

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan komponen dasar dari hubungan antar manusia dan meliputi pertukaran informasi, perasaan, pikiran dan perilaku antara dua orang atau lebih. Komunikasi mempunyai dua tujuan, yaitu untuk pertukaran informasi dan mempengaruhi orang lain. Manusia adalah makhluk sosial, yang memiliki ketergantungan untuk berinteraksi serta berkomunikasi antara satu dengan yang lain. Manusia di dalam kesehariannya melakukan komunikasi untuk memberikan respon terhadap sesamanya.

Di tengah segala kemajuan yang terjadi di Indonesia, masih banyak masalah-masalah sosial yang terjadi di sekitar kita. Salah satunya adalah orang dengan gangguan jiwa. Manusia adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial, yang memiliki ketergantungan untuk berinteraksi dan berkomunikasi antara satu dengan yang lain agar kepentingannya dapat terpenuhi. Berkomunikasi merupakan suatu cara untuk mengekspresikan perasaan, keinginan dan harapan. Manusia di dalam kesehariannya melakukan komunikasi untuk memberikan respon terhadap sesamanya. Respon yang diberikan tidak hanya berupa kata-kata (verbal), tetapi juga bisa tidak dengan kata-kata (non verbal) diantaranya dengan ekspresi wajah, gerakan anggota tubuh dan sebagainya.

Sebagai makhluk sosial manusia membaaur dan berinteraksi dengan kehidupan masyarakat sekitar yang merupakan sebuah konsekuensi. Begitu pula keberadaan seseorang dalam kehidupan bermasyarakat, mutlak merupakan konsekuensi sebagai makhluk sosial namun keberadaan manusia ditengah-tengah mendapat tekanan, diantaranya adanya aturan dan norma yang berlaku di masyarakat yang menyebabkan seseorang tersebut mengalami suatu keabnormalan atau gangguan jiwa.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan gangguan jiwa, diantaranya pengaruh globalisasi, modernisasi, urbanisasi dan industrialisasi sebagai hasil dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam upaya pembangunan di segala bidang yang menimbulkan dampak pada perubahan pola hidup dan perubahan tata nilai dari kehidupan. Salah satu efek dari perubahan itu bila ditinjau dari segi kejiwaan yang mengakibatkan semakin meningkatkan kebutuhan hidup, suasana persaingan dalam mencapai kebutuhan itu semakin tajam sifat individualisme seseorang.

Gangguan jiwa adalah suatu ketidakberesan kesehatan dengan manifestasi-manifestasi psikologis atau perilaku terkait dengan penderitaan yang nyata dan kinerja yang buruk, dan disebabkan oleh gangguan biologis, sosial, psikologis, genetik, fisis, atau kimiawi.

Gangguan jiwa mewakili suatu keadaan tidak beres yang berakibatkan penyimpangan dari suatu konsep normatif. Setiap jenis ketidakberesan kesehatan itu memiliki tanda-tanda dan gejala-gejala yang khas. Setiap gangguan jiwa dinamai dengan istilah yang tercantum dalam PPDGJ-IV (Pedoman Penggolongan

dan Diagnosis Gangguan Jiwa di Indonesia edisi IV) atau DSM-IV-TR (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 4th edition with text revision). Kendati demikian, terdapat pula beberapa istilah yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan gangguan jiwa :

1. Gangguan jiwa psikotik : ditandai hilangnya kemampuan menilai realitas, ditandai waham (delusi) dan halusinasi, misalnya schizophrenia.
2. Gangguan jiwa neurotik : tanpa ditandai kehilangan kemampuan menilai realitas, terutama dilandasi konflik intrapsikis atau peristiwa kehidupan yang menyebabkan kecemasan (ansietas), dengan gejala-gejala obsesi, fobia, dan kompulsif
3. Gangguan jiwa fungsional : tanpa kerusakan struktural atau kondisi biologis yang diketahui dengan jelas sebagai penyebab kinerja yang buruk.
4. Gangguan jiwa organik : ketidakberesan kesehatan disebabkan oleh suatu penyebab spesifik yang membuahkan perubahan struktural di otak, biasanya terkait dengan kinerja kognitif, delirium, atau demensia, misalnya pada penyakit Pick.

Manusia adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial, yang memiliki ketergantungan untuk berinteraksi dan berkomunikasi antara satu dengan yang lain agar kepentingannya dapat terpenuhi. Berkomunikasi merupakan suatu cara untuk mengekspresikan perasaan, keinginan dan harapan. Manusia di dalam kesehariannya melakukan komunikasi untuk memberikan respon terhadap sesamanya. Respon yang diberikan tidak hanya berupa kata-kata (verbal), tetapi

juga bias tidak dengan kata-kata (non verbal) diantaranya dengan ekspresi wajah, gerakan anggota tubuh dan sebagainya.

Gangguan jiwa merupakan satu dari tiga penyebab disabilitas dan mempengaruhi seluruh komunitas. Mereka yang mengalami disabilitas psikiatrik menghadapi masalah yang besar, mulai dari hambatan institusional, legal, sikap lingkungan ketika mencari pekerjaan, sampai reintegrasi dengan masyarakat setelah sembuh.

Proses globalisasi menimbulkan transformasi komunikasi dan informasi yang memberikan dampak terhadap perubahan nilai-nilai sosial dan budaya. Keadaan ini memunculkan gejala awal kejiwaan pada masyarakat yang pada akhirnya membutuhkan kemampuan penyesuaian dan mengatasi masalah yang tinggi, disamping dukungan lingkungan yang kondusif untuk berkembangnya nilai-nilai sosial dan budaya yang tanggap terhadap berbagai perubahan.

Seperti kita lihat di sekitar kita, masih banyak orang-orang dengan penyakit jiwa yang berlalulalang di jalanan, tidur di berbagai tempat tanpa ada yang mengurus. Penelantaran yang mereka alami bisa disebabkan oleh faktor ekonomi yang dimiliki keluarga, dimana untuk mendapatkan fasilitas untuk penanganan orang berpenyakit jiwa masih jauh dari kemampuan. Bisa juga disebabkan faktor stigma dari lingkungan dimana orang-orang dengan penyakit jiwa harus dijauhi. Undang-Undang Nomor : 4 tahun 1997 tentang Penyandang Cacat dan Pasal 63 pada Peraturan Pemerintah Nomor : 43 tahun 1998 tentang Upaya Peningkatan Kesejahteraan Penyandang Cacat yang berbunyi “ Masyarakat mempunyai

kesempatan yang seluas-luasnya untuk berperan dalam upaya peningkatan kesejahteraan sosial penyandang cacat“.

Seharusnya masyarakat juga berperan serta dalam upaya kesembuhan dan pemberian fasilitas khusus pada mereka. Sebagai makhluk sosial, membaur dan berinteraksi dengan kehidupan masyarakat sekitar merupakan konsekuensi yang harus dijalani oleh manusia. Begitu pula keberadaan seseorang dalam kehidupan bermasyarakat, mutlak sebagai konsekuensi kehidupan makhluk sosial. Kementerian Sosial yang menjadi bagian dari pemerintah, berusaha melakukan penanggulangan kepada para penyandang cacat dalam hal ini adalah orang dengan penyakit jiwa. Agar tidak mengganggu ketertiban lingkungan, dan upaya untuk memberikan kesembuhan atau paling tidak keterampilan agar bisa mengurus diri mereka sendiri.

Komunikasi Persuasif adalah sebuah bentuk komunikasi yang mempunyai tujuan khusus dan terarah untuk merubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi. Kegunaan dari Komunikasi Persuasif ini dapat digunakan dalam berbagai macam hal, misalnya pada penyuluhan, kampanye, periklanan dan lain sebagainya (Soleh Soemirat, H. idat Satari, dan Asep Suryana).

Berkomunikasi dengan penderita gangguan jiwa membutuhkan sebuah teknik khusus, ada beberapa hal yang membedakan berkomunikasi antara orang gangguan jiwa dengan gangguan akibat penyakit fisik, perbedaannya adalah :

1. Penderita gangguan jiwa cenderung mengalami gangguan konsep diri, penderita gangguan penyakit fisik masih memiliki konsep diri yang

wajar (kecuali pasien dengan perubahan fisik, misalnya pasien dengan penyakit kulit, pasien amputasi.)

2. Penderita gangguan jiwa cenderung asyik dengan dirinya sendiri sedangkan penderita penyakit fisik membutuhkan support dari orang lain.
3. Penderita gangguan jiwa cenderung sehat secara fisik, penderita penyakit fisik bisa saja jiwanya sehat tetapi bisa juga ikut terganggu.
(komunikasi pada pasien gangguan jiwa dalam <http://www.imron46.co.cc>)

Sebenarnya ada banyak perbedaan, tetapi intinya bukan pada mengungkap perbedaan antara penyakit jiwa dan penyakit fisik tetapi pada metode komunikasinya. Komunikasi dengan penderita gangguan jiwa membutuhkan sebuah dasar pengetahuan tentang ilmu komunikasi yang benar, ide yang mereka lontarkan terkadang melompat, fokus terhadap topik bisa saja rendah, kemampuan menciptakan dan mengolah kata-kata bisa saja kacau balau.

Rumah sakit jiwa dan panti karya merupakan salah satu tempat bagi orang-orang yang mengalami gangguan jiwa, salah satu unsur dari rumah sakit jiwa tersebut terdapat perawat yang merupakan bagian dari tenaga kesehatan yang berkecimpung dengan pasien-pasien di rumah sakit jiwa untuk mendedikasikan dan mengaplikasikan keterampilan berkomunikasi selama melakukan interaksi dengan pasien.

Didirikannya panti karya ataupun panti sosial oleh pemerintah adalah untuk merehabilitasi dan membina orang-orang yang mengalami masalah sosial dan kejiwaan. Banyaknya masyarakat yang tidak tahan akan situasi dan beratnya himpitan ekonomi juga mendorong makin meningkatnya jumlah masyarakat yang mengalami masalah sosial dan kejiwaan. Faktor kemiskinan juga menambah beban masyarakat disamping keluarga juga tidak sanggup untuk merawat pada anggota keluarganya yang mengalami gangguan kejiwaan.

Pemerintah Kota Yogyakarta sendiri dalam hal ini telah menunjuk Panti Karya untuk melaksanakan kegiatan rehabilitasi dan permasalahan sosial bagi gelandangan, pengemis serta orang dengan gangguan jiwa di Kota Yogyakarta. Panti Karya adalah Panti milik Pemerintah Kota Yogyakarta di bawah naungan Dinas Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Yogyakarta, dalam hal ini Panti Karya memiliki tujuan dan visi untuk meningkatkan kualitas hidup, kepedulian dan ketahanan sosial masyarakat terlantar di Kota Yogyakarta. Adapun program- program Panti Karya antara lain :

1. Pendidikan Keagamaan
2. Pendidikan Ketrampilan

Dalam hal ini Panti Karya memiliki perawat-perawat yang bertugas menjalankan program-programnya. Peran perawat sangatlah penting karena Perawat adalah petugas kesehatan profesional bertujuan untuk merawat, menjaga keselamatan dan menyembuhkan orang yang sakit atau terluka baik akut maupun kronik, melakukan perencanaan perawatan kesehatan dan

melakukan perawatan gawat darurat dalam kerangka pemeliharaan kesehatan dalam lingkup yang luas.

Perawat atau *Nurse* berasal dari bahasa latin yaitu dari kata *Nutrix* yang berarti merawat atau memelihara. Perawat adalah seseorang yang berperan dalam merawat atau memelihara, membantu dan melindungi seseorang karena sakit, terluka dan proses penuaan (Harley, 1997).

Menurut UU RI NO 23 tahun 1992 tentang Kesehatan, mendefinisikan Perawat adalah mereka yang memiliki kemampuan dan kewenangan melakukan tindakan keperawatan berdasarkan ilmu yang dimilikinya, yang diperoleh melalui pendidikan keperawatan.

Perawat Panti Karya mempunyai tugas penting dalam memberikan bimbingan, asuhan, dan pelayanan kepada pasien yang dirawatnya, dengan mengganti infus, memandikan pasien, menganjurkan minum obat, serta memberikan asuhan keperawatan, secara khusus pada pasien gangguan jiwa. Perawat mempunyai tugas dalam pendidikan dan konseling tidak hanya pada pasien yang dirawatnya tetapi juga keluarga pasien yang berguna mendampingi serta meyakinkan keluarga dalam kondisi yang sedang dialami oleh pasien.

Perawat merupakan komunikator dalam permasalahan ini, sedangkan komunikasi merupakan pasien dengan gangguan jiwa. Melihat keberadaan pasien dengan kelainan jiwa yang terdapat di Dinas Sosial Panti Karya Kota Yogyakarta hal ini menarik untuk di amati.

Penelitian antara perawat dan pasien tetap memfokus pada unsur komunikasinya, namun ternyata yang menarik dari penelitian ini bahwa terdapat keterkaitan antara komunikasi dengan gangguan jiwa dan tentu saja yang menjadi keunikan dari penelitian ini terdapat pada komunikasi yang merupakan pasien dengan gangguan jiwa. Adanya keterkaitan antara komunikasi dengan gangguan jiwa ini sangat menarik untuk dikaji dan di analisa lebih jauh, keterkaitan antara komunikasi dan gangguan jiwa dalam ilmu komunikasi dikenal dengan adanya ilmu psikologi komunikasi.

Dalam melakukan pembinaan pasien dengan gangguan jiwa, Panti Karya mengkategorikan pasien menjadi dua, untuk memudahkan pemberian pengobatan, dan pembinaan, yaitu :

1. Pasien Gangguan Jiwa dengan tingkat kesadaran rendah, pemahaman rendah, dan tingkat kontrol diri yang rendah
2. Pasien Gangguan Jiwa yang hampir sembuh, yaitu pasien yang dapat diajak berkomunikasi dengan normal.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah sebagai berikut :

“ Bagaimana Komunikasi Persuasif Perawat Panti Karya Dinas Sosial Kota Yogyakarta dalam Program Pembinaan Orang-orang Dengan gangguan Jiwa?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Terkait dengan rumusan masalah yang sudah ditetapkan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

Untuk mengetahui Komunikasi Persuasif Perawat dengan Pasien gangguan jiwa di Panti Karya Yogyakarta.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan dari penelitian yang akan kami lakukan, dapat diambil beberapa manfaat yaitu :

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi berupa teori-teori komunikasi secara umum ataupun komunikasi persuasif yang bermanfaat tentang komunikasi persuasif yang di lakukan “Perawat” dalam program pembinaan orang-orang dengan gangguan jiwa.

2. Praktis

Untuk Perawat, dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan dapat dijadikan masukan tentang bagaimana pola komunikasi pesuasif yang diterapkan perawat terhadap pasien dengan gangguan jiwa. selain itu, dan juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi perawat didalam melakukan interaksi dengan pasien gangguan jiwa dalam pola asuhan keperawatan.

E. KAJIAN TEORI

1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif adalah sebuah bentuk komunikasi yang mempunyai tujuan khusus dan terarah untuk merubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi. Kegunaan dari Komunikasi Persuasif ini dapat digunakan dalam berbagai macam hal, misalnya pada penyuluhan, kampanye, periklanan dan lain sebagainya (Soleh Soemirat, H. idat Satari, dan Asep Suryana).

Istilah persuasif (*persuasion*) bersumber pada perkataan latin *persuasion* yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Para ahli komunikasi sering menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologi. Hal ini dimaksudkan untuk membedakan istilah persuasi dengan koersi (*coersion*). Tujuan persuasi dan koersi adalah sama, yaitu mengubah sikap, pendapat / perilaku, tetapi persuasi dilakukan dengan halus yang mengandung sifat-sifat manusiawi. Sedangkan koersi mengandung sanksi atau ancaman (Nuruddin, 2005:26).

Dilihat dari sejarahnya, istilah persuasi dikenal pada zaman Yunani kuno atau sebelumnya, serta mulai dipraktekkan orang. Studi tentang persuasi oleh orang banyak dikenal sebagai retorika, di mana retorika disebut juga *The Art of Persuasion*. Dalam prosesnya, bidang ilmu persuasif mengalami kemunduran dan kemudian tumbuh kembali. Persuasif disusun pada awal zaman Romawi, dicemoohkan pada masa kejatuhan Romawi, dan nyaris dimusnahkan pada abad pertengahan.

Menurut Ernest G. & Nancy C Borman (1991: 210), persuasif atau bujukan dapat diartikan sebagai berikut :

1. Persuasif merupakan komunikasi untuk mempengaruhi pilihan seseorang
2. Persuasif adalah komunikasi yang dimaksudkan untuk mendapat respon dari penerima, untuk mengubah sikap atau keyakinan pendengar, di mana sumber pesan, serta orang yang memberikan tanggapan ataupun pidato yang bersifat persuasif mempunyai tujuan khusus dan menampilkan pesan yang bersifat membujuk untuk mencapai tujuan tersebut.
3. Persuasif tidak sama dengan paksaan, di mana paksaan akan melenyapkan pilihan sedangkan bujukan akan mempengaruhi pilihan.

Persuasif merupakan salah satu metode komunikasi sosial dan dalam penerapannya menggunakan teknik atau cara tertentu sehingga dapat menyebabkan orang bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati, dengan suka rela dan tanpa merasa dipaksa oleh siapapun. Kesediaan itu timbul dari dalam dirinya, sebagai akibat terdapatnya dorongan atau rangsangan tertentu yang menyenangkannya.

Carl I. Hovland dalam bukunya "*Communication & Persuasion Psychological Studies of Opinion Change*" (Sastropetro, 1988: 247), mengemukakan sebagai berikut:

"A major effect of persuasive communication lies in stimulating the individual to think both of his initial opinion and of the new opinion recommended in the communication. (Efek utama dari komunikasi persuasi adalah menstimulasikan si individu untuk berpikir sekaligus mengenai dua hal, yaitu pendapat asalnya dan pendapat baru yang direkomendasikan melalui komunikasi yang berkenaan.)"

Dari pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa komunikasi persuasif pada dasarnya adalah suatu kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah

pendapat. Komunikasikan dihadapkan kepada pendapatnya sendiri untuk kemudian direkomendasikan atau disarankan kepada pendapat yang baru. Di sinilah berlaku adanya perubahan yang dimaksudkan.

Dalam komunikasi persuasif, kata-kata lisan atau tulisan bukan merupakan satu-satunya penentu untuk dapat membentuk atau mengubah sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavior*), melainkan terdapat komunikasi nonverbal yang juga mempunyai peranan penting. Komunikasi nonverbal, termasuk di dalamnya juga vokalisasi non-linguistik, adalah isyarat (*gestures*), gaya (*postures*), kontak mata, ekspresi muka dan penggunaan ruang (*space*).

Seperti yang dikemukakan oleh William J. Mc Guire dalam tulisannya berjudul "*Persuasion, Resistance and Attitude Change*" : "Persuasi atau mengubah sikap dan tingkah laku manusia melalui kata-kata lisan atau tulisan, melandasi satu di antara banyak penggunaan komunikasi yang menarik" (Sastropetro, 1988: 249).

Jika ditinjau dari segi komunikator, komunikasi persuasif jauh lebih sulit daripada komunikasi informatif. Komunikasi persuasif menimbulkan dampak yang lebih tinggi dibandingkan dengan komunikasi informatif. Dampak yang dapat ditimbulkan dari adanya komunikasi persuasif adalah sebagai berikut :

1. Dampak kognitif

Dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan ia menjadi tahu atau meningkatkan intelektualitasnya. Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanya berkisar pada upaya mengubah pikiran komunikan.

2. Dampak afektif

Dampak ini lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Di sini tujuan komunikator bukan hanya agar komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya rasa iba, senang, sedih, dan sebagainya.

3. Dampak behavioral

Dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan (Uchjana, 2004: 7).

Mempersuasif adalah cara mempengaruhi seseorang untuk dapat melakukan sesuatu seperti apa yang kita inginkan, sehingga dalam mempersuasif juga dibutuhkan sebuah teknik dan proses agar berhasil dalam mempersuasif seseorang.

Teknik persuasi melibatkan hukum persuasi dan juga melibatkan tindakan manipulasi keadaan sekarang lainnya, yang bisa mencakup beberapa komponen dibawah ini (Kevin Hogan, 1997; 63-92) :

1. Penggunaan pertanyaan secara ahli.

Penggunaan pertanyaan adalah salah satu komponen penting dalam persuasi yang digunakan untuk menjelaskan pertanyaan, menetapkan nilai-nilai, menarik rasa keberatan, dan mengarahkan percakapan. Pertanyaan juga digunakan untuk meyakinkan lawan bicara bahwa tujuan yang dilakukan sah dan bisa dipenuhi.

a. Kejelasan segi pandangan.

Seseorang yang tidak tahu apa yang mereka percayai atau mengapa

mereka mempercayai apa yang mereka percayai (bingung) sehingga kita perlu menjelaskan segi pandangan, nilai-nilai atau keyakinan untuk memahami bagai mana cara berkomunikasi secara lebih efektif dengan lawan kita.

b. Berurusan dengan persoalan emosional

Pertanyaan yang digunakan oleh komunikator untuk mengendalikan dan memimpin percakapan dengan ketepatan.

c. Kejelasan nilai

Kita harus mengetahui nilai-nilai lawan bicara kita karena lawan bicara mempunyai nilai yang berbeda dengan diri kita. Mengetahui kejelasan nilai bagi lawan bicara bertujuan untuk menghindari komunikasi yang buruk dan bahkan membingungkan, dan memberikan sedikit sekali kesempatan untuk persuasi yang sukses.

2. Kata-kata yang kuat.

Kata-kata adalah satu bagian dari proses komunikasi yang cukup penting. kata-kata mempunyai dampak yang kuat atas mereka yang ingin dibujuk. Dalam bukunya Kevin Hogan hal 74-78 menyebutkan ada beberapa kata yang mempunyai dampak dalam proses persuasi yakni nama kita, “tolong, silakan dan terima kasih”, dan “karena”.

3. Teknik tekanan waktu

Sebagian orang dalam mengambil keputusan terlampau lambat sehingga teknik ini bertujuan untuk memajukan proses tersebut. Kalau seseorang memandang bahwa sesuatu yang mungkin diinginkanya terbatas dalam kuantitas,

maka nilai apa yang diinginkan kan menjadi lebih besar dari pada seandainya benda itu bisa diperoleh dalam jumlah berlimpah-limpah.

4. Teknik kredibilitas

Kredibilitas kita terdapat pada pemikiran orang atau di mata lawan bicara. Kita tidak akan dipandang sebagai orang yang bisa dipercaya kalau kita tidak memenuhi standar orang yang memandang kita.

Kredibilitas adalah persepsi persuade (yang dipersuasi) tentang diri persuader (yang mempersuasi) yang berkaitan dengan tingkat keahlian, dapat dipercaya, kompetensi, dinamisme, sosiabilitas, dan karismatik.

5. Rahasia

Orang yang mau berbagi rahasia dengan orang lain maka kesempatan untuk mendapatkan kepercayaan dari lawan bicara akan semakin besar. Hal seperti ini menunjukkan bahwa komunikator dipercaya pendengarnya dan apa bila sudah mendapatkan kepercayaan maka akan lebih mudah mendapatkan timbal-balik. Berkomunikasi pada tingkatan keakraban, membujuk orang lain merupakan hasil yang mudah dicapai.

6. Penetapan langkah masa depan

Penetapan langkah masa depan dalam sudut pandang salesman mengharuskan prospek pembeli untuk dapat membeli pada hari ini juga, atau prospek tidak akan bisa menetapkan apakah dia harus menggunakan produk atau jasa kita lagi.

7. Pola bahasa hipnotis

Dalam hipnoterapi, tugas praktisi adalah membuat klien santai, membantunya rileks, dan dengan hati-hati meyakinkan bahwa dia bisa mencapai tujuan apa saja.

Dalam proses komunikasi persuasif, dikenal formula AIDDA, yang dapat dijadikan landasan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif. Formula AIDDA (Uhjana, 2004: 55), merupakan kesatuan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif sebagai berikut :

A – *Attention* -- Perhatian

I – *Interest* -- Minat

D – *Desire* -- Hasrat

D – *Decision* -- Keputusan

A – *Action* -- Kegiatan

Formula tersebut sering juga disebut *A – A Procedure* sebagai singkatan dari *Attention – Action Procedure*, yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dimulai dengan menumbuhkan perhatian untuk kemudian berusaha menggerakkan orang yang dijadikan sasaran persuasi agar melakukan suatu kegiatan yang diharapkan.

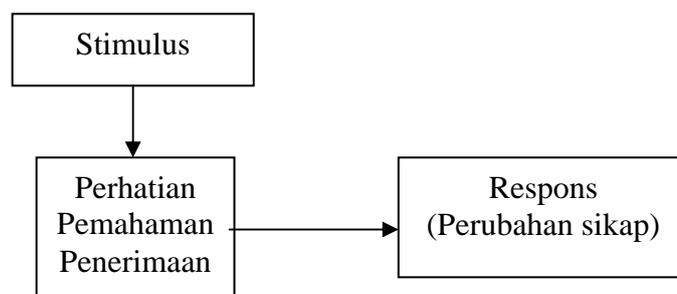
Dalam membangkitkan perhatian (*attention*) bukan saja melalui pernyataan pesan, tetapi juga dalam gaya penampilan diri (*appearance*) di depan khalayak. Apabila perhatian sudah berhasil dibangkitkan, dilanjutkan dengan upaya

mengembangkan minat (*interest*) sehingga akan timbul hasrat (*desire*) pada diri komunikan untuk melakukan apa saja yang dibuktikan oleh komunikator. Di sini imbauan emosional (*emotional appeal*) perlu ditampilkan komunikator agar komunikan mengambil keputusan untuk melakukan tindakan (*action*) sebagaimana yang diharapkan komunikator.

Untuk mempelajari efek sumber komunikasi, yaitu komunikator, para peneliti tersebut memanipulasi berbagai karakteristik komunikator seperti sejauh mana ia dapat dipercaya, keahliannya, statusnya, popularitasnya, dan lain-lain. Kemudian dipelajari pula karakteristik pesan yang disampaikan dengan memanipulasi berbagai aspek tipe komunikasi yang berlainan. Pada sisi lain riset tersebut meneliti berbagai variabel yang ada pada diri subjek penerima pesan (Azwar, 1995: 62-63).

Asumsi dasar yang melandasi studi Hovland dan kawan-kawannya adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi itu diperhatikan, difahami, dan diterima (Azwar, 1995: 63).

Bagan 1.
Langkah-langkah Perubahan Sikap
Menurut Model Hovland, Janis, & Kelley



Yang terpenting dalam komunikasi adalah bagaimana suatu pesan dapat diterima oleh komunikan untuk kemudian menimbulkan efek-efek tertentu yang diharapkan oleh komunikator terhadap komunikan. Untuk itu komunikasi yang dilakukan harus benar-benar efektif. Kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki adalah sebagai berikut :

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan
2. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut
4. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikan berad pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki (Azwar, 1995: 41).

Persuasi merupakan bagian dari kehidupan kita setiap hari, maka usaha memahami dan menguasai persuasi, baik teoritis maupun praktis agaknya merupakan kebutuhan yang tidak bisa ditunda. Beberapa ahli mendefinisikan tentang komunikasi persuasif dengan gaya bahasa yang berbeda-beda.

Saat kita akan memulai memahami persuasif, biasanya orang mencoba untuk melihat definisi. Persuasi, kata Ronald L. Applbaum dan Karl W.E. Anatol (dalam Djamaluddin, 1994:4), " Persuasi merupakan proses komunikasi yang

kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal atau non verbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain ".

Winston Brebeck dan William Howell dalam *Persuasion : A Means of Social Change (1952)* (dalam Djamaluddin, 1994:5) mendefinisikan persuasi sebagai berikut : " Usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi motif-motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan ".

Pada tahun 1970 (dalam Djamaluddin, 1994:5) kedua professor komunikasi ini mengubah pendapatnya, dengan merumuskan persuasi sebagai:

" Komunikasi yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pilihan seseorang terhadap sesuatu". Sementara itu, Bettinghous merumuskan persuasi sebagai: "Komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka ".

Persuasi merupakan penciptaan bersama dari suatu pernyataan identifikasi atau kerja sama diantara sumber pesan dengan penerima pesan yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol. Berdasarkan definisi di atas ada dua orientasi, yang pertama, orientasi ini memandang khalayak yang dipersuasi sebagai orang yang bisa dibohongi dan siap menerima manipulasi peran dari para pembujuk tanpa melibatkan konteks dan dinamika. Adapun orientasi kedua, cenderung melihat persuasi sebagai hasil pernyataan aktif dari sumber pesan dan penerima pesan (Djamaluddin, 1994:5).

2. Media Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif yang akan dilakukan oleh komunikator untuk mempengaruhi pikiran komunikan dibedakan menjadi dua bentuk yaitu (Jalaludin, 2005:269) :

a. Verbal

Komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus manusia, tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan macam-macam arti melalui kata-kata. Kata-kata dapat juga dimanipulasi untuk menyampaikan secara eksplisit sejumlah arti. Kata-kata yang disebut juga dengan bahasa dapat didefinisikan menjadi 2, yaitu fungsional dan formal.

1) Fungsional

Melihat bahasa dari segi fungsinya, sehingga diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan atau ide. Bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan diantara anggota-anggota kelompok sosial. Bahasa juga diberi arti secara *arbiter* (semaunya) oleh kelompok-kelompok sosial tertentu.

2) Formal

Menyatakan bahasa sebagai semua kalimat yang terbayangkan, dan dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa. Setiap bahasa memiliki peraturan-peraturan sendiri bagaimana kata-kata harus disusun dan dirangkaikan agar dapat memberi arti.

