

ISBN 978-623-6081-00-6 (PDF)



KOMUNIKASI REKAM MEDIS DAN MANAJEMEN INFORMASI KESEHATAN

Cholifah, M.Kes
Umi Khoirun Nisak, S.KM., M.Epid



BUKU AJAR
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

UMSIDA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO



KOMUNIKASI REKAM MEDIS DAN MANAJEMEN INFORMASI KESEHATAN

Cholifah, M.Kes
Umi Khoirun Nisak, S.KM., M.Epid



BUKU AJAR
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

**BUKU AJAR
KOMUNIKASI REKAM MEDIS DAN
MANAJEMEN INFORMASI KESEHATAN**

Oleh :
Cholifah, SST.,M.Kes
Umi Khoirun Nisak, SKM.,M.Epid



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO
2020**

BUKU AJAR

KOMUNIKASI REKAM MEDIS DAN MANAJEMEN INFORMASI KESEHATAN

Penulis:

Cholifah, SST., M.Kes

Umi Khoirun Nisak., SKM., M.Epid

ISBN :

978-623-6801-00-6

Editor:

Sri Mukhoddim Faridah Hanum, M.Kes.

Design Sampul dan Tata Letak:

Mochammad Nasrulloh, S.Pd

Amy Yoga Prajati, S.Kom.

Penerbit:

UMSIDA Press

Anggota IKAPPI No 218/Anggota Luar Biasa/JTI/2019

Anggota APPTI No 002 018 109 2017

Redaksi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Mojopahit No 666B

Sidoarjo, Jawa Timur

Cetakan Pertama, September 2020

©Hak Cipta dilindungi undang undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dengan sengaja, tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya Buku Ajar Komunikasi Rekam Medis Dan Manajemen Informasi Kesehatan dapat diselesaikan dengan baik dan tanpa halangan yang berarti. Shalawat dan salam selalu kami sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW.

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Sri Mukhodim Faridah Hanum, SST., MM., M.Kes., Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan yang memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan buku ajar ini.
2. Rekan-rekan dosen Prodi Manajemen Informasi Kesehatan yang telah berbagi pengalaman dalam mengampu mata kuliah tersebut.

Saran dan kritik sangat penulis harapkan untuk mewujudkan buku ajar Komunikasi Rekam Medis yang lebih baik dan tentunya sesuai dengan amanat peraturan yang berlaku. Terimakasih.

Tim Penulis

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I KOMUNIKASI EFEKTIF	1
A. KONSEP KOMUNIKASI EFEKTIF	2
B. UNSUR UNSUR KOMUNIKASI EFEKTIF	7
C. FUNGSI-FUNGSI KOMUNIKASI	10
BAB II JENIS JENIS KOMUNIKASI	15
A. JENIS KOMUNIKASI INTRAPERSONAL	15
B. JENIS KOMUNIKASI INTERPERSONAL	17
C. BENTUK KOMUNIKASI KELOMPOK	30
D. FUNGSI KOMUNIKASI KELOMPOK	33
E. KOMUNIKASI VERBAL	39
F. KOMUNIKASI NONVERBAL	45
BAB III KOMUNIKASI INTER-PROFESI	58
BAB IV ETIKA KOMUNIKASI	64
A. MEDIA KOMUNIKASI DALAM KESEHATAN	64
B. ETIKA BERTELPON	74
BAB V GANGGUAN DAN HAMBATAN	79
A. GANGGUAN KOMUNIKASI	79

B. HAMBATAN KOMUNIKASI.....	80
BAB VI MANAJEMEN KOMUNIKASI DAN EDUKASI (MKE).....	84
BIODATA PENULIS.....	104

**BATANG TUBUH DAN
SUB-CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH**

BAB	SUB-CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH
BAB I KOMUNIKASI EFEKTIF	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami konsep komunikasi dan komunikasi efektif 2. Mahasiswa mampu mengerti unsur – unsur komunikasi efektif dan fungsi komunikasi 3. Mahasiswa mampu mempraktekkan teknik komunikasi efektif
BAB II JENIS-JENIS KOMUNIKASI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami dan mempraktekkan komunikasi verbal 2. Mahasiswa mampu memahami dan mempraktekkan komunikasi non-verbal
BAB III KOMUNIKASI INTER- PROFESI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami komunikasi antar profesi dan tenaga kesehatan 2. Mahasiswa mampu memahami bentuk kolaborasi dengan tenaga kesehatan lain
BAB IV ETIKA KOMUNIKASI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami Komunikasi dengan media 2. Mahasiswa mampu memahami Etika bertelepon dan cara bertelepon
BAB V GANGGUAN DAN HAMBATAN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami penanganan keluhan pelanggan 2. Mahasiswa mampu memahami penanganan gangguan dan hambatan komunikasi
BAB VI MANAJEMEN KOMUNIKASI DAN EDUKASI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami elemen manajemen komunikasi dan edukasi (MKE) 1-12

BAB I KOMUNIKASI EFEKTIF

TUJUAN INSTRUKSIONAL UMUM

Setelah mempelajari materi pada BAB I ini mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan dan menguraikan tentang komunikasi efektif yang meliputi konsep komunikasi dan komunikasi efektif, unsur komunikasi efektif, fungsi komunikasi serta mahasiswa mampu mempraktekkan teknik komunikasi efektif

TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS

1. Mahasiswa dapat menjelaskan konsep komunikasi efektif
2. Mahasiswa dapat menjelaskan unsur-unsur komunikasi efektif
3. Mahasiswa dapat menjelaskan fungsi-fungsi komunikasi efektif

PENDAHULUAN

Dalam kamus besar bahasa Indonesia konsep merupakan sebuah rancangan, pengertian atau ide yang diabstrakkan dari peristiwa yang konkrit, yaitu suatu istilah yang dapat memiliki lebih dari satu pengertian yang berbeda. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia pengertian komunikasi merupakan penerimaan dan pengiriman pesan atau informasi lebih dari satu atau 2 orang dan atau lebih dengan menggunakan teknik yang benar, agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan dipahami.

Konsep dasar komunikasi itu sendiri merupakan sesuatu ide dan rancangan yang tersusun supaya suatu proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang kepada orang lain dapat terstruktur dan dapat mudah dipahami serta memberikan timbal balik atau feed back yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

Seorang komunikator atau seorang yang menyampaikan pesan memiliki peran yang penting dalam konsep komunikasi. Karena seorang penyampai pesan atau seorang komunikator, agar orang yang menerima informasi atau yang disebut komunikan dapat menangkap pesan dengan baik maka komunikator harus memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik. Lebih dari itu, seorang komunikator harus memiliki banyak pengetahuan yaitu pengetahuan akan pesan dan informasi yang akan ia sampaikan. Namun bukan berarti komunikator harus mengetahui segala hal, namun lebih tepatnya seorang komunikator harus mengetahui apa yang disampaikannya kepada komunikan.

Informasi atau pesan dari komunikator agar tercapainya tujuan penerimaan pesan maka harus dijelaskan secara akurat dan tepat. Tujuan penerimaan pesan itu sendiri adalah agar komunikan dapat menangkap informasi dari komunikator dan memberikan *feed back* atau timbal balik yang baik kepada komunikator. Agar tujuan tersebut tercapai maka media komunikasi yang digunakan sebagai sarana menyampaikan informasi harus disesuaikan. Oleh sebab itu komunikator yang baik harus bisa mengerti dan memahami karakteristik media komunikasi yang akan digunakan. Sehingga, seorang komunikator dapat menentukan media yang akan digunakan yang sesuai pesan maupun penerima pesan/komunikan. Konsep komunikasi adalah suatu strategi atau proses perencanaan yang dilakukan dalam proses komunikasi, yaitu jenis jenis penyampaian pesan dan proses penyampaian pesannya dalam proses komunikasi itu sendiri (Agustina, 2019).

A. KONSEP KOMUNIKASI EFEKTIF

Kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut “communication”, menurut asal katanya adalah

communicatus yang berasal dari bahasa Latin, kata komunikasi yang memiliki sumber dari kata communis. Kata tersebut memiliki arti “menjadi milik bersama” atau “bebagi” maksudnya adalah bahwa suatu usaha atau proses yang mempunyai tujuan kesamaan dan kebersamaan makna. Komunikasi merupakan terbentuknya suatu proses pemberian informasi dari individu terhadap individu yang lainnya dilihat secara terminologis. Menurut Ruben dan Steward yang terlibat dalam suatu proses komunikasi adalah manusia. Hal tersebut merujuk pada pengertian komunikasi manusia menurut mereka:

Human communication is the process through which individuals —in group, societies, relationships, organizations,—responded to and create messages to adapt to the environment and one another.

Komunikasi manusia merupakan suatu proses yang didalamnya terdapat lebih dari satu orang didalam suatu masyarakat, organisasi, hubungan, dan dalam suatu kelompok yang memberikan tanggapan serta memberikan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Agar makna dari komunikasi yang telah dipaparkan tersebut dapat dipahami sehingga terciptanya komunikasi yang efektif Effendy mengatakan bahwa paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell seringkali dikutip oleh pelaku-pelaku komunikasi. The Structure and Function of Communication in Society, karya Harold Lasswell. Ia mengemukakan bahwa paradigma tersebut menjawab pertanyaan : “Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect?” merupakan cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi. Dengan melihat Paradigma yang

Lasswell kemukakan, hal tersebut menunjukkan bahwa dalam komunikasi terdapat lima (5) unsur jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang memberi pesan?)
2. Pesan (isinya apa?);
3. Media (melalui media/channel/saluran apa?);
4. Komunikan (untuk siapa?);
5. Efek (dengan timbal balik/dampak apa?).

Dapat ditarik sebuah kesimpulan berdasarkan paradigma yang dikemukakan Lasswell suatu komunikasi merupakan dimana pihak komunikator membuat sebuah informasi dan memberikan informasi tersebut lewat suatu media kepada komunikan sehingga menghasilkan suatu feed back, hal tersebut merupakan komunikasi secara sederhana. Menurut para ahli definisi komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Everett M. Rogers)
2. Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Rogers & D. Lawrence Kincaid, 1981).
3. Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal

ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi (Shannon & Weaver, 1949).

4. Ilmu pengantar komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (David K. Berlo, 1965).
5. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan aksi apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?) (Harold D. Lasswell, 1960).
6. Komunikasi juga dapat terjadi kapan saja suatu organisme memberi reaksi terhadap suatu objek atau stimuli. Apakah itu berasal dari seseorang atau lingkungan sekitarnya (Steven).
7. Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator (Raymond S. Ross,).
8. Komunikasi adalah pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami (Prof. Dr. Alo Liliweri.).
9. Komunikasi adalah pertukaran informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan kata, simbol, figur, gambar, grafik, dan sebagainya. Proses pertukaran informasi tersebut yang disebut sebagai komunikasi menurut Gary A. Steiner &

Berelson (Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar 2005).

10. Merupakan sebuah usaha atau proses yang dilakukan untuk mendapatkan suatu makna menurut John R. Wenburg dan William W. Wilmot, (Dedy Mulyana, 2005, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, h. 68).
11. Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang komunikator memberikan pesan/rangsangan dengan tujuan untuk mengubah sifat orang lain menurut Carl I. Hovland, (Dedy Mulyana, 2005).
12. Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, berbicara apa, dengan media apa, untuk siapa? Dengan efek apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?) (Menurut Harorl D. Lasswell, 1960).
13. Komunikasi merupakan suatu proses pemahaman terhadap suatu makna dan memberikan makna menurut Judy C pearson & Paul E melson.
14. Komunikasi adalah proses pemahaman suatu makna antara 2 orang atau bahkan lebih menurut Stewart L. Tubbs & Sylvia Moss.
15. Komunikasi secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu transaksi dinamis yang melibatkan perasaan dan gagasan (William I. Gordon.).
16. Komunikasi merupakan sebuah seni penyampaian pesan-pesan, ide dan informasi seseorang kepada orang lain (M. Djenamar. SH.).
17. Komunikasi adalah proses pemberian makna yang berarti di antara dua atau lebih individu (William Albig.).

18. Komunikasi adalah perpindahan suatu informasi dari satu sumber kepada penerima agar dapat dimengerti dan dipahami (Prof. Dr. Alo Liliweri).
19. Komunikasi merupakan suatu konsep yang memiliki banyak makna. Sehingga Makna komunikasi di bedakan berdasarkan Komunikasi sebagai suatu proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum para ahli ilmu sosial melakukan penelitian memfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitannya dengan pesan dengan perilaku (Anwar Arifin, 1988.).
20. Komunikasi adalah suatu kegiatan komunikasi untuk menciptakan ataupun mempertahankan hubungan interpersonal (Markman, 1998).
21. Komunikasi adalah alat/media yang mana seluruh warga masyarakat bisa ikut serta dalam demokrasi (Aristoteles).

B. UNSUR UNSUR KOMUNIKASI EFEKTIF

Dalam Agustina (2019) suatu proses komunikasi dikatakan berjalan dengan lancar dan baik apabila pesan yang disampaikan komunikan memiliki tujuan tertentu dan disampaikan dengan media yang tepat sehingga pesan dapat diterima dan dimengerti oleh penerima pesan sehingga terciptalah sebuah feed back yang diharapkan. Suksesnya suatu proses penyampaian informasi atau kegiatan komunikasi itu sendiri jika dalam prosesnya menyertakan beberapa unsur dibawah ini:

1. Sumber

Sumber merupakan peran utama yang terlibat dalam suatu proses komunikasi. Sebuah komunikasi yang terjadi antar manusia, sumber dapat terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya organisasi, lembaga atau partai. komunikator atau source, pengirim encoder atau sender juga sering disebut sebagai sumber.

2. Pesan

Suatu yang disampaikan oleh sumber dalam suatu proses komunikasi dengan cara bertatap muka maupun dengan menggunakan media dalam penyampaiannya. Isi pesan yang disampaikan dapat berupa hiburan, ilmu pengetahuan, nasehat, informasi, nasihat atau suatu propaganda. Informasi, content atau message sering disebut juga sebuah pesan.

3. Media

Media dalam suatu proses komunikasi adalah suatu sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada penerima dari sumber. Beberapa pendapat tentang arti dari suatu media dalam proses komunikasi. Beberapa menilai media komunikasi memiliki bentuk yang bermacam-macam, contohnya dalam suatu proses komunikasi antara individu dengan individu yang lainnya, panca indra merupakan sebuah media dalam berkomunikasi. Surat kabar, telepon serta media lainnya.

4. Penerima

Merupakan individu atau sasaran pihak yang menerima pesan atau informasi dari sumber. Pihak ini terdiri dari

individu atau beberapa individu dapat juga dalam negara, partai, ataupun kelompok. Komunikan, khalayak, audience sering disebut sebagai penerima. Apabila sebuah pesan dari sumber tidak dapat diterima oleh penerima, maka akan menimbulkan sebuah tuntutan perubahan pada sumber, media atau bahkan pada penerima.

5. Pengaruh

Merupakan sebuah perubahan atau perbedaan yang terjadi pada sumber dari sebelum dia menerima sebuah pesan dan sesudah dia menerima pesan. Sikap, pengetahuan dan tindakan seseorang merupakan suatu pengaruh dikarenakan penerimaan suatu pesan.

6. Tanggapan Balik

Tanggapan balik merupakan sebuah respon dari penerima terhadap pesan yang telah ia terima. Beberapa anggapan tentang tanggapan balik yaitu suatu bentuk pengaruh penerima. Namun tanggapan balik dapat juga berasal dari unsur yang lainnya seperti media dan informasi, walau informasi belum tersampaikan kepada penerima.

7. Lingkungan

Faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi merupakan pengertian dari lingkungan. Terdapat 4 macam lingkungan yang dimaksud yaitu lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, lingkungan fisik dan dimensi waktu. Sebuah informasi tersampaikan dengan baik jika terdapat 3 unsur saja yaitu sumber, informasi/pesan, dan penerima (Cangara, 2004). Sedangkan menurut Warren Weaver dan Claude E. Shannon menyatakan, bahwa sebuah proses komunikasi

membutuhkan beberapa unsur yaitu pengirim, transmitter, sinyal, penerima, dan tujuan.

C. FUNGSI-FUNGSI KOMUNIKASI

Dalam kehidupan sehari-hari dalam aktifitasnya, fungsi komunikasi sangatlah luas dan menyentuh hampir pada setiap kegiatan sehari-hari. Fungsi-fungsi komunikasi tersebut antara lain:

- a) Informasi, penyimpanan, pengumpulan, penyebaran berita, pemrosesan, data, fakta, gambar, pesan, komentar dan opini yang dibutuhkan untuk dapat beraksi dengan jelas terhadap keadaan lingkungan sekitar serta orang lain diharapkan bisa melakukan pengambilan keputusan secara tepat.
- b) Sosialisasi
Sesuatu pesan yang akan disampaikan dapat diberikan dan disebar kepada khalayak umum maupun masyarakat luas. komunikasi massa baik langsung maupun tidak langsung (melalui media) merupakan salah satu fungsi sosialisasi yang efektif.
- c) Motivasi
Suatu proses komunikasi dimana pesan yang akan disampaikan argumentative dan persuasive dan dapat berfungsi sebagai pendorong dan penggerak semangat, bagi seseorang agar melakukan suatu hal yang diharapkan oleh pemberi informasi atau sumber.
- d) Diskusi dan perdebatan
Suatu hal baik itu polemik maupun permasalahan yang kontroversial di masyarakat maupun di kelompok dapat diselesaikan dengan suatu proses komunikasi yang baik dalam bentuk diskusi ataupun dalam bentuk perdebatan.

- e) Pendidikan
Proses komunikasi dimana pesan yang disampaikan adalah ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mendorong, pembentukan watak, perkembangan intelektual serta membentuk kemahiran dan ketrampilan.
- f) Memajukan kehidupan
Memajukan kehidupan dalam sebuah komunikasi yaitu menyebarkan seni dan budaya untuk melestarikan warisan masa lalu, membuat booklet, leaflet atau sejenisnya yang didalamnya mengandung pesan hidup sehat, cara menumbuhkan imajinasi serta mengembangkan kreatifitas dan estetika dan lain-lain
- g) Hiburan
Lawakan, drama, menyanyi, seni, sastra, dan lain-lain merupakan produk komunikasi yang muncul dari dunia entertainment atau dunia hiburan.
- h) Integrasi
Terdapat kesempatan agar mendapatkan berbagai pesan dan informasi yang dibutuhkan dapat berpengaruh terhadap seseorang dalam berperilaku, bersikap dan berpikir juga sebagai cara untuk memahami dan menghargai pandangan orang lain dapat diperoleh dari komunikasi yang dilakukan. Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari peran individu sebagai perekam medis maupun tenaga kesehatan lainnya. Komunikasi yang benar dan baik sangat mempengaruhi dan bermanfaat dalam keberhasilan tenaga kesehatan dalam menjalankan tugas-tugasnya. Menurut Agustina (2019) komunikasi secara umum berfungsi sebagai media informasi, himbauan atau ajakan, pendidikan dan hiburan.

