

BAB 1

KOMUNIKASI YANG EFEKTIF

A. Pengantar

Untuk menyelenggarakan komunikasi yang efektif, partisipasi adalah sebuah modal dasar. Karenanya, dibutuhkan kemampuan komunikasi efektif. Kemampuan ini meliputi berbagai ide, mengkritik dari semua aspek, mendorong dan merangsang imajinasi, menolak buah pikiran yang kurang tepat, dan mengenal sejak dini solusi yang mungkin bisa diambil.

Johannessen R.L., dalam bukunya *Ethics in human communications*, tahun 1983, mengatakan: “seorang komunikator yang dialogis harus mencoba mengenal dan memperkecil kecenderungannya terhadap manipulasi, keegoisan dan objektivasi orang lain”.

Kunci sukses komunikasi lain “Ketahuilah siapa yang Anda ajak bicara”. Seorang komunikator yang berkualitas harus memiliki hal-hal berikut.

- Kata-kata yang dipergunakan harus bisa menyentuh perasaan penyimak, konkret, kata-kata yang lazim, kata-kata yang mudah dan memberi petunjuk dengan menggunakan bahasa yang jelas, tepat, dan lugas.
- Dapat menciptakan suasana yang menyenangkan dengan humor-humor yang *up to date* agar tercapai pendekatan yang diinginkan, konsisten dalam mengendalikan suasana, dan tidak membedakan.
- Ketahui tujuan pembicaraan.
- Berani mengakui kesalahan dan dengan senang hati memberi pujian yang tulus, menghargai orang lain, dan mengakui kontribusi mereka di depan umum.

Komunikasi Dalam Pelayanan Kesehatan

- Harus bisa memahami keinginan dan masalah orang lain serta sabar mendengarkan secara aktif apa yang diutarakan orang tersebut.
- Bisa memberi contoh yang baik dan bijaksana dalam memberikan kritik dan saran, serta tahu mana yang harus didahulukan, harus mampu mengenal latar belakang si komunikan baik dari segi pendidikan, keyakinan, kepercayaan, ekonomi, kultur budaya sehingga apa yang akan disampaikan bisa dimengerti dan diterima tanpa ada kesalahpahaman atau hambatan komunikasi.

Komunikasi sangat tergantung pada prinsip pelaksanaan komunikasi yang efektif. Dalam kaitannya dengan prinsip komunikasi yang efektif, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah:

1. Jenis publik (khalayak) yang menjadi sasaran.
2. Susunan pesan bagaimana yang paling tepat dan mudah dipahami.
3. Saluran apa yang paling sesuai dengan sifat publik yang dituju.

Oleh karena itu, karakteristik khalayak atau juga yang disebut publik dibagi menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Publik Internal, dan
2. Publik Eksternal

Para ahli berikut ini akan menjelaskan masing-masing pengertian publik menurut pandangannya.

Menurut Ummi Abdurrachman: “Publik adalah sekelompok individu yang mempunyai kepentingan dan minat yang sama pada hal yang sama, publik tersebar dimana-mana, tidak saling mengenal, bisa kecil dan bisa besar”.

Menurut Ummi Abdurrachman, publik dibagi menjadi dua:

1. Publik Internal, yaitu : karyawan, keluarga karyawan, pemegang saham (*stockholder*)
2. Publik Eksternal, yaitu : pemerintah, pelanggan, masyarakat sekitar, media atau pers.

Sedangkan menurut Frank Jeffkin: “Publik adalah kelompok orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal atau eksternal”.

