

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1 Komunikasi**

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi diadopsi dari bahasa Inggris yaitu "*communication*". Istilah ini berasal dari bahasa Latin "*communicare*" yang bermakna membagi sesuatu dengan orang lain, memberikan sebagian untuk seseorang, tukar-menukar, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman, dan lain sebagainya (Harapan dan Ahmad, 2014).

Menurut, Onong Uchjana Effendy (Naim, 2016) merumuskan komunikasi sebagai proses pernyataan antarmanusia. Hal yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam bahasa komunikasi, pernyataan disebut sebagai pesan (*message*). Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*). Sedangkan, orang yang menerima pernyataan disebut komunikan (*communicatee*). Tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan.

##### **2.1.2 Komponen Komunikasi**

Menurut Nurudin (2017) ada tujuh unsur-unsur komunikasi di dalam proses komunikasi, yaitu:

a. **Komunikator**

Komunikator adalah orang yang memprakarsai adanya komunikasi. Prakarsa timbul karena jabatan, tugas, wewenang dan tanggung jawab ataupun adanya suatu keinginan atau perasaan yang ingin disampaikan. Dilihat dari jumlahnya, komunikator bisa terdiri dari:

- a. Satu orang.
- b. Banyak orang atau lebih dari satu orang.
- c. Massa.

b. Pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang akan disampaikan dapat berupa ide, pendapat, pikiran, dan saran. Pesan pada dasarnya adalah hasil pemikiran atau pendapat sumber yang ingin disampaikan kepada orang lain.

c. Media

Media adalah segala sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada pihak lain. Dengan demikian saluran komunikasi dapat berupa panca indera manusia maupun alat buatan manusia. Media disebut juga alat pengirim pesan atau saluran pesan yang dipilih oleh sumber untuk menyampaikan pesan kepada sasaran.

d. Komunikan

Komunikan adalah orang yang menjadi objek komunikasi, pihak yang menerima berita atau pesan dari komunikator.

e. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah hasil dari komunikasi. Hasilnya adalah terjadi perubahan pada diri sasaran.

f. Umpan Balik

a). Berdasar asal dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1). *External Feedback*, dan
- 2). *Internal Feedback*.

b). Berdasar kecepatan bisa dibagi menjadi dua, yaitu:

1). *Immediated Feedback* (umpan balik langsung), dan

2). *Delayed Feedback* (umpan balik tertunda).

c). Berdasar penerimaan pesan dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1). *Positive Feedback*, dan

2). *Negative Feedback*.

d). Berdasar relevansitas bisa dibagi menjadi dua, yaitu:

1). *Neutral Feedback*, dan

2). *Zero Feedback*

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Komunikasi sering kali sulit dilakukan karena faktor jarak yang begitu jauh, dimana tersedia fasilitas komunikasi seperti telepon, kantor pos atau jalan raya. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat dan status sosial.

### 2.1.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi

a. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*)

Ciri dari komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*).

Komunikasi ini terjadi pada diri individu. Seseorang yang terlibat dalam komunikasi

dengan diri sendiri ini memberi arti suatu objek yang diamati atau terbetik dalam pikirannya (Nurudin, 2017).

Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang. Objek yang diamati mengalami proses perkembangan dalam pikiran manusia setelah mendapat rangsangan dari pancaindra yang dimilikinya (Cangara, 2014).

b. Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*)

Secara definitif komunikasi antar pribadi (juga bisa disebut komunikasi *interpersonal*) dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka. Hal demikian berdasar apa yang pernah dikatakan oleh R. Wayne Pace, “*Interpersonal communication is communication involving two or more people in face to face communication*”. Komunikasi dilakukan lebih dari dua orang sebagaimana dikatakannya, tidak disebutkan jumlahnya secara pasti (Nurudin, 2017)

Menurut sifatnya, komunikasi antarpribadi dapat dibedakan menjadi dua macam, yakni Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) dan Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*). Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya (Cangara, 2014).

c. Komunikasi Publik

Memahami komunikasi publik, amati saja saat kampanye Pemilihan Umum (Pemilu). Pada saat kampanye pemilu itu, seorang kandidat presiden atau anggota

dewan biasanya berpidato untuk mempersuasi masyarakat agar memilihnya. Itu salah satu contoh komunikasi publik yang juga sering disebut komunikasi pidato, komunikasi retorika, public speaking, atau komunikasi khalayak (Nurudin, 2017).

Komunikasi publik penyampaian pesan berlangsung kontinu. Dapat diidentifikasi siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya. Interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Hal ini disebabkan karena waktu yang digunakan secara terbatas, dan jumlah khalayak relatif besar (Cangara, 2014).

