BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah sendi dasar terjadinya sebuah interaksi sosial, antara yang satu dengan yang lain saling tolong menolong, saling memberi dan menerima, saling ketergantungan. Intinya bahwa dengan berkomunikasi akan terjadi kesepahaman atau adanya saling pengertian antara satu dengan yang lain. Komunikasi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia, seperti halnya manusia membutuhkan udara untuk bernafas. Maka dari itu, karena komunikasi sudah menjadi hal yang biasa dilakukan, ini artinya bahwa komunikasi sudah menjadi hal yang lumrah dan biasa terjadi, sehingga tanpa disadari sebagian dari orang kurang memperhatikan bagaimana seharusnya berkomunikasi dengan baik, dan akibatnya seringkali seseorang mengalami kegagalan dalam berinteraksi dengan sesamanya, sehingga menimbulkan kesalahpahaman atau salah pengertian antara satu dengan yang lain.

Sebuah perusahaan tidak dapat bertahan jika tanpa adanya komunikasi. Ide-ide dan informasi dapat disampaikan melalui penyampaian arti dari satu orang ke orang lain. Sebuah ide yang sangat besarpun akan sia-sia jika ide tersebut tidak dapat disampaikan dan dimengerti oleh orang lain. Komunikasi dikatakan sempurna ketika suatu pemikiran atau gagasan disampaikan sehingga pesan yang diterima oleh penerima sama dengan yang diinginkan oleh pengirim pesan. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan berinteraksi dan berkomunikasi dengan

banyak pihak yang berkepentingan dengan perusahaan itu sendiri. Dalam melakukan komunikasi, bukan hanya melibatkan satu individu untuk berkomunikasi, melainkan semua pihak yang memang juga memiliki peran dan keperluan masing-masing untuk berinteraksi dengan siapa saja dengan tujuan praktek komunikasi yang mereka lakukan dapat membangun jaringan komunikasi yang lancar.

Perusahaan saat ini tidak hanya dituntut untuk memberikan hasil dari usahanya baik itu berbentuk barang atau jasa yang berkualitas, namun juga menjadi perusahaan yang berhasil dan baik (*excellence organizations*). Dalam pemenuhan menjadi perusahaan yang berhasil dan baik tersebut, salah satu hal yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan yakni melaksanakan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat melalui kegiatan CSR ini, yang terutama berkaitan dengan citra. Citra perusahaan di masyarakat menjadi modal penting bagi perusahaan. Acap kali citra perusahaan dilihat dari reputasi mereka dalam keunggulan produk yang dihasilkan. Tapi, belakangan, citra perusahaan tidak hanya diletakan pada hal itu saja, melainkan juga berdasarkan pada kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial mereka melalui CSR.

> *Research by RoperSearch Worldwide indicated that about 75% respondents prefer goods and services produced or marketed companies that give real contributin to their community through development programs. About 66% respondent also indicated that they prefer to switch to other brands with good corporate social image* (Susanto 1997:213).

Riset yang dilakukan oleh *Roper Search Worlwide* menunjukkan 75% responden memberi nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberi kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pengembangan. Sekitar 66% responden juga menunjukkan mereka siap berganti merek kepada merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif. Hal ini membuktikan terjadinya perluasan minat konsumen dari ’produk’ menuju ’korporat’.

Sekarang ini yang diharapkan adalah kerja nyata untuk membuktikan kepedulian perusahaan. Melalui berbagai program *Corporate Social Responsibility* atau CSR, Sari Husada mempunyai tekad menanggulangi masalah kesehatan dan kesejahteraan yang ada di tengah masyarakat, terutama masalah gizi buruk. Strategi CSR ini terangkum melalui sebuah kampanye nasional bertajuk “Nutrisi Untuk Bangsa”, yang berkomitmen untuk memperbaiki kualitas kesehatan dan gizi ibu hamil, bayi serta balita di seluruh Indonesia. Program CSR Rumah Srikandi merupakan perwujudan kerja nyata PT Sari Husada untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.

Rumah Srikandi adalah sebuah kegiatan berbasis komunitas (*community center)* di kampung Badran, kelurahan Bumijo, kecamatan Jetis, Yogyakarta. Rumah Srikandi ini diprakarsai oleh PT Sari Husada pada bulan Desember 2009 dan berlangsung hingga sekarang sebagai bentuk CSR dalam meningkatkan derajat kesehatan, pendidikan dan ekonomi masyarakat. Sebagai sebuah pusat kegiatan yang berbasis komunitas, Rumah Srikandi mengintegrasikan kegiatan Posyandu, Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) dan Pemberdayaan Ekonomi.

Kegiatan ini diharapkan mampu mendorong kemandirian dan kreativitas masyarakat dalam meningkatkan mutu kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan ekonomi.

Fokus penelitian ini adalah pada kegiatan Posyandu. Posyandu dipandang sangat bermanfaat bagi masyarakat namun seringkali keberadaannya di masyarakat kurang berjalan dengan baik. Menurut wawancara dengan ketua Posyandu di Kampung Badran Bu Azizah, secara ideal layanan Posyandu meliputi: pemantauan pertumbuhan Bayi dan balita (penimbangan), pemantauan gizi, pendidikan atau penyuluhan gizi, pemberian makanan tambahan, kesehatan ibu dan anak, pengontrolan terhadap diare, imunisasi serta keluarga berencana (KB), dan lain-lain. Pelaksanaan layanan tersebut dilakukan dengan konsep lima meja, yaitu: (1) meja pendaftaran, (2) meja penimbangan, (3) meja pencatatan (4) meja penyuluhan dan (5) meja pelayanan konsultasi kesehatan.

Namun tidak semua Posyandu mampu melakukan konsep lima meja tersebut karena berbagai faktor, mulai dari keterbatasan biaya, sarana dan prasarana hingga keterbatasan sumberdaya manusia, khususnya untuk pelaksanaan meja ke 4 yaitu meja penyuluhan tatap muka. Meja penyuluhan banyak yang tidak berjalan karena kurangnya pengetahuan dan kepercayaan diri kader dalam melakukan penyuluhan gizi dan kesehatan. Sehingga selama ini fungsi Posyandu lebih mengarah kepada monitoring gizi dan kesehatan dan bukan memberikan konsultasi solusi-solusi kesehatan.

Dengan adanya program CSR Rumah Srikandi Sari Husada, kegiatan Posyandu dapat berjalan lebih rutin dan terpadu. Selain memberikan bantuan secara materi, Sari Husada mengaktifkan meja ke-4 (penyuluhan gizi dan kesehatan tatap muka) dalam kegiatan Posyandu di kampung Badran RW 11. Penyuluhan kepada orang tua balita tentang hidup sehat terutama yang berhubungan dengan gizi dan kesehatan bayi/ balita perlu sekali diberikan untuk mendorong pengetahuan ibu tentang gizi seimbang. Faktor yang paling terlihat pada lingkungan masyarakat adalah kurangnya pengetahuan ibu mengenai gizi-gizi yang harus dipenuhi anak pada masa pertumbuhan. Ibu biasanya justru membelikan makanan yang enak kepada anaknya tanpa tahu apakah makanan tersebut mengandung gizi-gizi yang cukup atau tidak dan tidak mengimbanginya dengan makanan sehat yang mengandung banyak gizi. Balita yang seharusnya sehat dan bisa tumbuh dengan baik menjadi sering sakit-sakitan karena kekurangan makanan bergizi, akibatnya akan mempengaruhi kecerdasan dan perkembangan otak.

