

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis, mencari bagaimana penelitian terdahulu (Prior Research) yang masih ada kaitannya dengan dahulunya dari penelitian / atau disebut penelitian terdahulu dengan penelitian penulis, penulis merujuk kepada beberapa penelitian terdahulu, agar menjadi referensi pada saat penulis penelitian, berikut penelitian terdahulunya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Metode
1.	Rahmad Saputra (2017) "Strategi Komunikasi Dalam Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Imunisasi Balita (Studi Di	Teori Model Perencanaan komunikasi AIDDA	Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan bahwa strategi komunikasi imunisasi dilakukan dengan cara melakukan penyuluhan kepada masyarakat dengan menggunakan media seperti brosur, poster, lefleaf, komunikasi efektif	Kualitatif

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Metode
	Puskesmas Manggeng)”		dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.	
2.	Hendra (2022) “Strategi Komunikasi Penyebaran Informasi Kesehatan Pada Masyarakat Di Wilayah Puskesmas Kepulauan Tanakeke Kabupaten Takalar”	Teori Harold D. Lasswell dari Cangara, komunikasi adalah siapa mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa, dan seberapa efektif? Teori yang dikenal sebagai rumus Lasswell, merupakan turunan dari teori dasar komunikasi Aristoteles.	Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi penyebaran informasi kesehatan pada masyarakat di wilayah kepulauan Tanakeke adalah dengan, 1. Mengenal khalayak yakni setiap petugas kesehatan dalam memberikan informasi kepada masyarakat. 2. Kemudian penyusunan pesan yaitu melalui tahap pra interaksi yakni petugas kesehatan harus mengetahui latar belakang masyarakat untuk	Kualitatif

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Metode
			<p>mempermudah dalam proses penyampaian pesan kemudian menetapkan tindakan yang harus dilakukan kepada masyarakat.</p> <p>3. Sedangkan penetapan metode pesan yang disampaikan oleh petugas, yaitu komunikasi secara langsung dan komunikasi secara tertulis.</p> <p>4. Penggunaan Media, Media komunikasi yang digunakan berupa media cetak antara lain yaitu, berupa poster, spanduk, dan pamflet.</p>	
3.	Qurrotul Nafi'ah (2022)	Teori Perencanaan dan Management	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi tenaga	Kualitatif

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Metode
	<p>“Strategi Komunikasi Tenaga Kesehatan Dalam Mensosialisasikan Pencegahan Corona Virus Disease 2019 Terhadap Masyarakat Di Desa Gelang Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember Tahun 2021”</p>		<p>kesehatan dalam mensosialisasikan pencegahan Covid-19 di Desa Gelang terdapat lima strategi yaitu, yang pertama menentukan komunikator, yang kedua menentukan komunikasi, yang ketiga menyusun pesan, yang keempat respon.</p>	
4.	<p>Novi Auliana (2018) “Analisis Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau Dalam Kampanye Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (P2P) TB”</p>	<p>Teori Perencanaan dan Management</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini menggunakan strategi komunikasi dalam strategi kampanyenya. Adapun dalam strategi kampanyenya, Dinas Kesehatan</p>	<p>Kualitatif</p>

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Metode
			<p>Provinsi Riau menggunakan beberapa strategi komunikasi yaitu: strategi komunikasi melalui event, strategi komunikasi melalui program, strategi komunikasi melalui pesan, strategi komunikasi melalui media, dan strategi komunikasi melalui kerjasama.</p>	
5.	<p>Rizky Aulia Irawan (2022) Universitas Nasional “Strategi Komunikasi Orangtua Dalam Mengatasi Kecanduan Internet Pada Anak Selama Pandemi Covid-19”</p>	<p>Teori Fenomenologi, dan Paradigma Lasswell.</p>	<p>Hasil penelitian Strategi yang dilakukan oleh para orang tua cukup berhasil dalam mengatasi kecanduan internet pada anak anak mereka. Karena, para orang tua sangat ketat dalam mendampingi anak - anak nya. Hal ini terlihat dari responsif para orang</p>	Kualitatif

NO	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Metode
			<p>tua, yang di wawancarai oleh penulis. Terkadang para orang tua, harus membagi waktu mereka untuk mendampingi anak-anak mereka saat anak-anak mereka sedang bermain internet, terutama saat anak-anak mereka sedang belajar daring. Para orang tua juga rela mengesampingkan pekerjaan mereka untuk mendampingi anak-anak mereka, hanya karena, agar anak-anak mereka tidak kecanduan internet.</p>	



Dalam penelitian ini peneliti ingin mencari beberapa literatur atau kajian pustaka guna menyempurnakan penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang maksimal antara lain yaitu :

1. STRATEGI KOMINIKASI DALAM PENINGKATAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP IMUNISASI

BALITA (STUDI DI PUSKESMAS MANGGENG) oleh Rahmad Saputra pada tahun 2017. Penelitian ini berisi tentang peningkatan kesadaran masyarakat terhadap imunisasi balita dengan penyuluhan kepada masyarakat dengan menggunakan media seperti brosur, poster, leflet, komunikasi efektif dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Kemudian, melakukan peningkatan cakupan imunisasi dengan mendatangi rumah-rumah yang balitanya belum diimunisasi. Meningkatnyakesadaran masyarakat dalam imusisasi dilihat dari angka laporan cakupan imunisasi, pedoman buku imunisasi dan laporan imunisasi dimana masih banyak sebagianmasyarakat belum melakukan imunisasi dikarenakan izin suami yang melarang anaknya di imunisasi karena takut akan isu vaksin palsu.

Persamaan dengan penelitian penulis adalah:

- a. Penulis dengan peneliti sebelumnya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, yang dimana berisikan kualitatif deskriptif.

- b. Dalam penelitian ini penulis dengan peneliti sebelumnya sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi di sebuah puskesmas.
- c. Penelitian yang dilakukan penulis adalah sama – sama membahas tentang meningkatkan kesadaran masyarakat.

Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu :

- a. Penulis meneliti tentang kesadaran masyarakat penyakit menular Tuberkulosis (TBC) di Puskesmas Kelurahan Bangka, dan yang dilakukan Rahmad Saputra yaitu meneliti kesadaran masyarakat terhadap imunisasi balita di Puskesmas Manggeng.
- b. Penelitian yang dilakukan penulis menambahkan penjelasan tentang komunikasi tatap muka dalam strategi komunikasi yang dilakukan dari penelitian sebelumnya.

2. STRATEGI KOMUNIKASI PENYEBARAN INFORMASI KESEHATAN PADA MASYARAKAT DI WILAYAH PUSKESMAS KEPULAUAN TANAKEKE KABUPATEN

TAKALAR oleh Hendrapada tahun 2022. Penelitian ini berisi tentang strategi komunikasi pada penyebaran informasi kesehatan pada masyarakat di wilayah Puskesmas Kepulauan Tanakeke serta mengetahui hambatan-hambatan penetapan strategi komunikasi terhadap penyebaran informasi kesehatan pada masyarakat.

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu:

- a. Sama-sama membahas mengenai konsep strategi komunikasi
- b. Penulis dengan peneliti sebelumnya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, yang dimana berisikan kualitatif deskriptif.

Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu :

- a. Penelitian Hendra membahas tentang penyebaran informasi Kesehatan pada suatu wilayah di kepulauan, sedangkan penelitian penulis membahas tentang peningkatan kesadaran terhadap suatu penyakit menular.

3. STRATEGI KOMUNIKASI TENAGA KESEHATAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PENCEGAHAN CORONA VIRUS DISEASE 2019 TERHADAP MASYARAKAT DI DESA GELANG KECAMATAN SUMBERBARU KABUPATEN JEMBER TAHUN 2021 oleh Qurrotul Nafi'ah pada tahun 2022. Penelitian ini dalam mensosialisasikan pencegahan Covid-19 di Desa Gelang terdapat lima strategi yaitu, yang pertama menentukan komunikator, yang kedua menentukan komunikan, yang ketiga menyusun pesan, yang keempat memilih media dan yang kelima efek yang diharapkan.

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu :

- a. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan fokus penelitian yang membahas tentang strategi komunikasi.

Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu :

- a. Penelitian Qurrotul Nafi'ah lebih fokus dalam mensosialisasikan pencegahan Covid-19 di sebuah desa.
- b. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah subyek, objek penelitian dan tempat penelitian.

4. ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI RIAU DALAM KAMPANYE PROGRAM PENGENDALIAN DAN PENCEGAHAN PENYAKIT (P2P) TB

oleh Novi Auliana pada tahun 2018. Penelitian ini merupakan untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau pada mengkampanyekan program Pengendalian serta Pencegahan Penyakit (P2P) TB. Adapun dalam strategi kampanye nya, Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan beberapa strategi komunikasi yaitu: strategi komunikasi melalui event, strategi komunikasi melalui acara, strategi komunikasi melalui pesan, strategi komunikasi melalui media, dan strategi komunikasi melalui kerjasama.

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu :

- a. Sama-sama membahas penyakit Tuberkulosis (TBC)
- b. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan fokus penelitian yang membahas tentang strategi komunikasi.

Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu :

a. Penelitian ini membahas tentang kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau ini menggunakan strategi komunikasi dalam strategikampanyenya.

b. Penelitian penelitimembahasmengenai kampanye pada Program Pengendalian dan Pencegahan Penyakit TB yang bertujuan memberikan pencegahan kepada masyarakat dalam menanggulangi penyakit menular TB ini. Sedangkan, penelitian hanya akan menggali tingkat atau strategi komunikasi yang dibangun oleh pihak puskesmas dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penyakit menular Tuberkulosis (TBC).

5. STRATEGI KOMUNIKASI ORANGTUA DALAM MENGATASI KECANDUAN INTERNET PADA ANAK SELAMA PANDEMI COVID-19 oleh Rizky Aulia Irawan mahasiswa Universitas Nasional pada tahun 2022. Penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Orangtua Dalam Mengatasi Kecanduan Internet Pada Anak Selama Pandemi Covid-19. Teori yang digunakan yaitu teori strategi komunikasi, teori Fenomenologi, dan Paradigma Lasswell.

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu :

- a. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dan fokus penelitian yang membahas tentang strategi komunikasi.

Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu :

- a. Penelitian Rizky Aulia Irawan memfokuskan dalam mengatasi kecanduan internet pada anak, sedangkan penelitian penulis meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu penyakit.

2.2 Teori Model Perencanaan Komunikasi (AIDDA)

Dalam komunikasi, untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan komunikator, perlu memiliki strategi komunikasi yang baik. Proses pendekatan adalah permulaan yang baik untuk komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy (2005), komunikasi mengarah berbagai pandangan bahwa proses strategi dapat dilakukan dengan mengaplikasikan metode A-A atau metode attention-to-action yang sebenarnya merupakan penyederhanaan proses yang disingkat AIDDA.⁹

Model perencanaan komunikasi AIDDA bersifat linier dan banyak digunakan dalam kegiatan promosi dan pemasaran komersial¹⁰. Formula AIDDA merupakan singkatan dari tahapan komunikasi persuasif, sebagai berikut:

A: *Awareness* (Kesadaran)

⁹ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005. Hal.119

¹⁰ Hafied Cangara. *“Perencanaan & Strategi Komunikasi”*. Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada. 2017. Hal.102

I: *Interest* (Minat)

D: *Desire* (Hasrat)

D: *Decision* (Keputusan)

A: *Action* (Kegiatan)

Pada model teori AIDDA, komunikasi persuasif diawali dengan upaya membangkitkan perhatian. Upaya ini dilakukan tidak hanya dengan gaya bicara kata-kata yang dapat merangsang tetapi juga perlu adanya penampilan untuk menghadapi khalayak banyak. Jika menarik perhatian sudah berhasil, kemudian dapat dilakukan upaya menumbuhkan minat.

