

TOPIK 3

KOMUNIKASI DAN INFORMASI KESEHATAN

KEMAMPUAN AKHIR

Mahasiswa mampu memahami mengenai komunikasi dan informasi kesehatan serta dapat memahami konsep dan aplikatifnya

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial, hubungan manusia dengan manusia lainnya, atau hubungan manusia dengan kelompok, atau hubungan kelompok dengan kelompok inilah yang disebut sebagai interaksi sosial. Dimana mereka bergaul dan berhubungan dengan satu sama lainnya menggunakan komunikasi. Komunikasi sangat mempengaruhi kehidupan suatu kelompok. Jika baik komunikasinya maka baik pula hubungannya atau sebaliknya. Profesor Wilbur Schramm menyebutnya bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm; 1982).

Harold D. Lasswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi:

Pertama, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara dan menghindari pada hal-hal yang mengancam alam sekitarnya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui suatu kejadian atau peristiwa. Bahkan melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan pengetahuannya, yakni belajar dan pengalamannya, maupun melalui informasi yang mereka terima dari lingkungan sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat Sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Penyesuaian di sini bukan saja terletak pada kemampuan manusia memberi tanggapan terhadap gejala alam seperti banjir, gempa bumi dan musim yang mempengaruhi perilaku manusia, tetapi juga lingkungan masyarakat tempat manusia hidup dalam tantangan. Dalam lingkungan seperti ini diperlukan penyesuaian, agar manusia dapat hidup dalam suasana yang harmonis.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakatnya dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peranan. Misalnya bagaimana orang tua mengajarkan tatakrama bermasyarakat yang baik kepada anak-anaknya. Bagaimana sekolah difungsikan untuk mendidik warga negara Bagaimana media massa menyalurkan hati nurani khalayaknya, dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuatnya untuk mengayomi kepentingan anggota masyarakat yang dilayaninya.

KOMUNIKASI KESEHATAN

Secara mendasar dan sederhana, komunikasi adalah proses penyampaian atau pembagian pesan dari satu pihak ke pihak lain supaya mendapatkan pemahaman bersama terhadap suatu hal pada pesan tersebut. Komunikasi merupakan hal terpenting dalam kehidupan. Komunikasi dibuat untuk menyebarluaskan pesan kepada publik, mempengaruhi khalayak dan menggambarkan kebudayaan pada masyarakat. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan berinteraksi yang bersifat antarpribadi, dipenuhi melalui kegiatan komunikasi interpersonal atau antarpribadi. Sedangkan kebutuhan untuk berkomunikasi secara publik dengan orang banyak, dipenuhi melalui aktivitas komunikasi massa.

Komunikasi kesehatan yaitu proses penyampaian pesan kesehatan oleh komunikator melalui saluran/media tertentu pada komunikan dengan tujuan untuk mendorong perilaku manusia tercapainya kesejahteraan sebagai kekuatan yang mengarah kepada keadaan (status) sehat utuh secara fisik, mental (rohani) dan sosial.

Komunikasi kesehatan lebih sempit daripada komunikasi manusia pada umumnya. Komunikasi kesehatan berkaitan erat dengan bagaimana individu dalam masyarakat berupaya menjaga kesehatannya, berurusan dengan berbagai isu yang berhubungan dengan kesehatan. Dalam komunikasi kesehatan, fokusnya meliputi transaksi hubungan kesehatan secara spesifik, termasuk berbagai faktor yang ikut berpengaruh terhadap transaksi yang dimaksud.

Dalam tingkat komunikasi, komunikasi kesehatan merujuk pada bidang – bidang seperti program – program kesehatan nasional dan dunia, promosi kesehatan, dan rencana kesehatan publik.

Dalam konteks kelompok kecil, komunikasi kesehatan merujuk pada bidang – bidang seperti rapat – rapat membahas perencanaan pengobatan, laporan staf, dan interaksi tim medis.

Dalam konteks interpersonal, komunikasi kesehatan termasuk dalam komunikasi manusia yang secara langsung mempengaruhi profesional – profesional dan profesional dengan klien. Komunikasi kesehatan dipandang sebagai bagian dari bidang – bidang ilmu yang relevan, fokusnya lebih spesifik dalam hal pelayanan kesehatan.

Apa yang mendorong manusia sehingga ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya. Teori dasar Biologi menyebut adanya dua kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Harold D. Lasswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi :

DEFINISI KOMUNIKASI

Effendi (1995)

Komunikasi itu sendiri bisa diartikan sebagai suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberikan atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung (lisan) maupun tak langsung (tulisan).

Hoyland, Janis dan Kelley (1953)

Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain (khalayak).

Bavelson dan Steiner (1964)

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain

Louis Forsdale (1981)

Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah

Brent D. Ruben (1988)

Komunikasi dikatakan sebagai suatu proses yaitu suatu aktivitas yang mempunyai beberapa tahap yang terpisah satu sama lain tetapi berhubungan

William J. Sells (1988)

Komunikasi adalah proses dengan nama simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi arti

Palo Alto

Ketika dua orang sedang bersama, mereka berkomunikasi secara terus menerus karena mereka tidak dapat berperilaku.