Keberhasilan program CSR Rumah Srikandi Sari Husada dalam memberikan penyuluhan tatap muka tentang gizi dan kesehatan bayi/ balita pada setiap kegiatan Posyandu tidak hanya menyangkut materi kegiatan yang disampaikan, namun juga bagaimana proses komunikasi dalam setiap kegiatan tersebut. Seorang komunikator diharapkan dapat melakukan komunikasi yang berkualitas dengan komunikan, menyesuaikan dengan masing-masing karakter komunikan. Komunikasi yang terjadi dalam penyuluhan tatap muka tentang gizi dan kesehatan bayi/ balita ini terjadi dalam saluran interpersonal. Komunikasi

interpersonal adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi ini dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang (Effendy 1986:8). Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi tatap muka. Karena itu, kemungkinan umpan balik (*feedback*) besar sekali. Dalam komunikasi itu, penerima pesan dapat langsung menanggapi dengan menyampaikan umpan balik. Dengan demikian, diantara pengirim dan penerima pesan terjadi interkasi (*interaction*) yang satu mempengaruhi yang lain, dan kedua-duanya saling mempengaruhi dan memberi serta menerima dampak. Pengaruh itu terjadi pada dataran kognitif-pengetahuan, efektif-perasaan, dan *behavioral*-perilaku (Hardjana, 2003:88).

Agar komunikasi interpersonal berjalan efektif dan mendatangkan pengaruh yang diharapkan, komunikator perlu memiliki beberapa kualitas komunikasi interpersonal yang dipertimbangkan dalam karakteristik dari komunikasi interpersonal yang efektif. Kualitas-kualitas tersebut diantaranya adalah keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, kesetaraan, kepercayaan-diri, kebersatuan, manajemen interaksi, daya ekspresi dan orientasi ke pihak lain (Devito, 1997:259).

Dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh kualitas komunikasi interpersonal kader terhadap tingkat pengetahuan Ibu-Ibu. dalam kegiatan penyuluhan tatap muka tentang gizi dan kesehatan Bayi/balita yang dilaksanakan pada meja ke-4 Posyandu. Oleh karena itu peneliti mengambil judul "Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal terhadap Tingkat Pengetahuan Komunikan (Studi kasus pada penyuluhan tatap muka gizi dan

kesehatan dalam kegiatan Posyandu Rumah Srikandi masyarakat Badran Bumijo Jetis RW 11 Yogyakarta sebagai kegiatan CSR PT. Sari Husada) “.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ”Bagaimana Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal terhadap Tingkat Pengetahuan Komunikan” ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang permasalahan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal terhadap Tingkat Pengetahuan Komunikan.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Akademis

   Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan kualitas komunikasi dalam komunikasi interpersonal dan pengaruhnya terhadap tingkat pengetahuan komunikan.

2. Manfaat Praktis

   Bagi PT. Sari Husada dapat dipakai sebagai masukan kepada pihak manajemen CSR dalam pelaksanaan program CSR Rumah Srikandi khususnya dalam pelaksanaan kegiatan Posyandu.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Komunikasi dalam bahasa Inggris *communication*, berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang artinya pemberitahuan, dan berasal dari akar kata *root wood communis* yang artinya sama atau kesamaan pengertian atau kesamaan pendapat. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media (Effendy, 2006 : 5).

Definisi singkat disampaikan oleh Ruslan dalam bukunya *Praktik dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Kritis Dan Pemulihan Citra*, cara tepat untuk menerangkan tindakan komunikasi adalah dengan : Who *Says What In Which Channel To whom With What effect.* Untuk lebih jelasnya, komponen-komponen komunikasi dua arah dalam komunikasi *Public Relations* diuraikan sebagai berikut (Ruslan 1994:23) :

a. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan
b. Pesan : Suatu pernyataan yang didukung oleh lambang-lambang tertentu, seperti tulisan, bahasa lisan, gambar.
c. Media : Sarana saluran atau alat (*tools*) yang dapat mendukung dan menunjang penyampaian pesan.
d. Komunikan : Orang yang dijadikan objek sasaran dan sebagai penerima pesan.

e. Efek : Dampak atau akibat dari pesan yang diperkirakan akan terjadi dan menimbulkan efek atau pengaruh tertentu (opini, persepsi, dan citra) dari komunikan.

Sedangkan berdasarkan sifat komunikasi dan jumlah komunikasi menurut Effendi (1984:50) komunikasi dapat digolongkan ke dalam tiga kategori :

a. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi ini penerapannya antara pribadi/ individu dalam usaha menyampaikan informasi yang dimaksudkan untuk mencapai kesamaan pengertian, sehinga dengan demikian dapat tercapai keinginan bersama.

b. Komunikasi kelompok

Pada prinsipnya dalam melakukan suatu komunikasi yang ditekankan adalah faktor kelompok, sehingga komunikasi menjadi lebih luas.

c. Komunikasi massa

Komunikasi massa dilakukan dengan melalui alat, yaitu media massa yang meliputi cetak atau elektronik.

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam tindak komunikasi. Sebagai contoh, anda mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis, atau mengevaluasi sesuatu; ini adalah efek atau dampak intelektual kognitif. Kedua, anda mungkin memperoleh sikap baru atau mengubah sikap, keyakinan, emosi, dan perasaan anda; ini adalah

dampak afektif. Ketiga, anda mungkin memperoleh cara-cara atau gerakan baru seperti cara melemparkan bola atau melukis, selain itu juga perilaku verbal dan nonverbal yang patut; ini adalah dampak atau efek psikomotorik. (Devito, 1997:29).

2. Kualitas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi Interpersonal merupakan komunikasi tatap muka. Karena itu, kemungkinan umpan balik (*feedback*) besar sekali. Dalam komunikasi itu, penerima pesan dapat langsung menanggapi dengan menyampaikan umpan balik. Dengan demikian, diantara pengirim dan penerima pesan terjadi interaksi (*interaction*) yang satu mempengaruhi yang lain, dan kedua-duanya saling mempengaruhi dan memberi serta menerima dampak. Pengaruh itu terjadi pada dataran kognitif-pengetahuan, efektif-perasaan, dan *behavioral*-perilaku (Hardjana, 2003:88).

Komunikasi interpersonal juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling memberi inspirasi, semangat dan dorongan untuk mengubah pemikiran, perasaan, dan sikap yang sesuai dengan topik yang dibahas bersama. Karena itu, komunikasi interpersonal dapat merupakan wahana untuk saling belajar dan mengembangkan wawasan, pengetahuan, dan kepribadian (Hardjana, 2003:90).

Efendy (1986) mengemukakan juga bahwa, pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara seorang komunikator

dengan seorang komunikan. Jenis komunikasi tersebut dianggap paling efektif untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku manusia berhubung prosesnya juga dialogis (Liliweri, 1997:12).

Tujuan komunikasi antarpribadi (Fajar, 2009:78) :

a. Mengenal diri sendiri dan orang lain. Komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri. Selain itu, komunikasi antarpribadi juga akan membuat kita mengetahui nilai, sikap dan perilaku orang lain.
b. Mengetahui dunia luar. Komunikasi antarpribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek dan kejadian-kejadian orang lain.
c. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna. Hubungan ini membantu mengurangi kesepian dan ketegangan serta membuat kita merasa lebih positif tentang diri kita sendiri.
d. Mengubah sikap dan perilaku. Komunikasi antarpribadi sering berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain/ mempersuasi orang lain.
e. Bermain dan mencari hiburan. Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan.
f. Membantu. Psikiater, psikolog klinik dan ahli terapi adalah contoh profesi yang mempunyai fungsi menolong orang lain.

Kualitas adalah aspek-aspek yang membuat orang yang anda temui merupakan pilihan yang tepat (Devito, 1997:247). Kualitas memberikan

gambaran kepada anda mengenai siapa orang yang anda jumpai dan membantu anda memutuskan apakah anda akan melanjutkan hubungan dengan orang itu. Komunikasi antarpribadi sebagai suatu bentuk perilaku, dapat sangat efektif, dan dapat pula sangat tidak efektif. Sedikit saja perjumpaan antarpribadi yang gagal total atau berhasil total, tetapi ada perjumpaan yang lebih efektif ketimbang yang lain. Karakteristik efektivitas ini dilihat dari tiga sudut pandang (Devito, 1997:259).

Yang pertama adalah sudut pandang humanistik, yang menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung, dan kualitas-kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur, dan memuaskan. Ancangan ini dimulai dengan kualitas-kualitas umum yang menurut para filsuf dan humanis menentukan terciptanya hubungan antarmanusia yang superior (misalnya kejujuran, keterbukaan, dan sikap positif). Dari kualitas-kualitas umum ini, kita kemudian dapat menurunkan perilaku-perilaku spesifik yang menandai komunikasi antarpribadi yang efektif.

Yang kedua adalah sudut pandang pragmatis atau keperilakuan, yang menekankan pada manajemen dan kesegaran interaksi, dan secara umum, kualitas-kualitas yang menentukan pencapaian tujuan yang spesifik. Ancangan ini berawal dari keterampilan spesifik yang dari riset diketahui efektif dalam komunikasi antarpribadi, kemudian mengelompokkan keterampilan-keterampilan ini ke dalam kelas-kelas perilaku umum misalnya keterampilan manajemen interkasi atau keterampilan orientasi lainnya.

Ancangan ketiga terdiri dari sudut pandang pergaulan sosial dan sudut pandang kesetaraan. Ancangan ini didasarkan pada model ekonomi imbalan dan biaya. Ancangan ini mengasumsikan bahwa suatu hubungan merupakan kemitraan di mana imbalan dan biaya saling dipertukarkan.

1. Ancangan humanistik.

Dalam ancangan humanistik ini (adakalanya dinamai "ancangan lunak"), ada lima kualitas umum yang dipertimbangkan : keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

a. Keterbukaan

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi antarpribadi. Pertama, komunikator antarpribadi yang efektif harus terbuka pada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri-mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan. Kedua, mengacu pada kesediaan komunikator untuk berekasi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak-acuhan. Kita memerlihatkan keterbukaan dengan cara berekasi secara spontan terhadap orang lain.

b. Empati

Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai "kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Bersimpati, di pihak lain, adalah merasakan bagi orang lain. Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang lain mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Kita dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun nonverbal.

c. Sikap mendukung

Hubungan antarpribadi yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap :

1. Deskriptif. Suasana yang bersifat deskriptif dan bukan evaluatif membantu terciptanya sikap mendukung.

2. Spontanitas. Gaya spontan membantu menciptakan suasana mendukung. Orang yang spontan dalam komunikasinya dan terus terang serta terbuka dalam mengutarakan pikirannya biasanya berekasi dengan cara yang sama, yaitu terus terang dan terbuka.

3. Provisionalisme. Bersikap provisional artinya bersikap tentatif dam berpikiran terbuka serta bersedia mendengar pandangan yang berlawanan dan bersedia mengubah posisi jika keadaan

mengharuskan. Provisionalisme seperti itulah, bukan keyakinan yang tak tergoyahkan, yang membantu menciptakan suasana mendukung.

d. Sikap Positif

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi antarpribadi dengan sedikitnya dua cara (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Perilaku mendorong menghargai keberadaan dan pentingnya orang lain. Perilaku ini bertentangan dengan ketidakacuhan.

e. Kesetaraan

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidak-setaraan. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidak-setaraan ini, komunikasi antarpribadi akan lebih efektif apabila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

2. Ancangan pragmatis.

Ancangan pragmatis, keperilakuan, atau sering dikatakan sebagai ancangan "keras" untuk efektivitas antarpribadi, adakalanya dinamai model kompetensi, memusatkan pada perilaku spesifik yang harus digunakan oleh komunikator untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Model ini juga menawarkan lima kualitas efektivitas: kepercayaan-diri

(*confidence)*, kebersatuan (*immediacy*), manajemen interaksi (*interaction management*), daya-pengungkapan (*expresiveness*), dan orientasi ke pihak lain (*other orientation*).

a. Kepercayaan-diri

Komunikator yang efektif memiliki kepercayaan diri sosial; perasaan cemas tidak dengan mudah dilihat oleh orang lain. Komunikator yang efektif selalu merasa nyaman bersama orang lain dan merasa nyaman dalam situasi komunikasi pada umumnya. Kualitas ini juga memungkinkan pembicara berkomunikasi secara efektif dengan orang-orang yang gelisah, pemalu, khawatir dan membuat mereka merasa lebih nyaman. Komunikator yang secara sosial memiliki kepercayaan diri bersikap santai, tidak kaku fleksibel dalam suara dan erak tubuh, tidak terpaku pada nada suara tertentu dan gerak tubuh tertentu, terkendali, tidak gugup atau canggung.

b. Kebersatuan

Kebersatuan mengacu pada pengabungan antara pembicara dan pendengar, terciptanya rasa kebersamaan dan kesatuan. Komunikator yang memperlihatakan kebersatuan mengisyaratkan minat dan perhatian. Kebersatuan menyatukan pembicara dan pendengar.

c. Manajemen interaksi

Komunikasi yang efektif mengendalikan interaksi untuk kepuasan kedua belah pihak. Dalam manajemen interaksi yang efektif, tidak seorangpun merasa diabaikan atau merasa menjadi tokoh penting.

