

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Komunikasi Interpersonal

a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal atau komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang mempelajari beberapa aspek yang berkaitan dengan penciptaan makna yang terjadi antara dua orang atau lebih serta bagaimana makna tersebut memiliki pengaruh terhadap orang lain sehingga dapat mengubah pengetahuan, sikap, dan perilakunya.

Menurut Joseph A devito komunikasi secara interpersonal merupakan pengiriman pesan yang terjadi antara dua orang atau lebih diantara beberapa kelompok kecil orang-orang dengan beberapa dampak timbal balik dan umpan balik langsung.¹Umpan balik pada komunikasi interpersonal dapat langsung diketahui karena komunikasi dilakukan secara tatap muka dan tanggapan komunikan langsung diketahui oleh komunikator baik secara verbal maupun non verbal. Contoh dari Komunikasi interpersonal ini diantaranya meliputi komunikasi antara dua sahabat dekat, suami dengan isteri, serta guru dengan murid.²

Sedangkan John Steward dan Gray Angelo mendefinisikan komunikasi interpersonal berpusat pada kualitas komunikasi yang terjalin dari masing-masing personal partisipan berhubungan satu sama lain sebagai pribadi yang memiliki keunikan, mampu memilih, berperasaan, bermanfaat dan merefesikan dirinya sendiri daripada sebagai objek tau benda.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa berlangsungnya proses komunikasi interpersonal apabila ada pesan yang akan disampaikan dan terdapat juga umpan balik dari penerima pesan yang dapat diterima langsung oleh penyampai pesan. Dalam komunikasi ini

¹ Edi Harahap, syarwani ahmad, *Komunikasi Antrarpribadi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal 4

² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*,(Bandung PT Remaja Rosdakarya,2002), hal 73

memerlukan adanya hubungan timbal balik antara penyampai pesan dan penerima pesan (komunikator dan komunikan). Komunikasi interpersonal juga dapat diartikan suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi interpersonal dinilai afektif karena bersifat personal dan memungkinkan terjadinya interaksi yang maksimal dalam hal kata-kata, bahasa tubuh, dan ekspresi.

Supaya komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan yang efektif maka diperlukan sikap terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka mendorong timbulnya sikap yang memahami, dan mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal dapat ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerja sama antara pihak komunikan dan komunikator.

Komunikasi interpersonal dapat dikomunikasikan dengan menggunakan lima panca indera untuk meningkatkan kualitas pesan sebagai sarana untuk mempengaruhi dan membujuk orang.

b. Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal

Secara teori komunikasi interpersonal diklasifikasikan menjadi dua menurut sifatnya, yaitu diantaranya:

1) Dyadic Communication (komunikasi diadik)

Komunikasi diadik merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam secara tatap muka. Komunikasi ini dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yaitu dalam bentuk percakapan, dialog, dan wawancara.³

Percakapan dalam komunikasi diadik berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Sedangkan secara Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal. Serta dalam bentuk wawancara sifatnya lebih serius, yaitu adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.

2) Small Group Communication (komunikasi dalam kelompok kecil)

³ Suranto A. W, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal 9

yang dimaksud komunikasi dalam kelompok kecil yaitu proses komunikasi secara tatap muka yang berlangsung antara tiga orang atau lebih, dan di dalamnya terdapat anggota yang saling berinteraksi satu sama lain. Small group communication merupakan salah satu jenis komunikasi interpersonal karena beberapa alasan diantaranya:

- a) Anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka (*face to face*).
- b) Pembicaraan tidak bersifat tunggal yang mendominasi komunikasi.
- c) Komunikan dan komunikator tidak dapat diidentifikasi.

Jenis komunikasi seperti ini semua anggota bisa berperan sebagai komunikan dan komunikator. Misalnya anggota A bisa mempengaruhi anggota B, dan anggota C bisa terpengaruh dari anggota B.

c. Komponen Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal bisa terjadi apabila terdiri dari beberapa komponen, yaitu⁴:

1) Sumber/ Komunikator

Manusia ketika melakukan komunikasi akan terdapat komunikator sebagai tokoh yang menciptakan, memberikan informasi, dan penyampai pesan. Untuk menjadi komunikator memiliki beberapa syarat yaitu⁵: mempunyai kemampuan komunikasi dengan kualitas maksimal, pandai dalam berkomunikasi, mampu memberikan perubahan perilaku atau menambah pengetahuan bagi diri sendiri maupun orang lain, dan memiliki pengetahuan banyak.

2) Encoding

Encoding merupakan sebuah simbol verbal maupun non verbal pada komunikasi untuk menciptakan pesan, yang kemudian dirangkai sesuai dengan standar tata bahasa sehingga menciptakan sebuah

⁴ Suranto A.W, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 9.

⁵ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm. 12.

bahasa baku serta dapat dipahami dan disesuaikan dengan karakteristik dari komunikasi.