B. Ciri-Ciri Komunikasi Yang Efektif Dan Tidak Efektif

Adapun ciri-ciri komunikasi yang efektif adalah sebagai berikut:

- Langsung (*to the point*, tidak ragu menyampaikan pesan).
- Asertif (tidak takut mengatakan apa yang diinginkan dan mengapa).
- Congenial (ramah dan bersahabat).
- Jelas (hal yang disampaikan mudah dimengerti).
- Terbuka (tidak ada pesan dan makna yang tersembunyi).
- Secara lisan (menggunakan kata-kata untuk menyampaikan gagasan dengan jelas).
- Dua arah (seimbang antara berbicara dan mendengarkan).
- Responif (memperhatikan keperluan dan pandangan orang lain).
- Bersambung (menginterpretasi pesan dan kebutuhan orang lain dengan tepat).
- Jujur (mengungkapkan gagasan, perasaan dan kebutuhan yang sesungguhnya).

Sebaliknya, ciri-ciri komunikasi yang tidak efektif antara lain:

- Tidak langsung (*bertelete-tele*), tidak mengatakan maksud dan tujuan secara jelas.
- Pasif (malu-malu, tertutup).
- Antagonistik (marah-marah, agresif atau bernada kebencian).
- Kriptis (pesan atau maksud yang disampaikan tidak jelas dan memerlukan interpretasi).
- Tersembunyi (maksud yang sesungguhnya tidak pernah diungkapkan secara terbuka).
- Tidak secara lisan alias non verbal (pesan disampaikan melalui bahasa tubuh dan perilaku, bukan dengan kata-kata).
- Satu arah (lebih banyak berbicara daripada mendengarkan).
- Tidak responif (sedikit atau tidak ada minat terhadap pandangan atau kebutuhan orang lain).
- Tidak selaras (respon dan kebutuhan orang lain disalah artikan dan disalah interpretasikan).

- Tidak terus terang (perasaan, gagasan, dan keputusan diungkapkan secara tidak jujur).

C. Karakteristik Komunikasi

Dalam komunikasi bisa diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik, antara lain :

1. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan

Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari perilakunya. Pengertian sadar di sini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikologis yang terkendali atau terkontrol, bukan dalam keadaan “mimpi”. Disengaja maksudnya bahwa komunikasi yang dilakukan memang sesuai dengan kemauan dari pelakunya. Sementara itu, tujuan merujuk pada hasil atau akibat yang diinginkan. Tujuan komunikasi mencakup banyak hal, tergantung dari keinginan atau harapan dari masing-masing pelakunya.

2. Komunikasi adalah suatu proses

Komunikasi sebagai suatu proses artinya komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses, komunikasi tidak statis, tetapi dinamis, dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus.

Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau komponen. Faktor-faktor atau unsur yang dimaksud antara lain meliputi komunikator, komunikan, pesan (isi, bentuk dan cara penyampaiannya), saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang ditimbulkan dan situasi atau kondisi yang ada ketika komunikasi berlangsung.

3. Komunikasi menuntut partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat

Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.

4. Komunikasi bersifat simbolis

Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antarmanusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya. Bahasa verbal yang digunakan untuk keperluan membujuk atau meminta tolong, tentunya akan berbeda dengan bahasa verbal yang digunakan untuk tujuan memerintah atau memaksa. Perbedaannya tidak hanya menyangkut kata-kata yang digunakan, tetapi juga pada tekanan nada atau intonasinya.

Selain bahasa verbal, juga ada lambang-lambang yang bersifat nonverbal yang dapat digunakan dalam komunikasi seperti gestur (gerak tangan, kaki, atau bagian tubuh lainnya), warna, sikap duduk, berdiri, dan berbagai bentuk lambang lainnya. Penggunaan lambang-lambang nonverbal ini lazimnya dimaksudkan untuk memperkuat makna pesan yang disampaikan.

5. Komunikasi bersifat transaksional

Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau parsial oleh masing-masing pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Apa yang kita terima, nilainya bergantung pada apa yang kita berikan.

Pengertian transaksional juga merujuk pada suatu kondisi bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh salah satu pihak, tetapi ditentukan oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi. Ini berarti bahwa komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yang terlibat mempunyai kesepakatan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan.

6. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu

Maksudnya adalah bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faksimili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi.

D. Karakteristik Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok bisa diartikan sebagai sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan bersama, mengenai satu sama lainnya, dan