Masing-masing pihak berkontribusi dalam keseluruhan komunikasi. Menjaga peran sebagai pembicara dan pendengar, melalui gerakan mata, ekspresi vokal, serta gerakan tubuh dan wajah yang sesuai, dan saling memberikan kesempatan untuk berbicara merupakan keterampilan manajemen interaksi. Begitu juga, menjaga percakapan terus mengalir dengan lancar tanpa keheningan panjang yang membuat orang merasa canggung dan tidak nyaman merupakan tanda dari manajemen interaksi yang efektif.

d. Daya ekspresi

Daya ekspresi mengacu pada keterampilan mengkomunikasikan keterlibatan tulus dalam interaksi antarpribadi. Kita mendemonstrasikan daya ekspresi dengan menggunakan variasi dalam kecepatan, nada, volume, dan ritme suara untuk mengisyaratkan keterlibatan dan perhatian dan dengan membiarkan otot-otot wajah mencerminkan dan menggemakan keterlibatan ini. Demikian juga kita menggunakan gerak-gerik tubuh (dengan gaya dan frekuensi yang sesuai) untuk mengkomunikasikan keterlibatan.

e. Orientasi kepada orang lain

Orientasi kepada orang lain adalah lawan dari orientasi kepada diri sendiri. Orientasi mengacu pada kemampuan kita untuk menyesuaikan diri dengan lawan bicara selama perjumpaan antarpribadi. Orientasi ini mencakup pengkomunikasian perhatian dan minat terhadap apa yang dikatakan lawan bicara.

3. Tingkat Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan sehingga tingkat pengetahuan dapat didefinisikan sebagai seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan ketika seseorang menerima sebuah informasi, apakah tinggi, sedang, atau rendah (Engel, 1994:337).

Pengetahuan merupakan sekumpulan informasi yang disimpan di dalam ingatan. Ingatan tersebut akan dijadikan bahan referensi memutuskan pilihan. Pengetahuan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan karena pengetahuan juga faktor penentu utama dari perilaku seseorang (Engel, 1994:315).

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek tertentu. Penginderaan ini terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (Notoatmodjo, 2007:121).

Menurut Natoatmodjo, pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan yaitu (Notoatmodjo,2007:122) :

a. Tahu (*know*), tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali (*recall*) sesuatu yang spesifik

dari seluruh bahan yang dipelajari atatu rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu tahu ini merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah.

b. Memahami (*comprehension*), memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk mejelaskan secara benar tentang obyek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap obyek atau materi, harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya terhadap obyek yang dipelajari.
c. Aplikasi (*application*), aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi yang sebenarnya.
d. Analisis (*analysis*), analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu obyek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam satu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain.
e. Sintesis (*synthesis*), sintesis menunjuk pada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.
f. Evaluasi (*evaluation*), evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

Kemudian pengetahuan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya :

a. Pengalaman : dapat berasal dari diri sendiri dan orang lain. Pengalaman dapat memperluas pengetahuan seseorang.
b. Keyakinan : diperoleh secara turun temurun dan tanpa adanya pembuktian terlebih dahulu. Keyakinan bisa mempengaruhi pengetahuan seseorang baik bersifat positif atatu negatif.
c. Fasilitas : sebagai sumber informasi yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Contoh : radio, televisi, majalah, koran, buku dan media atau fasilitas informasi lainnya.
d. Sosial Budaya : kebudayaan setempat dan kebiasaan dalam keluarga dapat mempengaruhi pengetahuan, persepsi dan sikap seseorang terhadap sesuatu.
e. Tingkat Pendidikan : pendidikan dapat memberikan wawasan atatu pengetahuan pada seseorang. Jika seseorang berpendidikan lebih tinggi maka pengetahuan yang dimilikinya akan lebih luas dengan seseorang bertingkat pendidikan lebih rendah.
f. Penghasilan : penghasilan tidak berpengaruh langsung terhadap pengetahuan. Namun bila seseorang berpenghasilan cukup besar, ia dapat menyediakan fasilitas sumber informasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan pengetahuannya.

4. Penyuluhan

Penyuluhan dalam arti umum adalah ilmu sosial yang mempelajari sistem dan proses perubahan pada individu serta masyarakat agar dapat terwujud perubahan yang lebih baik sesuai dengan yang diharapkan. Peyuluhan, dengan demikian dapat diartikan sebagai suatu sistem pendidikan yang bersifat non formal di luar sistem sekolah yang biasa (Setiana, 2005:2).

Penyuluhan merupakan suatu sistem pendidikan di luar sekolah untuk anggota masyarakat, terutama yang berada di pedesaan agar meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap mentalnya menjadi lebih produktif sehingga mampu meningkatkan pendapatan keluarganya dan pada gilirannya akan meningkatkan pula kesejahteraan hidupnya (Setiana, 2005:3).

Dalam penyuluhan harus mengandung unsur-unsur sebagai berikut (Setiana, 2005:5) :

a. Pendidikan untuk mengubah pengetahuan, sikap, dan keterampilan.
b. Membantu masyarakat agar mampu menolong drinya sendiri, oleh karenanya harus ada kepercayaan dari masyarakat sasaran.
c. Belajar sambil melakukan sesuatu, sehingga ada keyakinan atas kebenaran terhadap apa yang diajarkan.

Pendidikan penyuluhan dalam kerangka pemberdayaan masyarakat desa (Setiana, 2005:11) :

a. Penyuluhan sebagai proses penyebarluasan informasi

Pada proses penyuluhan ini, sasaran diharapkan bisa memperoleh informasi seluas-luasnya tanpa memandang apakah itu sasaran utama ataupun sasaran penunjang.

b. Penyuluhan sebagai proses penerangan

Proses untuk memberi penerangan kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang belum diketahui untuk dilaksanakan atau diterapkan.

c. Penyuluhan sebagai proses perubahan perilaku

Proses perubahan perilaku akan menyangkut aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap mental, sehingga mereka tahu, mau dan mampu. Penyuluhan sebagai proses perubahan perilaku tidak mudah, hal ini menuntut suatu persiapan yang panjang dan pengetahuan yang memadahi bagi penyuluh maupun sasarannya. Penyuluhan ini selain membutuhkan waktu relatif lama, juga membutuhkan perencanaan yang matang, terarah, dan berkesinambungan.

d. Penyuluhan sebagai proses pendidikan

Titik berat penyuluhan sebagai proses pendidikan adalah di samping mereka meningkat pengetahuannya, proses pendidikan mengajarkan masyarakat agar lebih kritis dan mampu memahami fenomena yang berkembang dalam masyarakat. Penyuluhan sebagai proses pendidikan tidak mengajarkan ketergantungan, tetapi justru harus mampu mengembangkan kemandirian.

e. Penyuluhan sebagai proses rekayasa sosial

Penyuluhan rekayasa sosial untuk terciptanya perubahan perilaku dari anggota-angotanya, seperti yang dikehendaki demi tercapainya peningkatan produksi, pendapatan, dan kesejahteraan keluarga serta masyarakatnya.