Upaya ini berhasil untuk meningkatkan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikator. Komunikator perlu mengenal siapa yang akan dihadapinya. Berikutnya ialah upaya untuk memunculkan kepada komunikator yang tujuannya sebagai ajakan, bujukan, atau rayuan. Emosional juga harus ditampilkan oleh komunikator dengan tujuan pada tahap berikutnya pendengar dapat mengambil keputusan untuk melakukan kegiatan dari adanya proses komunikasi tersebut dapat membangkitkan perhatian sampai menimbulkan kegiatan yang berlangsung dengan singkat.¹¹

2.3 Landasan Konseptual

2.3.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah kombinasi optimal dari semua

¹¹ Effendy. Op.Cit. Hal.125.

elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima hingga pengaruh (efek) yang dirancang dengan tujuan yang optimal. Strategi komunikasi bertujuan untuk memperbaiki cara orang berpikir dan berperilaku dalam skala besar dengan mengkomunikasikan ide-ide baru.

Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) yang dibuat untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan diperlukan taktik operasional dan tidak hanya peta jalannya saja.

Strategi komunikasi mempunyai fungsi menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Salah satu strategi komunikasi membutuhkan komunikasi antarpribadi¹². Komunikasi interpersonal ialah suatu proses penyampaian pesan, isu, pikiran, perilaku tertentu antara individu satu kepada individu lainnya.¹³

Selanjutnya strategi komunikasi harus juga meramalkan efek komunikasi yang diharapkan, yaitu dapat berupa:¹⁴

- Menyebarkan Informasi
- Melakukan persuasi

¹² Hafied Cangara. "Perencanaan & Strategi Komunikasi". Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada. 2017. Hal.167

¹³ Robbins, S.P, Perilaku Organisasi. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. 2003. Hal.143.

¹⁴ Ibid. Hal.169.

- Melaksanakan intruksi

Dari efek yang diharapkan tersebut dapat ditetapkan bagaimana cara berkomunikasi yaitu:

1. Komunikasi Tatap Muka digunakan jika kita mengharapkan dampak perubahan tingkah laku dari komunikasi sebab sifatnya lebih persuasif.

2. Komunikasi Bermedia digunakan lebih banyak untuk komunikasi informasi dengan menjangkau lebih banyak komunikasi namun sangat lemah dalam hal persuasif.

Komunikasi merupakan inti dari seluruh hubungan sosial, jika individu telah menjalin hubungan tetap, maka sistem komunikasi yang dilakukan akan menentukan apakah sistem tersebut dapat mempererat hubungan mereka atau tidak¹⁵. Komunikasi sendiri merupakan hubungan kontak antar pribadi maupun kelompok.

Komunikasi yaitu cara menentukan (menafsirkan) dan menyampaikan simbol-simbol untuk membantu komunikator memberikan umpan balik pemikiran berdasarkan maksud komunikator. Komunikasi adalah proses dimana ide-ide ditransfer dari komunikator ke komunikator dengan tujuan mengubah perilaku mereka. Penyebaran informasi bertujuan

¹⁵ Hafied Cangara. Jakarta: Raja Grafindo. 2013. Hal.33.

untuk mempengaruhi khalayak (publik).¹⁶

Komunikasi adalah usaha sistematis untuk menyampaikan informasi, melibatkan pemisahan dan pemilihan simbolik kognitif, bertujuan untuk membentuk pandangan dan tindakan yang sama seperti yang diharapkan oleh komunikator.¹⁷

Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan atau pesan yang disampaikan melalui simbol tertentu yang memiliki makna, dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan maksud mencapai tujuan yang diinginkan. Proses komunikasi sendiri dapat dilihat melalui model komunikasi yang terdiri dari komponen komunikasi. Unsur-unsur yang diperlukan dalam proses komunikasi antara lain komunikator, pesan, media, dan komunikan..¹⁸

a) Sumber

Sumber adalah inspirasi untuk menciptakan ide atau memilih serangkaian pesan untuk disampaikan. Ide inilah yang menjadi dasar pesan yang ingin disampaikan. Sumber merupakan dasar penyampaian informasi dan digunakan untuk memperkuat informasi itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, forum, buku, dll.

¹⁶ Deddy Mulyana. *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007. Hal.168.

¹⁷ Komala Lukiati. *“Komunikasi Massa”*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media. 2009. Hal.74.

¹⁸ Ibid. Hal.88.

b) Komunikator

Komunikator ialah pihak yang mengirim pesan kepadakhalayak. Komunikatorbisa bertukar peran menjadi komunikasi atau penerima pesan. Seorang sumber mampu menjadi komunikator, begitupun sebaliknya komunikator tidak selalu sebagaisumber.

Dalam memberikan pesan terkadang komunikator bisa sebagai komunikan, begitupun sebaliknya komunikan bisa menjadi komunikator. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan oleh seseorang komunikator adalah sebagai berikut:

- Keandalan komunikasi yang tinggi.
- Kemampuan berkomunikasi.
- Memiliki segudang ilmu.
- Tata Krama.
- Mengacu pada kemampuannya untuk mengubah perilaku dan meningkatkan pengetahuan tentang komunikasi diri.

Dalam komunikasi, kita dapat melihat komunikator bertindak dalam banyak gaya (tergantunpada situasi yang mereka hadapi). Kita dapat membagi gaya komunikator

menjadi beberapa model seperti:

1. Pesimis karena menurutnya keadaan sudah tidak mungkin diperbaiki lagi.
2. Lebih senang melihat keadaan yang apa adanya serta berusaha menghindari keadaan yang semakin buruk.
3. Selalu pendiam, tidak ada respon, jarang mengungkapkan pikirannya.

c) Pesan

Pesan artinya sumber menerjemahkan berita atau gagasan dalam wujud istilah-istilah dan lambing-lambang untuk memberikan informasi yang diharapkan mempunyai respon terhadap orang lain. Pesan merupakan alat Indera dimana sumber mengekspresikan gagasannya dalam bentuk bahasa verbal, bahasa tertulis maupun nonverbal seperti bahasa isyarat, ekspresi wajah atau gambar-gambar.

