentuhan yang diberikan oleh seorang pemandu lagu terhadap pelanggannya mungkin sudah biasa dilakukan sebagai pelayanan seorang pemandu lagu. Belaian – belaian yang membuat pelanggan makin betah berkaraoke, terkadang pelanggan pun meminta lebih dari sekedar belaian, bahkan seorang pemandu lagu juga bisa diajak berkencan di luar karaoke, sesuai dengan persetujuan antara pemandu lagu dan pelanggannya.

Kemudian Pada simbol komunikasi nonverbal yang berikutnya adalah mengenai penampilan fisik. Dalam penampilan fisik kali ini peneliti akan mengangkat tiga poin yang penting yaitu:

1. Kostum atau Seragam.

Dalam hal berbusana Peneliti melihat adanya keunikan dalam berbusana yang digunakan oleh Pemandu Lagu yaitu mereka mengenakan kostum tiap hari dengan warna yang berbeda, kemudian pada malam jumat busana yang digunakan sedikit berbeda yaitu dengan menggunakan busana putih dan sexy dan serba minim karena pada malam jumat adalah *Ladies Night*.

2. Penggunaan Make up.

Pemandu lagu dalam pemakaian make up sangan diperlukan dan make up mereka beda dari orang kebanyakan, make up mereka terlihat tebal dan walau tebal mereka bisa menyesuaikan make up nya dan terlihat sangat cantik dan mempesona di mata pelanggan.

3. *Accessories* dan Parfum yang sering digunakan oleh Pemandu Lagu. Dipenelitian ini, setelah mendapat hasil penelitian melalui wawancara Pemandu Lagu menjadi informan dan melalui observasi dipalangan, Dalam hal *Accessories* sudah tentu disesuaikan dengan pakaian yang dipakai agar terlihat *balance*, mulai dari pemakaian kalung, gelang dan anting mereka sesuaikan.

E. PENUTUP

1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah telah dibahas mengenai *Communication Skill* Pemandu Lagu dalam melayani pelanggan karaoke “XXX” di Karawang, peneliti ini menggunakan pedekatan kualitatif, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Komunikasi yang dilakukan oleh seorang pemandu lagu sangat dibutuhkan. Dalam penggunaan bahasa verbal menjadi daya tarik para pemandu lagu diantaranya penggunaan bahasa seperti

Digoyang, diangetan, Salam Tips, Itulah istilah – istilah yang di gunakan oleh pemandu lagu dalam berinteraksi atau berkomunikasi dengan pelanggannya.

2. Komunikasi Non Verbal, yang dilakukan para pemandu lagu sangat unik dan beragam, dimulai dari ekspresi wajah, kontak mata, senyum dan bersalaman, ini memiliki fungsi sebagai cara atau makna untuk menarik pelanggan.

2. SARAN

Sehubungan dengan penelitian yang telah penulis lakukan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh Pengelola Tempat Karaoke di Karawang diantaranya :

1. Lebih Meningkatkan kemampuan komunikasi para pemandu lagu, agar lebih banyak bahasa-bahasa yang unik dan menarik.
2. Kostum para pemandu lagu agar lebih disesuaikan dengan kondisi perkembangan jaman, contohnya seperti kostum ala tahun 90an, atau kostum seragam rumah sakit, atau kostum pegawai bank, tidak harus memakai kostum yang serba mini, supaya lebih menarik pelanggan.

F. DAFTAR PUSTAKA

Creswell, John . 1994. *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*. London : SAGE Publication.

Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Kharisma Publishing.

Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana, 2001, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya Kartika.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya.

Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiono. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alfabeta.

Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.

Sobur, Alex. 2013. *FilsafatKomunikasi*. Bandung :PT. Remaja Rosdakarya.

Sumber Karya Ilmiah

Shera Mutia,2013 Perilaku Komunikasi Komunitas Grup Musik. Skripsi : Universitas Padjajaran.

Rizaldy Indra Permana, Perilaku Komunikasi Antar pribadi Orang Dengan HIV/AIDS (ODHA) Dengan Keluarga Inti. Skripsi : Universitas Padjajaran.

Ria Dwi Mutiara, Perilaku Komunikasi *Sales Promotion Girl* Provider XL Axiata. Skripsi Universitas Komputer Indonesia.

Rudi Ardiansyah, Perilaku Komunikasi *pemandu lagu*. Skripsi Universitas Komputer Indonesia.