

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh dua individu atau lebih yang memiliki ikatan dengan bermacam-macam respon dan adanya peluang untuk berbagi *feedback* (Devito, 2014:56). Dalam terjadinya komunikasi interpersonal terdapat proses yang melibatkan berbagai elemen, seperti bahasa verbal dan tubuh, ekspresi pada wajah, *eye contact*, dan sinyal non verbal lainnya. Komunikasi interpersonal sudah menjadi suatu bagian yang penting dalam kehidupan sehari-hari pada manusia, karena dengan melakukan komunikasi tersebut, seseorang dapat membangun ikatan yang baik satu sama lain, menyampaikan suatu keinginan dan kebutuhan, dan saling berbagi emosi dan suka duka dengan orang lain.

#### 2.1.1 Elemen-elemen Komunikasi Interpersonal

Menurut DeVito dalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa elemen dalam prosesnya, antara lain:

1. *Source-Receiver*

Dalam elemen komunikasi interpersonal, *source* dan *receiver* merupakan dua entitas utama yang memiliki peran penting dalam suatu kegiatan komunikasi. *Source* dan *receiver* merupakan dua hal yang berkaitan dalam pertukaran informasi atau pesan. *Source* atau sumber dikenal dengan sebutan komunikator atau seseorang yang mengirim pesan, merupakan individu yang menginisiasi komunikasi dengan membuat dan menyalurkan suatu pesan. *Source* bertanggung jawab untuk mengorganisir, merencanakan, dan menstrukturkan atau pesan yang akan di sampaikan kepada penerima pesan. Sumber dapat berwujud organisasi, kelompok, dan individu, atau individu yang ingin berkomunikasi dengan seseorang atau pihak lainnya. Pada *source* memiliki tugas-tugas, yaitu :

- a. Menyeleksi pesan yang akan diberikan
- b. Encoding suatu pesan ke dalam bentuk yang dapat ditransmisikan kedalam bentuk yang bisa di transmisikan dengan saluran komunikasi.

- c. Memberikan pesan dengan menggunakan saluran komunikasi kepada receiver.

Receiver merupakan individu yang menerima pesan dari seorang yang telah mengirimkan pesan. Pada konteks komunikasi, receiver dapat diketahui sebagai penerima atau audien. Penerima pesan bertanggung jawab pada menerima pesan, mendekodekan pesan, dan mencoba memahami pesan yang disampaikan oleh source. Pada receiver memiliki tugas-tugas, yaitu :

- a. Menerima suatu esan yang telah dikirimkan oleh source dengan saluran komunikasi yang dipakai.
- b. Decoding atau menguraikan pesan dari bentuk yang telah disampaikan menjadi suatu informasi yang mudah dimengerti.
- c. Menganalisis dan memahami pesan yang di dapatkan.

Saat source dan receiver berkomunikasi, suatu informasi atau pesan di transmisikan dari satu individu ke individu lainnya dengan menggunakan saluran komunikasi. Tujuan akhir dari suatu komunikasi adalah untuk membenarkan pesan atau informasi yang telah dikirimkan oleh source dipahami dengan baik oleh receiver, sehingga berbagi informasi yang efektif dapat tercapai. Selain itu, perlu diperhatikan bahwa komunikasi merupakan proses saling berhubungan, di mana source dan receiver, hendaknya aktif terlibat dalam menyampaikan dan menerima pesan agat pesan tersebut mudah diberikan dengan efektif serta tujuan dari komunikasi akan tercapai.

## 2. Encoding-Decoding

Encoding tertuju kepada suatu aksi untuk mengelola sebuah pesan, contohnya adalah menulis atau berbicara. Lalu, decoding adalah kebalikan dari encoding atau lebih tertuju kepada aksi saat memahami sebuah pesan, contohnya adalah membaca dan mendengarkan. Dalam kasus berbicara, seseorang akan mengirimkan ide melalui gelombang suara atau saat menulis dapat dilakukan dengan adanya cahaya, dan dari ide-ide tersebut nantinya akan diubah menjadi sebuah kode, atau disebut *encoding*. Memahami ide-ide yang telah disampaikan, seseorang akan memberikan kode-kode

dan yang nantinya disebut *decoding*. Encoding dan decoding istilahnya akan digunakan untuk menekankan kegiatan ini dan akan dikerjakan oleh setiap orang dan bergantian.

### 3. Pesan

Pesan adalah suatu perintah atau nasihat yang diberikan oleh pengirim kepada penerima pesannya dalam proses komunikasi. Pesan dapat berwujud dengan sebuah kalimat atau kata-kata, simbol-simbol, gambar, atau bentuk non verbal lainnya. Tujuan dari menyampaikan suatu pesan sendiri adalah untuk memberikan atau berbagi ide, informasi, perasaan, pandangan atau gagasan kepada lawan bicara.

Dalam proses komunikasi, pesan dapat bersifat langsung atau tidak langsung, hal tersebut dapat terjadi tergantung dengan bahasa dan cara yang digunakan. Saat menyampaikan pesan, hendaknya memuat pesan dengan isi yang jelas dan tepat agar penerima pesan mampu memahami isi dari pesan yang dimaksud oleh pengirim pesan.

### 4. Media

Dalam suatu proses komunikasi, media merujuk pada sarana atau saluran yang digunakan untuk mengirim sebuah pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Media adalah alat dari sebuah teknologi yang dapat membantu siapa saja untuk melakukan pertukaran informasi dan pesan. Saat ini, banyak sekali macam-macam media, dan pemilihan media yang sesuai akan berpengaruh terhadap bagaimana cara pesan dapat dipahami dan diterima oleh penerima pesan. Ada beberapa macam media, yaitu:

- a. Media Elektronik, meliputi berbagai macam bentuk dari komunikasi yang menggunakan teknologi elektronik, contohnya internet, radio, televisi, media sosial.
- b. Media Lisan, meliputi komunikasi yang terjadi secara langsung dengan menggunakan kata-kata yang disampaikan oleh pengirim pesan secara verbal. Contohnya, seperti percakapan secara tatap muka atau melalui telpon dan *videocall*.
- c. Media Tertulis, komunikasi yang penyampaiannya dapat menggunakan tulisan atau dalam bentuk teks untuk menyampaikan suatu pesan. Contohnya dari media tertulis adalah surat, pesan teks atau email, buku, dan lain sebagainya.

- d. Media Visual, komunikasi yang dilakukan dengan media visual dapat melalui gambar, simbol, atau grafik. Contoh dari media ini adalah, lukisan, poster, infografis, presentasi, foto, dan lain sebagainya.
- e. Media Cetak, komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan media cetak yang meliputi publikasi yang telah dicetak. Contoh dari media ini, seperti brosur, buku, koran, majalah, pamflet, dan lain sebagainya.