Pesan merujuk pada keseluruhan isi yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa sangat panjang, tetapi apa yang perlu dipertimbangkan dan diarahkan pada tujuan akhir komunikasi. Informasi disampaikan secara lisan/tatap muka/eksklusif dan menggunakan media/saluran. Pesan dapat informatif, persuasif dan menarik.

A) Informatif

Informasi yang disediakan mampu menarik kesimpulannya sendiri. Dalam beberapa kasus, pesan informatif lebih berhasil daripada pesanpersuasif.

B) Persuasif

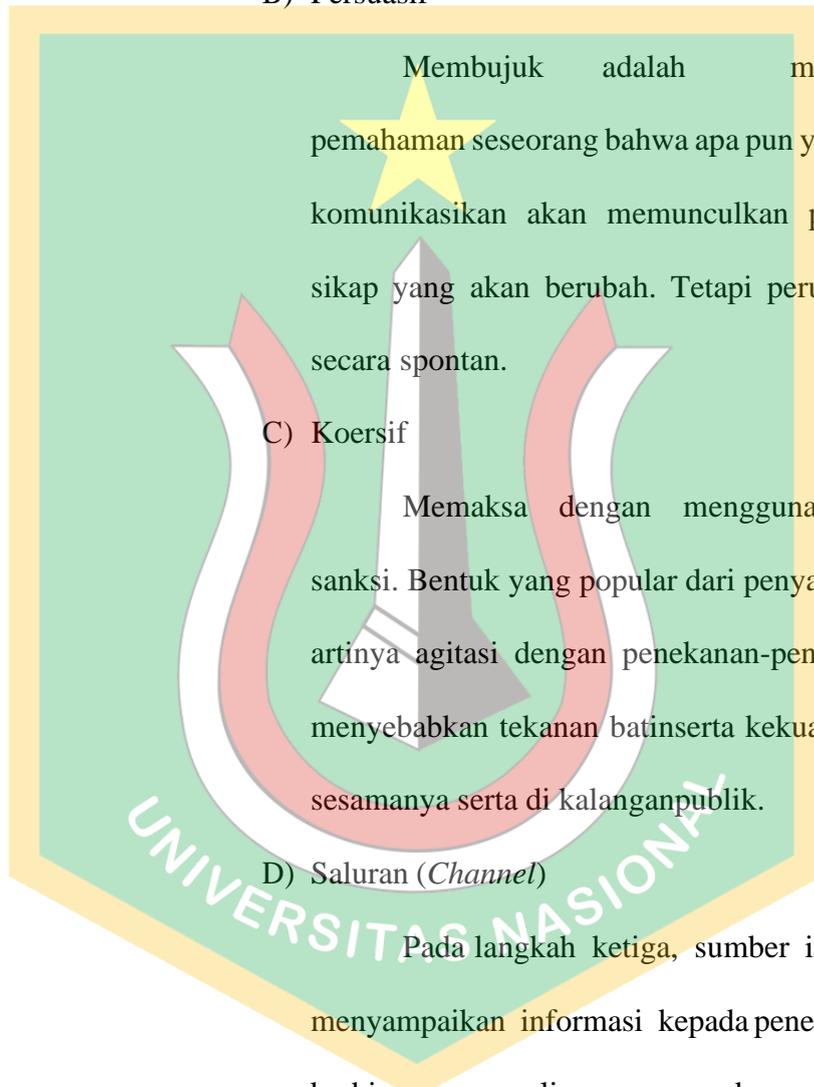
Membujuk adalah menumbuhkan pemahaman seseorang bahwa apa pun yang telah kita komunikasikan akan memunculkan pendapat atau sikap yang akan berubah. Tetapi perubahan terjadi secara spontan.

C) Koersif

Memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Bentuk yang populer dari penyampaian yang artinya agitasi dengan penekanan-penekanan yang menyebabkan tekanan batinserta kekuatan di antara sesamanya serta di kalangan publik.

D) Saluran (*Channel*)

Pada langkah ketiga, sumber informasi menyampaikan informasi kepada penerima dengan berbicara, menulis, menggambar atau dengan



beberapa tindakan. Pada langkah ketiga, kita berkenalan dengan istilah channel atau saluran, wahana penyampaian informasi. Saluran komunikasi lisan meliputi komunikasi tatap muka, radio dan telepon.

Saluran komunikasi tertulis mencakup bahan atau media tertulis apa pun yang mereproduksi karakter di TV, kaset, video, OHP, dll. Saluran komunikasi senantiasa memberikan pesan yang dapat diterima melalui panca indra dan media. Pada dasarnya komunikasi yang sering dapat dilakukan menurut dua saluran, yaitu:

- Saluran formal atau bersifat resmi
- Saluran informal atau yang bersifat tidak resmi

E) Komunikan

Komunikan sedang menginterpretasikan/memaknai pesan yang disampaikan kepadanya.

Pemahaman adalah kunci untuk decoding dan itu hanya terjadi di kepala penerima. Penerima akan

memutuskan bagaimana menafsirkan pesan dan

bagaimana menanggapi. Penyebar atau

penerima pesan dapat dibedakan menjadi tiga

macam, yaitu personal, kelompok dan massa.

Syarat-syarat yang harus dimiliki oleh komunikator antara lain:

- Keterampilan/kemampuan menangkap dan meneruskan pesan
- Pengetahuan tertentu
- Sikap

F) Efek

Feedback atau umpan balik yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampaikan kepada penerima. Umpan balik dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.

Efek merupakan dampak akhir dari suatu komunikasi, yaitu perilaku serta tingkah laku orang, sinkron atau tidak sinkron dengan yang kita inginkan. Jika perilaku serta tingkah laku orang lain itu sesuai berarti komunikasi berhasil demikian sebaliknya. Efek ini sesungguhnya bisa diamati dari :

1) *Personal Opinion*

Pendapat Pribadi. Hal ini ialah akibat dari apa yang akan terjadi yang diperoleh dari komunikasi. Personal opinion merupakan

perilaku serta pendapat seseorang terhadap sesuatu persoalan tertentu.