Himstreet & Baty

Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal - sinyal, maupun perilaku atau tindakan.

Bovee

Komunikasi adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan.

Harold D. Lasswell

Komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa.

KOMUNIKASI KESEHATAN

Komunikasi kesehatan yaitu proses penyampaian pesan kesehatan oleh komunikator melalui saluran/media tertentu pada komunikan dengan tujuan untuk mendorong perilaku manusia tercapainya kesejahteraan sebagai kekuatan yang mengarah kepada keadaan (status) sehat utuh secara fisik, mental (rohani) dan sosial.

Komunikasi kesehatan lebih sempit daripada komunikasi manusia pada umumnya. Komunikasi kesehatan berkaitan erat dengan bagaimana individu dalam masyarakat berupaya menjaga kesehatannya, berurusan dengan berbagai isu yang berhubungan dengan kesehatan. Dalam komunikasi kesehatan, fokusnya meliputi transaksi hubungan kesehatan secara spesifik, termasuk berbagai faktor yang ikut berpengaruh terhadap transaksi yang dimaksud.

Dalam tingkat komunikasi, komunikasi kesehatan merujuk pada bidang – bidang seperti program – program kesehatan nasional dan dunia, promosi kesehatan, dan rencana kesehatan publik. Dalam konteks kelompok kecil, komunikasi kesehatan merujuk pada bidang – bidang seperti rapat – rapat membahas perencanaan pengobatan, laporan staf, dan interaksi tim medis. Dalam konteks interpersonal, komunikasi kesehatan termasuk dalam komunikasi manusia yang secara langsung mempengaruhi profesional – profesional dan profesional dengan klien. Komunikasi kesehatan dipandang sebagai bagian dari bidang – bidang ilmu yang relevan, fokusnya lebih spesifik dalam hal pelayanan kesehatan.

JENIS – JENIS KOMUNIKASI

Pada dasarnya komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktifitas hubungan antara manusia atau kelompok. Jenis komunikasi terdiri dari komunikasi verbal dengan kata-kata dan komunikasi non verbal disebut dengan bahasa tubuh.

1. Komunikasi Verbal, mencakup aspek - aspek berupa:
 - a. Vocabulary (perbendaharaan kata-kata). Komunikasi tidak akan efektif bila pesan disampaikan dengan kata-kata yang tidak dimengerti, karena itu olah kata menjadi penting dalam berkomunikasi.
 - b. Racing (kecepatan). Komunikasi akan lebih efektif dan sukses bila kecepatan bicara dapat diatur dengan baik, tidak terlalu cepat atau terlalu lambat.
 - c. Intonasi suara akan mempengaruhi arti pesan secara dramatik sehingga pesan akan menjadi lain artinya bila diucapkan dengan intonasi suara yang berbeda. Intonasi suara yang tidak proposional merupakan hambatan dalam berkomunikasi.
 - d. Humor dapat meningkatkan kehidupan yang bahagia. Dugan (1989), memberikan catatan bahwa dengan tertawa dapat membantu menghilangkan stress dan nyeri. Tertawa mempunyai hubungan fisik dan

psikis dan harus diingat bahwa humor adalah merupakan satu-satunya selingan dalam berkomunikasi.

- e. Singkat dan jelas. Komunikasi akan efektif bila disampaikan secara singkat dan jelas, langsung pada pokok permasalahannya sehingga lebih mudah dimengerti.
- f. Timing (waktu yang tepat) adalah hal kritis yang perlu diperhatikan karena berkomunikasi akan berarti bila seseorang bersedia untuk berkomunikasi, artinya dapat menyediakan waktu untuk mendengar atau memperhatikan apa yang disampaikan.

2. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah penyampaian pesan tanpa kata-kata dan komunikasi non verbal memberikan arti pada komunikasi verbal.

a. Ekspresi wajah

Wajah merupakan sumber yang kaya dengan komunikasi, karena ekspresi wajah cerminan suasana emosi seseorang.

b. Kontak mata

sinyal alamiah untuk berkomunikasi. Dengan mengadakan kontak mata selama berinteraksi atau tanya jawab berarti orang tersebut terlibat dan menghargai lawan bicaranya dengan kemauan untuk memperhatikan bukan sekedar mendengarkan. Melalui kontak mata juga memberikan kesempatan pada orang lain untuk mengobservasi yang lainnya.

c. Sentuhan

bentuk komunikasi personal mengingat sentuhan lebih bersifat spontan dari pada komunikasi verbal. Beberapa pesan seperti perhatian yang sungguh-sungguh, dukungan emosional, kasih sayang atau simpati dapat dilakukan melalui sentuhan.

d. Postur tubuh dan gaya berjalan

Cara seseorang berjalan, duduk, berdiri dan bergerak memperlihatkan ekspresi dirinya. Postur tubuh dan gaya berjalan merefleksikan emosi, konsep diri, dan tingkat kesehatannya

e. Suara

Rintihan, menarik nafas panjang, tangisan juga salah satu ungkapan perasaan dan pikiran seseorang yang dapat dijadikan komunikasi. Bila dikombinasikan dengan semua bentuk komunikasi non verbal lainnya sampai desis atau suara dapat menjadi pesan yang sangat jelas.

f. Gerak isyarat

Gerak yang dapat mempertegas pembicaraan. Menggunakan isyarat sebagai bagian total dari komunikasi seperti mengetuk-ngetukan kaki

atau mengerakkan tangan selama berbicara menunjukkan seseorang dalam keadaan stress bingung atau sebagai upaya untuk menghilangkan stress.

BENTUK KOMUNIKASI

Bentuk komunikasi berdasarkan medianya :

1. Komunikasi langsung

Komunikasi langsung tanpa menggunakan alat. Komunikasi berbentuk kata-kata, gerakan-gerakan yang berarti khusus dan penggunaan isyarat, misalnya kita berbicara langsung kepada seseorang dihadapan kita

2. Komunikasi tidak langsung

Biasanya menggunakan alat dan mekanisme untuk melipat gandakan jumlah penerima penerima pesan (sasaran) ataupun untuk menghadapi hambatan geografis, waktu misalnya menggunakan radio, buku, dll.

Contoh : "Buanglah sampah pada tempatnya"

Bentuk komunikasi berdasarkan besarnya sasaran :

1. Komunikasi massa

Komunikasi dengan sasarannya kelompok orang dalam jumlah yang besar, umumnya tidak dikenal.

Komunikasi masa yang baik harus :

- a. Pesan disusun dengan jelas
- b. tidak rumit dan tidak bertele-tele
- c. Bahasa yang mudah dimengerti/dipahami
- d. Bentuk gambar yang baik
- e. Membentuk kelompok khusus, misalnya kelompok pendengar (radio)

2. Komunikasi kelompok

Komunikasi yang sasarannya sekelompok orang yang umumnya dapat dihitung, dikenal dan merupakan komunikasi langsung dan timbal balik.

Perawat----- > <-----Pengunjung puskesmas

3. Komunikasi perorangan

Komunikasi dengan tatap muka dapat juga melalui telepon.

Perawat----- > < -----Pasien

Bentuk komunikasi berdasarkan arah pesan :

1. Komunikasi satu arah

Pesan disampaikan oleh sumber kepada sasaran dan sasaran tidak dapat atau tidak mempunyai kesempatan untuk memberikan umpan balik atau bertanya, misalnya radio.

A -----→B

2. Komunikasi timbal balik.

Pesan disampaikan kepada sasaran dan sasaran memberikan umpan balik. Biasanya komunikasi kelompok atau perorangan merupakan komunikasi timbal balik

CONTOH KOMUNIKASI KESEHATAN BAGI BIDANG KESEHATAN

Contoh 1:

Komunikasi Kesehatan menjadi semakin populer dalam upaya promosi kesehatan selama 20 tahun terakhir. Contoh, komunikasi kesehatan memegang peranan utama atau pengontribusi dalam pemenuhan 219 dari 300 tujuan khusus dalam Healthy People 2010. Apabila digunakan secara tepat, komunikasi kesehatan dapat mempengaruhi sikap, persepsi, kesadaran, pengetahuan dan norma sosial yang kesemuanya berperan sebagai precursor dalam perubahan perilaku. Komunikasi kesehatan sangat efektif dalam mempengaruhi perilaku karena didasarkan pada psikologi sosial, pendidikan kesehatan, komunikasi massa, dan pemasaran untuk mengembangkan dan menyampaikan promosi kesehatan dan pesan pencegahan – pencegahan.

Contoh 2:

Komunikasi kesehatan juga dapat mencerminkan bagaimana persoalan kesehatan diterima oleh audiens tertentu. Contoh, NCI mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai seni dan teknik menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan memotivasi individu, institusi, dan publik tentang pentingnya persoalan kesehatan. The Centers of Disease Control and Prevention (CDC) mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai suatu ilmu dan sebagai penggunaan strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi dan mempengaruhi keputusan individu dan masyarakat yang dapat meningkatkan kesehatan. Walau begitu, masih ada orang yang membicarakan konsep tersebut dengan menekankan berbagai bentuk aplikasinya , termasuk advokasi media, komunikasi resiko, pendidikan, hiburan, materi cetak, dan komunikasi interaktif

DAMPAK KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM PEMBANGUNAN KESEHATAN

Dampak komunikasi kesehatan dalam pembangunan kesehatan yaitu sebagai berikut :

Komunikasi kesehatan merujuk pada bidang – bidang seperti program – program kesehatan nasional dan dunia, promosi kesehatan, dan rencana kesehatan publik sehingga secara tidak langsung komunikasi kesehatan ini berperan dalam proses pembangunan kesehatan.

Komunikasi kesehatan mampu menumbuhkan aspirasi masyarakat dari segala bidang kehidupannya sehingga hal ini dapat memperlancar proses pembangunan kesehatan.

Komunikasi kesehatan beroperasi pada level atau konteks komunikasi antar personal, kelompok, organisasi, publik, dan komunikasi massa sehingga proses pembangunan kesehatan dapat dijalankan secara merata.