- 3) Pesan
Pesan merupakan hasil dari kumpulan simbol verbal maupun nonverbal atau bahkan gabungan dari kedua jenis simbol tersebut. Pesan merupakan isi dari hal yang disampaikan oleh pemilik pesan kepada penerima pesan.
- 4) Saluran
Saluran adalah media yang digunakan untuk penyampaian dan penghubung pesan kepada si penerima.
- 5) Penerima atau Komunikan
komunikan merupakan perorangan atau kelompok yang yang memiliki tugas menerima pesan dari komunikator.
- 6) *Decoding*
Decoding merupakan pengolahan simbol-simbol yang diperoleh oleh komunikan dari komunikator, agar maksud dari penyampaian pesan tersebut bisa dimengerti.
- 7) Respon
Respon merupakan tanggapan terhadap pesan oleh komunikan yang diperoleh dari komunikator.
- 8) Gangguan (*noise*)
Noise merupakan gangguan dari aktifitas penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.
- 9) Konteks komunikasi
Konteks dalam komunikasi terdiri dari tiga konteks. Yang pertama konteks ruang yaitu tempat berlangsungnya atau di mana pesan tersebut disampaikan, yang kedua konteks waktu yaitu menunjukkan kapan pesan tersebut disampaikan, dan yang ketiga konteks nilai yaitu suasana komunikasi yang dipengaruhi oleh nilai sosial dan nilai budaya.⁶
Berdasarkan uraian di atas, komunikasi memerlukan komponen-komponen tersebut agar apa yang dimaksudkan dan apa tujuan dari komunikasi mampu

⁶ Suranto A.W, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 9.

terlaksana dengan baik. Antara satu komponen dan komponen yang lain saling terikat, jika salah satu komponen dihilangkan maka tidak akan ada komunikasi.

d. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Menurut Alo Liliweri fungsi utama komunikasi interpersonal terdiri dari dua fungsi yaitu:

1) Fungsi Sosial

Komunikasi interpersonal atau antar pribadi memiliki fungsi sosial karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks dimana antara individu saling berinteraksi satu sama lain, dengan demikian maka fungsi sosial komunikasi antarpribadi mengandung beberapa aspek diantaranya:

- a) Manusia berkomunikasi untuk menemukan kebutuhan biologis dan psikologis. Para psikologis melihat setiap manusia secara alamiah merupakan makhluk sosial. Melalui komunikasi interpersonal, manusia berusaha mencari dan melengkapi kebutuhan hidupnya.
- b) Manusia memenuhi kewajiban sosial yaitu dengan komunikasi.
- c) Manusia mengembangkan hubungan timbal balik dengan berkomunikasi.
- d) Manusia meningkatkan kualitas mutu diri sendiri dengan komunikasi. Melalui komunikasi interpersonal setiap orang mempunyai penilaian dari orang lain.⁷

2) Fungsi Pengambilan Keputusan

Kebanyakan Manusia berkomunikasi untuk untuk mengambil keputusan karena mendengarkan pendapat, saran, pengalaman, pengetahuan dari orang lain. Ada dua aspek fungsi pengambil keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi yaitu:⁸

- a) Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi

⁷ H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), h.112

⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpribadi*, (Jakarta: Citra Aditya bakti, 1997), hal 27-29.

Informasi merupakan kunci dalam pengambilan keputusan yang efektif, banyak kegiatan komunikasi antarpribadi yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi.

- b) Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain

Karena dengan adanya informasi akan sangat menentukan sukses atau tidaknya pengambilan keputusan, maka komunikasi awalnya bertujuan untuk mendapatkan kerjasama dan persetujuan dengan orang lain.

e. Bentuk Komunikasi Interpersonal

Sebagai makhluk sosial interaksi yang dilakukan manusia dengan lainnya dapat dilakukan dengan komunikasi. Adapun bentuk-bentuk komunikasi interpersonal yaitu:

- 1) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan symbol atau kata-kata yang dinyatakan secara lisan atau tulisan. Komunikasi lisan merupakan proses dimana seorang komunikan berinteraksi secara lisan dengan komunikator untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi dalam bentuk tulisan yaitu pesan-pesan yang disampaikan dalam bentuk symbol yang dituliskan pada kertas atau media lainnya yang bisa dibaca dan bisa tersampaikan kepada orang yang dimaksud.

- 2) Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah bentuk pesan yang dikomunikasikan menggunakan gerak tubuh, sikap, kontak mata, ekspresi muka dan sentuhan. lebih mudahnya komunikasi ini adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa tubuh atau bahasa isyarat.

f. Perspektif Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal disebut juga dengan komunikasi antar pribadi dibagi menjadu dua perspektif yaitu efektif dan tidak efektif.

Karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif diantaranya :

1) Perspektif humanistik

Perspektif humanistik merupakan perspektif yang menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan interaksi yang jujur dan memuaskan. berikut pengertiannya:

a) Terbuka

Dalam komunikasi interpersonal yang efektif, individu harus terbuka ketika berinteraksi dengan orang yang diajak bicara, hal ini karena untuk membuka diri dan memberikan informasi, dan bersedia untuk mengakui perasaan yang dimiliki, serta mempertanggung jawabkannya. Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Hal ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Namun sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi apa yang biasanya tidak diperlihatkan, asalkan pengungkapan diri ini patut.

Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Setiap orang ingin orang lain bereaksi secara terbuka terhadap apa yang diucapkan. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuan dan perbedaan pendapat akan jauh lebih menyenangkan. Seseorang memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran Bochner dan Kelly. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang seseorang lontarkan adalah memang miliknya dan orang tersebut bertanggungjawab atasnya.