2) *Public Opinion*

Opini publik adalah penilaian sosial terhadap hal-hal yang penting dan bermakna atas dasar

pertukaran gagasan secara sadar dan rasional.

3) *Majority Opinion*

Pendapat bagian terbesar dari mayoritas masyarakat.

2.3.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan strategi operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai satu tujuan.

Tujuan dari strategi komunikasi ialah untuk memberikan informasi serta mencari berita dari mereka, sehingga apa yang kita ingin kita sampaikan atau minta bisa dipahami sehingga memungkinkan komunikasi yang kita lakukan bisa berjalan dengan lancar. Upaya kita untuk berkomunikasi diharapkan bisa

dipahami, serta menjadi komunikator harus mengungkapkan selengkap mungkin pada komunikan (penerima) supaya mereka dapat tahu apa yang kita maksud.

2.3.3 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

a) Penginterpretasian

Interpretasi merupakan motivasi komunikatif yang terjadi dalam diri komunikator. Artinya proses komunikasi dimulai dari saat komunikasi sampai otak komunikator berhasil menginterpretasikan pikiran dan perasaannya menjadi informasi yang masih bersifat abstrak.

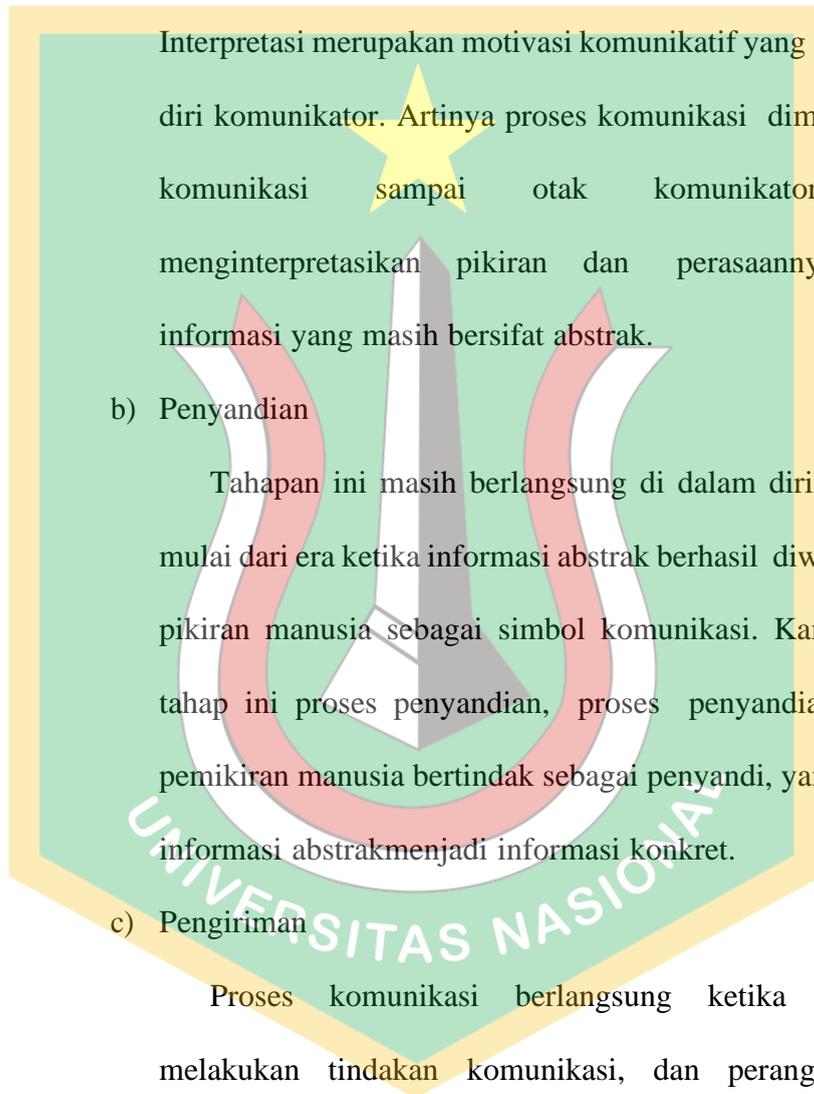
b) Penyandian

Tahapan ini masih berlangsung di dalam diri komunikator, mulai dari era ketika informasi abstrak berhasil diwujudkan oleh pikiran manusia sebagai simbol komunikasi. Kami menyebut tahap ini proses penyandian, proses penyandian. Akal dan pemikiran manusia bertindak sebagai penyandi, yang mengubah informasi abstrak menjadi informasi konkret.

c) Pengiriman

Proses komunikasi berlangsung ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, dan perangkat fisiknya bertindak sebagai pemancar, mengirimkan simbol komunikasi, makna pengiriman pesan.

d) Perjalanan



Fase ini terjadi antara komunikator dan komunikan saat pesan dikirim (ditransmisikan) hingga pesan diterima oleh komunikan (received).

e) Penerimaan

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya simbol komunikasi

melalui perangkat fisik komunikan.

f) Penyandian Balik

Fase ini terjadi di dalam komunikan, sejak simbol komunikasi diterima oleh perangkat fisik yang bertindak sebagai penerima, hingga otak manusia berhasil menguraikannya.

g) Penginterpretasian

Fase ini berlangsung dalam diri komunikan, dimulai dengan simbol-simbol komunikasi berhasil dipecah menjadi bentuk pesan.¹⁹

2.3.4 Tahap Strategi Komunikasi Yang Efektif

Menurut Cutlip dan Center komunikasi yang efektif harus dilaksanakan dengan melalui 4 tahap, yaitu:

a. *Data Finding* (Pengumpulan Data)

Mencari data serta mengumpulkan fakta dan data sebelum seseorang melakukan kegiatan komunikasi untuk berbicara di

¹⁹ Dani Vardiansyah. "Pengantar Ilmu Komunikasi". Bogor Selatan: Ghalia Indonesia. 2004. Hal.84.

depan masyarakat perlu dicari informasi dan data perihal keinginan masyarakat tersebut, komposisinya dll.

b. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan, membuat perencanaan berdasarkan fakta dan angka tentang apa yang akan disajikan dan bagaimana penyajiannya.

c. *Communicating* (Komunikasi)

Setelah *planning* disusun maka tahap selanjutnya adalah berkomunikasi.

d. *Evaluation* (Evaluasi)

Mengevaluasi dan menganalisis kembali hasil dari setiap komunikasi. Hal ini perlu dijadikan sebagai bahan perencanaan selanjutnya.