SIMPULAN MATERI

1. Komunikasi adalah pihak komunikator membuat sebuah (encode) pesan dan menyampaikan atau memberikan pesan tersebut melalui suatu media tertentu kepada pihak komunikan yang menghasilkan feed back tertentu. Komunikasi efektif adalah apabila pesan yang disampaikan komunikator memiliki tujuan tertentu dan disampaikan dengan media yang tepay sehingga tujuan dari pesan tersebut tersampaikan dengan baik kepada komunikan dan komunikan dapat memberikan umpan balik yang diharapkan.
2. Komunikasi efektif dapat tercapai dengan beberapa unsur-unsur yaitu:
 - Sumber
 - Pesan
 - Media
 - Penerima
 - Pengaruh
 - Tanggapan balik
 - Lingkungan
3. Fungsi-fungsi komunikasi, antara lain:
 - Informasi
 - Sosialisasi
 - Motivasi
 - Perdebatan dan diskusi
 - Pendidikan
 - Memajukan kehidupan
 - Hiburan
 - Integrasi

EVALUASI

1. Lakukan ringkasan dengan bahasa anda sendiri tentang konsep komunikasi efektif menurut anda!
2. Jelaskan unsur-unsur dan fungsi komunikasi!
3. Praktekkan teknik komunikasi efektif yang tepat dengan teman anda secara berkelompok!

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Reni & Eka, Fauzi. 2019. Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Jakarta: Prenadamedia Group
- Brent D. Ruben, Lea P. Stewart. 2013. Komunikasi dan Perilaku Manusia. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Efendy, Onong Uchjana. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Rogers, C. R. (1951). Client Centered Therapy. Boston: Houghton Mifftin Company
- Cangara, Hafied. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Kencana-PrenadaMedia Group.
- Berlo. D. K. (1965). The Process of Comunication. New York: Hok, Rinehart & Winston
- Mulyana, Deddy. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tubbs, Stewart L. dan Moss, Sylvia. 2001. Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

BAB II JENIS JENIS KOMUNIKASI

TUJUAN INTRUKSIONAL UMUM

Setelah mempelajari materi pada BAB II ini mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan dan menguraikan tentang jenis-jenis komunikasi meliputi komunikasi verbal, non-verbal, komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal dan komunikasi kelompok.

TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS

1. Mahasiswa dapat menjelaskan jenis komunikasi intrapersonal
2. Mahasiswa dapat menjelaskan jenis komunikasi interpersonal
3. Mahasiswa dapat menjelaskan bentuk komunikasi kelompok
4. Mahasiswa dapat menjelaskan fungsi komunikasi kelompok
5. Mahasiswa dapat menjelaskan komunikasi verbal
6. Mahasiswa dapat menjelaskan komunikasi non verbal

A. JENIS KOMUNIKASI INTRAPERSONAL

Penggunaan enggunaan pikiran atau bhasa yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri merupakan pengertian dari komunikasi intrapersonal. Keterlibatan internal yang dilakukan secara aktif oleh individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan merupakan komunikasi intrapersonal. Seorang individu menjadi penerima dan juga sekaligus pengirim informasi dan pesan, memberikan feed back bagi individu itu sendiri dalam proses internal yang continue atau berkelanjutan. Trans-Per Understanding Human Communication meruoakan sebuah buku dimana menyebutkan bahwa proses di mana individu menciptakan pengertian merupakan asti dari komunikasi intrapersona. Komunikasi intrapersonal sebagai: Komunikasi yang

berlangsung pada dalam diri individu, yang mencakupi kegiatan berbicara kepada diri sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita merupakan pengertian menurut Ronald L. Applbaum. Seorang komunikator atau pemberi informasi mengolah informasi dan pesan yang diperolehnya, sehingga informasi tersebut menjadi sebuah pesan atau informasi yang dipahami dan memiliki makna. Proses *intrapersonal communication* tersebut adalah sebagai berikut: sensasi merupakan tahap pertama dalam penerimaan sebuah informasi. "sense" merupakan asal kata dari sensasi, yang memiliki arti yaitu alat pengindraan, yang merupakan penghubung lingkungan dan organisme. Sensasi adalah pengalaman elementer yang segera, yang tidak memerlukan penguraian simbolis, konseptual, verbal dan terutama berhubungan dengan kegiatan alat indra merupakan definisi sensasi menurut Benyamin B. Wolfman.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Suatu proses komunikasi dalam menggunakan pikiran kita terhadap diri sendiri, baik itu memotivasi diri sendiri adalah definisi komunikasi intrapersonal. Contohnya ketika badan sedang sakit dan ingin pergi berobat ke sebuah fasilitas pelayanan kesehatan. Kemudian dokter mengatakan bahwa hasil pemeriksaannya adalah kanker dan harus menjalani perawatan dan terapi medis di rumah sakit. Kemudian berkata dalam hati "aku harus bisa dan tetap kuat menjalani terapi dan perawatan ini agar aku segera sembuh lagi" komunikasi terhadap diri sendiri tersebut merupakan salah satu contoh dalam komunikasi intra personal (Agustina, 2019).

B. JENIS KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Beberapa ahli komunikasi menjelaskan apa itu komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar individu-individu yang bertatap muka, yang memungkinkan setiap individu menangkap reaksi individu yang lain secara langsung, baik secara nonverbal atau verbal (Mulyana, 2000). Komunikasi yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya merupakan definisi dari komunikasi interpersonal. komunikasi interpersonal merupakan model komunikasi yang paling efektif, berdasarkan yang diungkapkan Tubbs dan Moss komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar manusia yang memiliki hubungan paling erat. Suatu proses komunikasi antara dua individu yang melingkupi hampir semua komunikasi informal, basa-basi serta percakapan keseharian yang dilakukan sejak dari bangun tidur hingga kembali tidur lagi. Menurut Tubbs & Moss (1996) Komunikasi antara kaka dan adik atau ibu ke anaknya pun merupakan komunikasi yang melingkupi hubungan antarmanusia yang paling erat, misalnya komunikasi antara dua orang yang saling menyayangi.

Komunikasi interpersonal sesungguhnya adalah sebuah proses sosial yang mana indivisdu didalamnya yang terlibat mempengaruhi satu sama lainnya. Seperti yang telah dikatakan olehde Vito dalam Liliweri (1991), pengiriman informasi dari individu dan diterima oleh individu yang lain atau sekelompok orang dengan umpan balik/feedback dan efek yang memiliki sifat secara langsung merupakan definisi dari komunikasi.

Feed back memiliki suatu peran yang sangat penting dalam komunikasi, dikarenakan feed back merupakan penentu berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan komunikator. Tanggapan komunikan dapat segera diketahui dikarenakan dalam komunikasi antarpribadi, karena situasinya tatap muka. Hal ini mengharuskan seorang komunikator perlu bersikap tanggap terhadap feed back komunikan.

Komunikasi interpersonal sering disebut dengan *dyadiccommunication* artinya yaitu “komunikasi antara 2 individu”, dalam prosesnya terjadi kontak secara langsung dalam bentuk komunikasi/percakapan. Komunikasi interpersonal dapat berlangsung secara bertatap muka (*face to face*) atau juga bisa dengan media seperti bertelepon. Sifatnya yang dua arah atau timbal balik (*two ways communication*) merupakan ciri khas dari komunikasi antarpribadi. Tetapi, komunikasi interpersonal dengan bertatap muka memiliki satu kelebihan yang melibatkan perilaku ekspresi fasial, nonverbal, perilaku paralinguistik, jarak fisik yang sangat menentukan keakraban dan jarak sosial (Liliweri, 1991).

Interpersonal communication (komunikasi interpersonal) menurut Mulyana (2005) adalah proses komunikasi dengan bertatap muka yang terjadi antar 2 individu atau lebih yang memungkinkan adanya reaksi orang lain secara langsung, baik secara nonverbal maupun verbal. Sedangkan menurut pendapat ahli yang lain mengatakan bahwa pada dasarnya komunikasi interpersonal adalah suatu proses komunikasi antara komunikan dan seorang komunikator yang mana komunikasi ini dianggap paling efektif

dalam upaya perubahan pendapat, sikap dan perilaku seseorang karena sifatnya yang dialogis, arus baliknya bersifat langsung, berupa percakapan (Effendy, 2005). Pemberi informasi atau Komunikator harus tahu tentang tanggapan komunikan pada saat proses komunikasi berlangsung.

Pemberi informasi mengetahui dengan jelas dan pasti mengenai apakah komunikasi yang dilancarkannya itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. *Interpersonal communication* adalah proses penerimaan dan pengiriman informasi-informasi antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika, dan komunikasi antarpribadi yang efektif apabila didalam mengubah perilaku orang lain, terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan (Effendy, 2005).

Jadi dari beberapa definisi komunikasi interpersonal menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian informasi antara dua orang atau lebih baik itu secara tatap muka ataupun menggunakan media sosial dengan tujuan agar pesan yang di sampaikan mudah dipahami, baik itu secara verbal mau pun nonverbal. Cassagrande berpendapat seseorang melakukan komunikasi dengan orang lain, karena:

1. Semua individu memerlukan individu lain untuk saling mengisi membagi kelebihan dan mengisi kekurangan.
2. Seluruh individu terdapat dalam proses perubahan yang relatif cepat.
3. Hubungan yang terjadi hari ini adalah spectrum pengalaman masa lampau dan membuat orang melakukan perencanaan yang baik untuk masa depan.

4. Interaksi yang berhasil tercipta adalah pengalaman yang baru. (Liliweri, 1991)

Interaksi komunikasi interpersonal berjalan dengan baik melalui beberapa tahap pengembangan, yaitu

- a. Kontak, tahap pengembangan pertama adalah kontak, panca indra sangat diperlukan untuk melihat, membaui dan mendengar lawan bicara. jika pada tahap pertama ini berjalan dengan persepsi yang positif maka akan membuat seseorang pada suatu interaksi yang lebih erat yaitu saling terbuka, persahabatan dan penuh kehangatan.
- b. Keterlibatan, adalah tahap pengembangan atau pengenalan yang lebih dalam, membuka diri kita dan mengikat diri agar memahami orang lain.
- c. Keakraban, adalah tahap dimana diri kita mengikat jauh lebih dalam lagi sehingga seseorang bisa menjadi teman yang baik atau sahabat.
- d. Pengerusakan, adalah tahap dimana terjadi pelemahan hubungan, di mana penurunan sebuah ikatan antara keduanya.
- e. Pemutusan, adalah tahap dimana terjadinya pemutusan hubungan yang telah mendekatkan mereka. Jika *interpersonal communication* tidak terjalin dengan baik, maka yang akan terjadi adalah tahapan ini yaitu pemutusan, misalnya tenaga kesehatan memberikan pelayanan yang tidak baik kepada pasien, maka akan terjadi pemutusan, serta pasien akan berpikir 2 kali untuk kembali ke fasyankes tersebut atau bahkan tidak akan kembali lagi. Maka seharusnya tenaga kesehatan mampu

menjalin komunikasi interpersonal yang baik dengan pasien. (DeVito, 2002)

Dapat disimpulkan bahwa keinginan berkomunikasi secara pribadi disebabkan oleh suatu dorongan pemenuhan ke bu tuhan yang ingin diungkapkan dan disampaikan kepada seseorang.

1. Tujuan dan Fungsi *Interpersonal Communication*

Tujuan dan fungsi *interpersonal communication*, adalah usaha peningkatan ikatan antar individu (human relation), mengatasi dan menghindari permasalahan pribadi, mengurangi keraguan dan membagi pengalaman dan pengetahuan dengan individu yang lain (Cangara, 2004). *Intrapersonal communication* dapat juga sebagai peningkatan ikatan insani di antara individu-individu pelaku komunikasi.

Menurut DeVito (1989) dalam Agustina (2019), Efektivitas komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh beberapa faktor dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan, berikut 5 kualitas tersebut:

1.1 Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas *openness* atau keterbukaan sedikitna mengacu pada 3 aspek dari *interpersonal communication*. Pertama, pihak yang memberikan pesan harus terbuka kepada pihak yang diajaknya berkomunikasi. Hal ini bukan berarti seseorang harus dengan segera memberitahukan semua tentang riwayat hidupnya mungkin memang menarik, namun biasanya komunikasi tidak terbantu. Sebaliknya, mengharuskan adanya kemauam membuka diri mengungkapkan tentang diri yang

biasanya disembunyikan, yang terpenting pengungkapan diri ini memang patut.

Aspek kedua keterbukaan mengacu kepada kemauan pihak pemberi pesan untuk bereaksi apa adanya terhadap stimulus yang datang. Orang yang tidak kritis, tidak tanggap dan diam biasanya adalah pihak dengan percakapan yang menjemukan. Setiap orang menginginkan orang lain bereaksi secara jujur dan apa adanya terhadap apa yang kita ucapkan. Dan kita berhak mengharapkan reaksi tersebut dari lawan bicara kita. Hal yang paling buruk adalah ketidakacuhan, dan tidak sependapat bahkan jauh lebih menyenangkan. Memberikan reaksi yang jujur dan terbuka dengan cara bereaksi secara spontan kepada lawan bicara.

Aspek terakhir keterbukaan adalah menyangkut “kepemilikan” pikiran dan perasaan (Bochner dan Kelly, 1974). Yang dimaksud terbuka disini adalah mengakui bahwa pikiran dan perasaan yang kita berikan memanglah milik kita dan mempertanggung jawabkan atasnya. Pesan yang menggunakan kata saya (kata ganti orang pertama tunggal) merupakan cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini.

1.2 Empati (*Empathy*)

“kemampuan seseorang untuk “mengetahui” apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kaca mata orang lain itu” merupakan pengertian Empati. Merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih merupakan Bersimpati. Sedangkan Merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada

di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama merupakan definisi berempati.

individu yang empati dapat mengerti tentang pengalaman orang lain dan motivasi, perasaan dan sikap mereka, serta keinginan dan harapan mereka untuk masa depan. Kita bisa melakukan komunikasi empati baik secara nonverbal ataupun dengan cara verbal. Dengan cara nonverbal, kita bisa melakukan komunikasi empati dengan cara menunjukkan (1) keterlibatan aktif dengan menunjukkan gerak-gerik yang sesuai dan ekspresi wajah yang sesuai; (2) konsentrasi pada apa lawan bicara dengan postur tubuh yang penuh perhatian, kontak mata, dan kedekatan fisik; (3) kontak fisik yang sepiantasnya.

1.3 Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan di mana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*) merupakan Hubungan antar pribadi yang efektif. Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Dalam suasana yang tidak mendukung tidak akan tercipta Komunikasi yang terbuka dan empatik. Sikap mendukung dapat ditunjukkan dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif; (2) spontan, bukan strategis; dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

1.4 Sikap Positif (*Positiveness*)

Sedikitnya dua cara untuk mengomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal, yaitu: (1) menunjukkan sikap positif; dan (2) mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi secara positif. Sedikitnya terdapat dua aspek yang diacu untuk bersikap positif dari komunikasi

interpersonal. Pertama, Jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri maka komunikasi antarpribadi dapat terbina. Kedua, interaksi yang efektif merupakan situasi komunikasi sangat penting untuk menumbuhkan perasaan positif.

1.5 Kesetaraan (*Equality*)

Disetiap kondisi, ketidaksetaraan mungkin terjadi. Seseorang mungkin lebih kaya, lebih pandai, tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal itu tidak pernah ada. Terlepas dari perbedaan ini, Apabila suasananya setara maka komunikasi antarpribadi akan lebih efektif. Artinya, pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan harus ada. Dalam komunikasi interpersonal lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan apabila dalam suatu hubungan interpersonal ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik. Sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain, kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kita menerima pihak lain merupakan kesetaraan, atau kesetaraan meminta kita untuk memberikan “penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain menurut istilah Carl Rogers,.

2. Proses Komunikasi Antarpribadi

komunikator dan komunikan memiliki pengertian yang sama tentang isi suatu pesan memiliki arti bahwa

berkomunikasi berjalan dengan efektif. Apabila pertemuan komunikasi terjadi secara menyenangkan bagi komunikan dan dalam proses tersebut tercipta sebuah kebersamaan dalam makna yang secara langsung hasilnya dapat diperoleh maka komunikasi antarpribadi dikatakan efektif, jika peserta komunikasi cepat tanggap dan paham terhadap setiap pesan yang dipertukarkan.

Tanda-tanda komunikasi yang efektif setidaknya menimbulkan hal sebagai berikut menurut Steward L. Tubs dan Sylva Moss:

- a. Saling memberi pengertian
- b. Memberikan kebahagiaan;
- c. Sikap yang mempengaruhi. (Rakhmat, 2004: h. 133)

Terdapat dua cara untuk melakukan Komunikasi antarpribadi yaitu melalui tatap muka dan media. Walau demikian, komunikasi antarpribadi secara tatap muka dianggap yang paling sukses , sebab pengiriman pesan dan umpan baliknya dapat diamati secara langsung dengan melihat, mendengar, mencium, meraba dan merasa jika dilakukan melalui tatap muka didalam komunikasi antarpribadi. Sebagai media penyampaian pesan dalam proses komunikasi antar pribadi menggunakan lambang-lambang. Adapun lambang, yaitu :

- a. Lambang Verbal

Bahasa biasanya merupakan bentuk dari lambang verbal. Oleh karena itu, seorang komunikator dapat mengungkapkan pikirannya mengenai hal atau peristiwa, baik yang konkret maupun yang abstrak yang terjadi pada masa lalu, masa kini dan masa depan kepada komunikannya dengan menggunakan bahasa.

b. Lambang Nonverbal

Lambang yang digunakan dalam komunikasi yang berbentuk isyarat dengan menggunakan anggota tubuh seperti kepala, mata, jari, dan lainnya merupakan pengertian dari lambang nonverbal. Arah dari suatu gejala seperti setiap bentuk penampilan wajah dan gerak gerak tubuh seseorang sebagai suatu cara dan simbol dari statusnya sebagai batasan komunikasi.