Seringnya interaksi juga dapat mempengaruhi perkembangan komunikasi interpersonal yang terjalin antara mentor dengan santri. Dengan bertatap muka dan menceritakan pengalaman yang dialami santri, mentor berusaha memahami karakteristik masing-masing santri. Dengan begitu mentor juga dapat mengendalikan para santri.

b) Empati

Empati adalah kemampuan seseorang untuk memposisikan dirinya terhadap peran orang lain, yakni seseorang secara emosional maupun intelektual mampu memahami apa yang dirasakan orang lain.

c) Sikap Mendukung

Sikap mendukung adalah perilaku supportif orang satu dengan orang lainnya saling memberikan dukungan dengan pesan yang disampaikan. Sikap supportiveness merupakan sikap dengan mengurangi defensive dalam berkomunikasi yang dapat terjadi karena faktor-faktor ketakutan, kecemasan, dan lain sebagainya yang menyebabkan komunikasi interpersonal akan gagal, karena orang yang seperti ini akan lebih banyak melindungi diri sendiri dari masalah yang ditanggapi dalam komunikasi dibandingkan memahami orang lain.

d) Sikap Positif

Rasa positif merupakan kecenderungan seseorang untuk bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa memiliki rasa bersalah yang berlebihan dan mengakui diri sendiri menjadi orang yang penting dan bernilai untuk orang lain.

e) Kesamaan

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara

diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidak-sependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta seseorang untuk memberikan penghargaan positif tak bersyarat kepada orang lain.

2. Motivasi Mentor Wirausaha Pondok Pesantren

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin, *mavere* yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi merupakan istilah yang lazim yang digunakan untuk mengetahui maksud seseorang atas suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan khusus yang tampaknya diperjuangkan banyak orang yang dalam analisis kerap kali berubah menjadi alat untuk tujuan lain yang dipandang lebih fundamental. Dengan demikian, kekayaan rasa aman (keselamatan), status dan segala macam tujuan lain yang dipandang sebagai kausalitas perilaku hanya merupakan hiasan semata-mata untuk mencapai tujuan akhir setiap orang, yaitu menjadi dirinya sendiri.⁹

Motivasi merupakan suatu hal yang mendorong seseorang berbuat sesuatu, motivasi suatu individu dapat timbul dari dalam diri individu (motivasi intrinsik) dan dapat timbul dari luar individu (motivasi ekstrinsik).¹⁰ Ada dua faktor yang mempengaruhi motivasi yaitu faktor intrinsik yang terdiri kebutuhan, pengetahuan untuk kemajuan sendiri, aspirasi atau cita-

⁹ Siswanto Sashohadiwiryo, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), hal. 266.

¹⁰ Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Semarang: Gramedia, 1997), hal. 160

cita dan faktor ekstrinsik yang terdiri dari ganjaran, hukuman, persaingan atau kompetisi.

Menurut Uno motivasi yang timbul karena faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik memiliki indikator yaitu adanya hasrat dan keinginan berhasil, adanya dorongan dan kebutuhan dalam berwirausaha, adanya harapan dan cita-cita masa depan, adanya penghargaan dalam berwirausaha, adanya kegiatan yang menarik dalam berwirausaha.¹¹

Menurut Fenderick W. Taylor dalam manajemen personalia, teori motivasi Taylor mungkin dapat dianggap sebagai teori yang paling klasik. gagasan dasarnya menerangkan bahwa seseorang akan bersedia bekerja dengan baik. Sekiranya orang tersebut yakin bahwa dirinya akan mendapatkan imbalan yang berhubungan langsung dengan pekerjaannya tersebut. Penjelasan tersebut mengandung arti bahwa semangat seseorang bekerja akan menurun bilamana pembayaran itu ditunda.¹²

Menurut Malayu S.P. Hasibun, motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegritas dengan segala upaya untuk mencapai kepuasan.¹³ Berdasarkan definisi motivasi di atas dapat disimpulkan motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga motivasi dapat diartikan sebagai pendorong perilaku seseorang. Motivasi seseorang melakukan suatu usaha, wirausaha kerap kali berbeda keanekaragaman ini menyebabkan perbedaan dalam perilaku yang berkaitan dengan kebutuhan dan tujuannya masing-masing.

Motivasi seseorang untuk menjadi wirausahawan, antara lain sebagai berikut:¹⁴

¹¹ Uno Hamzah, *Motivasi & Pengukurannya Analisis Dibidang Pendidikan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).

¹² Komaruddin, *Manajemen Berdasarkan Sasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1990), hal. 35

¹³ Malayu S.P Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hal. 95.

¹⁴ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009, hal. 26.

1. Laba dapat menentukan berapa laba yang dikehendaki, keuntungan yang diterima, dan berapa yang dibayarkan kepada pihak lain atau pegawainya.
2. Kebebasan. Bebas mengatur waktu, bebas dari supervise, bebas aturan main yang menekan dan bebas dari budaya organisasi atau perusahaan.
3. Impian Personal. Bebas mencapai standar hidup yang diharapkan, lepas dari rutinitas kerja yang membosankan.
4. Kemandirian. Memiliki rasa bangga, karena dapat mandiri dalam segala hal seperti permodalan, mandiri dalam pengelolaan atau manajemen, mandiri dalam pengawasan, serta menjadi manajer terhadap dirinya sendiri.

Berwirausaha akan membuat seseorang termotivasi untuk

memperoleh imbalan minimal dalam bentuk laba, kebebasan, impian, kemandirian, disamping memiliki peluang pengembangan usaha, dan memiliki peluang untung mengendalikan nasibnya sendiri. Pentingnya motivasi akan menumbuhkan sikap yang positif bagi manusia. saking termotivasinya seseorang pada suatu prestasi, ia akan selalu menerima dengan senang respon atau nasihat dan saran tentang cara meningkatkan prestasinya.¹⁵

b. Faktor-faktor Motivasi Berwirausaha

Beberapa faktor keberhasilan wirausaha diantaranya sebagai berikut:

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Hal ini berfungsi untuk menebak kemana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut.
2. Inisiatif dan selalu proaktif. Hal ini merupakan cara mendasar dimana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.

¹⁵ Muhammad Ridho, “Teori Motivasi Mc Celland dan Implikasinya dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam,” (Palapa: Jurnal Studi Keislaman dan Ilmu Pendidikan , Vol. 8 No. 1, 2020), hal. 16.

3. Berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktivitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibandingkan dengan sebelumnya.
4. Berani mengambil resiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang entrepreneurship kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. Kerja Keras. Jam kerja wirausaha tidak terbatas pada waktu, dimana ada peluang disitu dia datang. Pikiran pengusaha selalu memikirkan kemajuan usahanya ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras dalam merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.
6. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggung jawab seseorang tidak hanya pada material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.
7. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan antara lain kepada para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.¹⁶

c. Wirausaha (*entrepreneur*)

Istilah wirausaha merupakan terjemah dari kata *entrepreneur* (bahasa Perancis) yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dengan arti *between taker* atau *go between*, yaitu orang yang berani bertindak mengambil peluang. *Entrepreneur* yaitu proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mengabdikan seluruh waktu dan

¹⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 27-28.

tenaganya disertai dengan menanggung resiko keuangan, kejiwaan, sosial dan menerima balas jasa dalam bentuk uang dan kepuasan pribadinya.

Menurut Joseph Schumpeter wirausaha atau *entrepreneur* adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan mensiptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru.¹⁷ Dalam definisi ini ditekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Menurut Dan Steinhoff dan John F. Burges wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola dan berani menanggung resiko untuk menciptakan usaha dan peluang berusaha. Secara esensi pengertian *entrepreneurship* adalah suatu sikap mental, pandangan, wawasan, pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya dan selalu berorientasi kepada pelanggan. Atau dapat diartikan juga semua tindakan dari seseorang yang mampu memberi nilai terhadap tugas dan tanggung jawabnya.¹⁸

Seorang *entrepreneur* harus bisa melihat suatu *opportunity* atau peluang dari kacamata (perspektif) yang berbeda dari orang lain atau yang tidak terpikirkan oleh orang lain yang kemudian bisa diwujudkan menjadi *value*.¹⁹ Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa wirausahawan adalah mereka yang melakukan usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan memanfaatkan sumberdaya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup.

Wirausahawan yaitu mereka yang menghubungkan gagasan kreatif dengan tindakan dan struktur bisnis tertentu. Istilah yang begitu populer untuk seorang wirausahawan adalah seorang wirausahawan berfikir untuk mengambil keputusan dan mengambil keputusan untuk berfikir, dengan kata lain seorang

¹⁷ Buchari Alma, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, (Bandung: ALFABETA, 2017), hal. 24.

¹⁸ Made Dharmawanti, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 13.

¹⁹ Muhammad Anwar, *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2011), hal. 24.

wirausahawan adalah mereka yang mengambil tindakan. Setiap pemikiran yang dibangun menempatkan sisi keunikan, sesuatu yang dianggap oleh orang lain itu sederhana maka di mata seorang wirausahawan itu menjadi sesuatu yang luar biasa.

d. Ciri-ciri Wirausaha (entrepreneur)

Jiwa wirausaha merupakan sifat dan karakter wirausaha yang telah tertanam dalam diri individu sebagai akibat dari proses belajar individu seumur hidupnya. Jiwa kewirausahaan berada pada setiap orang yang mau berpikir kreatif dan inovatif.

Jiwa entrepreneur seseorang bukanlah merupakan faktor keturunan, namun dapat dipelajari secara ilmiah dan ditumbuhkan bagi siapapun juga. Kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki perilaku inovatif dan kreatif dan pada setiap orang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan, dan tantangan. Wirausaha memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Penuh percaya diri yaitu penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, dan bertanggung jawab.
- 2) Memiliki inisiatif yaitu dengan penuh energi, cekatan dalam bertindak dan aktif.
- 3) Memiliki motif berprestasi, yaitu berorientasi pada hasil dan wawasan kedepan.
- 4) Memiliki jiwa kepemimpinan, yaitu berani tampil berbeda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak.
- 5) Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan, oleh karena itu menyukai tantangan.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa wirausaha memiliki empat ciri-ciri yaitu seorang wirausaha harus percaya diri, memiliki ide kreatif, memiliki prestasi yang baik, memiliki jiwa pemimpin, dan seorang wirausaha harus berani mengambil resiko dengan penuh tantangan.

e. Fungsi Wirausaha

Setiap wirausaha memiliki fungsi pokok dan fungsi tambahan sebagai berikut:²⁰

1. Membuat keputusan penting dan mengambil resiko tentang tujuan dan sasaran perusahaan.

²⁰ Basrowi, *Kewirausahaan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hal. 71.

2. memutuskan tujuan dan sasaran perusahaan.
3. menetapkan bidang usaha dan pasar yang akan dilayani.
4. menghitung skala usaha yang diinginkannya.
5. menentukan permodalan yang diinginkan dengan komposisi yang menguntungkan.
6. memilih dan menetapkan kriteria pegawai dan memotivasinya.
7. mencari terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input, serta mengolahnya menjadi barang atau jasa yang menarik.
8. memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan pelanggan sekaligus dapat memperoleh dan mempertahankan keuntungan maksimal.

f. Manfaat Wirausaha (entrepreneurship)

Salah satu manfaat dari wirausaha adalah untuk membangun sebuah bisnis sebagai solusi memecahkan masalah sosial, ekonomi, pendidikan, lingkungan, berbagai permasalahan yang ada menjadi tantangan dunia. Bill Drayton seorang innovator publik yang mendirikan Ashoka Foundation menulis bahwa cara yang paling efektif untuk mempromosikan dapat merumuskan solusi inovatif yang berkelanjutan dan dapat ditiru baik nasional maupun global.²¹

Thomas W. Zimmerer merumuskan manfaat kewirausahaan sebagai berikut:

- a. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri. Memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk tujuan hidupnya. Pebisnis akan mencoba memenangkan hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan bisnisnya guna mewujudkan cita-citanya.
- b. Memberi peluang melakukan perubahan
Semakin banyak pebisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan

²¹ Rintan Saragih, "Membangun Usaha Kreatif, Inovatif, dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial" (Jurnal Kewirausahaan, Vol. 3 No. 2, 2017), diakses pada 25 Januari 2022

perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai untuk keluarga atau mendirikan program daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas.

- c. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya

Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spritual, dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

- d. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin

Menurut hasil penelitian Thomas Stanley dan William Danko, pemilik perusahaan sendiri mencapai dua pertiga dari jutawan Amerika Serikat. “orang-orang yang bekerja memiliki perusahaan sendiri empat kali lebih besar peluangnya untuk menjadi jutawan daripada orang-orang yang bekerja untuk orang lain atau menjadi karyawan perusahaan lain.

- e. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya

Peran penting yang dimainkan dalam sistem bisnis di lingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi nasional merupakan imbalan bagi manajer perusahaan kecil.

- f. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya

Wirausahawan harus mengikuti nasihat Harvey McKey. Menurut McKey, “carilah dan dirikan usaha yang anda sukai dan anda tidak pernah merasa terpaksa harus bekerja sehari pun dalam hidup anda. “hal yang menjadi penghargaan terbesar bagi pebisnis atau wirausahawan bukanlah tujuannya,

melainkan lebih kepada proses dan atau perjalanannya.²²

B. Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan penelitian terdahulu, penulis berupaya melakukan telaah terhadap sumber-sumber penelitian terdahulu, dan banyak sekali literatur serta karya ilmiah yang ditemukan yang mengkaji tentang komunikasi interpersonal. Adapun hasil temuan penelitian terdahulu yaitu:

Pertama, Penelitian Unsin Khoirul Anisah (153070290) dalam skripsi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta Tahun 2011 yang berjudul “Analisis Deskriptif Komunikasi Interpersonal Dalam Kegiatan Belajar Mengajar Antara Guru dan Murid PAUD Anak Prima Pada Proses Pembentukan Karakter Anak”.²³ Unsin Khoirul memfokuskan penelitiannya pada strategi komunikasi interpersonal dalam kegiatan belajar mengajar guru pada anak usia dini di PAUD Anak Prima untuk membentuk karakter anak yang cerdas, aktif dan komunikatif serta berkembang secara optimal. Ia menjelaskan PAUD Anak Prima melakukan peran sebagai pendidik bagi balita dalam rangka mengoptimalkan usia emas pada anak. Kegiatan pendidikan dilakukan melalui komunikasi interpersonal antara guru dan murid untuk lebih mendalami karakter masing-masing. Komunikasi interpersonal yang diterapkan di PAUD Anak Prima terbukti efektif dalam merangsang kecerdasan balita. Dengan komunikasi interpersonal antara guru dan murid dapat menciptakan interaksi yang sinergis dan suasana belajar yang nyaman bagi murid.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Unsin dengan tema yang akan peneliti usung ini memiliki persamaan jenis pendekatan yang digunakan yaitu metode analisis kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data lapangan yaitu observasi, interview, dokumentasi, dan wawancara narasumber. Pada penelitian Unsin Khoirul membahas komunikasi interpersonal dalam kegiatan belajar mengajar anak usia dini dengan dengan tujuan mengetahui strategi komunikasi dalam membentuk karakter anak yang cerdas, aktif dan komunikatif serta

²² Sunan Purwa Aji, dkk, “Keterampilan Wirausaha Untuk keberhasilan usaha”, (Jurnal of Business, Vol. 3 No. 3, 2018), diakses pada 25 Januari 2022

²³ Unsin Khoirul Anisah, “Analisis Deskriptif Komunikasi Interpersonal dalam Kegiatan Belajar Mengajar antara Guru dan Murid PAUD Anak Prima pada Proses Pembentukan Karakter Anak”, Skripsi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, 2011.

berkembang secara optimal di PAUD Anak Prima. Pada penelitian yang akan peneliti kedua usung membahas pola komunikasi interpersonal mentor wirausaha untuk memotivasi santri agar termotivasi untuk berwirausaha. Dari kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kualitatif dan mengkaji beberapa teori komunikasi interpersonal.

Kedua, Penelitian Indri Wisma Anugrah (1541010259) dalam skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2019 yang berjudul “Strategi Komunikasi Interpersonal Dalam Membentuk Perilaku Keagamaan (Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko *Acronics Stationary* Sukarame Bandar Lampung).²⁴ Indri memfokuskan penelitiannya pada metode yang digunakan oleh pemilik toko dalam membentuk karakter karyawan untuk memiliki kepribadian yang baik, berakhlak mulia.

Persamaan antara penelitian Indri dengan teman yang akan peneliti kedua usung keduanya sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data lapangan yaitu observasi, interview, dokumentasi, dan analisa data dengan menggunakan metode *sampling jenuh* untuk menentukan sampel peneliti. Sedangkan pada penelitian kedua ini membahas pola komunikasi interpersonal yang terjalin antara mentor wirausaha pondok pesantren dalam memotivasi santri untuk berwirausaha di pondok pesantren Al-Mawaddah. Perbedaan penelitian Indri dengan penelitian yang akan peneliti usung ini yaitu, Pada penelitian Indri mengarah pada proses bagaimana pembinaan atasan terhadap karyawan toko. Sedangkan pada penelitian yang akan peneliti usung ini mengarah pada pola komunikasi interpersonal mentor wirausaha pada santri agar termotivasi untuk berwirausaha.

Ketiga, Penelitian Umami Munawaroh (B76215071) dalam skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2019 yang berjudul “Komunikasi Interpersonal Manajer dengan Karyawan (Studi pada *Manajer Business Development PT Paragon Technology And Innovation Distribution Centre* Surabaya)”.²⁵ Umami memfokuskan penelitiannya pada proses

²⁴ Indri Wisma Anugrah, “*Strategi Komunikasi Interpersonal Dalam Membentuk Perilaku Keagamaan (Studi Kasus pada Pemilik dan Karyawan Toko Acronics Stationary Sukarame Bandar Lampung)*”, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.

²⁵ Umami Munawaroh, “*Komunikasi Interpersonal Manajer dengan Karyawan (Studi pada Manajer Business Development PT Paragon Technology And Innovation*

komunikasi interpersonal dengan karyawan PT Paragon *Technology and Innovation Distribution Centre* Surabaya. dengan tujuan memahami proses komunikasi interpersonal dan hambatan yang terjadi pada proses tersebut di PT Paragon *Technology and Innovation Distribution Centre* Surabaya. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa proses komunikasi interpersonal manajer dilakukan melalui proses fact finding (pengumpulan fakta dan masalah)

Persamaan Penelitian Ummi Munawwaroh dengan tema yang akan peneliti usung ini sama-sama dengan tujuan memahami proses komunikasi interpersonal dan mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung proses komunikasi interpersonal. . Dari dua penelitian ini sama-sama menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu, Pada penelitian Ummi Munawwaroh lebih banyak mengkaji proses komunikasi interpersonal manajer dengan karyawan. Sedangkan pada penelitian kedua tema yang akan peneliti usung lebih banyak mengkaji pola komunikasi interpersonal di pondok pesantren yang terjalin antara mentor wirausaha dengan santri agar termotivasi untuk berwirausaha. Dari dua penelitian ini sama-sama menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif.

Keempat, Penelitian Renika Yuliana dalam Jurnal *Magisma* Vol. IX No. 1 Tahun 2021 yang berjudul “Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan di Masa Pandemi Covid-19.”²⁶ Renika memfokuskan penelitiannya pada komunikasi yang digunakan untuk meningkatkan motivasi karyawan di masa pandemic covid-19. Renika menjelaskan selama masa pandemic covid-19 diperlukan komunikasi yang baik berisi kata-kata saling menguatkan dan pesan yang diungkapkan akan meningkatkan simpati dan kepedulian antara satu sama lain. Dampak komunikasi dan interaksi manusia dapat menimbulkan reaksi negative dan positif di lingkungan.

Persamaan penelitian Renika dengan tema yang akan peneliti kedua usung yaitu keduanya sama-sama mempunyai fokus penelitian komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan motivasi. Dari kedua penelitian ini sama-sama

Distribution Centre Surabaya)”, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

²⁶ Renika Yuliana, *Komunikasi Interpersonal dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan di Masa Covid-19*, (Jurnal *Magisma* Vol. IX No. 1, 2021).

membahas komunikasi interpersonal dan motivasi dan tujuan mengetahui komunikasi interpersonal yang dilakukan untuk memotivasi orang lain. Sedangkan perbedaan penelitian Renika dengan penelitian kedua yaitu, pada penelitian Renika menggunakan jenis penelitian kepustakaan yaitu metode penelitian dengan pengumpulan data perpustakaan, membaca dan mencatat penentuan bahan penelitian. Sedangkan dalam tema yang akan peneliti kedua usung ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan cara wawancara, observasi, dan interview.

Kelima, Penelitian Alfian Dwi Prasetyo (L100120025) dalam skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2017 berjudul “Pengaruh Intensitas Komunikasi Interpersonal dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa SD IT Aisyah Full days Pandes”.²⁷ Berdasarkan dari Hasil penelitian Alfian menunjukkan variabel intensitas komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap prestasi belajar siswa sebesar $0.4 < 0.6$ Variabel motivasi belajar berpengaruh terhadap prestasi belajar siswa ditunjukkan dengan nilai sebesar $0,0 < ,05$. Hasil ujian secara simultan menunjukkan variabel intensitas komunikasi interpersonal dan variabel motivasi belajar berpengaruh secara signifikan terhadap prestasi belajar siswa ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Persamaan penelitian Alfian dengan tema yang akan peneliti kedua usung yaitu, keduanya sama-sama membahas pola komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu, pada penelitian Alfian menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan mengambil sampel menggunakan teknik kuota purposif proporsional random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 30 siswa. Teknik analisis keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Sedangkan pada penelitian kedua, tema yang akan peneliti usung ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data lapangan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi.

Keenam, Penelitian Saraswati Diah dan Irwansyah dalam jurnal komunikasi vol 4, No 2 Tahun 2019 berjudul “Komunikasi

²⁷ Alfian Dwi Prasetyo, “Pengaruh Intensitas Komunikasi Interpersonal dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Siswa SD IT Aisyah Fullday Pandes”, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.