2.4 Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka adalah pertemuan antara satu orang dengan orang lain, termasuk pesan dan umpan balik. Tempat kerja saat ini semakin berteknologi tinggi. Mesin dan komputer memungkinkan kita melakukan pekerjaan kita lebih cepat dan lebih akurat. Tidak diragukan lagi bahwa teknologi telah meningkatkan produktivitas kita saat ini. Namun, semakin banyak orang mengandalkan perangkat berteknologi tinggi daripada perangkat komunikasi kita. Kami sekarang lebih suka berkiriman pesan melalui WhatsApp dan email daripada tatap muka.

Komunikasi interpersonal lebih efektif jika dilakukan dengan cara percakapan, dimana dua orang saling berkomunikasi dan saling memberi informasi. Berkomunikasi dengan berdialog berarti ada interaksi aktif karena setiap orang berfungsi sebagai pendengar dan juga pembicara. Meskipun demikian, suasana komunikasi dialogis, tidak selalu sinkron dengan apa yang diharapkan dan akan selalu terjadi kesetaraan dan saling memberi lalu menerima secara adil.

2.4.1 Fungsi Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi interpersonal dirasa sangat penting karena melibatkan individu sebagai pribadi, dengan komunikannya²⁰. Adapun fungsi dari komunikasi interpersonal menurut Cangara ini diantaranya:

- 1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
- 2) Komunikasi antar pribadi memungkinkan kita untuk mengetahui lingkungan kita secara baik.
- 3) Menciptakan dan memelihara hubungan baik antar personal.
- 4) Mengubah sikap dan perilaku.
- 5) Bermain dan mencari hiburan dengan berbagai kesenangan pribadi.
- 6) Membantu orang lain dalam menyelesaikan masalah.

²⁰ Hafied Cangara. "Pengantar Ilmu Komunikasi". Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. 2017. Hal.152

2.4.2 Tujuan Komunikasi Tatap Muka

Tujuan komunikasi tatap muka adalah untuk mengembangkan keterampilan yang meningkatkan komunikasi tatap muka. Dalam komunikasi, komunikasi tatap muka sangat penting. Keuntungan dari komunikasi tatap muka adalah meningkatkan pemahaman makna yang tersimpan. Gangguan komunikasi sering terjadi pada perasaan dan penilaian, tulisan, atau gambar. Komunikasi tatap muka memberi kita kesempatan untuk membaca gerak tubuh, ekspresi wajah, gerak tubuh, nada suara, dan masih banyak lagi.

Tujuan komunikasi interpersonal atau komunikasi tatap muka diantaranya: ²¹

- a. Menciptakan dan memelihara korelasi yang serasi. Menjadi makhluk sosial, salah satu kebutuhan terbesar setiap manusia adalah membentuk dan menjaga hubungan baik dengan orang lain.
- b. Mempengaruhi Sikap dan Tingkah Laku

Komunikasi interpersonal adalah proses dimana seseorang menyampaikan informasi kepada orang lain untuk memahami atau mengubah perilaku, pendapat, atau sikap, secara langsung atau tidak langsung.

- c. Mencari Kesenangan atau Sekedar Menghabiskan Waktu.

²¹ Ibid. Hal 154.

- d. Hilangkan kerugian yang disebabkan oleh miskomunikasi. Komunikasi interpersonal menghapuskan kerugian akibat miskomunikasi dan kesalahpahaman yang timbul antara sumber dan penerima pesan.
- e. Memberikan Bantuan.

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya.

2.4.3 Proses Komunikasi Tatap Muka

Proses komunikasi adalah gambaran langkah-langkah di mana peristiwa komunikasi terjadi. Memang, pada kenyataannya kita tidak pernah membicarakan proses komunikasi secara detail. Hal ini dikarenakan komunikasi sudah terjadi secara rutin dalam kehidupan sehari-hari, sehingga kita tidak perlu lagi menjadwalkan langkah-langkah tertentu saat berkomunikasi.²²

Sederhananya ialah proses komunikasi secara tatap muka terjadi apabila komunikasi menyampaikan informasi berupa lambang verbal ataupun nonverbal kepada komunikasi dengan menggunakan media lisan maupun tulisan. Dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi secara tatap muka terdapat komponen secara integratif yang saling berperan dengan komponen itu sendiri.

²² Suryanto. "Pengantar Ilmu Komunikasi". Edisi Cetakan 2. Pustaka Setia:Jakarta. 2017. Hal.120.

Proses komunikasi adalah proses perpecahan dari lambang komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan.

Proses komunikasi membutuhkan banyak faktor yang ada di dalamnya antara lain pelaku atau peserta, pesan, dan saluran media.

Proses komunikasi melibatkan banyak faktor dan unsur yang ada di dalamnya, yaitu pelaku atau yang menyampaikan pesan (mencakup bentuk, isi, serta cara penyajiannya), saluran, media atau alat yang dipergunakan untuk memberikan pesan, waktu, tempat, hasil, dan dampak yang akan terjadi, kendala yang muncul, dan situasi atau kondisi saat berlangsungnya proses komunikasi.²³

2.4.4 Karakteristik Komunikasi Tatap Muka

Menurut Agus M. Hardjana ada tujuh karakteristik yang merupakan komunikasi interpersonal²⁴. Tujuh karakteristik komunikasi interpersonal tersebut yaitu:

- a. Melibatkan perilaku ekspresif dan nonverbal. Komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk verbal dan nonverbal, misalnya komunikasi terdiri dari dua unsur utama: isi pesan yang disampaikan dan bagaimana isi itu dikatakan atau dilakukan.
- b. Melibatkan perilaku langsung, kebiasaan dan mengerti.