## 5. Gangguan

Dalam proses komunikasi, tentu saja sering terjadi gangguan. Pada hal ini gangguan yang dimaksud merujuk pada segala bentuk berupa kendala, hambatan atau interfensi yang dapat mengganggu sebuah proses saat menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Gangguan yang terjadi dapat menyebabkan terganggunya pemahaman atau penerimaan pesan yang telah diterima dengan baik dan dapat mengurangi keefektifan komunikasi secara menyeluruh. Pada elemen gangguan ini dapat berupa, sebagai berikut:

- a. Gangguan dari pengirim pesan, ketidakjelasan sebuah pesan dapat berupa kata-kata atau bahasa yang tidak jelas dan menyebabkan penerima pesan sulit memahami isi dan maksud dari pesan tersebut.
- b. Gangguan pada pesan, pesan yang tidak jelas atau sesuai dapat berupa pesan yang ambigu dan menyebabkan perbedaan penafsiran dari penerima pesan.
- c. Gangguan saluran komunikasi, jaringan internet atau sinyal yang kurang baik atau kendala teknis lainnya yang terjadi pada saluran komunikasi juga dapat menjadi faktor yang mengganggu kelancaran sebuah proses komunikasi.
- d. Gangguan dari penerima pesan, gangguan ini dapat terjadi apa bisa penerima pesan tidak memberikan perhatian penuh terhadap pesan yang telah disampaikan dan hal tersebut dapat mengakibatkan penafsiran yang kurang tepat. Gangguan lainnya seperti prasangka atau stereotip kepada pengirim pesan juga dapat mempengaruhi cara penerima pesan memahami pesan yang telah disampaikan.
- e. Gangguan dalam konteks komunikasi, gangguan ini dapat berupa latar belakang perbedaan budaya antara pengirim pesan dan penerima pesan dan dapat mengakibatkan kesalahpahaman terhadap penafsiran pesan.

## 6. Konteks

Saat komunikasi yang sedang berlangsung, konteks yang dimaksud dapat merujuk pada latar belakang, kondisi dan juga situasi dimana suatu kegiatan komunikasi terjadi. Konteks menjadil hal yang sangat penting karena dapat mempengaruhi pesan tersebut, seperti cara pesan dapat ditafsirkan, dipahami, dan diterima oleh penerima pesan. Saat berkomunikasi, pesan juga harus sesuai dengan konteks agar pesan yang akan disampaikan dapat mencapai harapan yang diinginkan secara efektif.

#### 7. Etika

Dalam elemen komunikasi, terdapat etika yang mengacu pada prinsip-prinsip nilai-nilai dan moral yang mengatur bagaimana seseorang berkomunikasi dengan lawan bicaranya secara jujur, benar, dan menghormatinya. Etika saat melakukan komunikasi meliputi sikap dan perilaku adil, bertanggung jawab, terbuka, dan menghormati privasi atau hak dari orang lain. Etika menjadi landasan penting dalam komunikasi agar dapat membangun sebuah ikatan yang baik, sehat, saling percaya, dan tercapainya komunikasi yang efektif. Dengan pendirian pada prinsip-prinsip etika ini, seseorang dapat mewujudkan lingkungan komunikasi yang positif dan membangun interaksi yang bermakna dengan lawan bicara.

#### 8. Kompetensi

Dalam elemen komunikasi, kompetensi dapat merujuk pada keahlian atau kemampuan dari seorang individu saat menggunakan bahasa yang verbal dan non verbal secara efektif untuk menyalurkan pesan dengan baik, serta keahlian saat memahami dan merespon pesan yang telah diterima dari orang lain. Kompetensi pada komunikasi dapat melibatkan berbagai aspek yang membuat individu dapat berkomunikasi secara efektif dan efisien.

### **2.1.2 Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal**

Dalam komunikasi interpersonal, Barnlund (1968) dalam buku Ilmu Komunikasi Interpersonal milik DR. Ali Liliweri (1997:12) menyatakan ada ciri-ciri yang dapat diperhatikan dan dapat membedakan dengan komunikasi lainnya, antara lain yaitu :

1. Komunikasi interpersonal terjadi secara reflek
2. Tidak memiliki struktur yang teratur atau diatur
3. Terjadi secara tidak terduga
4. Tidak terburu-buru dalam mengejar tujuan yang direncanakan
5. Tidak dilakukan oleh pelaku yang identitas yang terkadang kurang jelas

6. Dapat terjadi secara spontan dan berlalu

Sedangkan ciri-ciri komunikasi interpersonal menurut Devito, yaitu :

1. Keterbukaan
2. Empati
3. Dukungan
4. Perasaan yang positif
5. Kesamaan

Ciri-ciri komunikasi interpersonal menurut Reardon, yaitu:

1. Dilakukan karena adanya dorongan dari beberapa faktor
2. Memunculkan dampak yang disengaja ataupun tidak
3. Dilakukan berkali-kali balasan
4. Minimal dilakukan dengan dua individu
5. Dalam kondisi berpengaruh, bebas, dan bervariasi
6. Menggunakan simbol-simbol yang bermakna

Dari berbagai ciri-ciri komunikasi interpersonal yang telah dipaparkan, dapat digaris bawahi, bahwa kedekatan diantara pengirim dan penerima pesan tidak lagi menyesuaikan strukturitas pembahasan karena keduanya sudah merasa dekat.

### **2.1.3 Fungsi Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi Interpersonal memiliki beberapa fungsi yang menjadikan komunikasi ini dibutuhkan dalam kehidupan. Fungsi-fungsi komunikasi interpersonal menurut Hanani (2017:26-28), antara lain :

1. Komunikasi interpersonal berfungsi untuk membangkitkan ikatan antara manusia yang lebih bermakna karena dengan adanya pendekatan-pendekatan yang termuat di dalam komunikasi tersebut. Dalam komunikasi interpersonal terdapat ikatan yang bermakna diiringi dengan *face to face* dan komunikasi yang di dasari dari hati ke hati. Hilangnya komunikasi interpersonal antara pengirim dan penerima pesan akan membuat selisih secara emosional antar kedua belah pihak. Pada fungsi ini, komunikasi interpersonal dapat

dilakukan dengan menggunakan alat komunikasi, seperti *smartphone* yang mempermudah seseorang untuk berkomunikasi dari jarak jauh.

2. Komunikasi Interpersonal berfungsi untuk membangkitkan karakter manusia yang baik. Pendekatan komunikasi dapat dilakukan untuk membangkitkan karakter manusia secara dari hati ke hati atau adanya rasa kasih sayang. Pendekatan komunikasi tersebut dilakukan tergantung pada proses komunikasi yang diwujudkan, sehingga komunikasi dapat menjalin kedekatan ikatan antar individu.
3. Komunikasi interpersonal berfungsi untuk mengetahui karakteristik yang dimiliki oleh orang lain. Pengetahuan ini dianggap penting, sehingga diantara individu nantinya akan merasakan saling mengerti dan menghargai, dan menumbuhkan rasa empati terhadap satu sama lain. Manusia tidak hidup sendiri-sendiri, namun hidup secara bersama dan saling membutuhkan serta saling berkontribusi yang positif di antaranya.
4. Komunikasi interpersonal dapat melatih diri seseorang untuk membangun rasa empati kepada orang lain. Komunikasi interpersonal dianggap berfungsi pada seseorang agar berempati kepada orang lain, merupakan langkah awal yang dapat dikatakan solusi atas rasa empati yang sudah mulai pudar di saat ini.
5. Komunikasi interpersonal dibutuhkan untuk melatih kecerdasan seseorang, seperti kecerdasan dalam bersosial, berbahasa, dan antar pribadi. Menurut Gardner (Hanani 2017:28) terdapat tujuh kecerdasan yang ada pada diri manusia, antara lain kecerdasan linguistik, kecerdasan musik, kecerdasan logika matematika, kecerdasan gerak tubuh, kecerdasan ruang, kecerdasan intrapribadi dan antarpribadi.

#### **2.1.4 Etika Komunikasi Interpersonal**

Saat melakukan komunikasi terdapat hal yang penting yaitu telah tersampainya suatu pesan kepada penerima pesan dan adanya *feedback* yang di dapatkan, untuk mewujudkan hal yang penting tersebut maka dalam berkomunikasi hendaknya memperhatikan dan menerapkan etika berkomunikasi. Agar pesan tersampaikan secara baik, perlu adanya ikatan yang baik antara pengirim pesan dan penerima pesan. Ikatan yang baik dalam artian pengertian dan saling memahami satu sama lain. Tujuan dari etika komunikasi interpersonal adalah untuk mengontrol sikap pada individu dalam membangun hubungan agar tujuan dan pesan-pesan dalam komunikasi interpersonal terjadi.

Dalam komunikasi interpersonal, terutama pada penekanan pesan dan ikatan maka ada hal-hal yang harus diperhatikan yaitu etika saat melakukan komunikasi ini. Menurut Hanani (2017:185-188), etika-etika dalam komunikasi interpersonal, yaitu ketika pesan akan disampaikan, harus memperhatikan kepada siapa pesan tersebut akan disampaikan, apakah kepada atasan atau bawahan, guru, murid atau kepada orang tua dan seterusnya. Jadi, ikatan yang dipahami dalam hal ini adalah ikatan kemanusiaan yang di dasarkan kelompok-kelompok yang dibentuk oleh manusia dan kebudayaanya. Pada kehidupan sehari-hari, tingkatan kelompok tersebut berbeda cara menghadapinya, pola tindakan yang dilakukan telah diatur oleh norma, contohnya seperti saat berkomunikasi kepada orang tua berbeda tindakannya dengan berkomunikasi kepada teman. Pesan yang akan disampaikan wajib di perhatikan, karena pada dasarnya sifat dari komunikasi yaitu akrab, diadik dan seperti ikatan keluarga, namun isi pesan dari sebuah komunikasi bervariasi bentuknya. Isi dari pesan dapat berupa nasehat, penyelesaian masalah, opini, dan perubahan sikap oleh seseorang.

Sedangkan menurut Suri dalam Hanani (2017:187-188), sebuah pesan hendaknya memuat syarat-syarat, yaitu :

1. Harus memuat hubungan dan manfaat bagi komunikan
2. Pesan harus aktual dan baru
3. Pesan harus menjangkau orang yang akan mendengarkan atau membacanya
4. pesan harus jelas, tidak bertele-tele, dan tegas

Pesan menunjukkan sebuah kualitas dan jenis dari sebuah komunikasi. Sama seperti hal itu, sebuah pesan harus mencerminkan apa saja tujuan dan karakter yang dimilikinya sehingga tujuan dari komunikasi tersebut akan tercapai. Pesan yang akan disampaikan harus dalam wujud dialogis antara pengirim pesan dan penerima pesan saat melakukan suatu maksud, keinginan, atau tujuan yang sesuai secara langsung. Dari pesan tersebut, terlahirnya suatu sikap dan tindakan yang dapat mengubah suasana atau kondisi. Lalu, pesan tersebut diolah menjadi sebuah makna, sehingga informasi atau keinginan, tujuan dari suatu komunikasi dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan.

## **2.2 Komunikasi Efektif**



Komunikasi efektif merupakan komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan dan hasil dari komunikasi tersebut sesuai dengan harapan apa yang ingin mereka dapatkan (Mulyana, 2011). Komunikasi yang tidak efektif dalam beberapa kejadian, dikarenakan kegagalan komunikasi tersebut seperti komunikan tidak mengerti makna dari pesan yang diberikan oleh komunikator. Asal ketidakefektifan suatu komunikasi adalah cara komunikan memandang makna pesan yang tidak sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator. Komunikasi yang efektif dapat ditandai dengan perhatian, menimbulkan emosi bahagia, merubah tingkah laku, membangkitkan ikatan sosial yang baik, dan menghasilkan suatu aksi (Jalaluddin, 2008). Komunikasi efektif merupakan suatu proses menurut Hidayat (2013) dalam bukunya yang berjudul “*Be A Good Communicator*” terdapat 5 unsur yang penting diperhatikan sebelum melakukan komunikasi agar efektif. 5 unsur yang dimaksud adalah *sender* (pengirim pesan), *receiver* (penerima pesan), *message* (pesan yang dikirimkan), *delivery channel* atau media (bagaimana pesan tersebut dikirimkan), dan *feedback* (umpan balik). Seorang komunikator tentu saja ingin komunikasinya berjalan secara baik dengan komunikan. Hal tersebut tentu saja akan terjadi apabila komunikator menyampaikan pesannya secara baik, yang dapat dimengerti, diterima, lalu ditanggapi oleh komunikan. Tanggapan atau *feedback* (umpan balik) dari komunikan adalah hal yang penting, karena menunjukkan bagaimana pesan itu mereka terima.