Komunikasi dalam penyuluhan (Setiana, 2005:18):

a. Komunikasi Antarperorangan

Komunikasi antarperorangan atau komunikasi antarindividu atau komunikasi tatap muka dilakukan secara individu antar-komunikator dengan komunikan. Pada umumnya, komunikasi seperti ini dilakukan secara akrab, terbuka dan tidak terganggu bila keduanya menginginkan komunikasi dalam waktu yang relatif lama karena pesan yang disampaikan perlu dimengerti benar agar keduanya ada kepuasan di dalamnya.

b. Komunikasi Intramanusia

Komunikasi intramanusia juga lazim dilakukan oleh anggota masyarakat, walaupun secara sepintas tidak terlihat sebagai bentuk komunikasi karena terjadi di dalam diri pribadi seseorang.

c. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok terjadi, baik dalam masyarakat modern ataupun masyarakat pedesaan yang masih sederhana. Komunikasi kelompok dalam masyarakat modern cenderung lebih efektif dibanding pada masyarakat pedesaan yang sederhana, hal ini

dikarenakan pada masyarakat modern umumnya pendidikan dan pengetahuannya relatif lebih tinggi dibanding masyarakat pedesaan. Walaupun komunikasi dalam masyarakat pedesaan kurang efektif dalam pencapaian tujuan kelompok maupun individu, namun sangat bermanfaat, terutama dalam menjalin kerjasama dan silaturahmi.

d. Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada umumnya dilakukan dalam jumlah yang relatif banyak. Karena jumlahnya yang cukup banyak maka kondisinya lebih beragam, baik dalam pengetahuan, keterampilan, pendidikan, umur ataupun pengalaman. Komunikasi massa pada umumnya terbatas pencapaiannya hanya dalam hal tujuan yang hendak dicapai. Menurut Soekartawi (1988), komunikasi massa umumnya digunakan sekedar menggugah emosi seseorang atau hanya sekedar untuk memberi informasi agar masyarakat mengerti tentang hal-hal yang sebelumnya belum diketahui oleh mereka.

Teori adopsi dalam pelaksanaan penyuluhan (Setiana, 2005:24) :

a. Definisi adopsi

Adopsi dalam penyuluhan sering kali diartikan sebagai suatu proses mentalitas pada diri seseorang atau individu, dari mulai seseorang tersebut meneriman ide-ide baru sampai memutuskan menerima atau menolah ide-ide tersebut. Mardikanto (1993) menyebutnya sebagai proses perubahan perilaku, baik berupa

pengetahuan (*cognitive)*, sikap (*affective*), maupun keterampilan (*psychomotoric*) pada diri seseorang stelah menerima inovasi yang disampaikan penyuluh pada masyarakat sasarannya.

b. Proses adopsi

Proses adopsi, menurut Samsudin (1984), adalah proses dimulai dari keluarnya ide-ide dari satu pihak, kemudian disampaikan pada pihak lain sampai ide tersebut diterima pihak masyarakat ebagai pihak kedua. Menurut Suriatna (1987), karena proses adopsi merupakan proses mentalitas yang bertahap mulai dari kesadaran (*awarness*), minat (*interest*), menilai (*evaluation*), mencoba (*trial*), dan akhirnya menerapkan (*adoption*)maka kita perlu benar-benar memahami setiap tahapan yang berlangsung pada diri seeorang tersebut agar berbagai faktor penghambat dapat diketahui dan dipelajari sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penyuluhan.

F. Kerangka Konsep

1. Kualitas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi yang terjadi pada meja ke-4 (penyuluhan) pada kegiatan Posyandu Rumah Srikandi ini adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi tatap muka dua orang. Dalam komunikasi interpersonal, terdapat beberapa kualitas umum menurut Devito yang dapat diturunkan ke dalam bentuk perilaku-perilaku spesifik yang menandai komunikasi interpersonal yang efektif, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung,

sikap positif, kesetaraan, kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, daya ekspresi, dan orientasi kepada orang lain. (Devito, 1997:259).

a. Keterbukaan

   Kemampuan kader memperlihatkan keterbukaan selama berinteraksi. Pertama, kader harus terbuka pada Ibu-Ibu dalam memberikan informasi. Kedua, mengacu pada kesediaan kader untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang.

b. Empati

   Empati disini adalah kemampuan kader untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu. Kader dapat mengkomunikasikan empati baik secara verbal maupun nonverbal.

c. Sikap mendukung

   Kemampuan kader untuk memperlihatkan sikap mendukung, diantaranya menciptakan suasana yang bersifat deskriptif, terus terang serta terbuka dalam mengutarakan pikirannya, serta kemampuan kader untuk mendengar pandangan yang berlawanan.

d. Sikap Positif

   Kemampuan kader untuk memperlihatkan sikap positif. Perilaku positif menghargai keberadaan dan pentingnya orang lain. Perilaku ini bertentangan dengan ketidakacuhan.

e. Kesetaraan

Kemampuan kader untuk memperlihatkan suasana yang setara, mengakui bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

f. Kepercayaan-diri

Rasa percaya diri yang dimiliki oleh kader, misalnya dengan bersikap santai, tidak kaku, fleksibel dalam suara dan gerak tubuh, tidak terpaku pada nada suara tertentu dan gerak tubuh tertentu, terkendali, tidak gugup atau canggung.

g. Kebersatuan

Kebersatuan mengacu pada penggabungan antara pembicara dan pendengar, terciptanya rasa kebersamaan dan kesatuan. Kader yang memperlihatkan kebersatuan mengisyaratkan minat dan perhatian.

h. Manajemen interaksi

Kemampuan kader untuk mengendalikan interaksi. Dalam manajemen interaksi yang efektif, tidak seorangpun merasa diabaikan atau merasa menjadi tokoh penting. Menjaga peran sebagai pembicara dan pendengar, melalui gerakan mata, ekspresi vokal, serta gerakan tubuh dan wajah yang sesuai, saling memberikan kesempatan untuk berbicara, dan menjaga percakapan terus mengalir dengan lancar tanpa keheningan panjang yang membuat lawan bicara merasa canggung dan tidak nyaman merupakan keterampilan manajemen interaksi.

i. Daya ekspresi

Keterampilan kader untuk mengkomunikasikan keterlibatan dengan menggunakan variasi dalam kecepatan, nada, volume, dan ritme suara, dan juga menggunakan gerak-gerik tubuh (dengan gaya dan frekuensi yang sesuai) untuk mengkomunikasikan keterlibatan.

j. Orientasi kepada orang lain

Orientasi mengacu pada kemampuan kader untuk menyesuaikan diri dengan lawan bicara. Orientasi ini mencakup pengkomunikasian perhatian dan minat terhadap apa yang dikatakan lawan bicara.

2. Tingkat Pengetahuan Komunikan

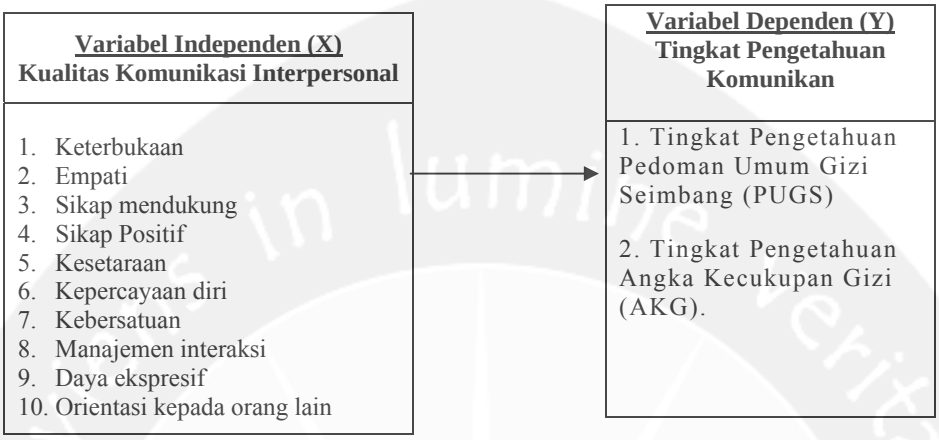
Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu obyek tertentu. Penginderaan ini terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (Notoatmodjo, 2007:121). Tingkat pengetahuan adalah seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan ketika seseorang menerima sebuah informasi, apakah tinggi, sedang, atau rendah. (Engel, 1994:337).

Pengetahuan komunikan adalah hasil dari tahu yang terjadi setelah mengikuti penyuluhan mengenai gizi dan kesehatan bayi/ balita (sesuai dengan standar Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS) dan Angka

Kecukupan Gizi (AKG) yang dikeluarkan oleh Direktorat Gizi, Depkes). Tingkat pengetahuan komunikan adalah seberapa banyak informasi yang tersimpan dalam ingatan Ibu-Ibu ketika menerima sebuah informasi, apakah tinggi, sedang, atau rendah.

Agar konsep dapat diteliti secara empiris maka konsep harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel, yaitu sesuatu yang mempunyai variasi nilai (Singarimbun dan Effendi, 1989:5-6). Oleh karena itu konsep-konsep di atas pun diklasifikasikan ke dalam dua variabel, yaitu variabel Independen (X), variabel Dependen (Y). Variabel X adalah kualitas komunikasi interpersonal. Variabel Y adalah tingkat pengetahuan komunikan. Terbentuknya pola hubungan ini terjadi karena kualitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh kader dipercaya dapat memberikan bahkan meningkatkan pengetahuan Ibu-Ibu tentang Gizi dan Kesehatan. Adapun penggambaran skema pola hubungannya adalah sebagai berikut:

GAMBAR 1
Skema Hubungan antar Variabel



G. Hipotesis

Suatu penelitian bermaksud untuk menelaah hubungan sistematis antara beberapa variabel. Hubungan itu biasanya disajikan dalam bentuk hipotesa, yaitu unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Effendi 1986:46).

Hipotesis teoritis:

1. Ho : Tidak ada pengaruh antara kualitas komunikasi interpersonal terhadap tingkat pengetahuan komunikan
2. Ha : Ada pengaruh antara kualitas komunikasi interpersonal terhadap tingkat pengetahuan komunikan

Hipotesis riset:

1. Ho: Kualitas Komunikasi Interpersonal berpengaruh negatif terhadap tingkat pengetahuan Komunikan
2. Ha: Kualitas Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif terhadap tingkat pengetahuan Komunikan.

H. Definisi operasional

Definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Singarimbun, 1987:46). Dengan kata lain definisi operasional merupakan petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel melalui indikator-indikator sehingga memudahkan dalam pengukuran.

1. Variabel Kualitas Komunikasi Interpersonal

a. Keterbukaan, indikatornya:

1) Kader memberikan informasi yang diperlukan dengan jelas
2) Kader memberikan informasi secara jujur
3) Kader bersedia memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diajukan

b. Empati, indikatornya:

1) Kemampuan kader untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain
2) Kemampuan kader untuk menempatkan dirinya pada posisi orang lain

c. Sikap mendukung, indikatornya:

1) Kader menggunakan bahasa yang mudah dimengerti
2) Kader memberikan data tambahan berupa gambar untuk memperjelas penjelasannya.
3) Kader menghargai pendapat orang lain

d. Sikap Positif, indikatornya:

1) Kader memberikan senyuman
2) Kader memberikan pujian
3) Kader mendorong orang lain untuk lebih memperhatikan kesehatan

bayi/balita

e. **Kesetaraan,** indikatornya:
   1) Kader menempatkan dirinya seolah-olah sebagai teman, setara dengan anda
   2) Kader senang memberikan nasihat-nasihat yang tidak terkesan ”menggurui”
   3) Kader menghormati orang lain
f. **Kepercayaan-diri,** indikatornya:
   1) Nada bicara kader jelas
   2) Kemampuan kader dalam menjawab pertanyaan dengan lancar
   3) Ekspresi muka kader tidak gugup ketika berbicara
g. **Kebersatuan,** indikatornya:
   1) Kemampuan kader untuk mengutamakan kepentingan orang lain
   2) Kemampuan kader untuk memperhatikan kepentingan orang lain
   3) Kemampuan kader untuk membantu menyelesaikan masalah orang lain
h. **Manajemen interaksi,** indikatornya:
   1) Kader memberikan kesempatan orang lain untuk berbicara
   2) Kemampuan kader menjaga arah pembicaraan supaya tidak keluar dari topik
i. **Daya ekspresif,** indikatornya:
   1) Kader memperlihatkan mimik muka senang ketika membicarakan hal yang menyenangkan
   2) Kader memperlihatkan mimik muka sedih ketika membicarakan hal

yang sedih

3) Nada bicara kader, berubah-rubah sesuai dengan isi pembicaraan

j. Orientasi kepada orang lain, indikatornya:

1) Kader mendengarkan orang lain ketika sedang berbicara

2) Kader memelihara kontak mata dengan lawan bicara

3) Kader menyesuaikan posisi badan pada lawan bicara

Pengukuran variabel Kualitas Komunikasi Interpersonal dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Untuk mengetahui kualitas komunikasi interpersonal, akan diberikan skor untuk setiap jawaban dengan perhitungan sebagai berikut :

Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju	(STS)
Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju	(TS)
Skor 3 untuk jawaban Netral	(N)
Skor 4 untuk jawaban Setuju	(S)
Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju	(SS)

Setelah menghitung jumlah jawaban, digunakan rumus untuk menghitung interval kualitas komunikasi interpersonal sebagai berikut (Azwar, 2002:107):

$$Interval = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{Jumlah\ interval}$$

2. Variabel Tingkat Pengetahuan Komunikan

a. Tingkat Pengetahuan Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS)

1) Setiap orang perlu mengkonsumsi aneka ragam makanan untuk dapat menjamin terpenuhinya kecukupan sumber zat tenaga, zat pembangun dan zat pengatur bagi kebutuhan gizi, kecuali bayi berumur 0 - 4 bulan.

2) Kelebihan dan kekurangan energi dapat diamati melalui berat badan, pada balita menggunakan KMS (Kartu Menuju Sehat).
3) Bayi di atas 6 bulan sudah memerlukan sumber makanan yang mengandung karbohidrat, protein dan lemak.
4) Makanan yang mengandung lemak dan gula tidak dapat digunakan sebagai pengganti kebutuhan karbohidrat pada balita.
5) Hindari penggunaan garam untuk menu makan balita. Kalaupun perlu, gunakan garam yang beryodium dalam jumlah yang sedikit
6) Ibu Hamil dan balita membutuhkan zat besi.
7) Berikan ASI saja kepada bayi sampai usia 4 bulan.

b. Tingkat Pengetahuan Angka Kecukupan Gizi (AKG)

1) Balita laki-laki dan perempuan mempunyai kebutuhan gizi yang berbeda sesuai anjuran dalam AKG.
2) ASI terus diberikan hingga usia balita 2 tahun .
3) Anjuran jumlah porsi nasi untuk memenuhi gizi seimbang balita laki-laki usia 1-3 tahun adalah 3 porsi (ukuran 1 porsi nasi = 100 g atau ¾ gelas) dan untuk balita perempuan dikurangi 1 porsi.

Pengukuran variabel Tingkat Pengetahuan Komunikan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Untuk mengetahui tingkat pengetahuan komunikan tentang gizi dan kesehatan Balita, akan diberikan skor untuk setiap jawaban dengan perhitungan sebagai berikut :

Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Tahu	(STT)
Skor 2 untuk jawaban Tidak Tahu	(TT)
Skor 3 untuk jawaban Netral	(N)

Skor 4 untuk jawaban Tahu (T)

Skor 5 untuk jawaban Sangat Tahu (ST)

Setelah menghitung jumlah jawaban, digunakan rumus untuk menghitung interval kualitas komunikasi interpersonal sebagai berikut (Azwar, 2002:107):

$$Interval = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{Jumlah\ interval}$$

TABEL 1
Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Komunikasi Interpersonal (X)	**1. Keterbukaan**	1) Kader memberikan informasi yang diperlukan dengan jelas 2) Kader memberikan informasi secara jujur 3) Kader bersedia memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diajukan	Skala Likert
	2. Empati	1) Kemampuan kader untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain 2) Kemampuan kader untuk menempatkan dirinya pada posisi orang lain	
	3. Sikap mendukung	1) Kader menggunakan bahasa yang mudah dimengerti 2) Kader memberikan data tambahan berupa gambar untuk memperjelas penjelasannya. 3) Kader menghargai pendapat orang lain	
	4. Sikap positif	1) Kader memberikan senyuman 2) Kader memberikan pujian 3) Kader memberikan dorongan positif	

	5. Kesetaraan	1) Kader menempatkan dirinya seolah-olah sebagai teman, setara dengan anda 2) Kader senang memberikan nasihat-nasihat yang tidak terkesan ”menggurui” 3) Kader menghormati orang lain	
	6. Kepercayaan diri	1) Nada bicara kader jelas 2) Kemampuan kader dalam menjawab pertanyaan dengan lancar 3) Ekspresi muka kader tidak gugup ketika berbicara	
	7. Kebersatuan	1) Kemampuan kader untuk mengutamakan kepentingan orang lain 2) Kemampuan kader untuk memperhatikan kepentingan orang lain 3) Kemampuan kader untuk membantu menyelesaikan masalah orang lain	
	8. Manajemen Interaksi	1) Kader memberikan kesempatan orang lain untuk berbicara 2) Kemampuan kader menjaga arah pembicaraan supaya tidak keluar dari topik	
	9. Daya ekspresi	1) Kader memperlihatkan mimik muka senang ketika membicarakan hal yang menyenangkan 2) Kader memperlihatkan mimik muka sedih ketika membicarakan hal yang sedih 3) Nada bicara kader, berubah-rubah sesuai dengan isi pembicaraan	
	10. Orientasai kepada orang lain	1) Kader mendengarkan orang lain ketika sedang berbicara 2) Kader memelihara kontak mata dengan lawan bicara 3) Kader menyesuaikan posisi badan pada lawan bicara	
Tingkat Pengetahuan Komunikan (Y)	**1. Tingkat Pengetahuan Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS)**	1) Setiap orang perlu mengkonsumsi aneka ragam makanan untuk dapat menjamin terpenuhinya kecukupan	Skala Likert

		sumber zat tenaga, zat pembangun dan zat pengatur bagi kebutuhan gizi, termasuk bayi berumur 0 - 4 bulan 2) Kelebihan dan kekurangan energi dapat diamati melalui berat badan, pada balita digunakan KMS (Kartu Menuju Sehat) 3) Bayi di atas 6 bulan sudah memerlukan sumber makanan yang mengandung karbohidrat, protein dan lemak 4) Berikan makanan yang mengandung lemak dan gula sebagai pengganti kebutuhan karbohidrat pada balita 5) Hindari penggunaan garam untuk menu makan balita. Kalaupun perlu, gunakan garam yang beryodium dalam jumlah yang sedikit 6) Ibu Hamil dan balita juga membutuhkan zat besi untuk menghindari anemia 7) Berikan ASI saja kepada bayi sampai usia 3 bulan	
	2. Tingkat Pengetahuan Angka Kecukupan Gizi (AKG)	1) Balita laki-laki maupun perempuan mempunyai kebutuhan gizi yang sama sesuai anjuran dalam AKG 2) ASI terus diberikan hingga usia balita 2 tahun 3) Anjuran jumlah porsi nasi untuk memenuhi gizi seimbang balita laki-laki usia 1-3 tahun adalah 6 porsi (ukuran 1 porsi nasi = 100 g atau ¾ gelas)	

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini berjenis eksplanatif kuantitatif. Penelitian eksplanatif kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan atau menjelaskan hubungan kausal suatu fenomena atau realitas dengan melakukan pengujian hipotesis. Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah survey yang menggunakan kuesioner sebagai alat ukurnya.

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yaitu Kampung Badran RW 11, Kelurahan Bumijo, Kecamatan Jetis, Yogyakarta.

3. Populasi dan sampel

a. Populasi

Pengertian populasi menurut Arikunto (1998:115), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan Sugiyono (2002:55) menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Ibu-Ibu Kampung Badran RW 11, Kelurahan Bumijo, Kecamatan Jetis Yogyakarta yang terlibat dalam kegiatan Posyandu Rumah Srikandi. Jumlah total populasinya berdasarkan pengamatan jumlah peserta

yang hadir dalam kegiatan Posyandu selama bulan Juli-September 2011 berjumlah sekitar 60 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 1998:117). Mengenai besarnya sampel yang cukup untuk populasi, Arikunto (1998:120) mengatakan apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

c. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Total Sampling* atau sensus. Sensus yaitu semua anggota populasi dijadikan sampel (Singarimbun 1989:159). Yang menjadi alasan peneliti memakai *total sampling* atau sensus adalah fakta yang ada di lapangan, bahwa jumlah responden yang menjadi sampel penelitian ini tidak terlalu banyak, yaitu sebanyak 60 orang yang terdiri dari para Ibu-Ibu yang rutin mengikuti kegiatan Posyandu dan Ibu-Ibu yang datang ke meja ke-4 (meja penyuluhan).

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap kuesioner yang akan digunakan sebagai alat pengumpul data. Suatu instrument atau daftar pertanyaan dianggap valid apabila instrument tersebut benar-benar dan secara akurat mengukur isi pokok konstruk atau variable yang

hendak diukur (Bulaeng, 2004:89). Untuk menentukan validitas dihitung berdasarkan formula tertentu yaitu dengan menggunakan koefisien korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson dengan signifikansi (α) = 0,05. Apabila r-hitung lebih besar dari r-tabel maka kuesioner sebagai alat ukur dikatakan valid. Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 60 orang sebagai sampel penelitian maka angka kritiknya adalah 0,241 (r tabel). Hasil pengujian validitas butir pertanyaan kuesioner tersebut ditunjukkan dalam tabel hasil uji validitas.

TABEL 2

Hasil Uji Validitas

Variabel	*Item*	*Corrected item-Total Correlation* (r-hitung)	r-tabel	Status
Kualitas Komunikasi Interpersonal	1	0,497	0,214	Valid
	2	0,562	0,214	Valid
	3	0,338	0,214	Valid
	4	0,431	0,214	Valid
	5	0,571	0,214	Valid
	6	0,576	0,214	Valid
	7	0,556	0,214	Valid
	8	0,594	0,214	Valid
	9	0,478	0,214	Valid
	10	0,606	0,214	Valid
	11	0,659	0,214	Valid
	12	0,569	0,214	Valid
	13	0,338	0,214	Valid
	14	0,327	0,214	Valid
	15	0,645	0,214	Valid
	16	0,756	0,214	Valid
	17	0,713	0,214	Valid
	18	0,749	0,214	Valid

	19	0,640	0,214	Valid
	20	0,654	0,214	Valid
	21	0,688	0,214	Valid
	22	0,735	0,214	Valid
	23	0,597	0,214	Valid
	24	0,607	0,214	Valid
	25	0,590	0,214	Valid
	26	0,711	0,214	Valid
	27	0,547	0,214	Valid
	28	0,338	0,214	Valid
	29	0,526	0,214	Valid
	30	0,501	0,214	Valid
Tingkat Pengetahuan Komunikan	1	0,701	0,214	Valid
	2	0,747	0,214	Valid
	3	0,732	0,214	Valid
	4	0,532	0,214	Valid
	5	0,728	0,214	Valid
	6	0,822	0,214	Valid
	7	0,768	0,214	Valid
	8	0,648	0,214	Valid
	9	0,672	0,214	Valid
	10	0,535	0,214	Valid

Sumber : Pengolahan Data primer 2011

Tabel 2 menunjukkan besarnya nilai koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan yang nilainya lebih besar dari $r_{\textbf{tabel}}$ (0,214). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan stabilitas atau konsistensi instrument pengukuran. Bila instrument yang sama digunakan secara berulang-ulang pada individu yang sama dan menghasilkan seperangkat jawaban/respon yang relatif sama, maka instrument tersebut dapat dikatakan reliable (Bulaeng, 2004:86). Pengujian terhadap

reliabilitas kuesioner dilakukan dengan metode koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*. Menurut metode ini jika suatu instrument/kuesioner memiliki koefisien reliabilitas Alpha > 0,60 maka dikatakan reliable.

TABEL 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	**0,929**	0,6	**Reliabel**
Tingkat Pengetahuan	**0,875**	0,6	**Reliabel**

Sumber : Pengolahan Data Primer 2011

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada seluruh variabel lebih besar dari 0,60 maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

6. Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner yang dalam bahasa Inggris disebut *questionnaire.* Metode kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, kuesioner dikirim kembali atau dikembalikan ke petugas atau peneliti (Bungin, 2001:123). Pembagian kuesioner pada penelitian ini diberikan pada 60 Ibu-Ibu yang mengikuti kegiatan Posyandu.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 2 jenis data (Bungin, 2001:129), yaitu sebagai berikut :

a. **Data primer :**

   Data yang dikumpulkan langsung dari obek penelitian dalah hal ini adalah hasil jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden, data-data tersebut selanjutnya akan menjadi data utama yang akan dianalisis.

b. **Data Sekunder**

   Data yang diperoleh secara tidak langsung yang berupa buku-buku literatur, artikel, atau penelitian terdahulu yang berhubungan dengan objek penelitian untuk mendukung data primer.

7. Teknik Analisis Data

a. **Analisis deskriptif**

   Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif distribusi frekuensi. Frekuensi adalah banyaknya obyek dalam himpunan dan sub himpunan. Dengan menggunakan distribusi frekuensi diharapkan peneliti akan lebih mudah dalam memahami dan menganalisa masalah yang akan diteliti. Distribusi frekuensi dapat dilihat menggunakan tabel frekuensi. Dimana setiap variabel penelitian akan disusun secara sendiri-sendiri.

b. Korelasi Pearson *Product Moment*

Analisis korelasi Pearson *product moment* digunakan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan kualitas komunikasi interpersonal (X) dengan tingkat pengetahuan komunikan (Y).

Rumus $$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2}\sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan

r : koefisien korelasi yang dicari

X : nilai independen variabel

n : banyaknya subjek pemilik nilai

Y : nilai dependen variabel

Kategori besaran nilai korelasi menurut Young :

1. 0.7 - 1.00 baik positif atau negatif, nilai derajat hubungan yang tinggi
2. 0.4 - 0.7 baik positif atau negatif, nilai derajat hubungan yang substansial
3. 0.2 - 0.4 baik positif atau negatif, nilai derajat hubungan yang rendah
4. < 0.2 baik positif maupun negatif, nilai hubungan dapat diabaikan.

Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel yang dikorelasikan maka perlu diketahui nilai koefisien korelasinya terlebih dahulu. Nilai koefisien korelasi ini dapat menjadi pedoman

dalam menentukan kekuatan hubungan antar variabel. Nilai koefisien korelasi, sebagaimana juga taraf signifikansi digunakan sebagai pedoman untuk menentukan suatu hipotesis dapat diterima atatu ditolak dalam suatu penelitian.

Nilai koefisien korelasi r berkisar antara -1 sampai +1, yang kriteria pemanfaatannya dijelaskan sebagai berikut (Umar, 2002:314) :

1) Jika, nilai r > 0, artinya telah terjadi hubungan linier positif, yaitu semakin besar nilai variabel X (bebas/independen), semakin besar pula nilai variabel Y (terikat/dependen) atau sebaliknya, semakin kecil nilai variabel X akan semakin kecil pula nilai variabel Y
2) Jika, nilai r < 0, artinya telah terjadi hubungan linier negatif, yaitu semakin kecil nilai variabel X akan semakin besar nilai variabel Y atau sebaliknya, semakin besar nilai variabel X akan semakin kecil nilai variabel Y.
3) Jika, nilai r = 0, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X dengan variabel Y.
4) Jika, nilai r = 1 atau r = -1 telah terjadi hubungan linier sempurna, sedangkan untuk nilai r yang semakin mengarah ke angka 0 maka hubungan semakin melemah.

Rumus korelasi Pearson *product moment* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi *product moment*

X : skor deviasi variabel X

y : skor deviasi variabel Y

Nilai koefisien korelasi dapat dilihat di bawah ini :

TABEL 4
Nilai Koefisien Korelasi

(+ / -)	Kategori
< 0.20	Hubungan rendah sekali, lemas sekali
0.20 – 0.39	Hubungan rendah tetapi pasti
0.40 - 0.70	Hubungan yang cukup berarti
0.71 – 0.90	Hubungan yang tinggi, kuat
0.90	Hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

Sumber : Kriyantono, 2006:169

c. Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui apakah kualitas komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan .

Rumus : $Y= \alpha+\beta X$

Keterangan :

Y = Variable independen

α = Konstanta (bilangan konstanta yang menunjukkan perpotongan antara garis regresi dengan sumbu Y)

β = Koefisien Regresi

X = Variable dependen