Komunikasi kesehatan mencakup variasi interaksi dalam kerja kesehatan misalnya komunikasi dengan pasien di klinik, self help groups, mallings, hotlines, dan kampanye media massa, dimana hal ini akan lebih mudah dalam menyusun rencana pembangunan kesehatan yang lebih baik sesuai dengan permasalahan kesehatan yang dialami oleh suatu masyarakat.

Komunikasi kesehatan merupakan pendekatan yang menekankan usaha mengubah perilaku audiens agar mereka tanggap terhadap masalah tertentu dalam satuan waktu tertentu yang nantinya hal ini dapat berpengaruh pada proses pembangunan kesehatan.

Komunikasi kesehatan merupakan pemanfaatan media dan teknologi komunikasi dan teknologi informasi dalam penyebaran informasi kesehatan sehingga dapat memudahkan rencana pembangunan kesehatan.

TUJUAN KOMUNIKASI KESEHATAN

1. Tujuan strategis

pada umumnya program-program yg berkaitan dgn komunikasi kesehatan yg dirancang dalam bentuk paket acara atau paket modul dpt berfungsi utk :

- a. Relay information, meneruskan informasi kesehatan dari suatu sumber kpd pihak lain secara berangkai (hunting).
- b. Enable informed decision making – memberikan informasi akurat utk memungkinkan pengambilan keputusan.
- c. Promote peer information exchange and emotional support – mendukung pertukaran pertama dan mendukung secara emosional pertukaran informasi kesehatan.
- d. Promote healthy behavior – informasi utk memperkenalkan perilaku hidup sehat.
- e. Promote self care – memperkenalkan pemeliharaan kesehatan diri sendiri.
- f. Manage demand for health services- memenuhi permintaan layanan kesehatan.

2. Tujuan praktis

secara praktis tujuan khusus komunikasi kesehatan itu meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui beberapa usaha pendidikan dan pelatihan agar dapat :

- a. Meningkatkan pengetahuan yg mencakup :
 - 1) Prinsip2 dan proses komunikasi manusia .
 - 2) Menjadi komunikator – yg memiliki etos, patos ,logos kredibilitas dll.
 - 3) Menyusun pesan verbal dan non verbal dalam komunikasi kesehatan.
 - 4) Memilih media yg sesuai dgn konteks komunikasi kesehatan.
 - 5) Menentukan segmen komunikasi yg sesuai dgn konteks komunikasi kesehatan.
 - 6) Mengelola umpan balik atau dampak pesan kesehatan yg sesuai dgn kehendak komunikator dan komunikan.
 - 7) Mengelola hambatan2 dalam komunikasi kesehatan.
 - 8) Mengenal dan mengelola konteks komunikasi kesehatan.
- b. Meningkatkan kemampuan dan ketrampilan
 Berkomunikasi efektif. Praktis berbicara, berpidato, memimpin rapat, dialog, diskusi, negosiasi, menyelesaikan konflik, menulis, membaca, wawancara, menjawab pertanyaan, argumentasi dll.
- c. Membentuk sikap dan perilaku berkomunikasi.
 - 1) berkomunikasi yg menyenangkan, empati.
 - 2) berkomunikasi dgn kepercayaan pada diri.
 - 3) menciptakan kepercayaan publik dan pemberdayaan publik.
 - 4) membuat pertukaran gagasan dan informasi makin menyenangkan.
 - 5) memberikan apresiasi terhadap terbentuknya komunikasi yg baik.

MANFAAT MEMPELAJARI KOMUNIKASI KESEHATAN

1. Memahami interaksi antara kesehatan dgn perilaku individu
2. Meningkatkan kesadaran kita ttg isu kesehatan
3. Mengelola pesan dalam komunikasi kesehatan.

Hakekat pesan yakni :

- a. Isi (content) pesan (message) merupakan basis dari pengaruh komunikator (juga media), inilah yang paling utk dipelajari
- b. Isi pesan dirancang secara cermat oleh perancang, produser, penulis, editor utk mempengaruhi audiens.

- c. Isi pesan tidak selalu terikat pada hal yg benar tetapi juga pada isu yg tidak benar.
- d. Studi ttg isi pesan mendorong kita utk meramalkan dampak terhadap audiens.

Yang dimaksud dgn content/isi informasi (pesan) kesehatan :

1. Content/isi adalah kelengkapan jumlah (kuantitas) dan kualitas informasi verbal dan visual mengenai kesehatan yg didistribusikan oleh komunikator atau media.
2. Jumlah/kuantitas isi itu merujuk pada jumlah waktu yg digunakan dalam detik, menit, jam utk memuat berita, film dan lain2. Atau jumlah kolom surat kabar/majalah yg memuat berita, opini, gambar, cerpen, berita daerah, kolom, feature, dalam satu kali terbitan.
3. Kualitatif merujuk pada mutu, kualitas isi, penampilan faktual, pemerolehan berita, daya guna sebuah berita, fakta, keabsahan, metode dan tehnik pengolahan.

Kategori fungsi – isi pesan

1. Fungsi mengawasi lingkungan, memperingatkan ancaman dan bahaya ttg dunia disekeliling kita , memperingatkan bahaya penyakit menular, bahasa hiv/aids dll.
2. Fungsi korelasi, melalui tajuk dan propaganda sehingga membuat audiens menghubungkan peringatan tsb dgn pengawasan lingkungan diatas.
3. Transmisi, isi mengalihkan norma masyarakat dalam pelbagai cara.
4. Hiburan, manusia normal berpikir bahwa mereka butuh hiburan, santai, humor. Isi pesan bisa dirancang sedemikian rupa utk menampilkan juga aspek hiburan agan audiens menikmati.

KOMPONEN KOMUNIKASI KESEHATAN

Komunikator adalah orang atau lembaga yang menyampaikan pesan, misalnya berisikan himbauan untuk melakukan 3M dalam mencegah dan memberantas penyebaran dan perkembangan nyamuk aedes agypti yang menyebabkan penyakit DBD.

Pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lambang yang mempunyai arti, contohnya bias berupa slogan tentang hidup sehat dan lain-lain.

Komunikan adalah orang yang menerima pesan. Komunikan bias berupa masyarakat maupun lembaga tertentu yang bertanggung jawab atas peningkatan derajat kesehatan masyarakat.

Media adalah sarana atau saluran yang mendukung proses penyampaian pesan. Media dimaksud bias berupa media cetak maupun elektronik yang dahulu biasa dilakukan dengan kegiatan penyuluhan.

Efek adalah dampak atau akibat yang ditimbulkan oleh pesan . efek atau dampak ialah nilai ketercapaian kita dalam penyampaian pesan. Nilai baik maupun sebaliknya tergantung cara kita dalam menyampaikan pesan tersebut.

LANDASAN KOMUNIKASI KESEHATAN

Dalam Undang-undang Kesehatan nomor 23 tahun 1992 pasal 63 dijelaskan perlunya pengembangan Sistem Informasi Kesehatan yang mantap agar dapat menunjang sepenuhnya pelaksanaan manajemen dan upaya kesehatan dengan menggunakan teknologi dari yang sederhana hingga yang mutakhir disemua tingkat administrasi kesehatan. Sistem Informasi Kesehatan dikembangkan terutama untuk mendukung manajemen kesehatan. Pendekatan sentralistis di waktu lampau menyebabkan tidak berkembangnya manajemen kesehatan di unit-unit kesehatan dan di Daerah. Manajemen memang akan berkembang dengan baik pada saat suatu unit atau Daerah diberi kewenangan untuk mengurus dirinya sendiri (otonom).

Dengan kurang jelasnya manajemen kesehatan diwaktu lampau, maka kebutuhan informasi dan datanya pun menjadi tidak jelas pula.

Oleh karena itu, tahun 2001 yang merupakan awal pelaksanaan Otonomi Daerah dapat dianggap sebagai momentum yang tepat untuk mulai mengembangkan kembali Sistem Informasi Kesehatan. Mendukung hal tersebut maka pada tahun tersebut di terbitkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 551/Menkes/SK/V/2002 tentang Kebijakan dan Strategi Pengembangan Sistem Informasi Kesehatan Nasional (SIKNAS). Seiring dengan pesatnya perkembangan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) maka pada tahun 2003 dikeluarkan Instruksi Presiden RI Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-government. Kemudian dijabarkan lagi melalui

Surat Keputusan Menteri Informasi & Komunikasi nomor 56/KEP/M.KOMINFO/12/2003 tentang Panduan Manajemen Sist Dokumen Elektronik (versi 1.0) dan Surat Keputusan Kepala Badan Administrasi Negara Nomor 239/IX/6/8/ 2003 tentang Pedoman Penyusunan Pelaporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah.

PERLUNYA KOMUNIKASI KESEHATAN DI BIDANG KESEHATAN

Komunikasi Kesehatan menjadi semakin populer dalam upaya promosi kesehatan selama 20 tahun terakhir. Contoh, komunikasi kesehatan memegang peranan utama atau pengontribusi dalam pemenuhan 219 dari 300 tujuan khusus dalam Healthy People 2010. Apabila digunakan secara tepat, komunikasi kesehatan dapat mempengaruhi sikap, persepsi, kesadaran, pengetahuan dan norma sosial yang kesemuanya berperan sebagai precursor dapa perubahan prilaku. Komunikasi kesehatan sangat efektif dalam mempengaruhi prilaku karena didasarkan pada psikologi sosial, pendidikan kesehatan, komunikasi massa, dan pemasaran untuk mengembangkan dan menyampaikan promosi kesehatan dan pesan pencegahan – pencegahan.

Karya awal yang mempengaruhi perkembangan komunikasi kesehatan di susun oleh National Cancer Institute (NCI) dan diberi judul Making Health Communication Programs Work: A Planner's Guide. Panduann ini menyatakan bahwa bidang ilmu seperti pendidikan kesehatan, pemasaran sosial, dan komunikasi massa secara

bersama mendefinisikan komunikasi kesehatan. Bukan hal luar biasa apabila mendengar pernyataan bahwa komunikasi kesehatan bahkan merupakan nama yang lebih baik untuk profesi daripada promosi kesehatan atau pendidikan kesehatan bahwa segala sesuatu yang dilakukan dalam promosi kesehatan melibatkan komunikasi untuk kesehatan. Kenyataannya, komunikasi kesehatan telah didefinisikan secara luas oleh Everett Rogers, seorang pelopor dalam bidang komunikasi, sebagai segala jenis komunikasi manusia yang berhubungan dengan kesehatan.

Komunikasi kesehatan juga dapat mencerminkan bagaimana persoalan kesehatan diterima oleh audiens tertentu. Contoh, NCI mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai seni dan teknik menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan memotivasi individu, institusi, dan audiens public tentang pentingnya persoalan kesehatan. The Centers of Disease Control and Prevention (CDC) mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai suatu ilmu dan sebagai penggunaan strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi dan mempengaruhi keputusan individu dan masyarakat yang dapat meningkatkan kesehatan. Walau begitu, masih ada orang yang membicarakan konsep tersebut dengan menekankan berbagai bentuk aplikasinya, termasuk advokasi media, komunikasi resiko, pendidikan hiburan, materi cetak, dan komunikasi interaktif.

Ada dua perspektif utama yang diambil ketika mempertimbangkan komunikasi kesehatan dalam praktik promosi kesehatan saat ini. Beberapa praktisi memandang komunikasi massa sebagai proses menyeluruh yang membingkai penerapan intervensi promosi kesehatan. Praktisi ini memandang komunikasi kesehatan sebagai strategi atau aktifitas sempit seperti publikasi informasi atau sejenis komunikasi. Antar personal yang mungkin berlangsung antara pendidik kesehatan dan kliennya. Kedua pemikiran itu menyebabkan komunikasi kesehatan rentan terhadap penafsiran yang luas dan kesalahpahaman.

Jadi, komunikasi kesehatan diperlukan di bidang kesehatan karena komunikasi dalam kesehatan merupakan kunci pencapaian peningkatan taraf atau tingkat kesehatan masyarakat. Sejauh ini komunikasi senantiasa berkembang seiring berkembangnya dunia teknologi komunikasi. Komunikasi yang dulunya biasa dilakukan dengan penyuluhan yang secara langsung berhadapan dengan masyarakat dan dilakukan dengan media audio/radio sekarang lebih populer dengan penyampaian pesan atau informasi kesehatan melalui media internet maupun media cetak dan elektronik. Tidak hanya bernilai praktis namun mempunyai nilai ekonomis dan tampilannya lebih menarik. Media yang berkembang tersebut sangat membantu dalam ketercapaian komunikasi kesehatan karena tercapai atau tidaknya komunikasi kesehatan lebih dikarenakan penggunaan media informasi yang tepat, pesan yang sistematis dan mudah dimengerti.

RUANG LINGKUP KOMUNIKASI KESEHATAN

Seperti yang telah diulas sebelumnya bahwa komunikasi kesehatan memang memiliki cakupan yang lebih fokus dan khusus dibandingkan komunikasi secara umum. Untuk lebih memahaminya, berikut adalah beberapa ruang lingkup yang terdapat pada konsep kajian komunikasi kesehatan.

A. Usaha-usaha kesehatan

Hal yang pertama terdapat dalam ruang lingkup komunikasi kesehatan adalah usaha-usaha kesehatan yang memiliki empat tingkatan. Tingkat pertama adalah usaha pencegahan penyakit, dimana hal ini harus dilakukan guna meningkatkan kesehatan tubuh dan dijalankan sebelum terkena penyakit. Usaha ini dapat dilakukan dengan menyebarkan informasi penting mengenai penjagaan kesehatan dan pencegahan penyakit yang umum terjadi di masyarakat, hingga kegiatan medis sebagai tindak preventif seperti vaksinasi.

Tingkat kedua adalah pengobatan, dimana hal ini dilakukan saat individu sudah terlanjur terkena suatu penyakit tertentu yang menyerang sistem kesehatannya. Proses pengobatan dilakukan dengan mencari jenis pengobatan yang tepat dan sesuai dengan penyakit yang diderita sebagai cara mengatasi permasalahan yang diderita. Tingkatan selanjutnya adalah promotif yaitu melakukan perawatan supaya individu sembuh dengan sempurna dan mencegah penyakit datang lagi, Tingkat terakhir adalah rehabilitasi, yaitu usaha yang dilakukan untuk membuat individu kembali seperti sebelum terkena penyakit supaya dapat bergabung dengan masyarakat lainnya seperti semula.

B. Pencegahan terhadap penyakit

Ruang lingkup kedua dalam komunikasi kesehatan adalah pencegahan terhadap penyakit yang mengintai masyarakat sebelum akhirnya penyakit tersebut benar-benar mendatangi individu per individu. Dalam melakukan kegiatan pencegahan ini, para pelaku kesehatan dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat luas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penyakit tertentu. Misalnya saja, apa dan bagaimana ciri orang yang mengalami penyakit tersebut, atau bagaimana tindakan pertama yang dapat dilakukan untuk menolong orang yang menderita penyakit itu.

Pencegahan penyakit juga bisa dilakukan dengan mengajak serta semua lapisan masyarakat untuk menggalakkan pola hidup sehat dan teratur, sehingga dapat terhindar dari berbagai virus dan kuman yang menyebabkan penyakit. Dengan begitu, masyarakat akan merasa menjadi bagian yang penting dalam proses penjagaan kesehatan diri mereka sendiri maupun lingkungan sekitar karena telah dilibatkan. Bahkan bukan tidak mungkin jika masyarakat kemudian ikut menyebarkan informasi kesehatan yang telah mereka dapat karena merasa bahwa hal itu adalah hal yang penting untuk diketahui banyak orang.

Demikianlah pembahasan mengenai komunikasi kesehatan berikut pengertian, tujuan, dan ruang lingkup yang ada di dalamnya. Semoga informasi dalam pembahasan ini dapat berguna dan bermanfaat untuk menambah wawasan kita semua.

DASAR – DASAR PELAKSANAAN KOMUNIKASI

Agar dapat melaksanakan komunikasi dengan baik dan sukses, ada beberapa dasar yang perlu kita ketahui dan perhatikan, yaitu :

1. Intention (niat)

Dasar yang pertama apabila kita akan melaksanakan suatu komunikasi adalah niat atau rencana. Niat itu meliputi beberapa hal yaitu :

a. Apa yang akan disampaikan

Sebelum melaksanakan komunikasi kita harus terlebih dahulu merumuskan dengan jelas apa materi / isi dari pesan yang akan kita sampaikan, sehingga komunikasi yang kita laksanakan mempunyai arah yang jelas, tidak terombang – ambing kesana – kemari.

b. Siapa yang menjadi sasaran (Komunikan) :

Sebelum mulai berkomunikasi kita harus mengenal terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi komunikan kita (latar belakang pendidikan, budaya dan sebagainya) sehingga komunikasi berjalan efektif.

c. Apa tujuan yang akan dicapai :

Tujuan komunikasi harus dijabarkan dengan jelas, agar nantinya dapat diadakan evaluasi, apakah komunikasi yang kita laksanakan itu berhasil atau tidak.

d. Bagaimana cara melaksanakannya :

Ini berhubungan dengan metoda dan teknik yang akan dipergunakan dalam proses komunikasi itu (wawancara, ceramah, diskusi kelompok, atau melalui media massa). Hal itu disesuaikan dengan jenis sasaran dan tujuan komunikasi yang akan dilaksanakan.

e. Kapan akan dilaksanakan :

Maksudnya adalah mencari waktu yang tepat untuk melaksanakan komunikasi. Contoh : mengumpulkan ibu – ibu sebaiknya pada sore hari, mengumpulkan bapak – bapak pada malam hari dan seterusnya.

f. Dengan “Kapan“ yang dimaksudkan juga mencari kesempatan (timing) yang sebaik – baiknya untuk menyampaikan informasi. Contoh : informasi mengenai cara – cara mencegah dan memberantas suatu penyakit menular akan lebih diperhatikan, apabila diberikan pada saat terjadinya wabah penyakit tersebut.

g. Dimana akan dilaksanakan

Ini menyangkut pemilihan tempat yang paling baik untuk melaksanakan komunikasi. Dalam hal ini tempat juga memegang peranan penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi yang diselenggarakan.

Contoh : tempat yang sempit / berjejalan, udara yang panas, lingkungan yang ribut, penerangan yang kurang, sudah tentu akan mengurangi efektifitas dari komunikasi yang diselenggarakan itu.

2. Attention (minat)

Apa yang kita komunikasikan harus dibuat sedemikian rupa sehingga menarik komunikan, bila tidak demikian, ada kemungkinan besar apa yang kita sampaikan itu tidak akan diperhatikan. Minat komunikan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

a. Keadaan komunikator itu sendiri

Komunikator sebaiknya adalah yang memiliki otoritas (kedudukan, jabatan, ataupun keahlian dalam bidangnya). Komunikator yang berpenampilan tidak menarik dan tidak meyakinkan, akan mengurangi minat komunikan untuk memperhatikan dan melaksanakan pesan - pesan yang disampaikan.

b. Isi pesan yang disampaikan :

Isi pesan yang tidak disukai atau sama sekali tidak menyentuh kebutuhan komunikan, tidak akan menarik perhatiannya. Demikian juga pesan yang sangat sulit untuk dipahami.

c. Cara penyampaian

Cara atau teknik penyampaian yang dibawakan oleh komunikator juga berperan penting dalam menarik minat dari Komunikan. Teknik yang paling efektif adalah yang mempergunakan sebanyak mungkin panca indera.

d. Keadaan komunikan :

Disini yang dimaksud adalah disamping latar belakang komunikan (pekerjaannya, pendidikannya, adat istiadatnya dan sebagainya), juga situasi serta kondisi komunikan yang bersangkutan sewaktu komunikasi dilaksanakan.

Contoh : orang yang dalam keadaan lelah, sedih atau kecewa, minatnya tentu akan berbeda dibandingkan dengan orang yang dalam keadaan biasa (normal).

3. Perception (tanggap)

Makna dari informasi yang disampaikan oleh komunikator dapat diserap dan dipahami dengan benar atau tidak oleh komunikan, tergantung pada tanggapan dari komunikan yang bersangkutan. Komunikan akan menafsirkan informasi yang diterimanya, sesuai dengan kemampuan, tingkat pendidikan, pengalaman serta kerangka pemikiran mereka. Itulah sebabnya mengapa kita harus mempelajari sebaik - baiknya latar belakang komunikan kita, dan berusaha membantunya sehingga penafsirannya terhadap informasi yang kita sampaikan sama dengan penafsiran kita.

4. Retention (lekat)

Sebagai komunikator kita sangat berharap agar pesan yang kita sampaikan sangat melekat, dalam arti diterima dan diingat oleh komunikan, untuk kemudian dipergunakan sewaktu - waktu diperlukan. Pesan yang tidak mudah dilupakan adalah pesan yang menarik.

Suatu pesan dapat menjadi tidak menarik dan mudah dilupakan oleh komunikan disebabkan oleh adanya tiga hal, yaitu :

a. Alasan yang bersifat psikologis

Misalnya komunikan tidak menyukai pesan yang disampaikan atau tidak menyukai orang yang menyampaikan pesan tersebut.

b. Karena informasi sudah lama tidak digunakan

Adalah wajar apabila suatu pesan yang lama, tidak dipergunakan atau dilaksanakan akan dilupakan. Peristiwa ini disebut fading. Untuk mencegah terjadinya fading tersebut maka penentuan waktu kapan suatu informasi diberikan adalah sangat penting, agar pesan tidak mudah hilang sebelum dipraktekkan. Mencegah terjadinya fading dapat juga dilaksanakan dengan cara memberikan informasi yang berulang-ulang, serta dengan mempergunakan saluran komunikasi yang bermacam-macam.

c. Adanya informasi baru

Peristiwa ini disebut blocking. Hal itu dapat terjadi apabila pada saat yang bersamaan disampaikan banyak atau bermacam - macam informasi sekaligus. Dalam hal seperti ini ada kecenderungan bahwa informasi yang diberikan pada bagian permulaan dan bagian terakhir lebih mudah diingat, daripada yang ada di tengah.

Blocking dapat dicegah dengan jalan membatasi jumlah dan macam pesan yang disampaikan, penyampaian dalam urutan - urutan yang logis sehingga mudah diterima, serta memberikan kesempatan kepada komunikan untuk mengendapkan pesan terdahulu sebelum diberikan pesan berikutnya.

5. Participation (libat)

Sebagai hasil akhir komunikasi yang kita laksanakan, kita mengharapkan timbulnya partisipasi atau keterlibatan dari komunikan yang berupa perubahan perilaku, sesuai yang kita kehendaki. Dengan melihat apa yang dikerjakan oleh komunikan sesudah proses komunikasi dilaksanakan, kita dapat mengevaluasi apakah komunikasi kita itu berhasil atau tidak. Akan tetapi apabila evaluasi itu dilaksanakan hanya pada akhir dari proses komunikasi saja, seringkali sudah sangat terlambat, sehingga sulit untuk mengadakan perbaikan- perbaikan jika diperlukan. Itulah sebabnya evaluasi harus terus - menerus dilaksanakan, sejak proses komunikasi itu dimulai serta selama komunikasi berlangsung.

REFERENSI:

Alo, Lilliweri.2008.Dasar–Dasar Komunikasi Kesehatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Arikunto, Dr. Suharsimi.1988.Organisasi dan Administrasi Pendidikan Teknologi. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.

Arni, Dr. Muhammad.2002. Komunikasi Organisasi. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Anonymous.2008.Transparansi KomunikasiKesehatan.<http://sbektiistiyanto.files.wordpress.com/2008/02/transparansi-komkes.ppt>

Jufri,Andry.2013.MakalahKomunikasiKesehatan.<http://andryjufri.blogspot.com/2013/01/makalah-omunikasikesehatan.html>

Maulana, Arif. 2012. Pengembangan Komunikasi Kesehatan Perlu Ditingkatkan. [http://www.unpad.ac.id/2012/10/pengembangan komunikasi kesehatan perlu ditingkatkan/](http://www.unpad.ac.id/2012/10/pengembangan_komunikasi_kesehatan_perlu_ditingkatkan/)

Rullyana, Gema. 2012. Kenapa Manusia Berkomunikasi. <http://gemarullyana.blogspot.com/2012/11/normal-0-false-false-falseen-us-x-none.html>

Robert J. Bensley & Jodi Brookins-Fisher, Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat, EGCISBN9794489212, 9789794489215, (Terjemahan Buku Online/Ebook)

<http://sbektiistiyanto.files.wordpress.com/2008/02/transparansi-komkes.ppt>

www.pdfqueen.com/pdf/ma/makalah-komunikasi-kesehatan/psikm.unand.ac.id/?tag=komunikasi-kesehatan