3. Sifat Komunikasi Antarpribadi

Sama halnya dengan ilmu-ilmu lain yang pasti komunikasi antarpribadi memiliki sifatnya tersendiri sehingga menjadi suatu ciri khas pada ilmu tersebut. Komunikasi yang di dalamnya melibatkan perilaku verbal maupun nonverbal, yang dapat menunjukkan seberapa jauh hubungan antara pihak yang terlibat di dalamnya merupakan salah satu sifat yang menunjukkan komunikasi antarpribadi. Menurut Liliweri (1991) komunikasi antar pribadi memiliki beberapa sifa, yaitu:

- a. Komunikasi antarpribadi melibatkan perilaku yang timbul karena kekuasaan emosi yang bebas dari campur tangan kognisi atau biasa diebut prilaku spontan..
- b. Komunikasi antarpribadi agar didalamnya memiliki interaksi dan koherensi maka harus menghasilkan umpan balik, artinya adanya umpan balik serta adanya interaksi yang melibatkan suatu perubahan di dalam sikap, perasaan, perilaku, dan pendapat tertentu pada suatu proses komuikasi antarpribadi harus ditandai dengan.
- c. Komunikasi antarpribadi biasanya bersifat ekstrinsik dan intrinsik. Suatu standar perilaku yang dikembangkan oleh seseorang sebagai panduan melaksa nakan komunikasi,

sedangkan ekstrinsik yaitu aturan lain yang ditimbulkan karena pengaruh kondisi sehingga komunikasi antarmanusia harus diperbaiki atau malah harus berakhir.

- d. Komunikasi antarpribadi menunjukkan adanya suatu tindakan. Sifat yang dimaksud adalah suatu hubungan sebab akibat yang dilandasi adanya tindakan bersama sehingga menghasilkan proses komunikasi yang baik.
- e. Komunikasi antarpribadi menunjukkan adanya suatu tindakan. Sifat yang dimaksud adalah suatu hubungan sebab akibat yang dilandasi adanya tindakan bersama sehingga menghasilkan proses komunikasi yang baik. (Liliweri, 1991: h. 29)

4. Komunikasi Interpersonal yang Efektif

Dalam komunikasi interpersonal yang terpenting adalah bukan intensitas dalam berkomunikasi namun bagaimana komunikasi itu terjalin. Bagaimana komunikasi itu dapat berjalan dengan baik maka perlu adanya faktor-faktor pendukung. (Rakhmat, 2007: h. 129-133) menyebutkan ada beberapa faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal meliputi percaya (trust), sikap suportif, dan sikap terbuka. Menurut (DeVito, 1997: h. 259) komunikasi interpersonal yang efektif di mu lai dengan lima kualitas umum yang perlu dipertimbangkan yang dimulai dari keterbukaan, sikap empati, sikap mendu kung, sikap positif, dan kesetaraan.

5. Komunikasi Kelompok

Komunikasi dalam kelompok merupakan bagian dari kegiatan keseharian kita. Sejak kita lahir, kita mulai bergabung

dengan kelompok primer yang dekat, yaitu keluarga. Kemudian seiring dengan perkembangan usia dan kemampuan intelektual kita masuk dan terlibat dalam pekerjaan dan kelompok sekunder lainnya yang sesuai dengan minat dan ketertarikan kita hal tersebut merupakan definisi Intrinsik. sederhananya, bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan kita , karena melalui kelompok, memungkinkan kita dapat berbagi pengalaman, informasi dan pengetahuan kita dengan individu dalam kelompok lainnya. *Human Communication, A Revision of Approaching Speech/Communication* dalam buku Michael Burgoon dan Michael Ruffner, memberi batas-batas komunikasi kelompok sebagai interaksi *face to face* dari 3 atau lebih orang untuk mendapatkan tujuan dan maksud yang diinginkan seperti barbagai pemeliharaan diri, informasi atau pemecahan masalah sehingga seluruh anggota bisa mengembangkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat (*the face-to- face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self maintenance, or problem solving, such that the member are able to recall personal characteristics of the members accurately*).

Dalam definisi di atas terdapat empat elemen yang tercakup, yaitu:

5.1 Interaksi *face to face* (tatap muka)

Jumlah anggota yang ada dalam interaksi, kemampuan anggota untuk dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dan maksud dan tujuan yang dikehendaki.

5.2 Terminologi tatap muka

Mengandung makna bahwa setiap anggota kelompok lainnya harus bisa mengelola *feed back* baik verbal maupun nonverbal.

5.3 Maksud dan tujuan yang dikehendaki

Maksud dan tujuan yang dikehendaki, berarti bahwa beberapa tipe identitas kelompok akan diberikan melalui maksud dan tujuan. Jika komunikasi dilakukan dimaksudkan untuk menanamkan pengetahuan itu berarti bahwa tujuan tersebut adalah berbagi informasi. Sedangkan kelompok yang memusatkan perhatiannya pada anggota kelompok atau struktur dari kelompok itu sendiri biasanya bertujuan untuk pemeliharaan diri. Dan apabila kelompok tersebut biasanya melibatkan beberapa tipe pembuatan keputusan untuk mengurangi kesulitan-kesulitan yang dihadapi maka tujuan kelompok adalah upaya pemecahan masalah.

5.4 Elemen terakhir

Kemampuan individu dalam kelompok untuk mengembangkan karakteristik personal anggota yang lainnya secara akurat. Ini mengandung arti bahwa maksud atau tujuan kelompok telah terdefinisikan dengan jelas dan setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan dengan satu sama lain dan, di samping ini identifikasi setiap anggota dengan kelompoknya relatif stabil dan permanen (Sendjaja, 2005).

Understanding Human Communication dalam bukunya Ronald Adler dan George Rodman dikemukakan oleh batasan lain mengenai komunikasi kelompokn antara lain: v menyatakan bahwa sekumpulan kecil orang yang saling berinteraksi, biasanya tatap muka dalam waktu yang lama

guna mencapai tujuan tertentu disebut kelompok. (Adler, Ronald B. & Rodman, George, 2006).

Sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut merupakan definisi dari kelompok menurut pendapat Deddy Mulyana (2005). Kelompok ini biasanya kelompok diskusi, keluarga, suatu komite, kelompok pemecahan masalah, atau yang tengah rapat untuk mengambil suatu kebijakan tertentu.

C. BENTUK KOMUNIKASI KELOMPOK

1. Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi yang ditujukan kepada komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis merupakan definisi dari *Small group communication* (Komunikasi kelompok kecil).

komunikator menunjukkan pesannya kepada benak atau pikiran komunikan dalam komunikasi kelompok kecil, contohnya kuliah, diskusi, ceramah, rapat, seminardan lain-lain. logika berperan penting dalam situasi komunikasi seperti itu. Uraian komunikator setidaknya akan dinilai logis oleh komunikan. Proses berlangsung secara dialogis, tidak linier, melainkan sirkular merupakan ciri yang kedua dari komunikasi kelompok kecil. *Feed back* terjadi secara verbal. Uraian komunikator dapat ditanggapi oleh Komunikan, dapat menyanggah bila tidak setuju, bisa bertanya jika tidak dimengerti, dan lain sebagainya.

Rapat, kuliah, ceramah, diskusi panel, forum, symposium, seminar, konfrensi, kong res, briefing, penataran, lokakarya, dan lain-lain merupakan jenis komunikasi kelompok kecil

dalam kehidupan sehari-hari. Sering dijumpai kesalahan dalam memberikan istilah di Indonesia tentang suatu pertemuan tertentu, misalnya “seminar sehari”, padahal kenyataannya bukan seminar, melainkan adalah symposium, contoh lainnya “panel diskusi” seharusnya “diskusi panel”. Dalam seminar masalah yang dibahas untuk menghasilkan kesimpulan, harus ada sidang pleno dan sidang komisi maka dari itu seminar tidak mungkin satu hari. Pertemuan ilmiah, di mana para pesertanya adalah undangan yang diminta menyumbangkan pemikirannya merupakan definisi dari Seminar. Hal tersebut mengapa peserta seminar diberi biaya transportasi, akomodasi, dan biaya konsumsi di samping uang sidang, bukannya seperti seminar sehari yang mengharuskan membayar.

2. Komunikasi Kelompok Besar

komunikasi kelompok besar (*large group communication*) merupakan komunikasi yang ditujukan kepada afeksi komunikasi dan prosesnya berlangsung secara linier sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil.

Pesan ditujukan kepada afeksi komunikasi, kepada hatinya atau kepada perasaannya yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar. Raksasa di lapangan merupakan salah satu contoh untuk komunikasi kelompok besar. Sedangkan homogenitas atau sifat homogen biasanya terdapat pada komunikasi kelompok kecil (antara lain sekumpulan individu yang sama pendidikannya, sama jenis kelaminnya, atau sama satu status sosialnya), sedangkan umumnya komunikasi bersifat heterogen pada komunikasi kelompok besar, mereka terdiri

dari orang-orang yang beraneka ragam dalam jenis pekerjaan, jenis kelamin, usia, agama , tingkat pendidikan, dan lain sebagainya.

Berada dalam suatu tempat seperti disebuah lapangan dan mereka yang heterogen dalam jumlah yang relatif sangat banyak, dalam psikologi disebut massa, yang dipelajari oleh psikologi massa. Dalam situasi seperti itu, menanggapiya lebih banyak dengan perasaan daripada pikiran, khalayak yang diterpa suatu pesan komunikasi. Logika tidak berjalan. Logis tidaknya pesan komunikator yang mereka tidak sempat berpikir apakah itu logis atau tidak. Dalam situasi kelompok besar terjadi apa yang dinamakan “contagion mentale” yang berarti wabah mental hal ini dikarenakan pikiran didominasi oleh perasaan.

Dalam situasi komunikasi seperti itu jika satu orang menyatakan sesuatu akan segera diikuti oleh anggota kelompok lainnya secara serentak dan serempak seperti halnya dengan wabah yang cepat menjalar. orator atau retor adalah komunikator yang muncul dalam situasi kelompok besar yang menghadapi massa rakyat dinamakan, yang mahir memukau khalayak. orator menyampaikan pesannya dengan kata- katanya bombastis, suara keras, tidak monoton dan lantang, nadanya bergelombang. Khalayak diajak berperasaan gairah dan tidak diajak berpikir logis. Dalam situasi komunikasi seperti halnya dengan pidato Hitler di Studium Neurenberg semasa Perang Dunia II saat itu terjadi penjalaran semangat yang bernyala-nyala atau yang disebut “infectious exaltation”, sejenis histeris atau hipnotis secara kolektif yang memengaruhi tindakan dan pikiran.

Komunikasi dengan bersifat linear, dari komunikator kepada komunikan, dan satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain merupakan sifat proses komunikasi kelompok besar. sedangkan kelompok kecil berlangsung secara sirkular, bertanya jawab dan dialogis. Kecil kemungkinannya terjadi dialog antara orator dengan salah seorang dari khalayak massa jika pidato dilakukan dilapangan. Salah satu contoh komunikasi kelompok besar karena sifatnya yang heterogen dan bersifat linear yaitu komunikasi kelompok di Asosiasi BMX Pengda Sumatra Utara di Taman Sri Deli Medan,.

D. FUNGSI KOMUNIKASI KELOMPOK

Faktor-faktor lain yang mendorong terjadinya komunikasi kelompok adalah adanya bermacam-macam kelompok di masyarakat. Berikut merupakan alasan seseorang masuk dalam kelompok, antara lain:

1. Seseorang masuk dalam kelompok pada umumnya ingin mencapai tujuan yang secara individu tidak dapat atau sulit dicapai.
2. Kelompok dapat memberikan, baik kebutuhan fisiologis (walaupun tidak langsung) maupun kebutuhan psikologis.
3. Kelompok dapat mendorong pengembangan konsep diri dan mengembangkan harga diri seseorang.
4. Kelompok dapat pula memberikan pengetahuan dan informasi.
5. Kelompok dapat memberikan keuntungan ekonomis .

Oleh karena itu, dalam masyarakat kita dapat menjumpai adanya berbagai macam kelompok yang berbeda satu sama lain. Mereka masuk dalam kelompok yang berbeda dan dengan tujuan yang berbeda pula. (Walgito, 2008)

Adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakan mencerminkan Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat. Fungsi yang dimaksud adalah fungsi pendidikan, hubungan sosial, pemecahan masalah, persuasi, fungsi terapi, dan pembuatan keputusan. Kepentingan masyarakat, kelompok, dan para anggota kelompok itu sendiri semua memanfaatkan fungsi tersebut.

Hubungan sosial merupakan Fungsi pertama dalam kelompok, dalam pengertian bagaimana suatu kelompok dapat memantapkan dan memelihara interaksi sosial di antara para anggotanya seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang santai, informal dan menghibur. Fungsi kedua dari kelompok adalah pendidikan, dalam pengertian bagaimana sebuah kelompok secara informal maupun formal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi melalui fungsi pendidikan. Namun demikian, terdapat bergantung pada tiga faktor yang mempengaruhi fungsi pendidikan dalam kelompok akan sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, yaitu partisipan dalam kelompok, jumlah informasi baru yang didistribusikan dan jumlah serta frekuensi interaksi di antara para anggota kelompok. Jika setiap anggota kelompok membawa pengetahuan baru yang berguna bagi

kelompoknya maka fungsi pendidikan ini akan sangat efektif. Mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai, tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing- masing anggota,.

Seorang anggota kelompok berupaya mempersuasi anggota lainnya supaya tidak melakukan atau melakukan sesuatu dalam fungsi persuasi. Mereka yang membawa risiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya adalah seseorang yang terlibat usaha- usaha persuasif dalam suatu kelompok. Misalnya, orang yang berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok hal itu terjadi jika usaha-usaha persuasif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok. Pada kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan disana tercermin fungsi kelompok. Penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya berkaitan dengan pemecahan masalah, sedangkan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahkan untuk pembuat keputusan berhubungan dengan pembuat keputusan.

1. Komunikasi Massa

channel, media/medium, saluran,sarana, atau alat yang digunakan dalam proses komunikasi massa merupakan definisi dari media massa, yakni kepada orang banyak komunikasi tersebut yang diarahkan (*channel of mass communication*). Media massa merujuk kepada alat yang mewujudkan interaksi politik, sosial dan ekonomi dalam ukuran yang lebih modern merupakan pendapat dari L. John

Martin. Maklumat dan mendidik masyarakat serta menjadi media perantara dalam bermasyarakat haruslah tersampaikan oleh media (Vir Bala Aggarwal, 2002).

media merupakan sumber primer dalam komunikasi massa dalam sistem demokrasi (Md Sidin Ahmad Ishak, 2006) Komunikasi melalui media massa (*communicate with media*) merupakan kepanjangan dari komunikasi massa. Arus globalisasi juga mempengaruhi media massa pada masa kini di mana media kini bersifat universal. Fungsi dan jenisnya juga mengikuti perkembangan arus modernisasi pada masa kini menjadi semakin canggih sejalan dengan.

Institusi dalam masyarakat dan media massa tidak dapat terpisahkan menurut John Ryan (1999). Surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film sebagai *The Big Five of Mass Media* (Lima Besar Media Massa), juga internet (cybermedia, media online) termasuk media massa.

2. Jenis Media Massa

Terdapat dua kategori pengklasifikasian media massa, yaitu:

a. Media Massa Cetak (*Printed Media*)

Printed Media atau Media massa yaitu yang dicetak di lembar kertas. Media massa cetak secara diperinci dari segi formatnya dan ukuran kertas, meliputi:

- Surat kabar atau Koran (ukuran kertas broadsheet atau 1/2 plano);
- Majalah (1/2 tabloid atau kertas ukuran folio/kwarto)
- Tabloid (1/2 broadsheet);
- Buku (1/2 majalah);
- Buletin (1/2 majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8) dan

- Newsletter (folio/kwarto, jumlah halaman lazimnya 4-8); Secara umum terbagi menjadi tiga bagian atau tiga jenis tulisan pada Isi media massa yaitu berita, feature, opini.

b. Media Massa Elektronik (*Electronic Media*)

Media madda eletronik adalah media massa yang didalamnya disebarluaskan dengan gambar atau suara dan suara dengan memakai teknologi elektro, seperti internet, radio, film, televisi. Berdasarkan timeline media massa juga dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa merupakan definisi dari media massa tradisional. surat kabar, majalah, radio, televisi, film (layar lebar) merupakan media massa yang digolongkan secara tradisional. Terdapat beberapa ciri pada jenis media ini:
 - Informasi dari lingkungan diterjemahkan. diseleksi, dan didistribusikan,
 - Melalui saluran tertentu, media massa menjadi perantara untuk mengirim informasi.
 - merupakan bagian dari masyarakat dan penerima pesan tidak pasif dan melakukan seleksi informasi yang mereka diterima.
 - Interaksi antara penerima dan sumber berita sedikit.
2. Media massa modern, beriringan dengan berjalannya perkembangan teknologi, waktu dan sosial budaya, telah berkembang banyak media lain yang kemudian dikategorikan ke dalam media massa seperti telepon seluler dan internet. Terdapat beberapa ciri dalam jenis media in, yaitu:

- Pesan yang ditransmisikan oleh sumber dapat diberikan kepada banyak penerima (melalui internet atau SMS misalnya).
- Tidak hanya lembaga atau organisasi yang menyediakan Isi pesan namun juga oleh individual.
- interaksi terjadi pada individu, tidak ada perantara.
- Komunikasi berlangsung (mengalir) ke dalam.
- Waktu interaksi ditentukan oleh penerima

3. Komunikasi Organisasi

Hal yang sangat penting dalam berorganisasi adalah keberadaan komunikasi. Tujuan dalam mempelajari komunikasi organisasi yaitu untuk memperbaiki organisasi oleh karena itu komunikasi dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan. Suatu organisasi bisa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antara internalnya harmonis oleh sebab itu komunikasi sangat penting sekali untuk kemajuan organisasi.

Dengan adanya studi komunikasi ini organisasi bisa memanajemen pengembangan sumber daya manusia, instansi, dan tugas-tugas yang lain itu sebabnya komunikasi sangat berguna untuk kelangsungan suatu organisasi. Tanpa komunikasi tidak mungkin ada organisasi. Para pegawai tidak mengetahui apa yang dilakukan rekan kerjanya apabila tidak ada komunikasi. Menurut Davis dan Newstrom, (2004) mengtaakan bahwa ketiadaan komunikasi dapat mengakibatkan pimpinan tidak dapat menerima informasi, kordinasi kerja tidak mungkin dilakukan dan organisasi akan runtuh karena. Maka dari itu dalam mencapai tujuan

organisasi, komunikasi organisasi memiliki peranan yang sangat penting. (Davis, Keith & John W. Newstrom)

Sistem yang dinamis dan terbuka menciptakan komunikasi dan saling menukar pesan di antara anggotanya merupakan pengertian organisasi. Dilakukan perumusan suatu proses yang dapat dirumuskan sebagai suatu kerja sama berdasarkan suatu pembagian tugas untuk mengarah pada suatu tujuan yang ingin dicapai, dikarena tukar-menukar pesan berjalan tidak ada hentinya dan terus-menerus.

E. KOMUNIKASI VERBAL

Komunikasi yang menggunakan kata-kata, lisan maupun tulisan merupakan definisi dari Komunikasi verbal. Dalam hubungan antarmanusia komunikasi ini paling banyak dipakai. Dengan menggunakan kata, mereka mengungkapkan pemikiran, perasaan, emosi, maksud mereka atau gagasan atau, menyampaikan informasi, fakta dan data, serta menjelaskannya, saling bertukar pemikiran dan perasaan, berdebat dan bertengkar satu sama lain. Komunikasi verbal itu bahasa memegang peranan penting, dalam komunikasi verbal terdapat unsur- unsur penting, yaitu:

1. Bahasa

Suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna merupakan definisi dari bahasa. Lambang bahasa yang digunakan adalah bahasa verbal ucapan lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik didalam komunikasi verbal. Interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain dimana Bahasa suatu bangsa atau suku tersebut berasal.

Terdapat tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif meskipun sebenarnya bahasa memiliki banyak fungsi,. Ketiga fungsi itu, yaitu:

- a. Menggali informasi mengenai dunia dan sekeliling;
- b. Diantara sesama manusia agar terbina hubungan yang baik; dan
- c. Agar dalam kehidupan manusia terciptanya ikatan-ikatan.

Menurut para ahli bagaimana cara mempelajari bahasa, terdapat 3 teori yang membicarakan sehingga orang bisa memiliki ke mampuan berbahasa. *Operant Conditioning* merupakan teori pertama yang dikembangkan oleh B. F. Skinner yaitu seorang ahli psikologi behavioristik. Teori ini menekankan tanggapan (*response*) dan unsur rangsangan (*stimulus*) atau biasa disebut dengan istilah S-R. Teori tersebut mengatakan bahwa orang cenderung akan memberi reaksi jika satu organisme dirangsang oleh stimulus dari luar. Sedangkan ajaran oleh orangtuanya atau meniru apa yang diucapkan oleh orang lain merupakan sebab anak anak tersebut ngendore gue.

Teori kognitif merupakan teori kedua yang dikembangkan oleh Noam Chomsky. Menurut Noam Chomsky kemampuan berbahasa yang ada pada manusia merupakan bawaan secara biologis yang di bawa dari lahir kami belum bisa masuk pak. Mediating theory merupakan teori ketiga disebut atau teori penengah. Teori ini menekankan bahwa dalam pengembangan kemampuan berbahasa manusia, proses internal yang terjadi dalam diri nya, tidak hanya bereaksi terhadap rangsangan (stimuli) yang diterima dari

luar. terdapat dua kategori besar yaitu verbal dan nonverbal yang merupakan sebuah pesan.

Pesan verbal terokus pada penekanan perhatian kepada saluran dan pengiriman pesan, pengirim, umpan balik dan penerima gangguan. bahasa alfanumerik adalah bahasa yang digunakan pada pesan verbal, yaitu bahasa yang tercatat sebagai salah satu prestasi kemanusiaan paling mengesankan.

Saat ini ada banyak bahasa berbeda yang digunakan sekitar 10.000 bahasa, dan setiap keadaannya unik dalam beberapa hal. Terdapat pula sejumlah persamaan antarbahasa (Tubbs, 2001). Bahasa memungkinkan kita untuk memberi nama dan secara simbolis mewakili bermacam unsur di dunia kita pada tingkatan yang paling dasar. Bahasa juga memberikan media dimana kita mewakili persahabatan, konsep-konsep abstrak, cinta, belajar, kebebasan, pengetahuan. Kita dapat memanipulasi simbol dalam pemikiran kita melalui bahasa. Kita dapat menguji, membuat dan pemahaman tentang dunia atau menyempurnakan teori kita. (Tubbs, 2001)

- a. “Bukan hanya untuk menyuarakan ide-ide saja alat reproduksi juga pembentuk ide. Di sepanjang garis yang ditetapkan oleh bahasa asli, kita membedah alam. Bahasa berfungsi sebagai medium melalui mana individu:Membuat dan mengeksternalisasi makna; dalam percakapan apa pun. Hal tersebut merupakan definisi bahasa menurut hipotetesis hipotesis Sapir-Whorf
- b. Menginternalisasi dan menafsirkan makna. Bahasa berfungsi sebagai saluran jika interaksi berlanjut.
- c. Menemukan kesamaan dan/atau perbedaan makna di antara mereka; dan

- d. Secara mutualistis menegosiasikan makna yang sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

2. Percakapan

Alat untuk negosiasi makna antara dua atau lebih individu merupakan pengertian dari Perspektif interaksional bahasa. Ketika pesan tulisan dan lisan dibuat, media sebagai penyampai representasi kita merupakan fungsi bahasa kita. Artinya kita memproyeksikan ide-ide lingkungan kita dan diri kita sendiri. pesan atau informasi yang telah dibuat atau *encode* itu berdasar pada makna-makna dimana makna tersebut dipengaruhi kebutuhan kita sendiri, tujuan dan pengalaman dan batas tertentu paling tidak setiap kita adalah berbeda atau unik dalam pesan yang dibuat tersebut (Agustina, 2019).

Orang lain ketika mendefinisikan pesan kita, mereka melakukannya dengan berdasarkan pengalaman mereka, kebutuhan, tujuan, dan kemampuan pada makna kata yang kita tujukan untuk mereka. Pada saat seseorang berkata kepada mereka tentang “anjing” tentu saja mereka menggunakan “anjing menurut pengalaman mereka” yang merujuk kepada “anjing” yang mereka pikir sesuai dalam komunikais yang sedang terjadi saat itu. Sedangkan kita mendefinisikan pesan itu, kita melakukannya berdasar pada “anjing menurut pengalaman kita”.

3. Kata

Lambang terkecil dalam bahasa adalah kata. Lambang yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan merupakan definisi kata.

Sehingga kata bukanlah barang, kata, keadaan sendiri dan kejadian. Pada pikiran orang tidak ada makna kata, tidak ada hubungan langsung antara suatu hal dengan kata, hanya kata dan pikiran orang yang berhubungan langsung.

Definisi komunikasi verbal menurut para ahli ialah seluruh jenis simbol yang penggunaan katanya satu kata atau lebih. Yang termasuk ke dalam kategori pesan verbal yaitu hampir semua rangsangan bicara. Bahasa yang dimaksudkan komunikasi verbal. Seperangkat simbol dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan, dipahami suatu komunitas juga merupakan definisi bahasa.

Sarana utama untuk mengatakan pikiran, perasaan dan maksud kita. Komunikasi verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual merupakan definisi bahasa verbal menurut Mulyana (2007). Manusia tidak hanya menggunakan komunikasi verbal, seperti bagaimana bahasa (halus, kasar, intelektual, mampu berbahasa asing dan sebagainya), namun juga melalui komunikasi nonverbalnya dalam kehidupan sehari-harinya.

4. Bahasa dan Gender

Budaya perilaku komunikasi individual kebanyakan dilakukan baik oleh wanita maupun pria. contoh, meningkatkan suara ketika menunjukkan suatu kemarahan atau perempuan dan laki-laki akan tersenyum untuk menunjukkan kesenangan. Perilaku pria dan wanita saling melengkapi sebanyak 99 persen dari seluruh waktu komunikasi mereka menurut suatu perkiraan (Brent dan Lea, 2013). Di lain sisi, terdapat ilmuwan yang mempercayai bahwa bahwa laki-laki dan perempuan telah menginternalisasi sasi

norma yang berbeda untuk percakapan dan bahwa laki-laki dan wanita belajar untuk berbicara secara berbeda.

Gaya yang lebih kompetitif dalam percakapan biasanya pria mengadopsi gaya seperti itu, untuk wanita mereka memilih mengadopsi cara yang lebih kooperatif. Hal tersebut dikarenakan gender merupakan konstruksi sosial dari sebuah feminitas suatu budaya dan maskulinitas, perilaku yang berbeda antara komunikasi laki-laki dan wanita menjadi sangat mungkin terjadi secara budaya. Perbedaan tersebut meliputi memulai percakapan, mengajukan pertanyaan, memelihara percakapan, karakteristik leksikal, berargumentasi dan fonologis hal tersebut telah dicatat oleh beberapa peneliti. (Brent dan Lea, 2013)

5. Isi dan Hubungan

Ketika merencanakan penggunaan kata, kurang sistematis atau secara disengaja, tersedia dua jenis pesan verbalinformasi potensial yaitu informasi tentang topik dan isi yang tengah dibahas dan informais tentang relasi, tentang anggapan sumber terhadap penerima pesan dan sumber itu sendiri. Secara tertulis atau lisan sebuah presentasi yang dirancang untuk si calon, janji-janji kampanyenya, kemampuannya dan potensi-potensi lainnya. Pesan untuk tingkat persiapan, pendidikan, minat, kecerdasan, sikap, suasana hati, keyakinan, dan motif dari pembicara memberikan dalam presentasi tersebut. serta pidatonya bisa memberi arahan mengenai bagaimana komunikator menghargai para komunikan (Brent dan Lea, 2013).

F. KOMUNIKASI NONVERBAL

Perhatian untuk mempelajari aspek-aspek dalam komunikasi nonverbal masih sangat kecil, sehingga dari banyak referensi tentang komunikasi antarmanusia, kita lebih banyak menemukan batasan mengenai komunikasi verbal merupakan Komunikasi nonverbal yang didefinisikan Don Stacks dalam bukunya *Introduction to Communication Theory*. Carl E. Larson dan Frank EX Dance memberikan lebih dari seratus pengertian mengenai komunikasi verbal, tetapi Carl E. Larson dan Frank EX Dance hanya memberirkan 1 pengertian mengenai komunikasi nonverbal. Berdasarkan landasan ini, definisi komunikasi nonverbal harus kita mencoba untuk lebih banyak memberi penekanan. Sederhanya, non berarti tidak, verbal bermakna kata-kata (words), sehingga komunikasi nonverbal dimaknai sebagai komunikasi tanpa kata-kata komunikasi nonverbal dapat didefinisikan seperti itu (Hardjana, 2003).

Komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk nonverbal, tanpa kata-kata merupakan definsi Komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakaidaripada komunikasi verbal Dalam hidup nyata. Hampir secara otomatis dalam berkomunikasi, komunikasi nonverbal ikut terpakai . Maka dari itu, komunikasi nonverbal bersifat selalu ada dan tetap. Karena terungkap secara spontan maka komunikasi nonverbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan.

Semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri adalah komunikasi nonverbal. Bagaimana kita mengucapkan kata-kata (infleksi, volume), fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi (suhu, pencahayaan), dan benda-

benda yang memengaruhi citra pribadi dan pola interaksi (pakaian, perhiasan, mebel) tercakup dalam komunikasi nonverbal (Hardjana, 2003). Tanda (sign), tindakan/perbuatan (action), bahasa tubuh atau objek (object juga merupakan rupa dari Komunikasi nonverbal. Raut wajah, gerak tangan, gerak kepala, sikap orang , gerak-gerak tubuh mengungkapkan berbagai perasaan, isi pikiran, isi hati, ke henda merupakan contoh bahasa tubuh. Bendera, rambu-rambu lalu lintas darat, laut, udara, aba-aba dalam olahraga. Tindakan/perbuatan merupakan contoh Komunikasi nonverbal tanda mengganti kata-kata. Tanda tersebut dapat mengantarkan sebuah makna dan sebenarnya tidak khusus dimaksudkan untuk mengganti kata-kata. Contohnya hal ini mengandung makna tersendiri seperti menutup pintu keras-keras pada waktu meninggalkan rumah, menggebrak meja dalam pembicaraan, menekan gas mobil kuat-kuat.. (Hardjana, 2003)

Sebagai bentuk komunikasi nonverbal objek dapat menyampaikan arti tertentu dan bukan mengganti kata. Contohnya, aksesoris dandan, pakaian, harta benda , rumah, perabot rumah, hadiah., kendaraan. Tingkat kepercayaan dari pembicaraan orang hanya 7 persen berasal dari bahasa verbal, 38 persen dari focal suara, dan 55 persen dari ekspresi muka hal tersebut merupakan simpulan Studi Albert Mahrabian. Albert Mahrabianpun menambahkan bahwa antara apa yang diucapkan seseorang dan perbuatannya terjadi pertentangan, hal-hal yang bersifat nonverbal cenderung dipercayai oleh orang lain, Oleh karena itu, Mark Knapp dalam (Liliweri, 1994) mengatakan bahwa dalam berkomunikasi penggunaan kode non verbal mempunyai fungsi untuk:

1. Memberikan keyakinan pada apa yang diucapkannya (repetition).
2. Memperlihatkan emosi dan perasaan yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (substitution).
3. Menjadi diri sendiri agar individu lain dapat mengenalnya (identity).
4. Melengkapi atau menambah kata yang dirasakan belum sempurna.

Melalui komunikasi nonverbal, kita bisa mengetahui suasana perasaan seseorang, apakah ia sedang sedih, bingung atau bahagia. Perilaku nonverbal seseorang biasanya menentukan kesan awal kita pada seseorang yang mendorong untuk mengenal lebih jauh. Pesan nonverbal memiliki enam sumber utama, di antaranya:

1. *Paralanguage* (Intonasi Suara)

Intonasi Suara mengacu pada setiap pesan yang lebih melengkapi bahasa dan menyertai . Selain tinggi rendahnya atau tekanan pengucapan kata (*pitch*), parabahasa mencakup karakteristik vokal lain seperti volume, kecepatan (*rate*) dan irama (*rhythm*). Vokalisasi yang kita lakukan ketika menangis, mengarang, berbisik, menguap, bersandiwara, , dan berteriak juga merupakan parabahasa.

2. *Bentuk Vokal*

Hal-hal yang terkait dengan suara (vocalics) seperti pendengaran, pesan selain dari kata-kata, yang diciptakan dalam proses pembicaraan merupakan Bentuk vokal. tinggi rendah suara, kecepatan berbicara, irama, batuk, tertawa,

sengau, berhenti, bahkan keheningan juga merupakan vokal. Mehrabian menemukan bahwa pesan vokal member kontribusi sebesar 38 persen dari kesan yang dibentuknya ketika seorang individu dibingungkan oleh perasaannya tentang orang lain. Apa dan bagaimana, orang bereaksi terhadap individu dan verbalisasinya dipengaruhi secara besar oleh Isyarat paralinguistik.

hal-hal yang terkait dengan suara (*vocalist*) merupakan salah satu fokus pembahasan kita tentang bentuk vokal, seperti pesan selain dari kata-kata, pesan pendengaran, yang diciptakan dalam proses pembicaraan. Tinggi rendah suara, kecepatan berbicara, irama, batuk, tertawa, sengau, berhenti, bahkan keheningan merupakan bentuk dari Vokalis yaitu sumber- sumber informais yang sangat penting dalam komunikasi *face to face*. Ketika seorang individu dibingungkan oleh perasaannya tentang orang lain, pesan vokal memberi kontribusi sebesar 38 persen dari kesan yang dibentuknya merupakan pendapat yang dikemukakan Mehrabian dalam (Brent dan Lea, 2013)

3. Wajah

Kita mendapatkan kesan keseluruhannya dan jarang memikirkan ciri-ciri khususnya ketika kita melihat wajah seseorang. Bukan hanya menyumbang penampilan seseorang secara keseluruhan saja yang terpenting namun ekspresi wajah juga bisa menjadi penyedia informasi dan sumber pesan dirinya sendiri (Tubbs, 2001). Kegembiraan, ketakutan, terkejut, kesedihan, marah, jijik, merendahkan, dan ketertarikan merupakan kondisi emosi terbaik seorang individu. Diperkirakan bahwa 250.000 jenis ekspresi yang

wajah mampu dibuat. Peran ekspresi wajah pada kaitannya dengan perasaan atau emosi adalah berlaku umum pada semua manusia menurut para peneliti.

“tentang ekspresi wajah pada Teori neurocultural” Hal umum tentang emosi melalui ekspresi pada raut wajah adalah gerakan otot wajah tertentu ketika emosi yang diberikan muncul menurut Paul Ekman. Peristiwa dan kondisi tertentu yang memunculkan perasaan yang bervariasi secara budaya dan secara personal. serta adat istiadat dan aturan mengarahkan beberapa aturan tampil bagi perasaan tertentu juga dapat saja berbeda antara individu satu dengan individu yang lain, serta dari budaya satu terhadap budaya lain (Tubbs, 2001). Tampilan wajah seseorang secara yang holistik, umumnya kita bereaksi terhadapnya. Artinya kita mendapatkan kesan keseluruhannya dan jarang memikirkan ciri-ciri khususnya ketika kita melihat wajah seseorang.

4. Pandangan Mata

Banyak di antara kita kurang peduli tentang kesadaran kita kepada perilaku mata sekalipun perilaku mata penting bagi komunikasi manusia, dan untuk memahami ciri-cirinya secara tepat kita tidak memiliki kemampuan untuk itu. Beberapa istilah yang dikemukakan oleh mereka yang mempelajari perilaku nonverbal pada aspek mata membantu memberi deskripsi: melihat wajah seseorang, *face contact* (kontak wajah); melihat mata seseorang, *eye contact or eye gaze* (kontak mata atau pandangan mata,; *mutual gaze* (saling pandang), *one-sided-gaze* (tatapan satu sisi), saling memandangi wajah oleh dua individu; satu orang melihat wajah orang lain tapi tidak mendapatkan balasan; *gaze*

avoidance (menghindari pandangan), gazeomision (pandangan yang gagal), seseorang secara aktif menghindari tatapan mata orang lain; seseorang gagal untuk memandangi orang lain, tetapi tidak niat melakukannya (Tubbs, 2001). Ketika kita melihat orang atau benda yang tampak menarik, pupil mata cenderung untuk melebar itulah mengapa pupil mata bisa menjadi indikasi ketertarikan atau minat dan di sana ditemukan adanya bukti bahwa faktor pembesar terhadap ada atau tidaknya ketertarikan yaitu besarnya bukaan pupil, setidaknya pada beberapa situasi ekperimental (Tubbs, 2001).

5. Tubuh

Sumber informasi tunggal yang paling penting dalam membentuk kesan permulaan mungkin mempresentasikan sebuah penampilan seseorang. Studi tentang pilihan kencan mungkin menjadi bukti paling dramatis dari arti pentingnya penampilan, di mana faktor yang sangat penting ketimbang faktor lain seperti agama, wajah, harga diri, prestasi akademik, bakat, kepribadian dan popularitas dalam menentukan setingkat apa individu lawan jenis akan saling tertarik adalah daya tarik fisik. Bukti dari penelitian lain menunjukkan bahwa daya tarik fisik merupakan prediksi kesuksesan, keterkenalan, keramahan, daya tarik seksual, kredibilitas dan bahkan juga menentukan bagaimana kebahagiaan orang tersebut tidak hanya penting untuk preferensi kencan saja. (Brent, 2013)

Beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap penampilan, antara lain:

a. Rambut

Jenggot panjang, warna dan gaya rambut merupakan sumber pesan nonverbal yang penting. Beberapa faktor

tersebut berfungsi sebagai dasar kesimpulan atas kepribadian seseorang, usia, pekerjaan, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai dan berkontribusi terhadap daya tarik keseluruhan (DeVito, 2011). Penataan gaya rambut juga memiliki nilai tersendiri di mata masyarakat terlebih para elit politik, akan menjadi bahan perhatian di hadapan masyarakat.

b. Fisik

Fisik mencakup ukuran, tipe, dan bentuk tubuh, Penelitian menunjukkan sebagai contoh, bahwa bentuk ukuran tubuh merupakan kesimpulan yang dapat ditarik tentang kepribadian berdasarkan tipe. Orang yang tampak “bulat”, “lunak” dan kelebihan berat badan (endomorphs) dapat dianggap kalem, berperasaan, ceria, pemaaf, terbuka, hangat, lembut hati atau. Orang yang tampang atletis (mesomorphs) dan tampil akan mendapat anggapan sebagai aktif, tegas, argumentatif, percaya diri, kompetitif, dominan, optimis, atau ceroboh; orang yang tinggi dan kurus dalam penampilan (ectomorphs) dapat dianggap cemas, penyendiri, keren, hati-hati, sensitif, introspektif, teliti, dan pemalu.

c. Pakaian dan perhiasan

Sejumlah fungsi bagi kita sebagai manusia terpenuhi dengan pakaian, termasuk dekorasi, perlindungan fisik dan psikologi, daya tarik seksual, pernyataan—diri, penyangkalan diri, identifikasi kelompok, penyembunyian, dan penampilan status dan peran “Identitas sosial dan citra didefinisikan, dilanjutkan dan dimodifikasi secara positif atau negatif oleh komunikasi penampilan.” menurut tulisan Ahli komunikasi nonverbal

dale Leather. Perhiasan dan pakaian patut dicatat dan sering digunakan sebagai dasar penilaian kepantasan sebagai usia, jenis kelamin, kemudahan didekati, kelas sosial, kesejahteraan finansial, selera, nilai-nilai, dan latar belakang budaya.

6. Gerak

Isyarat Gerakan kepala, badan, tungkai, lengan, atau kaki secara teknis dinamai kinesics juga memainkan peran penting dalam komunikasi manusia. Pesan yang mempunyai tujuan atau purposeful pesan yang dimaksudkan untuk meraih tujuan tertentu maupun sekadar kebetulan (*incidental*) dan tidak sengaja (*unincidental*) merupakan fungsi Gerakan serta isyarat. Kalau kita menggoyangkan kepala ke kanan kiri sambil berkata “tidak” ketika menjawab pertanyaan merupakan Beberapa gerakan yang dapat digunakan sebagai pelengkap untuk bahasa. Dalam kasus lain kata-kata digantikan menggunakan gerak. Sebuah gerakan untuk menunjukkan kebingungan atau ketidakpastian seperti mengangkat bahu misalnya, “ok” dapat dipresentasikan dengan tanda lingkaran yang dibuat oleh ibu jari dan jari telunjuk (Tubbs, 2001)

7. Sentuhan—Rabaan

Ketika gerak isyarat (*gesture*) lebih diperluas ke titik di mana kontak fisik terlibat, saat itu pesan sentuhan (*tactile*) telah dibuat. Pesan ini yang juga dikenal sebagai pesan rabaan (*haptics*). Sentuhan menjadi sarana utama untuk ekspresi dari kehangatan dan kepedulian di antara anggota keluarga dan teman dekat.

8. Ruang—Jarak

Edward Hall mengemukakan bahwa jarak antara peserta interaksi adalah bervariasi, dapat diperkirakan bergantung pada kondisi dan isi percakapan. Untuk percakapan publik, berjarak 12 kaki atau lebih hingga batas yang dapat dilihat. Untuk percakapan informal dan bisnis antara 4 sampai 12 kaki. Untuk percakapan biasa, berjarak 1,5 sampai 4 kaki. Adapun percakapan intim berkisar 0-18 inci.

9. Waktu—Kronemiks

Pemilihan waktu dan penggunaan waktu kronemiks, sebagaimana ia dirancang secara teknis adalah faktor penting lain yang juga sering diabaikan dalam komunikasi. Padahal reaksi terhadap kata-kata dan perbuatan mungkin jauh lebih ditentukan oleh waktu berbicara atau bertindak dibandingkan bergantung kepada isi tindakan itu sendiri. Karakteristik penggunaan waktu meliputi kecepatan berbicara, jumlah dan panjang jeda atau interupsi, perbandingan waktu bicara dan diam, dan pola pergantian bicara dalam percakapan. Faktor-faktor ini dapat memainkan peran penting dalam penyampaian, penerimaan, dan interpretasi pesan karena masing-masing berfungsi sebagai dasar pembentukan kesan tentang individu yang terlibat. (Tubbs, 2001)

SIMPULAN MATERI

1. Komunikasi intrapersonal merupakan suatu proses komunikasi yang kita lakukan dengan pikiran diri kita sendiri. Misalnya sebagai contoh ketika sedang memeriksa IP kuliah

semester ternyata nilai banyak yang turun kemudian dosen wali memberitahukan “jika nilai semakin buruk tiap semester kamu harus mengikuti semester antara”, kemudia dalam hatimu berkata “semester depan saya harus belajar lebih giat lagi”. Hal ini merupakan komunikasi intra personal yaitu komunikasi pada diri sendiri untuk memberikan semangat belajar.

2. Komunikasi interpersonal adalah jenis komunikasi yang dilakkan oleh individu kepada individu untuk menyampaikan pesan menggunakan suatu media tertentu baik itu dilakukan dengan verbal maupun non-verbal.
3. Proses komunikasi kelompok besar bersifat satu arah yaitu adanya satu sumber informasi yang menyampaikan pesan kepada penerima pesan dalam jumlah yang besar sehingga untuk mendapatkan feed back atau umpan balik sangat minim, berbeda dengan komunikasi kelompok kecil dimana komuniaktor memberikan informasi diaman para komunikan dapat dengan mudah memberika respon dan umpan baliknya.
4. Komunikasi verbal merupakan jenis komunikasi dimana penyampaian pesan dan informasi dilakukan secara lisan maupun dengan tulisan.
5. Komunikasi nonverbal yaitu jenis komunikasi dimana penyampaian pesan dan informasi dilakukan dengan bahasa tubuh, tanda, maupun dengan objek. Bahasa tubuh bisa berupa raut wajah seseorang, gerak gerik tubuh dll. Rambu lalu lintas juga merupakan komunikasi non-verbal.

EVALUASI

1. Buatlah ringkasan materi komunikasi interpersonal dan intrapersonal dengan bahasa anda sendiri!
2. Buatlah ringkasan materi komunikasi kelompok!
3. Lakukan contoh komunikasi verbal dan non-verbal dengan teman sekelompok anda!

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Reni & Eka, Fauzi. 2019. Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Jakarta: Prenadamedia Group
- Davis, Keith dan Newstrom, John W. 2004. Perilaku dalam Organisasi. Terj. Jilid ke-1. Ed. ke-7. Jakarta: Erlangga.
- DeVito, Joseph A. 1989. The Interpersonal Communication Book. Fifth edition. New York: Harper and Row Publishers.
- DeVito, Joseph A. 2002. The Interpersonal Communication Book. New York: Person Education.Inc.
- DeVito, Joseph A. 1997. Human Communication. New York: Harper Collinc. Colege Publisher.
- DeVito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antarmanusia. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- DeVito, Joseph A. 1989. The Interpersonal Communication Book. Fifth edition. New York: Harper and Row Publishers.
- DeVito, Joseph A. 2002. The Interpersonal Communication Book. New York: Person Education.Inc.
- Liliwieri, Alo. 1991. Komunikai Antarpribadi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Liliwieri, Alo. 1991. Perspektif Teoretis Komunikasi Antarpribadi. Bandung : PT Citra. Aditya Bakti.
- Liliwieri, Alo. 1994. Komunikasi Verbal dan Nonverbal. Bandung: PT Citra. Aditya Bakti.

- Mulyana, Deddy. 2000. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2014. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cet. ke-18. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. Psikologi Komunikasi. Cet. ke-21. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sendjaja, Djuarsa. 2005. Teori Komunikasi. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas terbuka.
- Tubbs, L. Stewart dan Sylvia, Moss. 1996. Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar. Pengantar: Deddy Mulyana, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tubbs, Stewart L. dan Moss, Sylvia. 2001. Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

BAB III KOMUNIKASI INTER-PROFESI

TUJUAN INTRUKSIONAL UMUM

Setelah mempelajari materi pada BAB III ini mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan dan menguraikan tentang komunikasi antar profesi dan komunikasi dengan tenaga kesehatan lain.

TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS

1. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi komunikasi interprofesi
2. Mahasiswa dapat menjelaskan manfaat komunikasi interprofesi
3. Mahasiswa dapat menjelaskan faktor yang mempengaruhi komunikasi interprofesi

1. Definisi komunikasi interprofesi

Komunikasi atau communication menurut bahasa Inggris adalah bertukar pikiran, opini, informasi melalui perkataan, tulisan ataupun tanda-tanda (Hornby et al, 2007 dalam Mundakir, 2016). Komunikasi interprofesi adalah bentuk interaksi untuk bertukar pikiran, opini dan informasi yang melibatkan dua profesi atau lebih dalam upaya untuk menjalin kolaborasi interprofesi.

2. Manfaat komunikasi interprofesi

Komunikasi interprofesi yang sehat menimbulkan terjadinya pemecahan masalah, berbagai ide, dan pengambilan keputusan bersama (Potter & Perry, 2005). Bila komunikasi tidak efektif terjadi di antara profesi kesehatan, keselamatan pasien menjadi taruhannya. Beberapa alasan yang dapat terjadi yaitu kurangnya informasi yang kritis, salah mempersepsikan informasi, perintah yang tidak jelas melalui telepon, dan melewatkan perubahan status atau informasi (O'Daniel and Rosenstein, 2008).

3. Faktor yang mempengaruhi komunikasi interprofesi

Menurut Potter dan Perry (2005) keefektifan komunikasi interprofesi dipengaruhi oleh :

- a) Persepsi yaitu suatu pandangan pribadi atas hal-hal yang telah terjadi. Persepsi terbentuk apa yang diharapkan dan pengalaman. Perbedaan persepsi antar profesi yang berinteraksi akan menimbulkan kendala dalam komunikasi;
- b) Lingkungan yang nyaman membuat seseorang cenderung dapat berkomunikasi dengan baik. Kebisingan dan kurangnya kebebasan seseorang dapat membuat kebingungan, ketegangan atau ketidaknyamanan;
- c) Pengetahuan yaitu suatu wawasan akan suatu hal. Komunikasi interprofesi dapat menjadi sulit ketika lawan bicara kita memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda. Keadaan seperti ini akan menimbulkan feedback negatif, yaitu pesan menjadi akan tidak jelas jika kata-kata yang digunakan tidak dikenal oleh pendengar.
- d) Upaya meningkatkan kemampuan komunikasi interprofesi

Menurut Wagner (2011), IPE merupakan langkah yang penting untuk dilakukan karena melalui IPE, mahasiswa dapat melatih kemampuan komunikasi interprofesi pada situasi yang tidak membahayakan pasien tetapi tetap mencerminkan situasi yang mendekati situasi nyata. Kebutuhan akan strategi pembelajaran untuk meningkatkan komunikasi interprofesi berkembang. Oleh karena itu, pendidik diharapkan mampu mengembangkan metode dan strategi pembelajaran yang menggabungkan kemampuan komunikasi dan budaya pasien serta keterampilan teknis sejak tahap akademik (Mitchell, 2010). Salah satu model IPE yang dapat

diterapkan adalah simulasi IPE. Melalui simulasi IPE tersebut mahasiswa dapat mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam berkomunikasi dengan profesi yang lain. Selain itu mahasiswa juga lebih percaya diri untuk berkomunikasi dengan profesi yang lain ketika berkolaborasi dengan profesi yang lain karena mahasiswa sudah memiliki bekal pengalaman sebelumnya.

Wagner (2011) menjelaskan dalam penelitiannya yang berjudul *“Developing Interprofessional Communication Skills”* bahwa simulasi IPE sangat efektif dan diterima dengan baik sebagai inovasi dalam pembelajaran mahasiswa kesehatan. Simulasi tersebut merupakan langkah awal menuju pengembangan budaya yang menumbuhkan kerja sama tim interprofessional dalam perawatan kesehatan. Selain itu, simulasi tersebut adalah cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan melalui pengembangan kolaborasi interprofesi, karena memberikan kesempatan setiap kelompok untuk belajar berinteraksi dengan profesi yang lain. Selain melalui simulasi IPE, pembelajaran IPE juga dapat menggunakan metode tutorial yang mengintegrasikan berbagai profesi kesehatan. Metode IPE melalui diskusi tutorial tersebut berpusat pada berbagai aspek peran profesi kesehatan dan komunikasi antara dokter, tenaga keperawatan serta pasien dalam setting manajemen perawatan.

Mitchell (2010) menjelaskan dalam penelitiannya yang berjudul *“Innovation In Learning – An Interprofessional Approach To Improving Communication”* bahwa tutorial sangat efektif untuk memberikan kesadaran akan pentingnya kolaborasi tim interprofesi dalam perawatan pasien. Selain itu, diskusi yang terjadi selama tutorial dengan profesi yang lain dapat melatih mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan komunikasi interprofesi.

Menurut Berridge (2010), komunikasi interprofesi merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan keselamatan pasien, karena melalui komunikasi interprofesi yang berjalan efektif, akan menghindarkan tim tenaga kesehatan dari kesalahpahaman yang dapat menyebabkan *medical error*, sehingga perlu adanya kurikulum pembelajaran IPE yang mampu melatih kemampuan mahasiswa dalam sebuah kolaborasi interprofesi. Berikut ini adalah karakter dalam komunikasi interprofesi kesehatan yang kami temukan melalui serangkaian penelitian ilmiah bersama dengan profesi dokter, perawat, apoteker dan gizi kesehatan dan telah mendapatkan validasi oleh pakar komunikasi dari Indonesia maupun Eropa (Claramita, et.al, 2012):

- a) Mampu menghormati (*Respect*) tugas, peran dan tanggung jawab profesi kesehatan lain, yang dilandasi kesadaran/sikap masing-masing pihak bahwa setiap profesi kesehatan dibutuhkan untuk saling bekerjasama demi keselamatan pasien (*Patient-safety*) dan keselamatan petugas kesehatan (*Provider-safety*).
- b) Membina hubungan komunikasi dengan prinsip kesetaraan antar profesi kesehatan.
- c) Mampu untuk menjalin komunikasi dua arah yang efektif antar petugas kesehatan yang berbeda profesi dalam
- d) Berinisiatif membahas kepentingan pasien bersama profesi kesehatan lain.
- e) Pembahasan mengenai masalah pasien dengan tujuan keselamatan pasien bisa dilakukan antar individu ataupun antar kelompok profesi kesehatan yang berbeda.
- f) Mampu menjaga etika saat menjalin hubungan kerja dengan profesi kesehatan yang lain.

- g) Mampu membicarakan dengan profesi kesehatan yang lain mengenai proses pengobatan (termasuk alternatif/tradisional)
- h) Informasi yang bersifat komplimenter/ saling melengkapi: kemampuan untuk berbagi informasi yang appropriate dengan petugas kesehatan dari profesi yang berbeda (baik tertulis di medical record, verbal maupun non-verbal).
- i) Paradigma saling membantu dan melengkapi tugas antar profesi kesehatan sesuai dengan tugas, peran dan fungsi profesi masing-masing.
- j) Negosiasi: Kemampuan untuk mencapai persetujuan bersama antar profesi kesehatan mengenai masalah kesehatan pasien.
- k) Kolaborasi: Kemampuan bekerja sama dengan petugas kesehatan dari profesi yang lain dalam menyelesaikan masalah kesehatan pasien.

SIMPULAN MATERI

1. Komunikasi inter profesi merupakan kegiatan bertukar pikiran, pesan dan informasi yang dilakukan oleh antar profesi atau kolaborasi profesi. Pentingnya komunikasi inter-profesi dikarenakan dalam suatu fasilitas pelayanan kesehatan terdiri dari banyak profesi tenaga kesehatan yang mana mereka diharuskan untuk saling berinteraksi dan bertukar informasi. Komunikasi interkomunikasi yang tepat akan menimbulkan suatu pemecahan masalah, ide dan pengambilan keputusan bersama.

EVALUASI

1. Menurut anda apa yang mempengaruhi ke-efektifan komunikasi antar profesi, Jelaskan dan uraikan!
2. Jelaskan menurut anda mengapa komunikasi antar profesi tenaga kesehatan sangat penting?

DAFTAR PUSTAKA

Potter, Patricia A. and Perry, Anne G. (1985) *Fundamental of Nursing*. St. Louis. Mosby Company.

Mundakir. 2016. *Buku Ajar Komunikasi Pelayanan Kesehatan*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka

BAB IV ETIKA KOMUNIKASI

TUJUAN INTRUKSIONAL UMUM

Setelah mempelajari materi pada BAB IV ini mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan dan menguraikan tentang etika komunikasi yang meliputi Etika ketika bertelepon dan menerima telepon serta mampu menjelaskan tentang media komunikasi dalam kesehatan.

TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS

1. Mahasiswa dapat membuat media komunikasi dalam kesehatan
2. Mahasiswa dapat mempraktekkan etika berkomunikasi melalui telephone

A. MEDIA KOMUNIKASI DALAM KESEHATAN

1. Media sebagai Agen Institusi dan Sosialisasi

Menurut Malinowski, setiap individu mempunyai kebutuhan fisiologis biologis maupun physiology. Untuk memperoleh kebutuhan itu maka setiap kelompok di mana individu berkumpul (organisasi sosial) akan mengembangkan institusi agar para anggotanya dapat memperoleh kebutuhan-kebutuhan tersebut. Institusi itu hadir sebagai hasil dorongan kebudayaan dari setiap kelompok suku bangsa untuk melayani anggotanya yang ingin memperoleh empat kebutuhan dasar — instrumental needs (ekonomi, social control, education, dan political organization). Setiap institusi sosial tersebut mempunyai personal, seperangkat norma atau aturan, aktivitas, aparatur materiel (teknologi), dan fungsi. Malinowski percaya bahwa setiap individu yang memiliki karakteristik biocultural yang sama mempunyai kesamaan

atau uniformitas kebutuhan fisiologis itu. (Murphy, 2001 dalam Agustina, 2019)

institusi sosial adalah seperangkat peran—yang telah dikemas dalam sebuah kewenangan yang terbentuk secara konsisten—dalam pola-pola tindakan atau perilaku yang sudah diakui dan bahkan mengatur sanksi terhadap pelanggaran atas pola-pola tindakan. Dalam studi sosiologis setiap masyarakat di dunia memiliki institusi sosial, yaitu : (1) institusi perkawinan dan keluarga; (2) pendidikan; (3) ekonomi dan perdagangan; (4) politik dan pemerintahan; dan (5) institusi religius. Peranan institusi sosial antara lain membimbing tindakan/perilaku atau mengajarkan cara agar individu atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan mereka. Artinya, kalau orang mau membentuk satu keluarga maka perlu ada aturan untuk tindakan dan cara upaya orang bisa kawin. Jadi, kawin harus diatur supaya ada seorang perempuan dan laki-laki bisa melakukan hubungan seksual secara legal dan diakui oleh masyarakatnya. Itulah institusi perkawinan dan keluarga. Kalau orang mau memperoleh dan mempelajari ilmu pengetahuan, maka perlu ada aturan bagaimana memperoleh dan mendapatkan pengetahuan itu. Itulah institusi pendidikan. Supaya orang bisa bekerja dan menghasilkan barang atau jasa, lalu ditukar dengan orang lain, maka perlu aturan yang mengatur kehidupan ekonomi. Itulah institusi ekonomi. Agar orang bisa mengambil kegiatan dalam kekuasaan untuk mengatur atau memerintah orang lain, maka perlu ada institusi politik. Demikian pula kalau orang mau beribadah kepada Tuhan, maka kita perlu institusi religius.

2. Media Sebagai Institusi

Media massa sebagai institusi (sosial) adalah seperangkat peran untuk menyebarluaskan informasi, peran itu dibentuk secara kon sisten oleh pola-pola atau tindakan perilaku yang sudah diakui dan mempunyai sanksi oleh masyarakat. Jadi, masyarakat mengakui bahwa kehadiran media massa melewati sebuah sejarah panjang, melewati uji coba peran yang berulang-ulang sehingga masyarakat mengakui bahwa media massa merupakan tempat/wadah/wahana bagi manusia untuk mencari informasi. Pengakuan itu juga dikarenakan masyarakat mengakui cara kerja media, mereka telah memiliki pola-pola tindakan, aktivitas, kerja, untuk menyebarluaskan informasi bagi kebutuhan hasrat ingin tahu masyarakat.

Masyarakat mengakui tujuan media massa sebagai sebuah institusi yang menyebarluaskan informasi, memengaruhi, menghibur, mendidik dan membimbing tindakan atau perilaku individu sebagai anggota suatu kelompok atau masyarakat, atau membimbing cara-cara bagaimana setiap individu memenuhi kebutuhan mereka. Sebagai buktinya, kini, dengan perkembangan teknologi komunikasi, media massa telah menjalankan semua tugas dari institusi sosial yang ada dalam masyarakat. Jadi, peranan media sangat unik dan kompleks karena “mengambil alih peran” institusi sosial seperti: (1) institusi perkawinan dan keluarga; (2) pendidikan; (3) ekonomi dan perdagangan; (4) politik dan pemerintahan; dan (5) institusi religius. Perhatikan bagaimana jasa media massa yang “mengambil alih” peranan institusi lain, misalnya media membuka rubrik jodoh,

melayani jasa konsultasi perkawinan, misalnya ke sehatan suami dan istri, kesehatan anak maupun kesehatan lingkungan. Inilah peranan media sebagai institusi sosial per kawinan.

Media juga berfungsi sebagai media pendidikan yang menyebarluaskan informasi tentang kurikulum pendidikan dan latihan, bahan-bahan ajar di bidang pendidikan dan latihan keterampilan (institusi pendidikan); media juga menyediakan informasi mengenai harga barang dan jasa agar warga masyarakat dapat mengikuti perkembangan ekonomi dan perdagangan dalam masyarakat (institusi ekonomi dan per dagangan). Media juga membentuk opini tentang peranan lembaga- lembaga politik dan pemerintahan serta perkembangannya (institusi politik). Terakhir, media turut berperan dalam menyiarkan paket-paket siaran keagamaan (institusi agama). Dari pengambil alihan peran itulah media berfungsi untuk membimbing tindakan/perilaku atau mengajarkan cara agar individu atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan mereka.

3. Media sebagai Agen Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses pembentukan diri berkaitan dengan dunia sosial yang luas melalui pembelajaran (learning) dan pembiasaan (internalisasi) terhadap nilai, kepercayaan, norma yang bersumber dari suatu kebudayaan. Melalui sosialisasi, kita sebagai warga masyarakat mempelajari suatu peran tertentu, misalnya kita belajar sopan santun, belajar berteman dan mencintai, belajar memahami penipuan atau kebenaran, mengenai barang dan jasa. Nilai dan norma tersebut secara bertahap diinternalisasikan ke

dalam kebudayaan kita sehingga kita perlahan-lahan mengubah perilaku kita sendiri mau pun relasi dengan sesama. Kini terlihat bahwa sosialisasi merupakan dasar bagi setiap media masa sebagai subsistem dalam sebuah masyarakat berjuang untuk melanjutkan dan mempertahankan sebuah sistem yang stabil.

Sekurang-kurangnya ada lima unsur penting dari media sebagai agen sosialisasi:

- a. Bahwa dalam proses sosialisasi terkandung maksud sejumlah cara bagaimana kebudayaan (kepercayaan, tradisi, gaya hidup, bahasa, aturan kehidupan moral, variasi keterampilan) dibagi atau dipertukarkan.
- b. Bahwa nilai dan norma budaya yang bersumber dari luar/eksternal—dari individu/kelompok disebarluaskan ke masyarakat.
- c. Bahwa ke dalam/internal, bagaimana nilai dan norma itu menjadi bagian dari penghayatan cara hidup yang terorganisasi.
- d. Bahwa ada proses membawa nilai dan norma itu dari eksternal ke internal melalui proses belajar.
- e. Bahwa proses belajar itu melalui sebuah agen—media massa.

Media massa juga menampilkan/ mensosialisasikan sejumlah informasi, peran yang bersifat:

- a. Homogenisasi nilai dan norma/monolitik.
- b. Konsumerisme.
- c. Nilai: keindahan, kekerasan, kekuasaan, sopan santun, dan lain-lain.
- d. Meniru peran.
- e. Berkurangnya keakraban dan keterlibatan.

- f. Selektif sehingga orang harus memilih/minat tertentu.
- g. Menyusun jadwal kegiatan hidup.

Peluang untuk mensosialisasikan nilai atau norma dari satu kebudayaan kepada banyak orang justru dimiliki oleh media. Ini sekaligus menjadi peluang bagi para pelaku kesehatan untuk memanfaatkan media massa untuk mengomunikasikan informasi kesehatan kepada atau menerima informasi kesehatan balikan dari kelompok sasaran. Inilah salah satu sifat sosiologi media sebagai sarana sosialisasi informasi kesehatan.

Dalam cara pandang sosiologi-komunikasi, media berperan sebagai agen sosialisasi (selain keluarga, sekolah, kelompok bermain, gereja, masjid, dan lain-lain). Artinya, media massa (isi dan media sebagai artefak) memengaruhi perilaku kita (*media affect how we learn about our world and interact with one another*). Jadi sebenarnya kehidupan kita sangat tergantung pada media untuk mencari apa yang kita ingin atau butuh untuk diketahui dan bagaimana kita berhubungan dengan dunia sosial, budaya, politik, agama, dan kesehatan. (*We are dependent on the media for what we know and how we relate to the world of ...*).

a. Memilih Strategi-strategi Komunikasi

Komunikator perlu mempertimbangkan banyak faktor medik, politik, finansial, logistik, dan teknis—ketika memutuskan strategi komunikasi yang “terbaik”. Faktor-faktor perilaku sebaiknya mengambil bagian dalam memengaruhi pemilihan strategi. Bagian ini menjelaskan bagaimana komunikator menganalisis hubungan-hubungan

antara lingkungan dan perilaku-perilaku yang diinginkan dan bagaimana mengambil hubungan tersebut dalam pertimbangan saat memilih strategi komunikasi.

b. Defisit-defisit Keterampilan dan Kinerja

Dalam memilih strategi komunikasi, komunikator sebaiknya mempertimbangkan apakah ketidakhadiran perilaku atau ketidaktepatan kinerja sebuah perilaku sasaran disebabkan karena kurang keterampilan (defisit keterampilan) atau ketidakhadiran kondisi-kondisi yang memuaskan bagi pelaksanaan perilaku tersebut (defisit kinerja) (Bandura, 1977; Miller, 1980; Sulzer-Azaroff & Mayer, 1977). Bila seseorang mempunyai defisit keterampilan, komunikator akan memilih strategi untuk memperkenalkan dan mengajarkan keterampilan-keterampilan ini. Bila audiens telah menjalankan aproksimasi-aproksimasi perilaku sasaran, maka strategi komunikasinya adalah memberikan penghargaan terhadap aproksimasi-aproksimasi tersebut dan mengajarkan keterampilan-keterampilan yang di perlukan untuk membentuk aproksimasi-aproksimasi itu menjadi perilaku-perilaku sasaran.

Strategi komunikasinya akan kurang mengarah kepada upaya membangun keterampilan namun lebih mengarah kepada upaya penciptaan sebuah lingkungan pendukung (Kyenkyia-Isabirye & Magalheas, 1990). Penelitian akan diperlukan untuk mengidentifikasi konsekuensi-konsekuensi tidak menyenangkan mana yang menjadi penghalang dari praktik-praktik ini atau, jika ada, apakah praktik tersebut menghasilkan konsekuensi-konsekuensi yang menyenangkan. Sebagai contoh, banyak ibu yang yakin bahwa pemberian ASI

merupakan pilihan terbaik bagi bayi mereka dan mereka telah diajar bagaimana cara memberikan ASI di rumah sakit. Meskipun demikian, saat memberikan ASI ibu dapat benar-benar merasa sakit, terutama pada beberapa minggu pertama. Ibu-ibu yang baru pertama kali memberikan ASI, walaupun mempunyai minat dan keterampilan yang baik, mungkin saja merasa kelabakan dan frustrasi akibat rasa sakit yang mereka alami. Dalam hal ini strategi komunikasinya dapat diarahkan kepada upaya meningkatkan dukungan sosial selama bulan pertama pemberian ASI. Komunikasi dapat digunakan untuk mengajari para ayah dan wanita-wanita lain bagaimana cara mendukung ibu-ibu yang baru pertama kali memberikan ASI selama bulan-bulan awal menyusui.

4. Memilih Saluran Komunikasi

strategi-strategi komunikasi yang menggabungkan saluran-saluran secara majemuk merupakan strategi yang mempunyai dampak paling besar bagi upaya perubahan perilaku kesehatan (United States Departement of Health and Human Services, 1989). Pertanyaannya bukan lagi saluran nama yang paling baik, melainkan menggunakan kombinasi saluran-saluran tersebut dalam mengajarkan serta mendukung perilaku kuperilaku sasaran.

a. Saluran Interpersonal.

Seperti komunikasi tatap muka, distribusi ke komunitas, kunjungan rumah, pelatihan, diskusi kelompok, dan penyuluhan—umumnya merupakan saluran yang baik untuk menjaga kredibilitas pesan-pesan, menyediakan informasi, dan mengajarkan keterampilan yang kompleks yang membutuhkan komunikasi dua arah antara individu dan

seseorang sebagai sumber informasi yang terpercaya. Komunikasi interpersonal memfasilitasi diskusi-diskusi berkenaan dengan informasi atau pesan-pesan yang telah audiens sasaran dianggap sebagai suatu yang bersifat “sensitif” atau “pribadi”. Saluran interpersonal ini juga penting untuk menyediakan umpan balik positif dan penguatan seketika bagi orang-orang yang menjalankan perilaku-perilaku sasaran.

b. Saluran Media Siar.

Umumnya memberikan cakupan yang luas bagi pesan-pesan komunikasi, mampu meraih sejumlah besar audiens sasaran dengan cepat dan berkali-kali. Di negara-negara berkembang, radio merupakan saluran yang berdaya tinggi untuk meraih sejumlah besar orang dengan pesan-pesan komunikasi, dan untuk memasyarakatkan perilaku sasaran beserta konsekuensi-konsekuensinya. Di beberapa negara, seperti Mesir dan Filipina, televisi juga memegang peranan yang penting.

c. Saluran Media Cetak.

Seperti pamflet, selebaran, dan poster—umumnya dianggap sebagai saluran yang paling baik untuk memberikan sebuah pengingat kunci pesan-pesan komunikasi secara tepat waktu. Pamflet dan bahan grafis yang disebar pada tingkat individu atau keluarga dapat memberikan informasi yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami, sehingga audiens sasaran dapat menggunakan informasi tersebut apabila sering diperlukan. Bahan-bahan audiovisual—seperti video, slide, dan flip chart—menggambarkan pesan-pesan kunci secara visual pada waktu sesi-sesi komunikasi interpersonal.

Aturan-aturan memilih saluran yang bersifat dasar tetapi sangat penting, yaitu:

- a. Pilih saluran yang mencerminkan pola-pola penggunaan oleh audiens sasaran tertentu, bukan berdasarkan selera tim komunikasi atau pembuat keputusan. Hampir semua komunikator mempunyai “media favorit” entah itu video, wayang atau radio. Meskipun demikian, agar dapat menimbulkan dampak, saluran yang dipilih harus yang dapat “meraih” audiens sasaran dengan derajat frekuensi, efektivitas, dan kredibilitas yang paling besar.
- b. Kenali bahwa saluran-saluran yang berbeda memainkan peranan yang berbeda.
- c. Gunakan beberapa saluran secara simultan. Penggunaan saluran secara majemuk yang terpadu meningkatkan cakupan, frekuensi dan efektivitas pesan-pesan komunikasi.
- d. Pilih media yang sesuai dengan sumber-sumber daya manusiadan finansial yang ada dalam program.
- e. Pilih saluran-saluran yang dapat dijangkau dan tepat bagi audiens sasaran. Pesan-pesan radio sebaiknya dijadwalkan bagi stasiun-slatasiun pemancar radio yang benar-benar didengar oleh audiens sasaran serta pada jam-jam siar saat audiens sasaran mendengarkan siaran tersebut. Bahan-bahan cetakan sebaiknya hanya dipakai bagi audiens yang tidak buta huruf yang terbiasa belajar menggunakan bahan-bahan tertulis dan bahan-bahan visual. Bahan-bahan tersebut sebaiknya disebarakan di tempat-tempat yang dapat dijangkau

serta dapat dilihat, sehingga audiens sasaran mudah mengambilnya. Komunikasi interpersonal sebaiknya diberikan secara terandal dengan sumber-sumber yang terpercaya. (United States Department of Health and Human Services, 1989)

Kombinasi saluran-saluran ini disebut sebagai media campuran. Media campuran yang dipilih sebaiknya merupakan media yang membuat komunikator mampu mencapai banyak orang dengan banyak kesempatan, dalam kerangka waktu yang sudah ditentukan, untuk memasok informasi yang tepat dalam bentuk yang dapat dipahami kepada setiap audiens sasaran, serta dengan mengingat anggaran yang dapat disediakan oleh lembaga yang melaksanakan program komunikasi

B. ETIKA BERTELPON

1. Etika Komunikasi

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu "*ethos*" yang berarti karakter, watak kesusilaan atau adat kebiasaan. Etika komunikasi adalah Nilai-nilai dan norma yang dijadikan sebagai panduan umum untuk menyampaikan informasi kepada individu lain atau dengan kelompok masyarakat. Jujur tidak berbohong. Etika yang baik dalam komunikasi:

- Bersikap Dewasa tidak kekanak-kanakan
- Lapang dada dalam berkomunikasi
- Menggunakan panggilan / sebutan orang yang baik
- Menggunakan pesan bahasa yang efektif dan efisien
- Tidak mudah emosi / emosional
- Berinisiatif sebagai pembuka dialog

- Berbahasa yang baik, ramah dan sopan
- Menggunakan pakaian yang pantas sesuai keadaan
- Bertingkah laku yang baik

2. Etika Bertelpon

2.1. Etika Bertelpon Secara Umum

- Mengangkat segera apabila telepon berdering, jangan lebih dari 3 kali berdering
- Memperkenalkan diri terlebih dahulu bila menerima atau menghubungi seseorang melalui telepon
- Menggunakan bahasa yang formal, baik, sopan, dan tepat
- Menyapa penelpon dengan sebutan ibu atau bapak
- Berbicara dengan jelas, ramah dan menyenangkan". bertanya dengan bijaksana. Mencatat pesan atau pembicaraan. Mengucapkan terimakasih dan salam pada bagian akhir pembicaraan. Meletakkan gagang telepon dengan pelan

2.2. Etika Bertelpon Secara Khusus

- Menggunakan bahasa yang resmi, terutama kepada orang yang belum akrab atau belum mengetahui identitasnya
- tidak berbicara dengan orang lain selagi menelepon
- tidak berbicara sambil makan sesuatu atau mengunyah permenberbicara tidak terlalu banyak basa basi
- tidak berbicara dengan nada kasar apalagi membentak

- e. janganlah berbicara dengan nada memerintah.
- f. jangan membiarkan penelpon menunggu terlalu lama,tanpa penjelasan, hanya terdengar bunyi musik.
- g. ada dan intonasi bicara tidak terkesan malas atau tidak ramah.