#### d. Komunikasi Massa

Secara ringkas komunikasi massa terdiri dari dua kata yakni; komunikasi dan massa. Secara definitif komunikasi sudah diketahui. Ada banyak ragam definisi komunikasi. Salah satunya; *“The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience).”* Massa dalam arti sosiologis menunjuk pada sekumpulan orang yang berkumpul di suatu tempat. Massa dalam arti komunikasi adalah sekelompok individu yang sikap dan perilakunya dipengaruhi oleh media massa (cetak, elektronik, online) (Nurudin, 2017).

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi, maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar, misalnya melalui program interaktif (Cangara, 2014).

## 2.2 Komunikasi Interpersonal

### 2.2.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran, penyampaian informasi, dan menerima pesan, pikiran dan sikap tertentu antara dua orang terjadi pergantian pesan secara timbal balik, sebagai komunikan maupun komunikator yang bertujuan saling pengertian, mengenal masalah yang akhirnya diharapkan terjadinya perubahan perilaku. Komunikasi jenis ini juga dapat disebut sebagai komunikasi *interpersonal* yang berlangsung secara berhadapan muka, dan bisa melalui media telepon (Roudhonah, 2019; Nurudin, 2017).

### 2.2.2 Proses Komunikasi Interpersonal

Proses komunikasi *interpersonal* merupakan langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. berikut ini terdapat enam proses komunikasi, yaitu:

- a. Keinginan komunikasi, seorang komunikator mempunyai keinginan khusus untuk menyampaikan gagasan dengan lawan.
- b. *Encoding* oleh komunikator, menyakinkan pesan yang disampaikan dengan cara tindakan isi pikiran kedalam simbol-simbol, kata-kata dan sebagainya.
- c. Pengiriman pesan, saluran dalam menyampaikan pesan bisa berupa tatap muka, telepon, SMS, surat, *e-mail* tergantung lokasi, media, kebutuhan dan kecepatan penyampaian pesan.
- d. Penerimaan pesan, pesan yang telah disampaikan komunikator akan diterima oleh komunikan.
- e. *Decoding* oleh komunikan, kegiatan internal dalam diri penerima, melalui indera penerima mendapatkan data mentah berupa simbol-simbol, kata-kata yang harus

diubah dalam bentuk pengalaman yang mengandung makna. Agar proses memahami pesan berjalan lancar.

- f. Umpan balik, setelah menerima dan memahami pesan, lawan komunikasi akan memberikan respon atau umpan balik (Suranto, 2011).

### 2.2.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Menurut De Vito terdapat beberapa tujuan dari komunikasi *interpersonal* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mempelajari (*To Learn*)

Komunikasi interpersonal memungkinkan orang untuk memahami dunia luar, orang lain, dan dirinya sendiri. Seseorang dapat mempelajari dan mengerti dirinya melalui *feedback* yang diberikan tentang perasaannya, pemikirannya, dan perilakunya serta bagaimana penilaian orang lain terhadapnya.

- b. Berhubungan (*To Relate*)

Manusia harus membangun relasi yang baik dengan sesama, saling berinteraksi, yang dapat dilakukannya melalui komunikasi *interpersonal* agar mencapai hubungan yang baik dalam berkomunikasi. Layaknya mahasiswa dengan dosen pembimbing harus membangun komunikasi yang baik agar mendapatkan *feedback* dan menjalin hubungan yang baik pula.

- c. Pengaruh (*To Influence*)

Pengaruh sikap dan perilaku dari seseorang kepada orang lain dapat melalui komunikasi interpersonal atau dikenal dengan komunikasi interpersonal yang berbentuk persuasif. Dalam komunikasi ini dapat menimbulkan sikap dan perilaku dari seseorang yang nantinya akan berpengaruh terhadap komunikasi dan *feedback*nya diharapkan pengaruh negatif yang didapat, menjadi lebih baik.

d. Bermain (*To Play*)

Seseorang memerlukan waktu sejenak untuk istirahat dari kejenuhan yang ditimbulkan karena pekerjaan, atau kesibukan lainnya dengan melakukan kegiatan komunikasi interpersonal seperti mengobrol ringan bersama teman atau keluarga tentang rencana akhir pekan, atau bercerita lelucon secara umum untuk menghabiskan waktu.

e. Untuk membantu (*To Help*)

Komunikasi interpersonal digunakan seseorang untuk menolong orang lain, seperti memberikan saran, masukan, dan sebagainya. Keberhasilan dari fungsi komunikasi interpersonal ini untuk menolong bergantung pada skill dan pengetahuan dari komunikasi interpersonal orang yang melakukannya (Suryanto, 2017).

#### 2.2.4 Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal

Suranto, AW (2011) mengatakan bahwa unsur-unsur dalam komunikasi efektif adalah REACH yaitu :

1. *Respect* (Sikap Menghargai)

Sikap menghargai mengacu pada proses menghargai setiap individu yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh komunikator. Jika individu membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai dan menghormati, maka kerjasama yang menghasilkan sinergi dapat dibangun, yang akan meningkatkan efektifitas kinerja, baik sebagai individu maupun secara keseluruhan.

2. *Empathy* (Menempatkan Diri Pada Situasi Orang Lain)

Empati adalah kemampuan individu untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Salah satu prasyarat utama dalam memiliki sikap empati adalah kemampuan untuk mendengarkan atau mengerti terlebih dulu sebelum



didengarkan atau dimengerti oleh orang lain. Rasa empati membantu individu dalam menyampaikan pesan dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan menerimanya. Jadi sebelum membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, individu perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan. Sehingga nantinya pesan dari komunikator akan dapat tersampaikan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan dari penerima.

3. *Audible* (dapat di dengarkan dan dimengerti dengan baik)

Makna dari audible adalah dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik oleh penerima pesan. Audible berarti pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh penerima pesan.

4. *Clarity* (Jelas)

Terkait dengan kejelasan dari pesan itu sendiri sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Kejelasan juga berarti keterbukaan dan transparansi. Dalam berkomunikasi, individu perlu mengembangkan sikap terbuka, sehingga dapat menimbulkan rasa percaya dari penerima pesan.

5. *Humble* (Rendah hati)

Sikap rendah hati mengacu pada sikap yang penuh melayani, sikap menghargai, mau mendengar dan menerima kritik, tidak sombong dan memandang rendah orang lain, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut dan penuh pengendalian diri, serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.

## 2.3 Kepuasan Pasien

### 2.3.1 Defenisi Kepuasan Pasien

Kepuasan pasien didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang

dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pasien/pelanggan adalah inti dari pemasaran yang berorientasi kepada pasien/pelanggan. Pelayanan yang memuaskan dan berkualitas akan membentuk loyalitas pasien/pelanggan, dan kepuasan sangat erat hubungannya dengan "word of mouth", maka pelayanan yang memuaskan tersebut juga akan mendatangkan pelanggan baru. Efek selanjutnya akan berlanjut pada proses terbentuknya citra puskesmas yang meningkat. Hal ini dikarenakan kondisi persaingan yang sangat ketat. Maka setiap puskesmas akan berusaha untuk menempatkan dirinya sebaik mungkin dimata pasien/pelanggannya agar dapat dipercaya untuk memenuhi kebutuhannya dalam bidang kesehatan (Kuntoro & Istiono 2017).

Kepuasan pasien adalah keluaran atau *outcome* dari layanan kesehatan dan merupakan salah satu tujuan dari peningkatan kualitas atau mutu pelayanan kesehatan. Kepuasan pasien akan berdampak pada *output* pada pelayanan kesehatan artinya akan berdampak pada status kesehatan. Kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan kesehatan penting untuk diperhatikan karena pasien yang puas akan mematuhi jalannya pengobatan yang diberikan dan mereka akan mau datang untuk berobat lagi. Dengan kata lain, pelayanan kesehatan yang berkualitas akan memengaruhi kesehatan dan kesejahteraan masyarakat (Noviyanti, 2019).

### **2.3.2 Indikator Kepuasan Pasien**

- a. Kepuasan terhadap akses layanan kesehatan, kepuasan akses terhadap layanan kesehatan akan dinyatakan oleh sikap pengetahuan tentang:
  - 1) Sejauh mana layanan kesehatan itu tersedia pada waktu dan tempat saat dibutuhkan.
  - 2) Kemudahan memperoleh layanan kesehatan, baik dalam keadaan biasa ataupun keadaan gawat darurat.

- 3) Se jauh mana pasien mengerti sistem layanan kesehatan itu bekerja, keuntungan dan tersedianya layanan kesehatan.
- b. Kepuasan terhadap mutu layanan kesehatan, kepuasan terhadap mutu layanan kesehatan akan dinyatakan oleh sikap terhadap :
- 1) Kompetensi teknik dokter/ profesi layanan kesehatan lain yang berhubungan dengan pasien.
  - 2) Keluaran dari penyakit atau bagaimana perubahan yang dirasakan oleh pasien sebagai hasil dari layanan kesehatan.
- c. Kepuasan terhadap proses layanan kesehatan, termasuk hubungan antar manusia akan dilakukan dengan melakukan pengukuran :
- 1) Se jauhmana ketersediaan layanan puskesmas dan/atau rumah sakit menurut peniln pasien.
  - 2) Persepsi tentang perhatian dan kepedulian dokter dan/atau profesi layanan kesehatan lain.
  - 3) Tingkat kepercayaan dan keyakinan terhadap dokter
  - 4) Tingkat pengertian tentang kondisi atau diagnosis
  - 5) Se jauhmana tingkat kesulitan untuk dapat mengerti nasihat dokter dan/atau rencana pengobatan
- d. Kepuasan terhadap sistem layanan kesehatan, ditentukan sikap terhadap :
- 1) Fasilitas fisik dan lingkungan layanan kesehatan
  - 2) Sistem perjanjian, termasuk menunggu giliran, waktu tunggu pemanfaatan waktu selama menunggu, sikap menolong atau kepedulian terhadap personel, mekanisme pemecahan masalah, dan keluhan yang timbul.

- 3) Lingkup dan sifat keuntungan dan layanan kesehatan yang ditawarkan (Wulandari, 2018).

### 2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

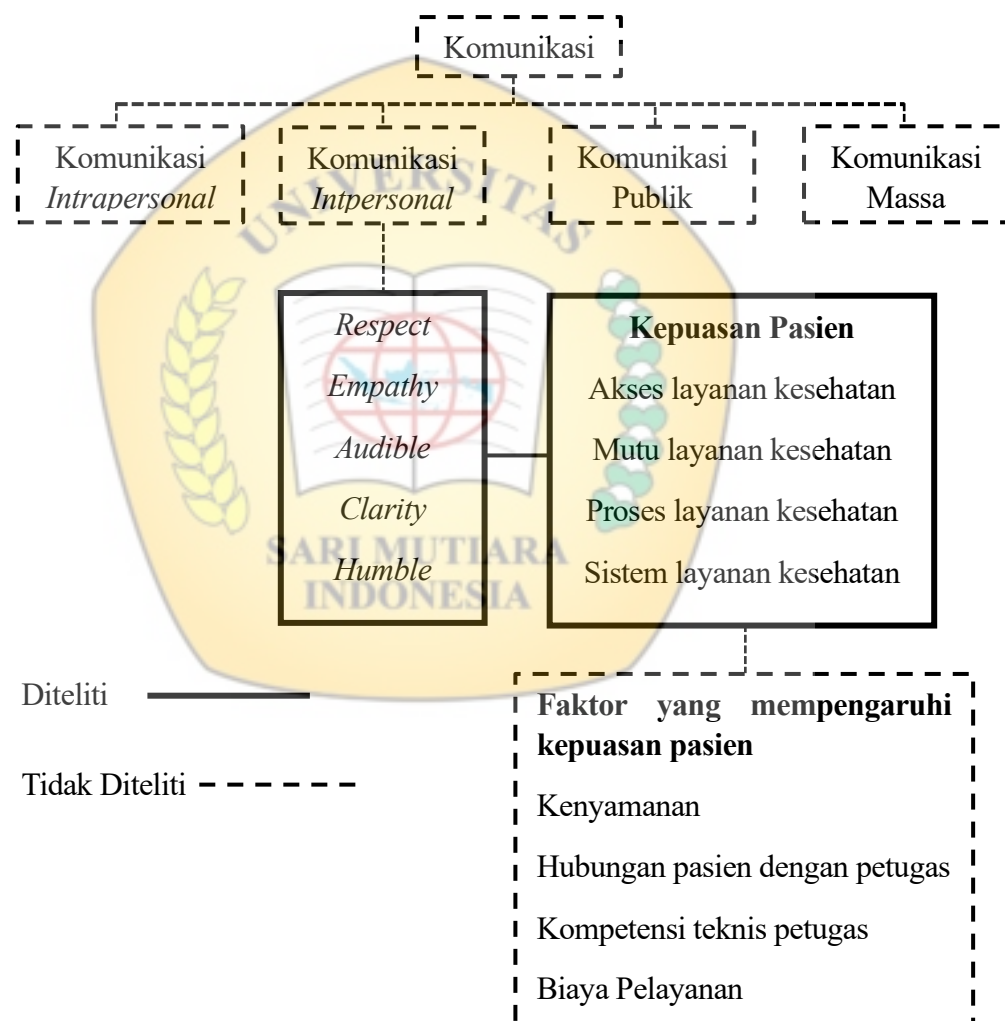
Aspek-aspek Kepuasan Pasien dapat diukur dari :

- a. Kenyamanan, aspek ini menggambarkan hal yang menyenangkan dalam semua kondisi, lokasi rumah sakit, kebersihan, kenyamanan ruangan, makanan dan minuman, peralatan ruangan, tata letak, penerangan, kebersihan WC/kamar mandi, pembuangan sampah, kesegaran ruangan, dan lain sebagainya.
- b. Hubungan pasien dengan petugas kesehatan, menggambarkan petugas yang mempunyai kepribadian baik yang mendukung jalannya pelayanan prima terjadi yang menyangkut keramahan, informasi yang diberikan, sejauh mana tingkat komunikasi, dukungan, tanggapan dokter/perawat.
- c. Kompetensi teknis petugas, menggambarkan mengenai keterampilan, pengetahuan dan kualifikasi petugas yang baik seperti kecepatan pelayanan pendaftaran, keterampilan dalam penggunaan teknologi, pengalaman petugas medis, gelar medis yang dimiliki terkenal, keberanian mengambil tindakan.
- d. Biaya yang berkaitan dengan jumlah yang harus diberikan atas pelayanan yang telah didapatkan, seperti kewajaran biaya, kejelasan komponen biaya, biaya pelayanan, perbandingan dengan rumah sakit sejenis lainnya, tingkat masyarakat yang berobat ada tidaknya keringanan bagi masyarakat miskin (Lintresa, dkk, 2021).

Menurut Zeitham dan Berry (Lintresa, dkk, 2021), aspek-aspek kepuasan pasien meliputi:

- a. Keistimewaan, yaitu dimana pasien merasa diperlukan secara istimewa oleh perawat selama proses pelayanan.
- b. Kesesuaian, yaitu sejauhmana pelayanan yang diberikan perawat sesuai dengan keinginan pasien, selain itu ada ketepatan waktu dan harga.
- c. Estetika, yaitu dalam pelayanan berhubungan dengan kesesuaian tata letak barang maupun keindahan ruangan.

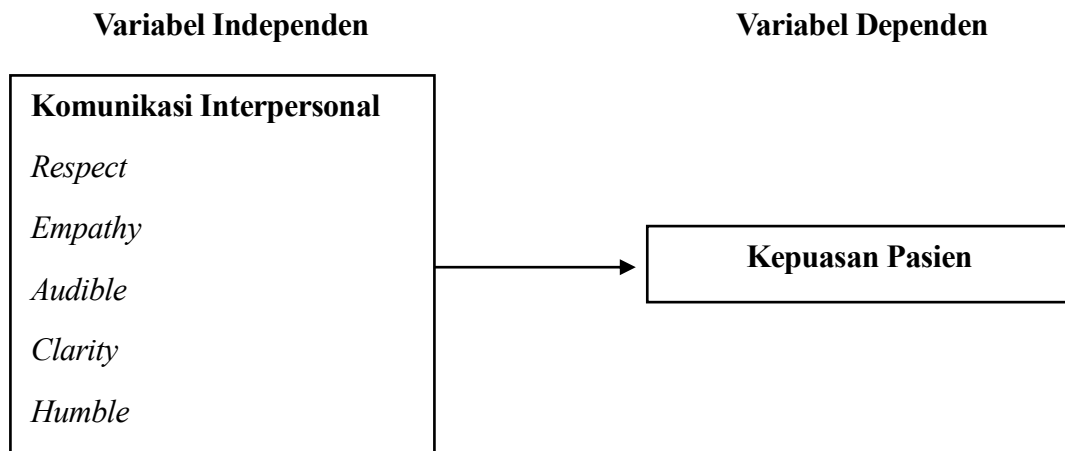
#### 2.4 Kerangka Teori



**Gambar 2.1 Kerangka Teori**

Sumber : Yudia, 2019

## 2.5 Kerangka Konsep



Gambar 2.2 Kerangka Konsep

## 2.6 Hipotesis

1. Ada pengaruh komunikasi *interpersonal* dari dimensi *respect* dengan kepuasan pasien di poli gigi Puskesmas Pulo Brayan Medan.
2. Ada pengaruh komunikasi *interpersonal* dari dimensi *empathy* dengan kepuasan pasien di poli gigi Puskesmas Pulo Brayan Medan.
3. Ada pengaruh komunikasi *interpersonal* dari dimensi *audible* dengan kepuasan pasien di poli gigi Puskesmas Pulo Brayan Medan.
4. Ada pengaruh komunikasi *interpersonal* dari dimensi *clarity* dengan kepuasan pasien di poli gigi Puskesmas Pulo Brayan Medan.
5. Ada pengaruh komunikasi *interpersonal* dari dimensi *humble* dengan kepuasan pasien di poli gigi Puskesmas Pulo Brayan Medan.