Bahasa dalam proses komunikasi harus dapat dipahami dan mempunyai kesamaan makna oleh kedua belah pihak antara komunikator dan komunikan.

Kesamaan terjadi bila komunikator dan komunikan berasal dari kebudayaan, status sosial, pendidikan dan ideologi yang sama, maksimal mempunyai sejumlah pengalaman yang sama.

Ada fungsi bahasa dalam proses komunikasi persuasif yaitu (Malik, Iriantara, 1994:82):

a) Bahasa untuk menyatakan diri

Berbagai cara yang menjadi kebiasaan kita telah tertanam secara mendalam di alam bawah sadar, sehingga bahasa kita mencerminkan struktur diri dan pandangan kita. Namun sebenarnya, karena diri kita tersusun dari banyak "diri" yang berbeda, yang masing-masing mewujudkan dirinya sendiri pada setiap waktu dengan berbagai cara, maka terdapat beberapa aspek penggunaan bahasa yang secara sadar berubah-ubah dari satu pembicaraan ke pembicaraan yang lain, dari satu situasi ke situasi yang lain.

b) Bahasa untuk mengkomunikasikan makna

Fungsi kedua ini adalah untuk membantu komunikan memahami makna pesan setepat mungkin.

c) Bahasa untuk mengkomunikasikan perasaan dan nilai

Fungsi yang ketiga ini adalah untuk membantu komunikator mengisyaratkan pada komunikan suatu perasaan, sikap dan nilai yang diutarakan komunikator tersebut.

b. Non- Verbal

Komunikasi non verbal sering disebut komunikasi tanpa kata. Komunikasi nonverbal digunakan untuk menggambarkan perasaan dan emosi. Jika pesan yang kita terima melalui sistem verbal tidak menunjukkan kekuatan pesan maka anda dapat menerima tanda-tanda nonverbal lainnya sebagai pendukung. (Liliweri, 1994:89)

Karakteristik komunikasi nonverbal dapat dirumuskan sebagai berikut

- 1) Prinsip umum komunikasi antarpribadi adalah manusia tidak dapat menghindari komunikasi. Demikian pula anda tidak mungkin tidak menggunakan pesan nonverbal. Itulah prinsip pertama. Diam juga merupakan komunikasi.
- 2) Komunikasi nonverbal merupakan model utama, bagaimana anda menyatakan perasaan dan emosi. Anda selalu mengkomunikasikan tentang isi dan tugas melalui komunikasi verbal. Bahasa verbal mengacu pada pernyataan informasi kognitif, sedangkan nonverbal mengacu pada pertukaran perasaan, emosi dengan orang lain dalam proses *human relations*.
- 3) Komunikasi nonverbal selalu meliputi informasi tentang isi dari pesan verbal. Komunikasi nonverbal memberi tanda bahwa kita memerlukan penjelasan terhadap pesan verbal.
- 4) Pesan verbal ternyata dipandang lebih *reliable* daripada pesan nonverbal. Dalam beberapa situasi antarpribadi pesan verbal ternyata tidak *reliable* sehingga perlu komunikasi nonverbal (Liliweri, 1994:98)

Mengulang kembali gagasan atau ide yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya: setelah menjelaskan penolakan makan biasanya disusul dengan menggelengkan kepala berkali-kali.

Menurut Mark. L. Knapp, fungsi komunikasi non- verbal dalam hubungannya dengan komunikasi verbal, dibagi menjadi lima (Djalaludin Rakhmat, 2007 : hal. 287), antara lain :

a) Repetisi

Mengulang kembali gagasan atau ide yang sudah disajikan secara verbal, misalnya: setelah menjelaskan penolakan makan biasanya disusul dengan menggelengkan kepala berkali-kali.

b) Substitusi

Menggantikan komunikasi verbal, misalnya bila menunjukkan persetujuan, maka akan menganggukkan kepala.

c) Kontradiksi

Menolak pesan verbal atau memberikan makna lain terhadap komunikan. Misalnya memuji prestasi teman tetapi dengan mencibirkan bibir.

d) Komplemen

Melengkapi dan memperkaya pesan non-verbal. Misalnya bila terluka, maka mimik wajah akan memberikan makna sesakit apa luka itu diderita.

e) Aksentuasi

Menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya. Misalnya, betapa jengkelnya komunikator terhadap komunikan sambil memukul meja.

Faktor-faktor nonverbal sangat menentukan makna dalam komunikasi interpersonal. Dale G. Leathers menyebutkan ada 6 alasan mengapa pesan nonverbal menjadi sangat penting (Rahmat, 2005:288) yaitu:

1. Perasaan dan emosi lebih cermat disampaikan lewat nonverbal daripada verbal.
2. Dapat menyampaikan makna dan maksud yang relatif bebas dari penipuan, distorsi dan keracunan.
3. Mempunyai fungsi metakomunikatif yang sangat diperlukan untuk mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi.
4. Merupakan cara komunikasi yang lebih efisien daripada komunikasi verbal.
5. Merupakan sarana sugesti yang paling tepat.

F. METODOLOGI PENELITIAN

Saat peneliti melakukan penelitian untuk mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diuji kebenarannya, peneliti menggunakan beberapa metode yang mendukung dan tepat dalam pencarian. Metode yang digunakan akan mampu menjelaskan perihal masalah yang sedang sedang ditempuh oleh peneliti.

Adapun gambaran mengenai teknik, data dan informasi di dalam penelitian tersebut bias atau valid, peneliti harus menjelaskan secara menyeluruh. Beberapa

metode penelitian dibawah ini akan memberikan jawaban tentang bagaimana data-data tersebut bisa diperoleh peneliti.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Moleong, 2002:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Yaitu suatu proses menghimpun data sosial, terutama untuk mengetahui tanggapan, pendapat, keyakinan, perasaan, motivasi, dan cita-cita seseorang. Menurut Moleong (2002: 135), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*).

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mendokumentasikan apa yang dilihat dan didengar secara langsung dilapangan (Moleong, 2002: 138).

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan elemen penting dalam penelitian, tanpa adanya literatur maka peneliti akan mengalami kesulitan dalam mendapat data. Data dapat diperoleh dari berbagai pustaka yang berhubungan dengan penelitian seperti buku, koran, majalah, atau dokumen-dokumen dari perusahaan terkait. Dalam teknik ini peneliti mengumpulkan data dengan menganalisis dokumen dan arsip yang ada (Moleong, 2002: 140).

3. Teknik Pengambilan Informan

Informan adalah orang-orang yang memberi informasi baik tentang dirinya atau orang lain mengenai suatu kejadian kepada peneliti. Moleong (2002:143) menjelaskan informan sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan

informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam penelitian ini dibutuhkan informan yang memahami persoalan yakni Perawat.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil informan dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* adalah sample yang dipilih dengan cermat hingga relevan dengan desain penelitian.

Informan dipilih berdasarkan pada lama pengabdian di Panti Karya Yogyakarta, yaitu 5 tahun atau lebih dan berdasarkan latar belakang pendidikan yang dimiliki perawat.

4. Uji Validitas Data

Dalam suatu penelitian data yang terkumpul harus diusahakan kebenarannya. Dalam penelitian ini uji validitasnya menggunakan metode triangulasi. Menurut Moleong (2002: 178), “ Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik Triangulasi yang penulis gunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lain.

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton dalam Moleong, 2002: 178). Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi

3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

Uji validitas berkaitan dengan permasalahan apakah instrumen yang dimaksud untuk mengukur sesuatu itu memang dapat mengukur secara tepat yang diukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan setiap item-item pertanyaan dengan total nilai setiap variabel dilakukan dengan teknik korelasi yaitu *person product moment*. Untuk mengetahui apakah variabel yang diuji valid atau tidak, hasil korelasi dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi dengan taraf signifikan 5% (Moleong, 2005: 153). Jika korelasi dari hasil perhitungan lebih besar dibandingkan nilai kritis, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid, sebaliknya bila korelasi dari hasil perhitungan lebih kecil dibanding nilai kritis maka butir pertanyaan tidak valid, sehingga tidak dapat digunakan dalam analisis.

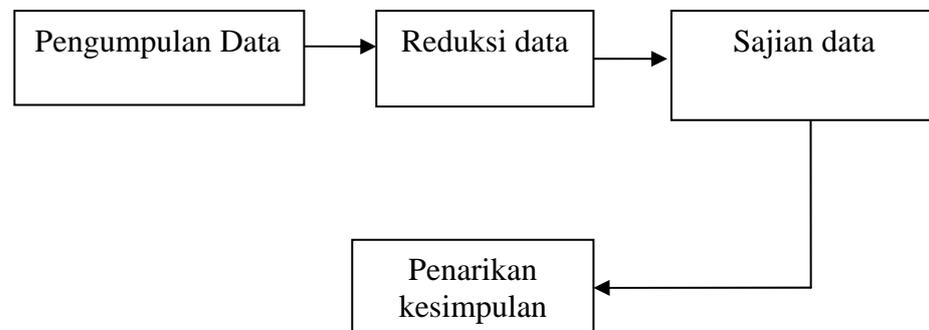
G. TEKNIK ANALISA DATA

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah data hasil penelitian. Setelah data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terkumpul maka data tersebut harus dianalisis agar masalah dalam penelitian terpecahkan dan tujuan penelitian tercapai. Teknik analisis data dalam penelitian

ini dimulai dari dimulai dari tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Deskriptif menurut Mathew G. Miles dan Michael Huberman sebagaimana dikutip dan diterjemahkan oleh Sutopo (2002: 96) menjelaskan bahwa langkah analisis data dalam penelitian-penelitian deskriptif terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Setelah data diperoleh kemudian diolah dan dianalisis. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode non statistik, yaitu analisis deskriptif, artinya dari data yang diperoleh dalam penelitian dilaporkan apa adanya kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta yang ada. Hal ini dilakukan karena penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.



Gambar 1. Analisis Model Interaksi menurut Milles dan Huberman
(H.B Sutopo, 2002: 96)