3. Cara Menangani Telepon

3.1 Telepon Masuk

- a. Mengangkat gagang telepon sesegera mungkin
- b. Telepon yang berasal dari saluran langsung, tidak melalui operator, berbeda penanganannya dengan telepon yang berasal dari saluran tidak langsung
- c. Gunakan bahasa yang resmi, komunikatif (jelas, dapat dipahami, singkat dan tepat)
- d. Apabila orang yang dikehendaki penelpon ada, secepatnya dihubungkan kepada yang ditujunya. Bila orang yang dikehendaki tidak ada, tanyakanlah kepada penelpon mengenai sesuatu yang dapat membantunya, keperluannya, serta pesan yang akan disampaikan.
- e. Apabila terjadi telepon salah sambung, jelaskan dengan ramah bahwa yang bersangkutan salah sambung
- f. Bila penelpon akan menghubungi pimpinan, maka ada hal atau cara tertentu yang harus diperhatikan, yaitu kita harus tanyakan lebih dahulu perih identitas si penelpon, namanya, asal kantor atau perusahaan, keperluannya, lalu secepatnya memberitahukan kepada pimpinan.

- g. Bersikaplah sopan, ramah, hangat, dan akrab, karena sifat dan sikap kita akan terpantul melalui nada suara

3.2 Bertelepon

- a. Menekan nomor telepon yang akan dituju
- b. Bila ada kesalahan menelepon, misalnya salah sambung maka segera meminta maaf
- c. Bila telepon sudah diangkat maka penelepon mengeawali dengan salam dan menyebutkan identitas diri
- d. Mengemukakan maksud dan tujuan dengan jelas, singkat, padat dan mudah dipahami
- e. Mencatat hal hal penting
- f. Mengakhiri pembicaraan dengan ucapan salam dan terimakasih
- g. Meletakkan ganggang telepon dengan pelan.

SIMPULAN MATERI

1. Terdapat beberapa media komunikasi dalam kesehatan:
 - Media sebagai agen institusi dan Sosialisasi
 - Media sebagai agen institusi
 - Media sebagai agen sosialisasi
2. Etika bertelepon secara umum:
 - Mengangkat segera apabila telepon berdering, jangan lebih dari 3 kali berdering
 - Memperkenalkan diri terlebih dahulu bila menerima atau menghubungi seseorang melalui telepon

- Menggunakan bahasa yang formal, baik, sopan, dan tepat
- Menyapa penelpon dengan sebutan ibu atau bapak
- Berbicara dengan jelas, ramah dan menyenangkan". bertanya dengan bijaksana. Mencatat pesan atau pembicaraan. Mengucapkan terimakasih dan salam pada bagian akhir pembicaraan. Meletakkan gagang telepon dengan pelan

EVALUASI

1. Lakukan ringkasan materi tentang media komunikasi kesehatan!
2. Peragakan suatu komunikasi dimana anda sebagai perekam medis yang menelepon dokter untuk melakukan konfirmasi tentang ketidaksesuaian diagnosa dan pelayanan yang ada pada berkas rekam medis pasien!

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Reni & Eka, Fauzi. 2019. Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Jakarta: Prenadamedia Group

BAB V GANGGUAN DAN HAMBATAN

TUJUAN INTRUKSIONAL UMUM

Setelah mempelajari materi pada BAB V ini mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan dan menguraikan tentang gangguan dan hambatan dalam berkomunikasi.

TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS

1. Mahasiswa dapat menjelaskan gangguan dalam berkomunikasi
2. Mahasiswa dapat menjelaskan hambatan dalam berkomunikasi

A. GANGGUAN KOMUNIKASI

Gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang di sebabkan karena kesalahan bahasa yang digunakan (Blake, 1979). Gangguan semantik sering terjadi karena:

1. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
2. Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima, misalnya komunikator menggunakan bahasa daerah yang tidak dikuasai oleh komunikan.
3. Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
4. Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

B. HAMBATAN KOMUNIKASI

Hambatan atau gangguan komunikasi dapat terjadi pada semua elemen atau unsur-unsur yang mendukungnya, termasuk faktor lingkungan di mana komunikasi itu terjadi. Menurut Shannon dan Weaver (Cangara, 2007), gangguan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi, sehingga komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif dan tidak sesuai dengan harapan komunikator dan komunikan. Sejumlah hambatan dapat memperlambat atau mengacaukan komunikasi yang efektif (Deddy Mulyana, 2005), hambatan tersebut, antara lain:

1. Penyaringan (filtering)

Penyaringan mengacu pada manipulasi informasi secara sengaja oleh pengirim berita sehingga informasi tersebut akan tampak lebih menyenangkan bagi penerima informasi.

2. Perspektif selektif

Permasalahan ini dapat muncul karena si penerima informasi, dalam proses komunikasi, melihat dan mendengar sesuatu dengan selektif berdasarkan pada kebutuhan, motivasi, pengalaman, latar belakang, dan karakteristik kepribadian lainnya. Penerima informasi juga dipengaruhi oleh kepentingan dan harapan-harapannya dalam proses komunikasi ketika ia menerjemahkan informasi.

3. Gaya Gender

Laki-laki maupun perempuan menggunakan komunikasi lisan untuk alasan yang berbeda. Sehingga konsekuensinya, jenis kelamin menjadi hambatan bagi komunikasi yang efektif antara kedua jenis kelamin tersebut.

4. Emosi

Perasaan penerima informasi pada saat penerimaan pesan komunikasi akan sangat memengaruhi cara seseorang menafsirkannya. Pesan yang sama tatkala diterima pada saat kondisi sedang marah atau bingung akan ditafsirkan berbeda pada saat seseorang tersebut dalam keadaan senang. Emosi-emosi yang ekstrem pada saat senang atau saat tertekan akan berkecenderungan menghambat komunikasi yang efektif.

5. Bahasa

Kata-kata mempunyai arti yang berbeda bagi orang yang berbeda pula. Usia, pendidikan, dan latar belakang budaya adalah tiga dari sekian banyak variabel yang jelas sangat memengaruhi bahasa yang digunakan oleh seseorang dan definisi yang diberikannya pada kata-kata. Para pengirim informasi cenderung berasumsi bahwa kata-kata dan istilah-istilah yang mereka gunakan memiliki arti yang sama dengan yang dipahami oleh si penerima informasi. Asumsi ini sering tidak tepat.

6. Petunjuk nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah cara yang penting bagi seseorang dalam menyampaikan pesan. Namun, komunikasi nonverbal selalu diiringi oleh komunikasi lisan. Selama bersesuaian, keduanya akan saling menguatkan. Ketika kata-kata pimpinan menunjukkan bahwa dia marah, nada suara, dan gerakan tubuhnya menunjukkan kemarahan, jadi dapat disimpulkan secara tepat bahwa dia sedang marah. Namun demikian, ketika petunjuk nonverbal tidak

bersesuaian dengan pesan lisan, maka penerima informasi akan bingung dan pesan akan menjadi tidak jelas (Agustina, 2019).

SIMPULAN MATERI

1. Gangguan dalam komunikasi biasanya berupa ketidaksesuaian bahasa atau kesalahan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan bahasa yang digunakan tidak dipahami oleh penerima pesan, terlalu sering menggunakan kata asing yang tidak umum, struktur tata bahasa yang digunakan tidak umum di lingkungan, serta latar belakang budaya.
2. Hambatan komunikasi dipengaruhi oleh :
 - Penyaringan yaitu suatu pesan dlebih-lebihkan agar terdengar menyenangkan.
 - Perspektif selektif, yaitu penerima hanya menerima informasi yang menurutnya ia perlukan saja. Serta dipengaruhi ketika ia menerjemahkan informasi yang ia terima.
 - Gaya gender
 - Emosi, yaitu perasaan penerima informasi sangat berpengaruh terhadap bagaimana ia menerjemahkan pesan yang diterimanya, begitupun sebaliknya perasaan juga mempengaruhi seorang komunikator dalam menyampaikan pesan.
 - Bahasa, setiap kata memiliki pengertian yang berbeda bagi orang hal tersebut dipengaruhi usia, pendidikan dan latar belakang.
 - Petunjuk non-verbal
Ketika komunikasi non-verbal tidak dilakukan bersama dengan komunikasi verbal yang dapat mengutakan maka petunjuk non-verbal saja akan membuat bingung dan pesan menjadi kurang jelas.

EVALUASI

1. Buatlah ringkasan materi tentang gangguan dan hambatan dalam komunikasi!
2. Jelaskan menurut pendapat anda mengapa masih sering terjadi ketidak se-pemahaman antara komunikator dengan komunikan sehingga terkadang mengakibatkan keluhan dan rasa marah pelanggan?
3. Bagaimana cara menangani apabila ada pelanggan/pasien yang mengeluh atau datang dengan marah marah?

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Reni & Eka, Fauzi. 2019. Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Jakarta: Prenadamedia Group
- Blake H. Reed & Haroldsen O. Edwin. 1979. A Taxonomy of Concepts in Communication. New York: Hastings House Publishers.
- Mulyana, Deddy. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

BAB VI MANAJEMEN KOMUNIKASI DAN EDUKASI (MKE)

TUJUAN INTRUKSIONAL UMUM

Setelah mempelajari materi pada BAB VI ini mahasiswa diharapkan mampu menjelaskan dan menguraikan tentang Manajemen Komunikasi dan Edukasi yang memiliki 1 sampai 12 standar.

TUJUAN INSTRUKSIONAL KHUSUS

1. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 1
2. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 2
3. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 3
4. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 4
5. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 5
6. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 6
7. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 7
8. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 8
9. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 9
10. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 10

11. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 11
12. Mahasiswa dapat menjelaskan standart manajemen komunikasi dan edukasi 12

PENDAHULUAN

Memberikan asuhan pasien merupakan upaya yang kompleks dan sangat bergantung pada komunikasi dari informasi. Komunikasi tersebut adalah kepada dan dengan komunitas, pasien dan keluarganya, serta antarstaf klinis, terutama Profesional Pemberi Asuhan (PPA). Kegagalan dalam berkomunikasi merupakan salah satu akar masalah yang paling sering menyebabkan insiden keselamatan pasien. Komunikasi dapat efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan/komunikator, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan oleh penerima pesan/komunikator, dan tidak ada hambatan untuk hal itu. Komunikasi efektif sebagai dasar untuk memberikan edukasi kepada pasien dan keluarga agar mereka memahami kondisi kesehatannya sehingga pasien berpartisipasi lebih baik dalam asuhan yang diberikan dan mendapat informasi dalam mengambil keputusan tentang asuhannya.

Edukasi kepada pasien dan keluarga diberikan oleh staf klinis terutama PPA yang sudah terlatih (dokter, perawat, nutrisisionis, apoteker,dll.). Mengingat banyak profesi yang terlibat dalam edukasi pasien dan keluarganya maka perlu koordinasi kegiatan dan fokus pada kebutuhan edukasi pasien. Edukasi yang efektif diawali dengan asesmen kebutuhan edukasi pasien dan keluarganya. Asesmen ini menentukan bukan hanya kebutuhan akan pembelajaran, tetapi juga proses edukasi dapat dilaksanakan dengan baik.

Komunikasi efektif dokter dan pasien adalah peningkatan hubungan dokter-pasien yang efektif dan berlangsung secara efisien, dimanapemerian penjelasan atau penyampaian informasi yang diperlukan untuk menumbuhkan kerja sama antara dokter dengan pasien merupakan tujuan utama (Margawati dkk, 2006). Komunikasi yang dilakukan secara verbal dan non-verbalmenghasilkan pemahaman pasien terhadap keadaan kesehatannya, peluang dan kendalanya, sehingga dapat bersama-sama dokter mencari alternatif untuk mengatasi permasalahannya. Edukasi paling efektif apabila sesuai dengan pilihan pembelajaran yang tepat dan mempertimbangkan agama, nilai budaya, juga kemampuan membaca serta bahasa.

Edukasi akan berdampak positif bila diberikan selama proses asuhan. Edukasi termasuk pengetahuan yang diperlukan selama proses asuhan maupun pengetahuan yang dibutuhkan setelah pasien dipulangkan (discharged) ke pelayanan kesehatan lain atau kerumah. Dengan demikian, edukasi dapat mencakup informasi sumber-sumber di komunitas untuk tambahan pelayanan dan tindak lanjut pelayanan apabila diperlukan, serta bagaimana akses ke pelayanan emergensi bila dibutuhkan. Edukasi yang efektif dalam suatu rumah sakit hendaknya menggunakan format visual dan elektronik, serta berbagai edukasi jarak jauh dan teknik lainnya.

1. Standar MKE 1

Rumah sakit berkomunikasi dengan masyarakat untuk memfasilitasi akses masyarakat ke pelayanan di rumah sakit dan informasi tentang pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit.

Maksud dan Tujuan MKE 1

Rumah sakit mengenali komunitas dan populasi pasiennya, serta merencanakan komunikasi berkelanjutan dengan kelompok kunci (keygroup) tersebut. Komunikasi dapat dilakukan kepada individu secara langsung atau melalui media publik dan agen yang ada di komunitas atau pihak ketiga melalui komunikasi efektif. Tujuan komunikasi efektif dengan masyarakat adalah memfasilitasi akses masyarakat ke pelayanan di rumah sakit. Dalam memenuhi kebutuhan pelayanan di rumah sakit maka rumah sakit juga harus mengembangkan pendekatan untuk meningkatkan komunikasi efektif pada pasien dan keluarga. Komunikasi efektif harus tepat waktu, akurat, lengkap, jelas, dan dipahami oleh penerima.

Elemen Penilaian MKE 1

1. Terdapat regulasi tentang pedoman komunikasi efektif yang meliputi komunikasi dengan masyarakat, dengan pasien dan keluarga, serta antarstaf klinis. (R)
2. Terdapat bukti pelaksanaan komunikasi efektif antara rumah sakit dan masyarakat. (D, W)
3. Terdapat bukti pelaksanaan komunikasi efektif dengan pasien dan keluarga. (D,W)
4. Terdapat bukti pelaksanaan komunikasi efektif antarstaf klinis. (D,W)

Standar MKE 1.1

Strategi komunikasi dengan masyarakat, pasien, dan keluarga didasarkan pada pengenalan populasi yang dilayani rumah sakit.

Maksud dan Tujuan MKE 1.1

Rumah sakit menetapkan populasi yang dilayani berdasar atas demografi yang diuraikan menurut usia, etnis, agama, tingkat pendidikan, serta bahasa yang digunakan termasuk hambatan komunikasi. Berdasar atas analisis data populasi yang dilayani, rumah sakit menetapkan strategi komunikasi dengan masyarakat menggunakan pedoman komunikasi efektif. Jenis informasi yang dikomunikasikan kepada masyarakat meliputi:

- informasi tentang pelayanan, jam pelayanan, serta akses dan proses mendapatkan pelayanan
- informasi tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada publik dan kepedasumber rujukan.

Elemen Penilaian MKE 1.1

1. Terdapat demografi populasi sebagai dasar strategi komunikasi dengan komunitas dan populasi yang dilayani rumah sakit. (D,W)
2. Demografi sekurang-kurangnya dapat menggambarkan usia, etnis, agama, serta tingkat pendidikan termasuk buta huruf dan bahasa yang dipergunakan antara lain hambatan dalam berkomunikasi. (D,W)
3. Rumah sakit menyediakan informasi jenis pelayanan, waktu pelayanan, serta akses dan proses untuk mendapatkan pelayanan. (D,W)
4. Rumah sakit menyediakan informasi kualitas pelayanan. (D,W)

2. Standar MKE 2

Rumah sakit memberikan informasi kepada pasien dan keluarga tentang jenis asuhan dan pelayanan, serta akses untuk mendapatkan pelayanan.

Maksud dan Tujuan MKE 2

Pasien dan keluarga membutuhkan informasi lengkap mengenai asuhan dan pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit, serta bagaimana untuk mengakses pelayanan tersebut. Memberikan informasi ini penting untuk membangun komunikasi yang terbuka dan terpercaya antara pasien, keluarga, dan rumah sakit. Informasi tersebut membantu mencocokkan harapan pasien dengan kemampuan rumah sakit. Informasi sumber alternatif asuhan dan pelayanan diberikan jika rumah sakit tidak dapat menyediakan asuhan serta pelayanan yang dibutuhkan pasien di luar misi dan kemampuan rumah sakit.

Elemen penilaian MKE 2

1. Tersedia informasi untuk pasien dan keluarga tentang asuhan dan pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit dalam bentuk website atau brosur. (D,O,W).
2. Informasi untuk pasien dan keluarga juga menjelaskan akses terhadap pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit. (D,O,W)
3. Rumah sakit menyediakan informasi alternatif asuhan dan pelayanan di tempat lain apabila rumah sakit tidak dapat menyediakan asuhan dan pelayanan yang dibutuhkan pasien. (D,W)

3. Standar MKE 3

Komunikasi dan edukasi kepada pasien dan keluarga diberikan dalam format serta bahasa yang mudah dimengerti.

Maksud dan Tujuan MKE 3

Pasien hanya dapat membuat keputusan yang dikemukakan dan berpartisipasi dalam proses asuhan apabila mereka memahami informasi yang diberikan kepada mereka. Oleh karena itu, perhatian khusus perlu diberikan terhadap format dan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi serta pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga. Respons pasien akan berbeda terhadap format edukasi berupa instruksi lisan, materi tertulis, video, demonstrasi/peragaan, dan lain-lain. Demikian juga, penting untuk mengerti bahasa yang di pilih. Ada kalanya, anggota keluarga atau penerjemah mungkin dibutuhkan untuk membantu dalam edukasi atau menerjemahkan materi.

Elemen Penilaian MKE 3

1. Sesuai dengan demografi komunitas dan populasi, komunikasi dan edukasi pasien serta keluarga menggunakan format yang praktis dan mudah dipahami. (D,W)
2. Materi komunikasi dan edukasi pasien serta keluarga diberikan dalam bahasa yang dimengerti. (D,O)
3. Rumah sakit menyediakan penerjemah sesuai dengan kebutuhan dan bila di rumah sakit tidak ada petugas penerjemah maka diperlukan kerja sama dengan pihak terkait. (D,W)

4. Standar MKE 4

Terdapat komunikasi efektif untuk menyampaikan informasi yang akurat dan tepat waktu di seluruh rumah sakit termasuk yang “urgent”.

Maksud dan Tujuan MKE 4

Ada kalanya di rumah sakit memerlukan penyampaian informasi yang akurat dan tepat waktu, khususnya keadaan yang urgent seperti code blue , code red, dan perintah evakuasi

Elemen Penilaian

1. RS menetapkan informasi yang harus disampaikan secara akurat & tepat waktu (R)
2. Ada bukti proses penyampaian informasi yang akurat & tepat waktu code blue, code red, dll (D,W,S)

5. Standar MKE 5

Merupakan standar manajemen komunikasi dan edukasi Informasi asuhan pasien dan hasil asuhan dikomunikasikan antar staf klinis selama bekerja dalam sif atau antar sif

Elemen Penilaian

1. Ada regulasi tentang tatacara berkomunikasi -> lisan, tertulis, elektronik (R)
2. Informasi kondisi pasien atas proses yang sedang berjalan atau pada saat penting antar staf klinis atau PPA ditulis di RM (D,O)
3. Pasien rawat inap dibuat ringkasan pulang (D,W)

4. Pasien rawat jalan yang kompleks dibuat profil ringkas medis rawat jalan (D,O,W)
5. Informasi yang dikomunikasikan termasuk ringkasan asuhan & pelayanan -> transfer & rujukan (D,O)
6. Ada bukti dokumentasi saat hand over D,W)

6. Standar MKE 6

Rumah sakit menyediakan edukasi untuk menunjang partisipasi pasien dan keluarga dalam proses asuhan.

Maksud dan Tujuan MKE 6

Rumah sakit melaksanakan edukasi terhadap pasien dan keluarganya sehingga mereka mendapat pengetahuan serta keterampilan untuk berpartisipasi dalam proses dan pengambilan keputusan asuhan pasien. Rumah sakit mengembangkan/memasukkan edukasi ke dalam proses asuhan sesuai dengan misi, jenis pelayanan yang diberikan, dan populasi pasien. Edukasi direncanakan untuk menjamin bahwa setiap pasien diberikan edukasi sesuai dengan kebutuhannya. Rumah sakit menetapkan pengorganisasian sumber daya edukasi secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, rumah sakit perlu menetapkan organisasi Promosi Kesehatan Rumah Sakit (PKRS), menciptakan pelayanan edukasi, dan mengatur penugasan seluruh staf yang memberikan edukasi secara terkoordinasi.

Elemen Penilaian MKE 6

1. Terdapat penetapan organisasi promosi kesehatan rumah sakit yang mengoordinasikan pemberian edukasi kepada pasien sesuai dengan peraturan perundang-undangan. (R)

2. Terdapat bukti organisasi promosi kesehatan rumah sakit telah berfungsi sesuai dengan peraturan perundang-undangan. (D,W)
3. Edukasi dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan pasien dan keluarga di seluruh rumah sakit. (D,O,W)

7. Standar MKE 7

Profesional pemberi asuhan (PPA) yang memberikan edukasi harus mampu memberikan edukasi secara efektif.

Maksud dan Tujuan MKE 7

Profesional pemberi asuhan (PPA) yang dapat dibantu oleh staf klinis lainnya yang memberi asuhan memahami kontribusinya masing-masing dalam pemberian edukasi pasien. Informasi yang diterima pasien dan keluarga adalah komprehensif, konsisten, dan efektif. Agar profesional pemberi asuhan (PPA) mampu memberikan edukasi secara efektif dilakukan pelatihan sehingga terampil melaksanakan komunikasi efektif. Pengetahuan tentang materi yang diberikan dan kemampuan berkomunikasi secara efektif adalah pertimbangan penting dalam edukasi yang efektif.

Elemen Penilaian MKE 7

1. Profesional pemberi asuhan sudah terampil melakukan komunikasi efektif. (D,W)
2. Profesional pemberi asuhan memiliki pengetahuan yang cukup tentang materi yang diberikan. (W)

8. Standar MKE 8

Agar edukasi pasien dan keluarga dapat efektif maka staf harus melakukan asesmen kemampuan, kemauan belajar, dan kebutuhan edukasi yang dicatat di dalam rekam medis.

Maksud dan Tujuan MKE 8

Edukasi berfokus pada pengetahuan dan keterampilan spesifik yang dibutuhkan pasien dan keluarga dalam pengambilan keputusan, serta berpartisipasi dalam asuhan dan asuhan berkelanjutan di rumah. Hal tersebut di atas berbeda dengan alur informasi pada umumnya antara staf dan pasien yang bersifat informatif, tetapi bukan bersifat edukasi seperti lazimnya. Pengetahuan dan keterampilan yang menjadi kekuatan dan kekurangan diidentifikasi serta digunakan untuk membuat rencana edukasi. Terdapat banyak variabel yang menentukan apakah pasien dan keluarga mau dan mampu untuk belajar. Dengan demikian, untuk merencanakan edukasi dilakukan asesmen:

- 1.** keyakinan serta nilai-nilai pasien dan keluarga;
- 2.** kemampuan membaca, tingkat pendidikan, dan bahasa yang digunakan;
- 3.** hambatan emosional dan motivasi;
- 4.** keterbatasan fisik dan kognitif;
- 5.** kesediaan pasien untuk menerima informasi.

Untuk memahami kebutuhan edukasi setiap pasien dan keluarganya, dibutuhkan proses asesmen untuk identifikasi jenis operasi, prosedur invasif lainnya, rencana tindakan, kebutuhan perawatannya, dan kesinambungan asuhan setelah keluar dari rumah sakit. Asesmen ini memungkinkan profesional pemberi

asuhan (PPA) merencanakan dan melaksanakan edukasi yang dibutuhkan.

Elemen Penilaian MKE 8

1. Dilakukan asesmen kemampuan dan kemauan belajar pasien serta keluarga yang meliputi a) sampai dengan e) maksud dan tujuan yang dicatat di rekam medis. (D,O)
2. Dilakukan asesmen kebutuhan edukasi untuk pasien dan dicatat di rekammedis. (D,O).
3. Hasil asesmen digunakan untuk membuat perencanaan kebutuhan edukasi.(D,O)

9. Standar MKE 9

Pemberian edukasi merupakan bagian penting dalam proses asuhan kepada pasien.

Maksud dan Tujuan MKE 9

Edukasi difokuskan pada pengetahuan dan keterampilan spesifik yang dibutuhkan pasien dalam rangka memberdayakan pasien dalam proses asuhan dengan memahami diagnosis dan perkembangan kondisi kesehatannya, ikut terlibat dalam pembuatan keputusan dan berpartisipasi dalam asuhannya, serta dapat melanjutkan asuhan di rumah. Edukasi yang di berikan sebagai bagian dari proses memperoleh informed consent untuk pengobatan (misalnya pembedahan dan anestesi) didokumentasikan di rekam medis pasien. Sebagai tambahan, bila pasien atau keluarganya secara langsung berpartisipasi dalam pemberian pelayanan (contoh: mengganti balutan, menyuapi pasien, memberikan obat, dan tindakan pengobatan) maka mereka perlu diberi edukasi.

Elemen Penilaian MKE 9

1. Terdapat bukti terhadap pasien dijelaskan mengenai hasil asesmen, diagnosis, dan rencana asuhan yang akan diberikan. (D,W)
2. Terdapat bukti terhadap pasien dijelaskan hasil asuhan dan pengobatan termasuk hasil asuhan dan pengobatan yang tidak diharapkan. (D,W)
3. Terdapat bukti edukasi asuhan lanjutan di rumah.(D,W)
4. Bila dilakukan tindakan medik yang memerlukan persetujuan tindakan kedokteran (informed consent), pasien dan keluarga belajar tentang risiko dan komplikasi yang dapat terjadi untuk dapat memberikan persetujuan. (D,W)
5. Pasien dan keluarga diberikan edukasi mengenai hak dan tanggung jawab mereka untuk berpartisipasi pada proses asuhan. (D,W)

10. Standar MKE 10

Edukasi pasien dan keluarga termasuk topik berikut ini, terkait dengan pelayanan pasien: penggunaan obat yang aman, penggunaan peralatan medis yang aman, potensi interaksi antara obat dan makanan, pedoman nutrisi, manajemen nyeri, dan teknik rehabilitasi.

Maksud dan Tujuan MKE 10

Rumah sakit menggunakan materi dan proses edukasi pasien yang standar paling sedikit pada topik-topik tertera di bawah ini:

1. penggunaan obat-obatan yang didapat pasien secara efektif dan aman (bukan hanya obat yang diresepkan untuk dibawa pulang), termasuk potensi efek samping obat

2. penggunaan peralatan medis secara efektif dan aman
3. potensi interaksi antara obat yang diresepkan dan obat lainnya termasuk obat yang tidak diresepkan serta makanan.
4. diet dan nutrisi;
5. manajemen nyeri;
6. teknik rehabilitasi;
7. cara cuci tangan yang benar.

Elemen Penilaian MKE 10

1. Pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga terkait dengan asuhan yang diberikan meliputi penggunaan obat-obatan secara efektif dan aman, potensi efek samping obat, potensi interaksi obat antarobat konvensional, obat bebas, serta suplemen atau makanan.(D,W)
2. Pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga terkait dengan asuhan yang diberikan meliputi keamanan dan efektivitas penggunaan peralatan medis.(D,W)
3. Pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga terkait dengan asuhan yang diberikan meliputi diet dan nutrisi yang memadai .(D,W)
4. Pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga terkait dengan asuhan yang diberikan meliputi manajemen nyeri.(D,W)
5. Pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga terkait dengan asuhan yang diberikan meliputi teknik rehabilitasi.(D,W)
6. Pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga terkait dengan asuhan yang diberikan meliputi cara cuci tangan yang aman. (D,W,S)

11. Standar MKE 11

Metode edukasi mempertimbangkan nilai-nilai dan pilihan pasien dan keluarga, serta memperkenankan interaksi yang memadai antara pasien-keluarga dan staf klinis agar edukasi efektif dilaksanakan.

Maksud dan Tujuan MKE 11

Proses edukasi berlangsung dengan baik bila menggunakan metode yang tepat dalam proses pemberian edukasi. Dalam proses edukasi pasien dan keluarga didorong untuk bertanya/ berdiskusi agar dapat berpartisipasi dalam proses asuhan. Perlu kepastian bahwa materi edukasi yang diberikan dapat dipahami oleh pasien dan keluarga. Kesempatan untuk interaksi antara staf, pasien, dan keluarga pasien dapat memberikan umpan balik (feed back) untuk memastikan bahwa informasi dimengerti, berfaedah, dan dapat digunakan. Profesional pemberi asuhan (PPA) memahami kontribusinya masing-masing dalam pemberian pendidikan pasien, dengan demikian mereka dapat berkolaborasi lebih efektif. Kolaborasi, pada gilirannya dapat membantu menjamin bahwa informasi yang diterima pasien dan keluarga adalah komprehensif, konsisten, dan efektif. Dalam pemberian edukasi harus dilengkapi dengan materi tertulis.

Elemen Penilaian MKE 11

1. Profesional pemberi asuhan (PPA) harus menyediakan waktu yang adekuat dalam memberikan edukasi. (W)
2. Bila diperlukan, pemberian edukasi kepada pasien dan keluarga diberikan secara kolaboratif oleh PPA terkait. (D,W)

3. Pada proses pemberian edukasi, staf harus mendorong pasien dan keluarga untuk bertanya dan memberi pendapat agar dapat sebagai peserta aktif. (W,S)
4. Terdapat bukti dilakukan verifikasi untuk memastikan pasien dan keluarga dapat memahami materi edukasi yang diberikan. (D,W)
5. Informasi verbal diperkuat dengan materi tertulis. (D,W)

12. Standar MKE 12

Dalam menunjang keberhasilan asuhan yang berkesinambungan, upaya promosi kesehatan harus dilakukan berkelanjutan.

Maksud dan Tujuan MKE 12

Pasien sering membutuhkan pelayanan tindak lanjut guna memenuhi kebutuhan kesehatan berkesinambungan atau untuk mencapai sasaran kesehatan mereka. Informasi kesehatan umum diberikan oleh rumah sakit atau oleh sumber di komunitas, dan dapat dimasukkan bila membuat ringkasan pasien pulang. Informasi tersebut mengenai praktik pencegahan yang relevan dengan kondisi pasien atau sasaran kesehatannya, serta edukasi untuk mengatasi penyakit atau kecacatannya yang relevan dengan kondisi pasien. Rumah sakit mengidentifikasi sumber-sumber yang dapat memberikan edukasi dan pelatihan yang tersedia di komunitas, khususnya organisasi dan fasilitas kesehatan yang ada di komunitas yang memberikan dukungan promosi kesehatan serta pencegahan penyakit.

Elemen Penilaian

1. RS mengidentifikasi sumber-sumber yang ada di komunitas untuk mendukung promosi kesehatan yang berkelanjutan dan edukasi untuk menunjang asuhan pasien yang berkelanjutan (D)
2. Pasien & keluarga dirujuk agar mendapat edukasi & pelatihan yang diperlukan -> menunjang asuhan pasien berkelanjutan -> hasil asuhan optimal pasca meninggalkan RS (D,W)
3. Edukasi berkelanjutan diberikan kepada pasien yang rencana pemulangnya kompleks (D,W)

SIMPULAN MATERI

1. Manajemen komunikasi dan edukasi sangat penting kaitannya dengan tenaga kesehatan, dalam pemberian asuhan kepada pasien. Edukasi diberikan kepada pasien oleh profesional pemberi asuhan (PPA) yang telah terlatih. Disebabkan oleh banyaknya profesi yang terlibat dalam memberikan edukasi maka diperlukan koordinasi kegiatan dan kebutuhan edukasi pasien. Diawali dengan asesmen kebutuhan edukasi pasien dan keluarganya merupakan edukasi yang efektif . Terdapat 12 Standar dalam Manajemen Kesehatan dan Edukasi.

EVALUASI

1. Menurut anda mengapa manajemen komunikasi dan edukasi sangat penting bagi tenaga kesehatan terutama bagi profesional pemberi asuhan (PPA).
2. Lakukan ringkasan materi pada bab ini dengan bahasa anda sendiri!

DAFTAR PUSTAKA

Margawati, Ani dkk. 2006. Komunikasi Efektif Dokter-Pasien. Konsil Kedokteran Indonesia: Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Reni & Eka, Fauzi. 2019. Buku Ajar Komunikasi Kesehatan. Jakarta: Prenadamedia Group
- Berlo. D. K. (1965). The Process of Communication. New York: Hok, Rinehart & Winston
- Blake H. Reed & Haroldsen O. Edwin. 1979. A Taxonomy of Concepts in Communication. New York: Hastings House Publishers.
- Brent D. Ruben, Lea P. Stewart. 2013. Komunikasi dan Perilaku Manusia. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Kencana-PrenadaMedia Group.
- Davis, Keith dan Newstrom, John W. 2004. Perilaku dalam Organisasi. Terj. Jilid ke-1. Ed. ke-7. Jakarta: Erlangga.
- DeVito, Joseph A. 1989. The Interpersonal Communication Book. Fifth edition. New York: Harper and Row Publishers.
- DeVito, Joseph A. 2002. The Interpersonal Communication Book. New York: Person Education.Inc.
- DeVito, Joseph A. 1997. Human Communication. New York: Harper Collinc. Colege Publisher.
- DeVito, Joseph A. 2011. Komunikasi Antarmanusia. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- DeVito, Joseph A. 1989. The Interpersonal Communication Book. Fifth edition. New York: Harper and Row Publishers.
- DeVito, Joseph A. 2002. The Interpersonal Communication Book. New York: Person Education.Inc.

- Efendy, Onong Uchjana. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Liliweri, Alo. 1991. Komunikai Antarpribadi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Liliweri, Alo. 1991. Perspektif Teoretis Komunikasi Antarpribadi. Bandung : PT Citra. Aditya Bakti.
- Liliweri, Alo. 1994. Komunikasi Verbal dan Nonverbal. Bandung: PT Citra. Aditya Bakti.
- Mulyana, Deddy. 2000. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2014. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cet. ke-18. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mundakir. 2016. Buku Ajar Komunikasi Pelayanan Kesehatan. Yogyakarta: Indomedia Pustaka
- Potter, Patricia A. and Perry, Anne G. (1985) Fundamental of Nursing. St. Louis. Mosby Company.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. Psikologi Komunikasi. Cet. ke-21. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rogers, C. R. (1951). Client Centered Therapy. Boston: Houghton Mifflin Company
- Sendjaja, Djuarsa. 2005. Teori Komunikasi. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas terbuka.

Tubbs, L. Stewart dan Sylvia, Moss. 1996. Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar. Pengantar: Deddy Mulyana, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tubbs, Stewart L. dan Moss, Sylvia. 2001. Human Communication: Konteks-konteks Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

BIODATA PENULIS



Cholifah, S.ST, M.Kes. lahir di Mojokerto 3 November 1981 telah menyelesaikan pendidikan formal di AKBID Siti Khodijah tahun 2003, lulus DIV Kebidanan Universitas Sebelas Maret (UNS) tahun 2007 dan telah menyelesaikan S2 di Universitas Diponegoro pada Tahun 2014.

Saat ini bekerja di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Fakultas Ilmu Kesehatan sebagai dosen DIII kebidanan. Selain pendidikan dan pengajaran penulis juga terlibat dalam kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat baik didanai oleh Internal UMSIDA maupun dana mandiri. Penulis juga aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan penunjang akademik seperti seminar, workshop/ lokakarya, pelatihan serta pembimbingan tugas akhir dan kegiatan akademik..



Umi Khoirun Nisak., S.KM., M. Epid. dilahirkan di Sidoarjo, 12 April 1988. Pada tahun 2010, penulis mendapatkan gelar Sarjana Kesehatan Masyarakat dari Universitas Airlangga Surabaya. Penulis melanjutkan Magister Epidemiologi dengan peminatan Manajemen Surveilans Epidemiologi dan Informasi Kesehatan. Tahun

2018, penulis secara resmi mendakatkan gelar M. Epid. Penulis mengawali karirnya di RS Swasta dan Salah satu RS pemerintah di Surabaya. Saat ini Penulis bekerja menjadi Dosen di prodi D-IV Manajemen Informasi Kesehatan Fakultas Ilmu Kesehatan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.