Interpersonal dan Budaya Kerja pada Kinerja Pegawai pada Lembaga Pemerintahan”²⁸ Hasil dari penelitian tersebut yaitu pertama komunikasi interpersonal dari hasil uji validitas dan reliabilitas hasilnya valid dan reliabel, memiliki hubungan yang positif dan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai. Kedua, budaya kerja dari hasil uji validitas dan reliabilitas hasilnya valid dan reliabel, memiliki hubungan yang positif dan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai. Ketiga, besarnya pengaruh variabel komunikasi interpersonal dan budaya kerja secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai adalah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Persamaan penelitian Saraswati dan tema yang akan peneliti usung ini keduanya sama-sama membahas komunikasi interpersonal. Perbedaan dari dua penelitian ini yaitu terletak pada tujuan penulisan dan jenis pendekatan yang digunakan. Penelitian Saraswati bertujuan mendeskripsikan pengaruh komunikasi interpersonal dan budaya kerja terhadap kinerja pegawai. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian Saraswati adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif juga menggunakan jenis penelitian metode survei. Sedangkan pada penelitian kedua, peneliti akan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pengumpulan data lapangan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan tujuan mengetahui hambatan dan pendukung komunikasi interpersonal mentor wirausaha di pondok pesantren *entrepreneur* Al Mawaddah.

Ketujuh, Penelitian Suzy Azehari dan Nurul Khotimah dalam Jurnal Pekommas Vol. 18 No. 3 Tahun 2015 yang berjudul “Pola Komunikasi Antarpribadi antara Guru dan Siswa di Panti Sosial Taman Penitipan Anak “Melati” Bengkulu”.²⁹ Hasil penelitian ini menunjukkan pola komunikasi primer yang mengacu pada efektifitas komunikasi interpersonal antara guru dan siswa diperoleh melalui keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan yang menekankan pada faktor kedekatan emosional yang dibangun para guru terhadap siswanya.

²⁸ Saraswati Diah Musirin, Irwansyah, *Komunikasi Interpersonal dan Budaya Kerja pada Kinerja Pegawai pada Lembaga Pemerintahan*, (Inter Komunika: Jurnal Komunikasi Vol. 4 No. 2, 2019).

²⁹ Suzy Azehari dan Nurul Khotimah, *Pola Komunikasi Antarpribadi antara Guru dan Siswa di Panti Sosial Taman Penitipan Anak “Melati” Bengkulu*, (Jurnal Pekommas, Vol. 18 No. 3, 2015).

Akibatnya siswa dapat mengerti pesan yang disampaikan guru kepadanya.

Persamaan penelitian Suzy dan Nurul dengan tema yang akan peneliti usung ini, keduanya menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dan tujuan penelitian mengetahui komunikasi interpersonal yang terjalin. Perbedaan penelitian Suzy dengan penelitian kedua yang akan peneliti usung ini yaitu, pada penelitian Suzy komunikasi mengkaji komunikasi interpersonal antara guru dan murid di panti sosial sedangkan penelitian tema yang akan peneliti kedua usung lebih fokus pada pembahasan pola komunikasi interpersonal untuk meningkatkan motivasi santri untuk berwirausaha.

Kedelapan, Penelitian Tessa Simhate dalam Jurnal Iqra' Vol. 7 No. 2 Tahun 2013 yang berjudul "Penerapan Komunikasi Interpersonal dalam Melayani Pengguna Perpustakaan".³⁰ Penulis menjelaskan melalui mempelajari komunikasi interpersonal yang efektif para pustakawan dapat mengetahui bagaimana menjadi penyampai pesan yang efektif, menjadi penerima atau pendengar yang efektif, sekaligus bagaimana menjadi pribadi yang menarik. Dengan demikian pengetahuan akan komunikasi interpersonal yang baik dan efektif sangat penting bagi para pustakawan, agar mereka dapat menjadi pustakawan profesional yang dapat memberikan layanan prima kepada para pencari informasi.

Persamaan penelitian Tessa dengan tema penelitian yang akan peneliti usung ini yaitu sama-sama mengkaji tentang komunikasi interpersonal. Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu, penelitian Tessa memfokuskan pada pembahasan komunikasi secara umum dan komunikasi interpersonal yang diterapkan pada pustakawan dalam melayani para pengguna perpustakaan dengan tujuan mengetahui bentuk komunikasi yang bisa diterapkan pada pustakawan. Sedangkan pada penelitian kedua, tema yang akan peneliti usung ini memfokuskan pada pembahasan komunikasi interpersonal mentor wirausaha pondok pesantren untuk memotivasi santri berwirausaha.

Kesembilan, Penelitian Arni Surwanti dalam Jurnal Vol. 2No. 1 Tahun 2011 yang berjudul "Motivasi Kerja, Kepuasan

³⁰ Tessa Simahate, *Penerapan Komunikasi Interpersonal dalam Melayani Pengguna Perpustakaan*, (Jurnal Iqra', Vol. 07 No. 02, 2013).

Kerja dan Kinerja.³¹ Hasil penelitian Arni menunjukkan motivasi, kepuasan kerja dan kinerja sangat tergantung pada kondisi tertentu yaitu perbedaan individual, seperti perbedaan kebutuhan personal, nilai, sikap, ketertarikan dan kemampuan individu mengajarkan tugasnya. Berdasarkan karakteristik pekerjaannya ada beberapa aspek posisi pekerjaan yang menentukan batasan atau kesempatan.

Persamaan penelitian yang dilakukan Arni Surwanti dengan tema penelitian yang akan peneliti usung usung ini yaitu, keduanya sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan membahas motivasi. Perbedaan dari dua penelitian ini yaitu, pada penelitian Arni hanya mengkaji beberapa teori-teori motivasi dan macam-macam motivasi kerja, kinerja, dan kepuasan kerja. Sedangkan pada penelitian kedua, tema yang diusung mengkaji teori-teori komunikasi interpersonal, motivasi, dan motivasi wirausaha.

Kesepuluh, penelitian Tri Andjarwati dalam jurnal ilmu ekonomi dan manajemen yang berjudul “Motivasi Dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland”.³² Hasil penelitian Adji yaitu terdapat hubungan yang jelas antara teori maslow hirarki kebutuhan, teori motivasi dari herzberg dan teori *need for achievement*. Hubungan teori tersebut menunjukkan saling melengkapi kebutuhan tingkat tinggi dan motivator dan kebutuhan tingkat rendah.

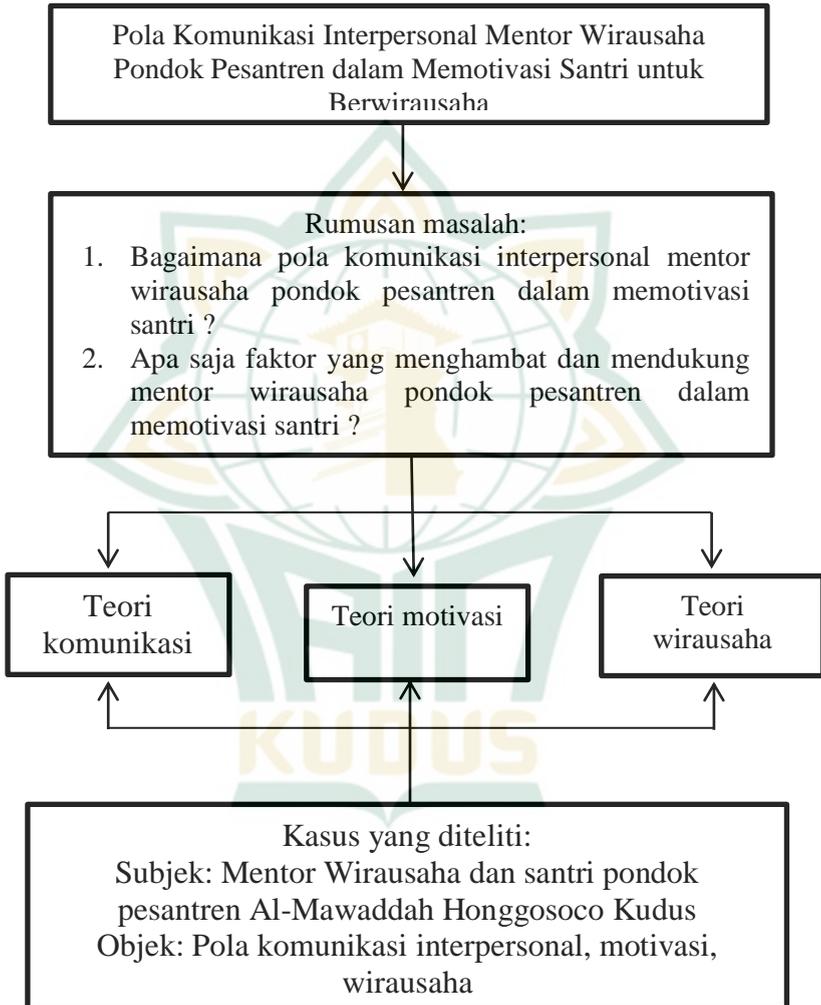
Persamaan penelitian Tri Andjarwati dengan tema penelitian yang akan peneliti usung ini yaitu, keduanya sama-sama mengkaji beberapa teori motivasi dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu, pada penelitian Tri membahas mengenai perbandingan teori motivasi hirarki Maslow, Herzberg, teori Mc Gregor, dan teori motivasi Mc Clelland. Sedangkan pada penelitian kedua yang akan diusung ini selain mengkaji beberapa teori motivasi juga mengkaji beberapa teori komunikasi interpersonal, dan wirausaha.

³¹ Arni Surwanti, *Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, dan Kinerja*, (Jurnal Motivasi, vol. 2 no. 1, 2011)

³² Tri Andjarwati, “*Motivasi Dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland*”, (Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen: Vol. 1 no. 1, 2015).

C. Keerangka Berfikir

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berfikir
“Pola Komunikasi Interpersonal Mentor Wirausaha Pondok Pesantren Dalam Memotivasi Untuk Berwirausaha”



Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Pada bagan kerangka berfikir diatas bisa diketahui bahwa penelitian yang berjudul “Komunikasi Interpersonal Mentor Wirausaha Pondok Pesantren dalam Memotivasi Santri untuk Berwirausaha” akan diteliti bagaimana pola komunikasi interpersonal yang terjalin antara mentor wirausaha dengan para santri Al Mawaddah dalam meningkatkan motivasi kepada para santri untuk berwirausaha. Dalam komunikasi interpersonal yang efektif, individu harus menekankan pada aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan interaksi. Peneliti akan mencari faktor yang mendukung dan menghambat pola komunikasi interpersonal mentor kepada santri. Dalam penelitian ini peneliti akan mengkaji tiga teori yang berkaitan dengan judul dan rumusan masalah yang ada, yaitu teori komunikasi interpersonal, teori motivasi, dan teori wirausaha.

Komunikasi interpersonal antara mentor wirausaha dengan santri yang penulis maksudkan adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai panduan berfikir dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, imbauan dan sebagainya. Komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi interpersonal yang dilakukan secara tatap muka bertujuan untuk memotivasi santri agar termotivasi untuk berwirausaha. Pada penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada kasus penelitian berupa komunikasi interpersonal yang dilakukan mentor wirausaha pondok pesantren terhadap santri pondok pesantren Al Mawaddah.