

## **Komunikasi Antarpribadi antara Manajer dengan Konsultan Tim Agen Pemasar Tupperware**

Interpersonal Communication Manager Advisors Team Agent Marketers Tupperware

<sup>1</sup>Resti Nurul Novitasari, <sup>2</sup>Ike Junita Triwardhani

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>restinurulnovitasari@gmail.com , <sup>2</sup>junitatriwardhani@yahoo.com*

**Abstract.** Tupperware be known as a company with the Best Selling Direct marketing activities carried out by the consultant. The ability to do direct selling by the consultant is a result from development activities undertaken by managers on each team unit Tupperware marketers using interpersonal communication. The purpose of this research is 1) to know about openness by the managers; 2) to know about ability managers unit in developing empathy; 3) to know of the supportiveness who shown by the managers team; 4) to know the positiveness that developed by managers; and 5) to know about equality who constructed by managers team in built interpersonal communication effectiveness with the consultant team of marketers unit Tupperware. This research uses Descriptive Studies, to see how the team managers unit marketers establish communication with the consultants. In this research, the result showed that the leaders doing good interpersonal communications effectiveness for produce motivation to the consultant for selling activities. The openness shown by the managers in willingness to communicate and express their thoughts to the consultant. Also, the managers familiar with the complete identity, ability, desire a form of empathy consultant and managers are able and gave assessment the problem from the standpoint of consultant. On the other sides, the managers showed their supportiveness and positiveness. The support shown by the willingness of managers to help consultant if there is a problem. While, equality was found in the willingness of managers to exchange ideas, even to hear and accept about the opinion of the consultant without regardless of their position on the learning field, knowledge, and common progress as a form of equality.

**Keywords:** Interpersonal Communication Effectiveness , openness , empathy , being supportive , positive attitude , equality

**Abstrak.** Tupperware dikenal sebagai perusahaan dengan kegiatan pemasaran Direct Selling terbaik yang dilakukan oleh konsultannya. Kemampuan konsultan dalam melakukan direct selling ini merupakan hasil, dari kegiatan pembinaan yang dilakukan oleh manajer di setiap tim unit pemasar tupperware menggunakan komunikasi antarpribadi efektif. Tujuan dalam penelitian ini 1) untuk mengetahui keterbukaan yang dilakukan oleh manajer; 2) Untuk Mengetahui kemampuan Manajer tim unit mengembangkan empati; 3) Untuk Mengetahui seperti apa sikap mendukung yang ditunjukkan Manajer tim; 4) Untuk Mengetahui sikap positif yang dikembangkan oleh manajer; dan 5) Untuk Mengetahui kesetaraan yang dibangun oleh manajer tim unit dalam membangun komunikasi antarpribadi efektif dengan konsultan tim unit pemasar tupperware. Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif untuk melihat bagaimana efektivitas komunikasi antarpribadi yang dibangun oleh manajer sebagai leader dalam tim unit pemasar tupperware. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa komunikasi antarpribadi yang dibangun oleh manajer dengan konsultannya sebagai anggota sudah memenuhi karakteristik komunikasi antarpribadi efektif. Keterbukaan ditunjukkan dengan kesediaan manajer berkomunikasi dan mengungkapkan setiap pengalaman mereka pada konsultan. Manajer juga mengenal dengan baik identitas lengkap, kemampuan, keinginan konsultannya sebagai bentuk empati dan manajer mampu menilai permasalahan dari sudut pandang konsultan. Selain itu dukungan juga sikap positif ditunjukkan manajer dengan kesediaan manajer membantu konsultan jika terdapat kesulitan. Kesetaraan ditemukan pada kesediaan manajer untuk mau bertukar pikiran dan menerima pendapat dari konsultannya tanpa membedakan kedudukan untuk pembelajaran, pengetahuan, dan kemajuan bersama sebagai bentuk kesetaraan.

**Kata Kunci :** Komunikasi Antarpribadi efektif, keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, kesetaraan.

## A. Pendahuluan

Tupperware dikenal sebagai salah satu perusahaan yang memiliki kegiatan Direct Selling terbaik didunia, hal ini didukung oleh kemampuan para agen pemasar tupperware dalam menghasilkan penjualan yang tinggi. Kemampuan direct selling yang dimiliki oleh para agen pemasar tupperware ini dibentuk melalui kegiatan komunikasi yang dibangun oleh manajer pada tiap tim unit agen pemasar tupperware.