Artinya, perbuatan ini terjadi tanpa perencanaan.

²³ Ibid. Hal. 121.

²⁴ Agus M. Hardjana. "Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal". Yogyakarta: Penerbit Kesinnus. 2003. Hal.85.

c. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berproses pengembangan. komunikasi interpersonal yang berbeda-beda tergantung dari tingkat hubungan pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, pesan yang dikomunikasikan dan cara pesan dikomunikasikan.

d. Umpan balik, hubungan interaksi, dan koherensi (pernyataan yang pertama harus berkaitan dengan perkataan yang sebelumnya). Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi tatap muka yang kemungkinan besar sekali terhadap feedbacknya, yang kemudian langsung ditanggapi oleh penerima pesan.

e. Komunikasi interpersonal yang berjalan menurut peraturan tertentu. Peraturan itu ada yang bersifat intrinsik yaitu peraturan yang dikembangkan oleh masyarakat untuk mengatur cara orang harus berkomunikasi dengan orang lain, yang mana peraturan ini dibuat oleh masyarakat. Peraturan ekstrinsik yaitu peraturan yang ditetapkan oleh situasi atau masyarakat. Peraturan ini bersituasi misalnya perbedaan nada bicara.

f. Komunikasi yang kegiatannya aktif bukan hanya dari pengirim kepada penerima atau sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim serta penerima pesan.

- g. Komunikasi Interpersonal yang saling mengubah. Melalui hubungan dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi yang bisa saling memberi ide, semangat serta dorongan untuk mengganti pemikiran, perasaan serta sikap yang sesuai dengan topik yang dibahas.

2.5 Tuberkulosis (TBC)

Tuberkulosis atau yang biasa disebut dengan TBC merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh kuman *Mycobacterium Tuberculosis*. Kuman tersebut masuk melalui udara, kemudian masuk ke dalam pernapasan lalu ke paru-paru dan menjalar ke bagian tubuh lainnya.

TBC ditularkan melalui udara dan umumnya penderita TBC tidak menunjukkan gejala apapun karena bakteri dapat tumbuh di dalam tubuh dalam bentuk tidak aktif, menjadi aktif ketika sistem kekebalan tubuh menurun. Penderita tuberkulosis, khususnya tuberkulosis paru, dapat memuntahkan dahak yang mengandung *Mycobacterium tuberculosis* saat berbicara, batuk, dan bersin. Orang-orang di sekitar penderita TBC dapat terpapar dengan menghirup percikan dahak (droplet). Infeksi bisa terjadi jika seorang yang rentan menghirup percikan relik yang mengandung kuman TBC melalui mulut atau hidung, saluran pernafasan atas, bronchus sampai mencapai alveoli.

Pengobatan penyakit Tuberkulosis pada umumnya membutuhkan waktu lebih dari 3 bulan dengan aturan minum obat yang ketat, guna

mencegah resiko terjadinya resistensi antibiotic. Jika tidak segera ditangani, penyakit TBC bisa mengakibatkan fatal. Meski begitu, TBC merupakan penyakit yang bisa disembuhkan dan bisa di cegah.

TBC memiliki 2 karakteristik jenis pasien yaitu TBC Baru dan TBC Kambuh. TBC Baru ialah pasien yang belum pernah menerima pengobatan TBC sebelumnya atau pasien telah menerima obat anti TBC (OAT) tidak sampai satu bulan dengan hasil dahak negatif. TBC Kambuh merupakan pasien yang sebelumnya telah mendapatkan pengobatan TBC dan sudah dinyatakan sembuh akan tetapi kembali lagi berobat dengan hasil pemeriksaan dahak positif.

Tuberkulosis (TBC) bisa sembuh jika melakukan pengobatan dengan rutin dalam kurun waktu 6 sampai 8 bulan. Pengobatan TBC memerlukan waktu yang tidak singkat. Maka dari itu, pasien pengidap TBC kemungkinan akan mengalami stress yang berat. Selain pengobatan secara medis, diperlukan pula dukungan sosial dari keluarga maupun orang disekitarnya.

2.6 Tinjauan Umum Puskesmas

2.6.1 Definisi Puskesmas

Puskesmas merupakan organisasi fungsional yang menyelenggarakan upaya kesehatan yang bersifat menyeluruh, terpadu, merata, dapat diterima, dan terjangkau untuk masyarakat, dengan peran serta aktif masyarakat dan menggunakan hasil

pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tepat, dan biaya yang dapat dipikul oleh pemerintah dan masyarakat. Upaya kesehatan tersebut diselenggarakan dengan menitikberatkan kepada pelayanan untuk masyarakat luas guna mencapai derajat kesehatan yang optimal, tanpa mengabaikan kualitas kepada perorangan.²⁵

Pelayanan kesehatan yang diberikan puskesmas merupakan pelayanan yang menyeluruh yang meliputi pelayanan kuratif (pengobatan), preventif (pencegahan), promotif (peningkatan kesehatan) dan rehabilitatif (pemulihan kesehatan). Pelayanan tersebut ditujukan kepada semua penduduk dengan tidak membedakan jenis kelamin dan golongan umur, sejak dari pembuahan dalam kandungan sampai tutup usia.

Tenaga kesehatan mempunyai peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan Kesehatan kepada masyarakat agar masyarakat mampu meningkatkan kesadaran, kemampuan, serta keinginan hidup sehat.

2.6.2 Tujuan Puskesmas

Keberadaan puskesmas sangat bermanfaat bagi keluarga yang tidak mampu. Melalui adanya puskesmas, setidaknya dapat membantu kebutuhan pelayanan kesehatan yang memadai yakni pelayanan kesehatan yang mudah dijangkau. Puskesmas bisa

²⁵ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2014. Tentang Puskesmas.

memberikan pelayanan rawat inap selain pelayanan rawat jalan. Untuk dapat memberikan pelayanan yang baik tentunya selalu diusahakan adanya peningkatan kualitas pelayanan, guna mencapai derajat kesehatan yang optimal bagi seluruh masyarakat.