Komunikasi tentu menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Komunikasi yang baik merupakan komunikasi yang dapat dipahami dan diterima oleh kedua pihak yaitu komunikator dan komunikan (Daryanto, 2014). Apabila suatu pesan tidak dapat dimengerti dan diterima antara dua pihak berarti komunikasi tersebut tidak efektif. Struktur pesan dan gaya penyampaian pesan juga termasuk hal yang harus diperhatikan agar komunikasi menjadi efektif. Struktur pesan berhubungan dengan sistematika penyampaian pesan, dan gaya pesan merupakan strategi atau teknik dalam menghadapi khalayak.

Komunikasi efektif berbeda dengan efektivitas komunikasi, secara umum seperti tidak ada yang membedakan dua kata tersebut. Komunikasi efektif mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan cara yang dapat menghasilkan sebuah pemahaman yang baik antara lawan bicaranya. Komunikasi efektif melibatkan penyampaian pesan yang tepat, jelas, tepat waktu, dan pemahaman yang sesuai oleh penerima pesan. Komunikasi efektif mencakup penggunaan dalam keterampilan komunikasi yang baik dan benar, mendengarkan secara aktif, membangun hubungan yang baik antar sesama, dan mempertimbangkan konteks komunikasi. Lalu, efektivitas

komunikasi lebih merujuk pada tingkat kesuksesan atau kualitas dalam mencapai tujuan yang diharapkan melalui komunikasi. Efektivitas komunikasi melibatkan penilaian keseluruhan terhadap sejauh mana komunikasi yang dilakukan mencapai tujuan yang diharapkan atau membuahkan hasil yang sesuai.

### **2.2.1 Bentuk-Bentuk Komunikasi Efektif**

Komunikasi efektif memiliki dua macam bentuk yang perlu diketahui, yaitu :

#### **1. Komunikasi dalam bentuk verbal**

Komunikasi verbal adalah wujud atau bentuk dari komunikasi yang tidak lagi asing digunakan. Komunikasi dalam bentuk verbal merupakan komunikasi yang disampaikan dengan menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, yang disampaikan langsung dari mulut atau lisan maupun melalui tulisan. Komunikasi ini dapat dikatakan sebagai bagian dari komunikasi efektif jika penyampaian pesan komunikasinya tidak berbelit-belit, mudah dipahami, sistematis, dan lebih mengarah ke topik pembahasan. Terdapat hal-hal pada komunikasi verbal yang efektif perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Komunikasi berlangsung secara timbal balik
- b. Makna dari pesan harus jelas
- c. Pesan mengandung bahasa yang sederhana
- d. Pesan disampaikan secara tulus
- e. Pesan berisi tujuan yang jelas
- f. Memperhatikan norma-norma yang berjalan
- g. Terdapat humor di dalam pesan.

Dari pembahasan di atas, dapat diketahui bahwa komunikasi dalam bentuk verbal yang efektif akan cenderung memperhatikan keadaan komunikan terlebih dahulu, lalu komunikator dapat mengajak komunikannya untuk berinteraksi dengan baik agar komunikan mudah memahami pesan yang telah disampaikan oleh komunikator.

#### **2. Komunikasi non verbal**

Komunikasi dalam bentuk non verbal dapat dimaknai sebagai komunikasi dengan menggunakan gejala yang berkaitan dengan gerak gerik, ekspresi wajah, sikap, pakaian yang bersifat simbolik, suatu isyarat dan gejala yang sama dan tidak menggunakan bahasa dalam bentuk lisan atau tulisan. Dalam komunikasi bentuk non verbal, ada hal-hal yang perlu

diperhatikan, yaitu gerakan tubuh, gerakan isyarat, nada suara, sentuhan dan ekspresi wajah. Komunikasi non verbal tentu lebih menggunakan isyarat-isyarat tubuh seperti ekspresi dari mimik wajah dan sikap tubuh.

### 3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi dalam kelompok adalah komunikasi yang terjadi antara beberapa individu dalam suatu kelompok kecil, contohnya seperti kerja kelompok, rapat, pertemuan, konverensi, dan lain sebagainya. Komunikasi kelompok sebagai komunikasi yang dilakukan dengan tatap muka oleh lebih dari dua orang, dengan tujuan dari komunikasi ini adalah, untuk bertukar informasi, berunding memecahkan suatu masalah atau mencapai tujuan, yang mana para anggotanya dapat mengingat apasaja karakteristik yang dimiliki oleh anggota lainnya secara benar. Apabila disimpulkan, maka definisi dari komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terjadi secara tatap muka dan memiliki susunan rencana kerja untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh kelompok tersebut. Terdapat sifat-sifat komunikasi kelompok, yaitu kelompok berkomunikasi dengan cara tatap muka, memiliki sedikit partisipan, bekerja di bawah suruhan seorang pemimpin, berbagi tujuan atau sasaran bersama anggota, anggota kelompok saling memiliki pengaruh.

#### 2.2.2 Hukum Komunikasi Efektif

Komunikasi akan efektif apabila kedua individu menyampaikan pesan secara baik dan benar serta dapat dimengerti oleh dua belah pihak tersebut sehingga menghasilkan sebuah perubahan yang sesuai dengan yang mereka inginkan. Adapun 5 hukum komunikasi efektif menurut Suranto (2011: 80) dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Interpersonal antara lain:

1. *Respect*

*Respect* adalah hukum yang paling awal dalam 5 hukum komunikasi efektif. Saat sedang berkomunikasi, seorang komunikator menaruh sikap hormat kepada lawan bicaranya. Selain harus menaruh rasa hormat, perhatian diperlukan saat melakukan komunikasi kepada lawan bicara atau komunikan. Hal tersebut tentu saja perlu diterapkan karena lawan bicara harus dianggap dirinya penting dan dihargai saat berkomunikasi. . Apabila hukum ini tidak dilakukan, maka komunikasi tidak akan efektif dan komunikan mungkin tidak akan berubah sesuai keinginan komunikator (Suranto, 2011). Hal yang perlu

diperhatikan terkait hukum *respect* adalah berbicara dengan sopan dan bersahabat, menghormati kritikan dari orang lain, memperhatikan lawan bicara dengan penuh pengertian, terampil saat menyampaikan topik pembicaraan.

2. *Empathy*

Empati merupakan kesanggupan seseorang saat memposisikan dirinya sesuai dengan keadaan yang sedang dirasakan orang lain. Empati dilakukan dengan cara memperhatikan dan mendengarkan sebelum didengarkan atau dimengerti orang lain. Terdapat 3 ciri dalam berempati, yaitu yang pertama mendengarkan secara cermat apa yang dikatakan lawan bicara, apa yang menyimpannya, bagaimana perasaannya. Lalu yang kedua, menggunakan susunan kata-kata yang baik dan sesuai untuk mendeskripsikan perasaan dan kondisi individu. Ketiga, menggunakan susunan kata untuk mengetahui keadaan orang lain dan berusaha untuk mengerti perasaan dan kondisi mereka.

3. *Audible*

Pesan yang diberikan bisa dimengerti oleh komunikan atau penerima pesan disebut audible. Cara untuk mempraktikkan hukum ketiga ini adalah komunikator harus mahir untuk menyimak terlebih dahulu atau memperoleh *feedback* dengan baik. Hal-hal yang harus diperhatikan saat mempraktikkan hukum ini adalah memberikan pesan yang bernilai, memakai nada suara yang mudah didengar dan dapat dipahami, serta memakai bahasa yang sederhana yang dapat dimengerti oleh lawan bicara.

4. *Clarity*

Selain pesan dapat diterima oleh komunikan, kejelasan dari suatu pesan juga penting agar tidak menimbulkan interpretasi lain. Pesan yang sesuai dengan hukum ini tidak akan menimbulkan berbagai interpretasi yang berbeda oleh penyimak yang lain pula. *Clarity* juga dimaknai sebagai keterbukaan, karena seseorang yang melakukan komunikasi secara interpersonal perlu bertingkah seolah terbuka atau tidak menyimpan informasi yang penting agar bisa menumbuhkan rasa percaya dari penerima pesan.

5. *Humble*

Hukum yang terakhir adalah humble. Hukum ini berguna untuk membangkitkan rasa menghargai kepada lawan bicara, entah disadari dari menunjukkan sikap rendah hati ataupun yang lainnya. Sikap humble ini sangat diperlukan dalam membangun perasaan menghargai orang lain, karena hukum ini berkaitan dengan hukum *respect*. Ciri-ciri orang

yang humble adalah suka membantu orang lain, berani mengakui kesalahannya, menerima kritikan dari orang lain, dan memaafkan kesalahan seseorang.

### **2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Efektif**

Komunikasi dapat dikatakan berhasil apabila kedua belah pihak yaitu komunikator dan komunikan memahami isi dari informasi yang mereka sampaikan. Komunikasi efektif tentu memiliki faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana cara pesan disampaikan, diterima, dan juga dipahami. Faktor yang pertama adalah konteks komunikasi yang meliputi waktu, situasi tempat komunikasi terjadi, dan lingkungan fisik. Faktor ini dapat mempengaruhi kejelasan suatu pesan, keterbacaan terhadap ekspresi non-verbal, dan pemahaman yang tepat antara komunikator dan komunikan. Contoh dari faktor pertama ini adalah saat komunikasi yang terjadi dalam ruangan yang tidak kondusif dapat mengganggu pemahan, dan waktu yang terbatas bisa membatasi kesempatan untuk melakukan komunikasi yang lebih detail lagi.

Faktor selanjutnya adalah keterampilan komunikasi, seseorang haruslah memiliki kemampuan dalam berkomunikasi agar tercapainya komunikasi yang efektif. Keterampilan komunikasi yang dimaksud meliputi, menunjukkan sikap memahami secara empati, mendengarkan lawan bicara, memberikan pesan yang jelas dan dapat dipahami, dan menggunakan bahasa tubuh yang tepat. Kemampuan keterampilan komunikasi ini dapat mempengaruhi bagaimana pesan yang diberikan dan diterima oleh lawan bicaranya.

Lalu, adapula faktor perbedaan budaya yang dapat mempengaruhi komunikasi efektif akibat perbedaan norma-norma budaya yang mengatur cara seseorang saat berkomunikasi. Saat berkomunikasi dengan seseorang yang berbeda budaya, hendaknya abaikan perbedaan dan perlakukan lawan bicara seperti memperlakukan seseorang yang budayanya sama (Devito, 2022:23). Seperti contohnya, seseorang dari suku Batak berkomunikasi dengan orang lainnya yang berasal dari suku Jawa yang terlihat dari gaya bicara yang berbeda.

Faktor lainnya adalah tingkat keterbacaan juga dapat mempengaruhi suatu komunikasi yang efektif. Sebagai contoh, seseorang yang menggunakan bahasa yang tidak dapat dimengerti oleh penerima pesannya, akan menghasilkan pemahaman yang kurang baik. Suatu pesan yang banyak mengandung kata-kata asing, dapat membuat ketidakpahaman dari penerima pesan terhadap maksud dari isi pesan tersebut.

Faktor mempengaruhi komunikasi efektif yang terakhir adalah emosi dan sikap, ketika seseorang sedang dalam keadaan marah atau tidak terbuka, pesan yang diberikan tidak mampu dipahami oleh lawan bicara mengenai maksud dari pesan tersebut. Mengatur emosi dan sikap saat berkomunikasi tentu penting diterapkan agar dapat membantu menciptakan komunikasi yang diharapkan atau efektif.

#### **2.2.4 Indikator Komunikasi Efektif**

Menurut Suranto (2010:105) dalam kegiatan untuk mencapai komunikasi efektif terdapat indikator-indikator yang mempengaruhi untuk peningkatan kemampuan dan ketepatan dalam menyelesaikan suatu kegiatan. Indikator-indikator dari komunikasi efektif, yaitu :

1. Pemahaman

Keahlian seseorang dalam mengerti makna dari pesan secara tepat dan sesuai yang diharapkan oleh komunikator. Pada indikator ini, komunikasi akan mendukung keefektifan komunikasi apabila ia dapat mengerti pesan secara benar. Sedangkan komunikator dapat mendukung keefektifan komunikasi apabila ia mampu menyampaikan pesan secara cermat.

2. Kesenangan

Selain berhasil menyampaikan informasi dalam proses komunikasi, terwujudnya suasana yang menyenangkan kedua belah pihak.

3. Pengaruh pada sikap

Pengaruh pada sikap dalam hal ini bermakna, saat seorang komunikasi telah menerima pesan dari komunikator kemudian sikapnya akan berubah dan mengikuti sesuai dengan perintah dari pesan tersebut.

4. Hubungan

Secara tidak sengaja dalam proses komunikasi yang efektif terjadinya peningkatan kadar hubungan interpersonal.

5. Tindakan

Seorang komunikasi melakukan tindakan yang sesuai dengan pesan dari komunikator.

#### **2.2.5 Teknik Penyampaian Pesan dalam Komunikasi Efektif**

Pesan menjadi suatu bahan yang akan dikomunikasikan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan. Pesan adalah seperangkat simbol yang dapat berupa verbal atau non verbal yang menjadi perwakilan dari sebuah nilai, perasaan, gagasan, atau harapan dari pengirim pesan. Terdapat tiga komponen dari pesan, di antaranya adalah makna, simbol yang dipakai untuk menyampaikan suatu makna, dan bentuk atau organisasi dari suatu pesan. Simbol dapat berupa kata-kata atau bahasa yang dapat menyampaikan objek, ide, perasaan, yang disampaikan melalui lisan atau pun tulisan. Kata-kata dapat membantu seseorang saat bertukar pikiran dengan orang lainnya.

Banyak sekali langkah untuk menyampaikan suatu pesan, yaitu dapat dilakukan dengan tatap muka atau melalui alat atau media komunikasi. Komunikasi efektif akan tercapai apabila menggunakan cara yaitu penyampaian informasi atau pesan disusun secara baik dan cermat dan sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh komunikan maupun kondisi di lingkungan sosial yang berkaitan. Keberhasilan suatu komunikasi dapat ditentukan dari kekuatan suatu pesan. Dari pesan tersebut, seseorang dapat mengatur perilaku dan sikap dari komunikan agar proses pencapaian komunikasi yang efektif terlaksana.

Bagi seorang pengirim pesan, pesan yang mau disampaikan berisi dengan pesan yang jelas, namun ada yang perlu dijadikan pemikiran adalah pembuatan pesannya. Pesan yang disampaikan harus disusun sesuai dengan diri seorang pengirim pesan. Dalam hal ini, pengirim pesan harus lebih dahulu melaksanakan komunikasi dengan dirinya sendiri, diawali dengan bertanya pada dirinya lalu dijawab sendiri. Apabila penerima pesan yang menjadi sasaran sudah sesuai dan alat atau media yang akan digunakan juga telah dipilih, maka pembuatan pesan dapat dilakukan.

Menurut Wilbur Schram dalam karyanya dengan judul "*How Communication Works*", menyatakan bahwa apa yang dinamakan dengan *the communication of success in communication*, dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pesan yang disampaikan harus disusun dan diberikan sedemikian rupa agar dapat menarik minat sasaran yang dituju.
- b. Pesan hendaknya menggunakan simbol-bimbol yang sesuai dengan pengalaman yang mirip antara pengirim pesan dengan penerima pesan, agar sama-sama memahami.

- c. Pesan hendaknya memuat isi yang dapat membangun kebutuhan pribadi penerima pesan dan memberikan saran mengenai beberapa cara untuk mendapatkan kebutuhan tersebut.
- d. Pesan berisi saran-saran terhadap suatu cara untuk mendapatkan kebutuhan tadi yang pantas bagi kondisi suatu kelompok, posisi penerima pesan berada saat ia digerakan untuk memberikan sanggahan yang di inginkan.

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa komunikasi yang tidak sesuai dengan kepentingan penerima pesan, akan memunculkan kendala, terlebih lagi pada efek dari yang diharapkan itu mengenai perubahan terhadap tingkah laku. Jadi, saat seorang pengirim pesan menyampaikan pesannya harus sesuai dengan kepentingan penerima pesan.

Menurut Alan H. Monroe, mengemukakan lima langkah dalam menyusun pesan yang disebut dengan *motivated sequence*, yaitu :

1. *Attention* atau perhatian, pesan hendaknya dibuat dan diberikan sedemikian rupa agar dapat meningkatkan perhatian dari penerima pesan
2. *Need* atau kebutuhan, pengirim pesan berusaha untuk meyakinkan penerima pesan bahwa pesan yang telah diberikan itu penting untuknya.
3. *Satisfaction* atau pemuasan, pengirim pesan menyampaikan bukti bahwa pesan yang telah disampaikan adalah benar.
4. *Visualization* atau visualisasi, pengirim pesan menyampaikan bukti-bukti yang akurat sehingga si penerima pesan dapat menyaksikan.
5. *Action* atau tindakan, pengirim pesan mendorong agar penerima pesan bertindak yang positif, yaitu melakukan sesuai dengan isi pesan.

Dari kelima langkah yang telah dipaparkan untuk merangkai pesan, dapat disimpulkan bahwa cara saat menyampaikan pesan berpengaruh terhadap ke efektifan dalam sebuah kegiatan komunikasi. Cara menyampaikan pesan yang baik akan mempermudah penerima pesan saat memahami dan menerima pesan tersebut.

### 2.3 Komunikasi Efektif Dokter-Pasien

Menurut Konsil Kedokteran Indonesia (2006), komunikasi yang terjadi secara efektif antara dokter dengan pasien merupakan peningkatan ikatan dokter dengan pasiennya yang terjadi secara



tepat, dengan maksud intinya penyaluran mengenai penjelasan informasi yang dibutuhkan untuk mewujudkan kerjasama antara dokter dan pasien. Komunikasi antara dokter dengan pasien termasuk *skill* atau kemampuan yang wajib dimiliki oleh dokter. Kemampuan komunikasi dapat mewujudkan kesuksesan saat membantu penanganan masalah yang terjadi pada keluhan dari pasien. Komunikasi yang terjadi secara efektif diperlukan dalam membantu masalah yang terjadi pada dokter dan pasien. Pendapat yang menyatakan jika melakukan komunikasi dengan pasien hanya akan membuang-buang waktu oleh dokter, sepertinya harus diperbaiki.

Kurtz (1988) menyatakan bahwa untuk mencapai komunikasi yang efektif hanya memerlukan waktu yang singkat atau sedikit. Hal tersebut disebabkan oleh dokter yang ahli dalam mengenali kebutuhan pasiennya. Dalam memberikan layanan kesehatan, terjadinya komunikasi yang efektif pada dokter dengan pasien merupakan situasi yang diinginkan, maka dokter akan mudah melakukan diagnosis masalah kesehatan dengan pasien.

Komunikasi dokter-pasien mempunyai pengaruh penting dalam upaya untuk penyembuhan penyakit yang dialami pasien. Komunikasi yang efektif antara dokter dan pasiennya akan terjadi dengan baik jika pemberi pesan mendapatkan *feedback* dari penerima pesan yang sesuai dengan maksud pemberi pesan, dan hal tersebut menandakan bahwa penerima pesan dapat memahami apa yang telah disampaikan oleh pemberi pesan.

Dokter dapat mempengaruhi perilaku dan sikap pasiennya dengan menggunakan komunikasi. Hal ini terjadi karena dokter berada dikedudukan yang lebih tinggi dibandingkan pasien dan keahlian saat berinteraksi secara individual yang dimiliki oleh dokter. Komunikasi efektif antara dokter dan pasien akan berpengaruh pada kenyamanan, kesehatan, kepuasan pasien, penurunan resiko pada malpraktik serta perbedaan pada dokter dengan pasien. Perselisihan medis pada dokter dengan pasien mayoritas terjadi disebabkan karena adanya kesenjangan persepsi pada dokter dan pasien.

### **2.3.1 Tujuan dan Manfaat Komunikasi Efektif Dokter-Pasien**

Komunikasi efektif dokter dengan pasien memiliki tujuan antara lain untuk memberikan petunjuk terhadap proses menemukan riwayat penyakit pasien yang lebih tepat untuk dokter dan memberikan motivasi kepada pasien, sehingga menghasilkan komunikasi yang efektif dan efisien bagi dokter dan pasien (Kurtz,1988). Adapun manfaat melakukan komunikasi efektif dokter dan pasien, yaitu:

1. Menambah kepuasan pasien saat mendapatkan pelayanan kesehatan dari dokter atau tenaga kesehatan lainnya.
2. Meningkatkan keyakinan pasien terhadap dokter yang menjadi awal ikatan dokter dengan pasien yang baik.
3. Meningkatkan sesuatu ketepatan diagnosis terapi dan langkah medis.
4. Menambah kepercayaan diri seorang pasien di fase terminalnya saat menangani penyakit.

### **2.3.2 Langkah-langkah untuk Mewujudkan Komunikasi Efektif Dokter-Pasien**

Menurut Hasil Konsil Kedokteran Indonesia (2006), beberapa hal yang harus diperhatikan agar terwujudnya komunikasi efektif dokter dengan pasiennya adalah:

1. Sikap profesional seorang dokter, yaitu memperlihatkan keahlian dokter saat menyempurnakan pekerjaan sepadan dengan pesan dan fungsinya, dapat memposisikan diri sendiri contohnya ketepatan waktu, dapat menghadapi jenis-jenis sikap pasien, dan dapat berkolaborasi dengan tenaga kesehatan yang lain. Pada komunikasi dokter-pasien, sikap yang profesional menjadi acuan saat berlangsungnya komunikasi secara efektif.
2. Pengumpulan informasi, yaitu saat melakukan proses anamnesis dokter akan mendapatkan berbagai informasi mengenai penyakit pasien yang akurat, sehingga terkumpulnya informasi untuk mendapatkan hasil diagnosis yang tepat.
3. Penyampaian informasi yang tepat, dokter akan menyampaikan informasi-informasi yang tepat dengan keperluan oleh pasien agar dapat membantu mengatasi keluhannya.
4. Cara berkomunikasi, yaitu salam, ajak berbincang, menjelaskan serta memberitahu pasien.

Dengan menerapkan komunikasi yang efektif, dokter akan mendapatkan informasi mengenai seluruh keadaan pasien dan keluarga pasien turut percaya kepada dokter. Hal ini dapat berpengaruh terhadap pelaksanaan penyembuhan pasien selanjutnya. Pasien akan menjadi merasa terjaga dan tenang saat memperoleh penanganan yang optimal dari dokter, sehingga pasien mengikuti arahan dan nasehat dokter karena yakin bahwa semua yang dilakukan demi kebaikan pasien.

## 2.4 Media Komunikasi *Online*

Penyampaian sebuah informasi dengan proses komunikasi membutuhkan media yang menjadi bagian dari unsur komunikasi. Media termasuk kata dari bahasa latin yaitu “*medius*” dengan makna perantara atau penghubung. Menurut Gerlach dan Ely (1971), media dapat berbentuk materi, manusia, ataupun kejadian yang menciptakan suasana dari manusia yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Menurut *Association of Education and Communication Technology*, mengatakan media merupakan sarana yang dipakai untuk menyalurkan sebuah pesan.

Berbagai pengertian dari media komunikasi, maka ditarik kesimpulan bahwa media komunikasi adalah alat yang digunakan pelaku komunikasi saat melangsungkan kegiatan komunikasi kemudian terciptanya komunikasi antara komunikator dan komunikan yang efektif. Menurut Kempt, pesan yang terjadi dalam kegiatan komunikasi yang tersimpan di dalam pikiran (*mind*) seorang komunikator, tidak dapat diterima dengan baik dan lancar oleh komunikannya jika tidak adanya media yang mendukung proses komunikasi tersebut. Menurut Asyhar (2012:44-45) mengatakan bahwa ada 4 pengelompokan media, yaitu:

1. Media audio, media yang dapat menyalurkan pesan dalam bentuk verbal seperti bahasa lisan atau kalimat, lalu media ini juga mampu menyalurkan pesan dalam bentuk non verbal seperti musik atau bunyi lainnya. Salah satu contohnya adalah radio.
2. Media visual, media yang hanya dapat dilakukan dengan indera penglihatan saja, contohnya seperti buku, poster, koran, dsb.
3. Media audio visual, proses komunikasi media ini menyertakan dua indera yaitu pendengaran dan penglihatan, contohnya seperti video, film, dsb.
4. Multimedia, merupakan alat yang menyertakan berbagai jenis media dan peralatan yang terintegrasi. Dalam prosedur penggunaan media ini juga mirip seperti media audio visual, yaitu menyertakan indera pendengaran dan penglihatan. Media ini juga sudah berbasis teknologi informasi, salah satu contohnya adalah televisi.

Semakin berkembangnya zaman, berbagai macam media baru hadir dan digunakan dalam proses komunikasi seperti media *online* yang saat ini digunakan oleh siapa saja. Pada masa pandemi Covid-19, media komunikasi *online* membantu siapa pun dalam berkomunikasi meskipun tidak secara tatap muka, namun mampu berkomunikasi secara *online* dimana dan

kapan saja. Media komunikasi *online* merupakan teknologi komunikasi yang digunakan saat akan bertukar pesan yang dilakukan secara *online* serta terhubungnya jaringan internet. Menurut *Business Dictionary*, media *online* merupakan media digital seperti video, musik, dan teks yang dikerjakan dengan jaringan internet.

Pada saat pandemi Covid-19 terjadi, media komunikasi *online* sangat dibutuhkan masyarakat untuk melakukan komunikasi jarak jauh. Berbagai kegiatan yang dilakukan masyarakat bisa dikerjakan secara online, salah satunya seperti memeriksa kesehatan mereka melalui media online atau yang biasa disebut dengan konsultasi kesehatan online. Konsultasi secara online merupakan inovasi dari teknologi komunikasi dalam bentuk aplikasi dan dapat memudahkan masyarakat untuk menyampaikan dan mengetahui hal-hal mengenai keluhan kesehatan mereka. Konsultasi kesehatan online juga sangat mudah sekali dilakukan. Masyarakat yang ingin melakukan konsultasi dengan dokter dapat dilakukan dengan istirahat di rumah saja sembari membuka aplikasi kesehatan yang terhubung dengan dokter. Hal tersebut dapat membantu untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19.

### **2.3.1 Aplikasi Alodokter Sebagai Media Komunikasi Online Berbasis Layanan**

#### **Kesehatan**

Berkembangnya teknologi yang semakin maju berpengaruh terhadap bidang kesehatan saat ini, seperti pada layanan kesehatan.. Layanan kesehatan berbasis aplikasi *online* saat masa pandemi Covid-19 sangatlah dibutuhkan masyarakat saat mereka terserang berbagai macam penyakit dan sulitnya konsultasi dengan dokter di rumah sakit. Layanan kesehatan berbasis aplikasi *online* memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat tanpa harus pergi ke rumah sakit untuk mengkonsultasikan keluhan kesehatan mereka, karena mudah digunakan pada kapanpun dan dimanapun jika terhubung dengan koneksi internet. Salah satu layanan kesehatan berbasis aplikasi *online* adalah Alodokter.

Aplikasi Alodokter merupakan salah satu aplikasi kesehatan yang dilakukan secara online dan membantu para penggunanya melakukan konsultasi seputar kesehatan bersama dokter tanpa harus pergi ke rumah sakit. Alodokter adalah aplikasi konsultasi seputar kesehatan yang dapat digunakan oleh siapa saja secara gratis dan bisa diakses melalui *smartphone* atau *device* lainnya. Aplikasi tersebut menjadi platform kesehatan online yang mempunyai lebih

dari 26 juta pengguna aktif perbulannya dan memiliki 30 ribu dokter yang bermitra dalam aplikasi ini.

Alodokter diluncurkan pada tahun 2014 yang didirikan oleh Suci Arumsari dan menjadi salah satu aplikasi terbaik dalam menyediakan berbagai informasi kesehatan yang tepat, mudah dimengerti, dan dapat digunakan kapan dan di mana saja. Alodokter juga memberikan kemudahan kepada penggunanya dengan memberikan 5 fitur utama yang berguna bagi penggunanya saat membuat pilihan terbaik mengenai kesehatan, baik secara individu maupun kelompok (keluarga), yaitu buat jadwal konsultasi dengan dokter, chat bersama dokter, artikel mengenai kesehatan yang lengkap, e-pharmacy, dan proteksi kesehatan. Dari fitur-fitur yang disediakan oleh Alodokter dapat memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk mendapatkan informasi mengenai keluhan kesehatan.

Tidak hanya untuk membantu masyarakat, Alodokter juga memiliki fitur baru yaitu Alomedika *eCourse*, yang merupakan universitas dari pertama di Indonesia untuk para dokter dan dapat mengakses pengetahuan serta informasi terbaru seputar dunia medis. Fitur Alomedika *eCourse* terus dikembangkan secara khusus oleh Alomedika, agar dokter-dokter di seluruh penjuru Indonesia dapat mengikuti segala isu-isu dan tren kesehatan terkini sesuai dengan perkembangan zaman yang diakses secara online dan terpercaya.

Kepercayaan pengguna aplikasi Alodokter sangat penting, karena aplikasi tersebut merupakan aplikasi konsultasi kesehatan. Kesehatan menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena kesehatan adalah dasar kehidupan, sehingga untuk mendapatkan kepercayaan dari pengguna aplikasi, perusahaan perlu memperhatikan aspek kepercayaan penggunanya. Alodokter juga bekerjasama dengan Ikatan Dokter Indonesia (IDI) yang telah ditandai dengan penandatanganan perjanjian kerjasama antara IDI dengan Alodokter. Alodokter memiliki SOP tentang data pengguna yang dikelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Maka dari itu saat proses rekrutmen, dokter harus mengikuti ketentuan umum yang berlaku agar tercapainya kualitas pelayanan yang baik.

## **2.4 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini sepenuhnya tidak berpanutan terhadap pada konsep dan teori saja, beberapa penelitian terdahulu juga dijadikan acuan oleh peneliti untuk menyusun penelitian skripsi ini. Penelitian pertama berjudul “Komunikasi Interpersonal dalam Konsultasi Dokter Estetika

dengan Pasien Melalui Media Sosial WhatsApp” merupakan penelitian yang dilakukan oleh Daniel Paulus Evert, mahasiswa Universitas Sangga Buana yang dibuat pada tahun 2020. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji 5 hukum komunikasi efektif yaitu *Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*. Hasil dari penelitian tersebut adalah komunikasi yang terjadi pada dokter dengan pasiennya secara interpersonal melalui media sosial WhatsApp terjadi sesuai dengan 5 hukum komunikasi efektif.

Penelitian kedua berjudul “Komunikasi Efektif dalam Keluarga Muslim Terhadap Pembentukan Karakter Disiplin Anak Di Kelurahan Beringin Raya Kemiling” merupakan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Febriyanti, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang dibuat pada tahun 2019. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi efektif yang terjadi pada keluarga muslim terhadap penciptaan karakter disiplin anak di Kelurahan Beringin Raya Kemiling. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah anak bisa mengerti bagaimana cara menyampaikan komunikasi secara baik, anak merasa dipahami dan didengar, serta terbentuknya jalinan yang harmonis di dalam keluarga. Tercapainya komunikasi efektif pada orang tua dan anak didasari melalui sikap *respect, empathy, audible, clarity, dan humble*.

Penelitian ketiga berjudul “Pola Komunikasi Dokter Pada Pasien Melalui Aplikasi Halodoc” milik Muhammad Rio Fariza, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, yang dibuat tahun 2021. Penelitian tersebut berfokus pada bagaimana pola komunikasi dan kendala-kendala yang terjadi pada dokter pasien melalui aplikasi layanan kesehatan Halodoc. Hasil dari penelitian ini adalah pola yang digunakan adalah komunikasi antarpribadi dan terdapat beberapa kendala yang terjadi antara dokter dengan pasiennya pada aplikasi Halodoc ketika melakukan komunikasi seperti terbatasnya waktu, pasien yang tidak komunikatif dan terburu-buru, bahkan terkadang pasien tidak sepenuhnya mengajukan pertanyaan sesuai dengan masalah kesehatan yang dirasakan, serta sinyal yang terkadang tidak stabil dialami pasien.

Penelitian keempat berjudul “Efektivitas Komunikasi Interpersonal di SMA IT Babul Hikmah Kalianda Lampung Selatan” milik Muhammad Zainuri, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2018. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui efektivitas komunikasi interpersonal di SMA IT Babul Hikmah dengan acuan perspektif *respect, empathy, audible, clarity, dan humble*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah kepala sekolah SMA IT Babul Hikmah Kalianda

Lampung Selatan telah menerapkan prinsip-prinsip *respect* (menghormati), *empathy* (empati), *audible* (dapat dimengerti), *clarity* (jelas), dan *humble* (rendah hati) atau 5 hukum komunikasi efektif