Komunikasi antarpribadi yang efektif menjadi salah satu cara untuk bisa menghasilkan motivasi yang tinggi dan kemampuan direct selling bagi para anggota tim agen pemasar. Sehingga para tim unit agen pemasar tupperware mampu menghasilkan penjualan yang tinggi setiap bulannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana komunikasi antarpribadi efektif yang dilakukan antara manajer tim unit dengan Konsultan pada unit pemasaran tupperware?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk Mengetahui Keterbukaan yang dilakukan oleh Manajer tim unit dalam Komunikasi Antarpribadi yang dilakukannya dengan konsultan tim unit agen pemasar tupperware.
2. Untuk Mengetahui kemampuan Manajer tim unit mengembangkan empati dalam komunikasi antarpribadi yang ia lakukan dengan konsultan tim unit pemasaran tupperware.
3. Untuk Mengetahui seperti apa sikap mendukung yang ditunjukkan Manajer tim unit dalam komunikasi antarpribadi yang mereka lakukan dengan konsultan tim pemasar tupperware.
4. Untuk Mengetahui sikap positif yang dikembangkan oleh manajer tim unit dalam komunikasi antarpribadi yang mereka lakukan dengan konsultan tim unit pemasar tupperware.
5. Untuk Mengetahui kesetaraan yang dibangun oleh manajer tim unit dalam melakukan komunikasi antarpribadi dengan konsultan tim unit pemasar tupperware.

## B. Landasan Teori

Menurut Devito (1989), “komunikasi interpersonal ialah penyampaian pesan oleh satu orang serta penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya serta dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera” (dalam Effendy, 2003 : 30).

Sedangkan komunikasi antarpribadi yang efektif menurut devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book*, p: 259 - 264 adalah dimana “Efektivitas Komunikasi Interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), dan kesetaraan (equality)

Dari definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada karakteristik komunikasi antarpribadi efektif, yaitu:

1. Keterbukaan  
Karakteristik yang pertama adalah keterbukaan, dimana menurut Devito keterbukaan setidaknya akan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi antarpribadi yang dilakukan, yaitu pertama komunikator antarpribadi yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajak berinteraksi. Yang kedua kesediaan komunikator untuk bereaksi jujur terhadap setiap stimulus yang datang dari komunikan, ketiga menyangkut keterbukaan adalah kepemilikan

perasaan dan pikiran.

Supraktifna (1995:14) :

“Pembukaan diri adalah kegiatan mengungkapkan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan atau berguna untuk memahami tanggapan kita yang diberikan pada komunikan dalam hal ini adalah anggota tim agen pemasar. “

## 2. Empati

Empati menjadi karakteristik yang kedua yang didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami oranglain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.

Supratiknya (1995) dalam Edi Harapan (2014 : 53) menyatakan pentingnya memahami sudut pandang orang lain dimana, Perlu diperhatikan sudut pandang lawan bicara secara lebih spesifik sebelum mengutarakan sesuatu, seseorang yang sedang berkomunikasi harus memperhatikan :

1. Sudut pandang lawan bicara
2. Apa yang telah diketahui oleh lawan komunikasinya tentang hal yang akan diungkapkan itu, dan
3. Informasi lebih lanjut mana yang dibutuhkan dan diinginkan oleh lawan komunikasi tentang masalah yang diutarakan.

## 3. Sikap Mendukung.

Karakteristik Komunikasi antarpribadi selanjutnya adalah sikap mendukung. Sikap mendukung bisa menghasilkan komunikasi antarpribadi yang efektif karena dengan mengembangkan sikap mendukung bisa membuat faktor keterbukaan menjadi lebih mudah untuk dilakukan oleh komunikator. Sikap mendukung ini bisa ditunjukkan dengan penjelasan deskriptif bukan evaluatif untuk terciptanya sikap mendukung, dan juga dengan berpikir terbuka.

## 4. Sikap Positif

Karakteristik komunikasi antarpribadi efektif yang keempat adalah sikap positif. Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi antarpribadi dengan sedikitnya dua cara yaitu menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi, dan mengungkapkan kalimat-kalimat positif dalam komunikasi yang kita lakukan.

## 5. Kesetaraan

Karakteristik terakhir yang digunakan oleh peneliti adalah kesetaraan. Kesetaraan menurut Devito (1989) 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.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Dari hasil pengumpulan data didapatkan :

### 1. Keterbukaan

Keterbukaan dilakukan oleh leader dengan memenuhi alat ukur yaitu :

#### a. Ketersediaan untuk berinteraksi secara jujur.

Dalam kegiatan komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh agen pemasar Tupperware dengan timnya sudah dilakukan keterbukaan, dimana

keterbukaan terpenuhi karena indikator kesediaan untuk berinteraksi secara jujur dilakukan oleh manajer. Manajer selalu mengakui bahwa setiap hal yang ia kemukakan dalam komunikasinya dengan anggota adalah benar dari pengalamannya dan dibuat dengan sejujurnya berdasarkan hal-hal yang dimiliki manajer. Manajer memang bersedia untuk berkomunikasi dengan konsultannya, bahkan manajer lebih dulu menanyakan kabar dari konsultannya setiap ada kesempatan. Dalam kegiatan observasi pun peneliti menemukan bahwa memang anggota tim merasa nyaman ketika memiliki keterbukaan dengan leader mengenai berbagai masalah yang mereka temui baik masalah keluarga ataupun masalah penjualan.

Dari semua temuan tersebut membuktikan bahwa keterbukaan dengan indikator kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang sudah sangat terpenuhi dalam kegiatan mencapai komunikasi antarpribadi efektif yang dibangun oleh pihak leader unit dengan anggota unitnya.

b. Pengakuan dan tanggung jawab atas kepemilikan perasaan.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa setiap pemikiran dan perasaan yang dilontarkan oleh komunikator dalam hal ini dilakukan oleh leader atau manajer adalah benar milik mereka berdasarkan pengakuan yang peneliti dapat dari kegiatan wawancara.

Dalam wawancara salah satu manajer menyatakan bahwa apapun masalah yang dihadapi konsultan harus dibahas bersama dan dicari solusinya berdasarkan pengalaman yang ia miliki. Ini berarti dalam kegiatan diskusi manajer mengungkapkan kepemilikan perasaannya dengan memberikan solusi yang berdasarkan pengalaman mereka. Dengan begitu leader benar-benar telah melakukan keterbukaannya kepada anggota unit mereka, dengan memberikan pemikiran berdasarkan perasaan dan pemikiran mereka sendiri berarti mereka telah bersedia membangun keterbukaan untuk menjadikan sebuah hubungan yang baik diantara mereka.

2. Empati

Daya empati yang dimiliki oleh manajer sudah cukup baik dimana hal ini ditunjukkan dari penemuan penelitian dengan pemenuhan alat ukur sebagai berikut :

a. Mengetahui Keinginan, Pengalaman, Kemampuan Komunikatif.

Leader dalam setiap unit tim agen pemasar tupperware seharusnya memiliki empati kepada setiap anggota yang mereka bina. Dalam membina manajer terlebih dahulu mengenal dengan baik anggotanya secara identitas pribadi seperti alamat, pekerjaan, status, jumlah anak, umur, daerah asal dan tempat tinggal, kemudian mulai memahami kekurangan dan kelebihan berdasarkan data tersebut. Dari kekurangan dan kelebihan yang dipahami, manajer akan mengetahui seperti apa kemampuan yang dimiliki oleh anggotanya masing-masing. Bahkan manajer juga mengetahui seperti apa motivasi dan tujuan konsultannya.

b. Merasakan apa yang dirasakan komunikatif.

Manajer selalu bisa merasakan apa yang dirasakan oleh anggotanya, ia bisa menempatkan diri sebagai seorang anggota dalam situasi tertentu salah satunya saat anggotanya berhasil mendapatkan

prestasi manajer akan ikut senang dengan prestasi tersebut. Henry Backrack (1979) dalam Devito (2011 : 286) menjelaskan bahwa, empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami oleh orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang komunikasi dan melalui kacamata oranglain. Ketika konsultan memiliki permasalahan keluarga dan berakibat pada kurangnya waktu untuk berkumpul dengan tim unit, manajer juga bisa memahami dan memaklumi karena manajer berusaha menempatkan dirinya di situasi konsultan dan kemudian memberikan solusi sesuai dengan kondisi yang dihadapi memakai sudut pandang konsultan.

### 3. Sikap mendukung

Manajer menunjukkan sikap mendukung melalui 2 hal :

#### a. Menciptakan suasana nyaman

Suasana nyaman diciptakan dengan membuat tujuan dan impian bagi konsultan untuk kemudian berusaha mencapainya dengan tahapan kegiatan penjualan yang dilakukan secara bersama antara manajer dan konsultannya. sehingga motivasi akan terbangun secara kuat diantara manajer dan konsultan dan akan menghasilkan suasana yang nyaman. Manajer juga menyesuaikan bahasa dalam komunikasinya dengan konsultan agar mudah dimengerti dan konsultan nyaman untuk berkomunikasi.

#### b. Spontan dalam menjawab stimulus

Manajer memberikan tanggapan dalam komunikasinya dengan konsultan secara spontan saat itu juga berdasarkan pemikirannya tanpa ada rekayasa pesan. Selain itu tanggapan diberi berdasarkan pengalaman manajer sendiri agar konsultan bisa mendapatkan gambaran yang jelas saat mendapatkan pesan dari manajer. spontanitas ini menunjukkan bahwa manajer memang melakukan komunikasi yang terbuka dan apa adanya sebagai bentuk dukungan terhadap konsultan.

#### c. Berpikir terbuka

Manajer berpikir terbuka dengan menerima saran dan kritik dari konsultannya untuk dijadikan pelajaran dan perbaikan baginya, ia juga mampu memberikan solusi permasalahan berdasarkan pengalaman dari konsultan yang ia ambil dan ini membuktikan bahwa ia memiliki pemikiran yang terbuka. Selain itu manajer juga mampu untuk memberikan solusi dari permasalahan konsultan sesuai dengan kondisi saat itu berdasarkan keadaan yang dihadapi konsultan.

### 4. Sikap positif

Manajer mengikutsertakan sikap positif dalam komunikasi antarpribadinya dengan konsultan.

#### a. Menyatakan sikap positif

Sikap positif datang dari dalam diri manajer dan akan tercermin melalui sikap yang ditunjukkan manajer juga dengan pemilihan bahasa yang baik dan kalimat positif seperti “ayo bisa”, “kita bisa”, “pasti bisa”. Selain itu manajer selalu bangga dengan pencapaian konsultannya sebagai bentuk hal positif lainnya. Dan semangat motivasi yang tinggi juga dibangun dalam setiap kegiatan dan lingkungan kerja sebagai bentuk sikap positif.

- b. Memberi dorongan dan menghargai komunikasi.

Manajer selalu memotivasi konsultannya, bahkan ia mengikut sertakan konsultannya yang berprestasi untuk ikut jenjang karir agar konsultan bisa menjadi manajer seperti dirinya. Hal ini merefleksikan dorongan yang diberikan manajer pada konsultannya. Manajer selalu menjaga hubungan dekat dengan konsultan juga selalu mengapresiasi hal sekecil apapun sebagai bentuk penghargaan pada konsultannya.

#### 5. Kesetaraan

Manajer membangun kesetaraan dengan konsultannya dengan memenuhi :

- a. Pengakuan Secara Implisit Tentang Keberhargaan Komunikasi

Manajer selalu mau turun tangan membantu kegiatan belanja konsultannya ketika konsultan sibuk dengan pekerjaan lain, hal ini membuktikan bahwa manajer membutuhkan komunikasi sebagai anggotanya untuk sama-sama menghasilkan penjualan sebagai bentuk penghargaan konsultan bagi manajer. Manajer selalu mau turun langsung menyelesaikan permasalahan yang ditemui oleh konsultan sebagai pengakuan implisit tentang keberhargaan konsultan.

- b. Masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting

Manajer sebagai leader akan memberikan arahan dan membina dalam kegiatan penjualan ataupun pekerjaan lainnya, namun ternyata konsultan juga memberikan kritik dan saran sebagai bentuk pembelajaran bagi manajer untuk menjadi semakin lebih baik dalam membina konsultannya. Selain itu manajer dan konsultan terkadang berbagi cerita tentang pengalaman mereka masing-masing dalam berbagai hal mulai dari permasalahan keluarga hingga pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa manajer dan konsultan memiliki sesuatu hal yang penting untuk diberikan.

### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Manajer melakukan keterbukaan dalam komunikasi antarpribadinya dengan konsultan, melalui kesediaan untuk berinteraksi secara jujur dan pengakuan tanggung jawab kepemilikan perasaan bahwa benar apa yang dilontarkan menyangkut informasi terbuka berupa pengalaman yang diberikan oleh manajer adalah benar berdasarkan pemikirannya dan pengalamannya sendiri.
2. Manajer memiliki daya empati yang baik dengan mengenal konsultannya dari keinginan, pengalaman, kelebihan dan kemampuannya secara baik melalui komunikasi yang intensif dan identitas diri konsultannya. Selain itu empati dihasilkan ketika manajer mau memiliki pandangan yang sesuai dengan pandangan konsultan tentang suatu hal.
3. Manajer menunjukkan sikap mendukung dengan membuat suasana yang nyaman dengan konsultan menggunakan peningkatan motivasi untuk pencapaian tujuan dan impian konsultan. Selain itu juga manajer mau berpikir terbuka untuk secara aktif mendengar kritik dan saran dari konsultannya.
4. Sikap positif juga dibangun oleh manajer dalam komunikasi antarpribadinya dengan konsultan melalui kalimat-kalimat positif yang dilontarkan manajer. Kemudian juga dengan memberikan dorongan semangat melalui suasana kerja yang semangat dan memberikan kalimat dorongan seperti “ayo bisa,” “kamu bisa”, “pasti bisa”.

5. Manajer juga melakukan kesetaraan dalam komunikasi antarpribadinya dengan konsultan dengan selalu mencocokkan bahasa yang ia gunakan sesuai dengan latar budaya dan pendidikan konsultan sebagai bentuk keberhargaan konsultan untuk manajer. Konsultan tidak selalu mendapatkan pembelajaran dari manajer, terkadang justru manajer yang mendapatkan pembelajaran dari konsultan sebagai bentuk pertukaran informasi atau manfaat.

## E. **Saran**

### **Saran Teoritis**

1. Perlu adanya pengembangan keilmuan tentang komunikasi antarpribadi efektif dalam rangka meningkatkan kegiatan pemasaran.
2. Harus ada penelitian lebih lanjut mengenai keterkaitan keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan dalam membina hubungan dengan pekerja yang berpengaruh pada peningkatan motivasi.

### **Saran Praktis**

1. Kepada Tupperware disarankan memberikan pelatihan mengenai teknik komunikasi antarpribadi pada manajer untuk membina hubungan dan mengarahkan motivasi konsultan tim unit pemasar Tupperware, demi peningkatan penjualan.
2. Tupperware bisa memberikan reward lebih kepada manajer yang mampu membina konsultan dengan disiplin sesuai kode etik penjualan, agar manajer semakin termotivasi dalam pembinaan pada anggota unit pemasarnya agar terus menghasilkan penjualan namun dengan tetap menaati kode etik penjualan yang diberlakukan oleh tupperware.
3. Masing-masing manajer tim unit pemasar tupperware harus semakin meningkatkan kualitas hubungannya dengan konsultan agar konsultan melalui komunikasi dan interaksi bersama tim unit yang lebih intensif dengan kegiatan – kegiatan outdoor dan family gathering yang dibuat per-unit agar kekeluargaan dalam tim semakin terbangun.

## **Daftar Pustaka**

- Cangara, Hafied. 2012. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- DeVito, Joseph, A. 1989. *The Interpersonal Communication Book* , Jakarta: Professional Book.
- DeVito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia, diterjemahkan oleh : Agus*, Edisi : 7. Jakarta : Karisma Publish Group
- Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Supraktiknya. 1995. *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta : Kanisius.
- Wood, Julia T. 2013. *Interpersonal Communication: Everyday Encounters, 6th ed.* Penerjemah: Rio Dwi Setiawan. Yogyakarta: Benteng.