2.6.3 Tugas Puskesmas

Puskesmas ialah unit pelaksanaan teknis dinas (UPTD) kesehatan Kabupaten/Kota yang bertanggung jawab menyelenggarakan pembangunan kesehatan disuatu wilayah. Puskesmas menjadi pusat pelayanan kesehatan strata pertama menyelenggarakan kegiatan pelayanan kesehatan tingkat pertama secara menyeluruh, terpadu, serta berkesinambungan yang meliputi pelayanan kesehatan perorang (*private goods*), dan pelayanan kesehatan warga (*public goods*).²⁶

2.6.4 Fungsi Puskesmas

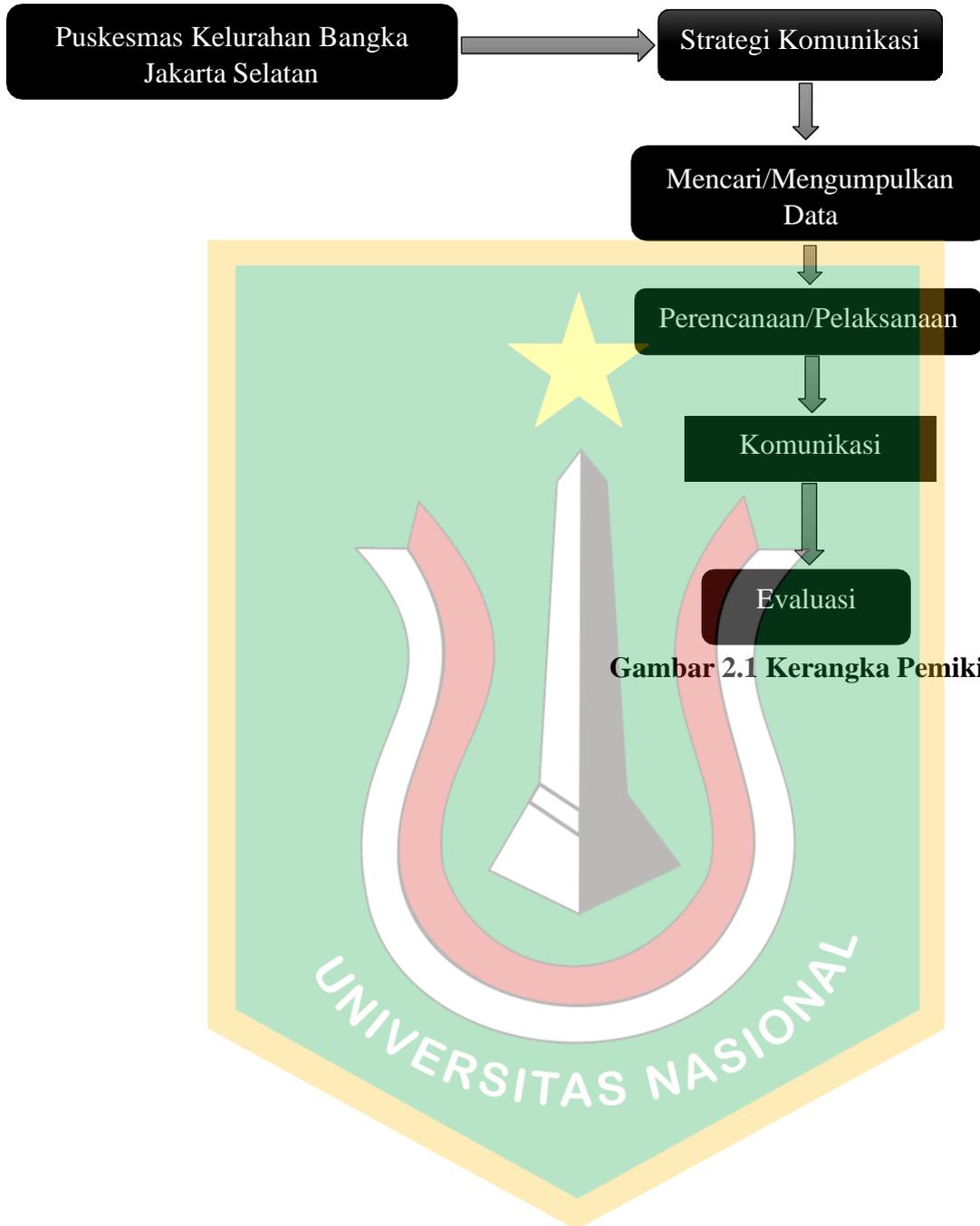
Puskesmas memiliki tiga fungsi yaitu sebagai pusat penggerak pembangunan yang berwawasan kesehatan, pusat pemberdayaan masyarakat dan keluarga dalam pembangunan kesehatan serta pusat pelayanan kesehatan masyarakat tingkat pertama. Fungsi dan peran Puskesmas bukan bukan saja persoalan teknis medis tetapi juga berbagai keterampilan sumberdaya manusia yang mampu mengorganisir model sosial yang ada di

²⁶ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2014. Tentang Puskesmas.

masyarakat, juga sebagai lembaga kesehatan yang menjangkau masyarakat di wilayah terkecil dan membutuhkan strategi dalam hal pengorganisasian masyarakat untuk terlibat dalam penyelenggaraan kesehatan secara mandiri.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran adalah penjelasan mengenai pemetaan yang akan dijadikan tolak ukur pada penelitian dengan tujuan untuk memberi gambaran alur berpikir peneliti.. Kerangka berpikir memiliki esensi dalam mengungkapkan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Kerangka pemikiran tersebut juga memberikan hasil peneliti pada sub penelitian dan adanya landasan teori sebagai penompang fundamental penelitian. Berdasarkan alur penelitian yang diangkat oleh peneliti yaitu **“Strategi Komunikasi Puskesmas Kelurahan Bangka Jakarta Selatan Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Penyakit Menular Tuberculosis (TBC)”**



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran