

## BAB II TINJUAN PUSTAKA

### 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini mencari beberapa literatur atau kajian pustaka agar menjadi penelitian ini mendapatkan hasil yang maksimal sehingga, diantaranya yaitu:

**Tabel 2.1** Hasil Penelitian Terdahulu

| <b>NO</b> | <b>Nama Peneliti/Insitusi/Tahun</b>   | <b>Judul Penelitian</b>   | <b>Metode Penelitian</b>  | <b>Hasil Penelitian</b>  |
|-----------|---|---|---|--|
| 1.        | Husna Dewi, Universitas Islam Negeri (UIN) AR- Raniry Darussalam - Banda Aceh, 2018 | UPAYA PETUGAS POSYANDU DALAM MENINGKATKAN KESADARAN IBU MENJAGA TUMBUH KEMBANG BAYI (STUDI DI POSYANDU GAMPONG BLANG KRUENG KECAMATAN BAITUSSALAM KABUPATEN ACEH BESAR) | Penelitian ini merupakan penelitian dengan data yang dikumpulkan adalah data yang bersifat kualitatif. Data kualitatif yang berbentuk data kata-kata bukan berbentuk angka. | Hasil penelitian tersebut didapatkan dengan cara survey dan wawancara para narasumber sampai terkumpul data yang dibutuhkan oleh peneliti lalu dilakukan secara kualitatif agar mudah dalam menguraikan, dan |

| NO | Nama Peneliti/Insitusi/Tahun   | Judul Penelitian  | Metode Penelitian   | Hasil Penelitian   |
|----|--|---|---|--|
|    |  |   |   | menggambarkan dari data-data yang sudah terkumpul  |
| 2. | Febrialdi, Universitas Islam Indonesia, 2018   | STRATEGI KOMUNIKASI PUSKESMAS KEDUNGWARINGIN KABUPATEN BEKASI DALAM MENKAMPANYEKAN PENDIDIKAN KESEHATAN | Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif, agar pertanyaan dan tujuan yang akan diajukan mendapatkan jawaban yang sesuai dengan harapan melalui proses wawancara tersebut, “metode ini memungkinkan periset untuk mendapatkan alasan detail dari jawaban responden yang antara lain mencakup opininya, motivasinya, nilai-nilai ataupun pengalaman - pengalamannya | Hasil Pemaparan yang dilakukan peneliti sudah dilakukan pemilihan data sesuai dengan kebutuhan peneliti, data juga didukung dengan adanya hasil dokumentasi dan wawancara yang dapat memperkuat data yang ada. |
| 3. | Andy Dikson P. Tse, Agung Suprojo, Ignatius Adiwidjaja Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, 2017 | PERAN KADER POSYANDU TERHADAP PEMBANGUNAN KESEHATAN MASYARAKAT  | Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif data utama yang digunakan bersumber dari data primer  | Hasil penelitian tersebut didapatkan dengan cara reduksi data, penyajian data, Penarikan kesimpulan atau verifikasi.   |



| NO | Nama Peneliti/Insitusi/Tahun  | Judul Penelitian   | Metode Penelitian   | Hasil Penelitian  |
|----|---|--|---|---|
| 5. | Mas' Amah, Ferly Tanggu Hana, Universitas Nusa Cendana, Nusa Tenggara Timur, 2018 | LITERASI MEDIA KADER POSYANDU DI DESA OELTUA KECAMATAN TAEBENU KABUPATEN KUPANG PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR | Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yaitu mereduksi data, menyajikan data, mengambil kesimpulan dan verifikasi, menganalisis data dan membuat lembar rangkuman. | media yang paling sering diakses oleh informan adalah televisi dan internet. Televisi yang diakses oleh informan adalah televisi nasional yang diakses menggunakan antenna biasa dan parabola. Sedangkan ketika mengakses internet, para informan lebih sering mengakses media sosial seperti facebook, whatshaap dan Tiktok. |

Sumber: Analisis Penulis (2023)



1. **UPAYA PETUGAS POSYANDU DALAM MENINGKATKAN KESADARAN IBU MENJAGA TUMBUH KEMBANG BAYI (STUDI DI POSYANDU GAMPONG BLANG KRUENG KECAMATAN BAITUSSALAM KABUPATEN ACEH BESAR) oleh Husna Dewi, Universitas Islam Negeri (UIN) AR- Raniry Darussalam - Banda Aceh, 2018.** Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis yang merupakan penelitian dengan mengumpulkan data di lapangan dan menganalisis serta menarik kesimpulan dari hasil tersebut. Metode deskriptif adalah metode yang meneliti suatu kondisi, suatu pemikiran atau suatu peristiwa pada masa sekarang ini, yang bertujuan untuk membuat deskriptif yaitu gambaran atau lukisan secara sistematis, aktual dan akurat, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena. Berdasarkan penjelasan tersebut, diharapkan dengan adanya penelitian ini maka dapat menggambarkan tentang upaya petugas Posyandu dalam meningkatkan kesadaran ibu menjaga tumbuh kembang bayi di Gampong Blang Krueng Kecamatan Baitussalam Kabupaten Aceh Besar, karena pada penelitian ini, peneliti berusaha menemukan data yang berkenaan dengan fakta, fenomena yang terjadi selama pelaksanaan petugas Posyandu, hambatan serta upaya dalam meningkatkan kesadaran ibu menjaga tumbuh kembang bayi.

**2. STRATEGI KOMUNIKASI PUSKESMAS KEDUNGWARINGIN  
KABUPATEN BEKASI DALAM MENGKAMPANYEKAN  
PENDIDIKAN KESEHATAN oleh Febrialdi, Universitas Islam**

**Indonesia, 2018.** Peneliti menggunakan metode kualitatif karena pendekatan ini dapat membuat antara peneliti dan subjek yang akan diteliti menjadi semakin dekat, karena adanya pendekatan yang lebih pribadi atau dapat dikatakan bertatap muka, membuat data yang akan didapatkan menjadi lebih valid karena terjadinya wawancara secara mendalam dengan itu peneliti menjadikan Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi sebagai objek penelitian. Analisis ini dianggap penting karena pola komunikasi Puskesmas Kedungwaringin, melakukan kampanye program anti rokok kepada masyarakat Kabupaten Bekasi yang jarang ditemukan didaerah lain. Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan ide baru untuk mengkampanyekan anti rokok di Indonesia. Dalam hal ini peneliti membahas tentang strategi komunikasi karena, cara Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi mengkampanyekan pendidikan kesehatan dengan membangun suatu komunitas adalah hal yang kreatif dan masih sangat sedikit dilakukan di tempat lain. Strategi komunikasi menjadi suatu hal yang penting, karena dalam mencapai tujuan yang diinginkan perlu adanya perancangan pesan yang menarik perhatian atau dengan cara lain yang dapat mencapai tujuan komunikasi.

3. **PERAN KADER POSYANDU TERHADAP PEMBANGUNAN KESEHATAN MASYARAKAT** oleh Andy Dikson P. Tse, Agung Suprojo, Ignatius Adiwidjaja, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang, 2017. Penelitian yang dilakukan termasuk kategori jenis penelitian deskriptif kualitatif, penelitian berlangsung padat tahun 2014 di Posyandu Desa Mnelalete, Kecamatan Amanuban Barat, Kabupaten Timor Tengah Selatan, NTT, data utama yang digunakan bersumber dari data primer yang diperoleh dari hasil wawancara, teknik sampel yang dipilih adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. tujuan penelitian yaitu peran kader Posyandu di Desa Mnelalete terhadap pembangunan kesehatan meliputi kegiatan pelayanan KIA (Kesehatan Ibu dan Anak), Pelayanan KB (Keluarga Berencana), Pelayanan Imunisasi, pelayanan Gizi, dan pelayanan Penanggulangan Diare dan penyakit menular lainnya, hal ini dapat dilihat dari tingkat aktivitas dan sasaran programnya. Hambatan-hambatan yang dialami para kader dalam melaksanakan kegiatan pembangunan adalah sebagian besar kader, tingkat pendidikannya masih kurang dan belum mendapatkan pelatihan terhadap tugas-tugas sebagai kader Posyandu secara maksimal.
4. **PEMANFAATAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM PENYEBARAN INFORMASI KESEHATAN KEPADA MASYARAKAT** oleh Ditha Prasanti dan Ikhsan Fuady Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran Bandung, 2018. Penelitian ini menggunakan kualitatif studi kasus merupakan metode yang relevan digunakan dalam penelitian ini. Media

komunikasi pun berangsur mengikuti perkembangan teknologi yang modern. Dalam hal ini, penulis ingin mengetahui media komunikasi yang digunakan dalam penyebaran informasi kesehatan kepada masyarakat di desa Cimanggu, kab. Bandung Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media komunikasi yang digunakan dalam penyebaran informasi kesehatan kepada masyarakat terdiri dari media cetak berupa pamflet, banner, spanduk, dan poster; serta media digital berupa aplikasi media sosial, yaitu whatsapp. Pemanfaatan media komunikasi tersebut juga didukung melalui proses penyuluhan yang dilakukan oleh tenaga medis bekerjasama dengan tim kader yang berada di desa Cimanggu, kab. Bandung Barat.

5. **LITERASI MEDIA KADER POSYANDU DI DESA OELTUA KECAMATAN TAEBENU KABUPATEN KUPANG PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR oleh Mas'Amah, Ferly Tanggu Hana, Universitas Nusa Cendana, Nusa Tenggara Timur, 2018.** Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Literasi Media, Fungsi Media Massa dan Fungsi Keluarga. Jenis penelitian ini adalah kualitatif, sedangkan metode yang digunakan studi kasus. Teknik pengumpulan data adalah wawancara, pengamatan dan dokumnetasi. Sedangkan teknik analisis data yaitu mereduksi data, menyajikan data, mengambil kesimpulan dan verifikasi,



menganalisis data dan membuat lembar rangkuman. Penelitian ini menemukan bahwa media yang paling sering diakses adalah media televisi dan internet. Media televisi sering diakses karena semua informasi dan hiburan yang dibutuhkan sudah ada di media ini. Sedangkan internet digunakan untuk mengakses media sosial seperti facebook, Whatsaap dan Tiktok. Berkaitan dengan kemampuan literasi media, diketahui bahwa informan baru sebatas mampu mengakses media dan mengevaluasi konten media, sedangkan menganalisis dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuknya belum dimiliki. Diketahui bahwa media yang paling sering diakses oleh informan adalah televisi dan internet. Televisi yang diakses oleh informan adalah televisi nasional yang diakses menggunakan antenna biasa dan parabola. Sedangkan ketika mengakses internet, para informan lebih sering mengakses media sosial seperti facebook, whatshaap dan Tiktok. Para informan mengakses internet melalui smartphone, dan membeli paket perbulan. Berdasarkan hasil wawancara dilapangan juga diketahui bahwa di rumah informan tidak ada yang memasang *wifi* untuk memenuhi kebutuhan internet bagi anggota keluarga mereka. Berkaitan dengan kecerdasan menggunakan media yang sering diakses, diketahui bahwa semua informan mampu mengakses media televisi. Sedangkan kemampuan mengakses internet hanya sebatas menggunakan media sosial saja.

## 1.2 Kerangka Teori

### 1.2.1 Harold Laswell

Menurut Harold Laswell yang dikutip oleh Deddy Mulyana, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan - pertanyaan berikut: *who, says what, in which channel, to whom, with what effect* atau siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana.

Berdasarkan definisi tersebut dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

1. Sumber, adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
2. Pesan, adalah seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber kepada penerima.
3. Saluran atau media, adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
4. Penerima, adalah orang yang menerima pesan dari sumber.
5. Efek, adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan, terhibur, perubahan sikap, perubahan keyakinan, perubahan perilaku, dan sebagainya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya hal.69

### 1.2.2 Pierre Levy

Pierre Levy melihat new media berbeda dengan media pendahulunya. Levy memandang produk new media yaitu world wide web sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka fleksibel dan dinamis. Hal ini memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru serta melibatkan ke dalam dunia demokratis dan pemberian kuasa yang lebih interaktif. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang dapat memperluas dunia sosial, menciptakan pengetahuan baru, dan menyediakan tempat berbagi secara luas.<sup>2</sup>

Kekuatan new media adalah teknologi komunikasi yang menggunakan komputer untuk mempermudah dan mempercepat mendapatkan informasi dari internet. Fitur-fiturnya mudah diakses, artinya Anda dapat menggunakannya di mana saja dengan menggunakan ponsel cerdas, perangkat Android, atau tablet.<sup>3</sup>

New Media sangat berkaitan erat dengan basis teknologi. Oleh karena itu, new media sering dikait-kaitkan dengan pengembangan teknologi yang sekarang sedang berkembang pesat. Ada tiga media komunikasi Tipe pertama adalah komunikasi interpersonal satu-ke-satu. Media ini memungkinkan komunikasi atau berbagi informasi dengan orang lain, keduanya disebut sebagai media massa.<sup>4</sup>

Metode komunikasi ini dikenal dengan media baru, dan digunakan untuk menyebarkan informasi dari satu orang ke banyak orang (*one to many*). Dua media sebelumnya telah dipercepat dan ditingkatkan dengan media ini. Selain itu, banyak orang ke banyak orang (*many to many*) dapat berbagi ide dan informasi melalui

---

<sup>2</sup> Littlejohn, S., & Foss, K. 2016. Teori Komunikasi, Edisi 9, Jakarta: Salemba Humanika

<sup>3</sup> Hastasari, C. 2011. Pembunuhan Media Konvensional oleh Media Baru. Surakarta: Lindu Pustaka.

<sup>4</sup> Setiawan, R. 2013. Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia. Dalam eJournal Ilmu Komunikasi

media ini. Menurut terminologi yang digunakan di atas, media baru memiliki kualitas media digital, interaktif, yang memungkinkan aksesibilitas konten kapan saja dan dari lokasi mana saja. Siapapun dapat terlibat dalam partisipasi kreatif dalam media ini.



## 1.3 Landasan Konsep

### 1.3.1 Urgensi Media Dalam Komunikasi

#### a) New Media

Teori New Media merupakan teori yang dicetuskan oleh Mark Poster pada tahun 1990 dalam buku *New Media Teori dan Aplikasi* yang mengemukakan media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Teori media baru sebenarnya adalah sebuah konsep untuk memahami teknologi dan sains, dimana teori ini berkembang dari waktu ke waktu. Teori ini membuat semua pekerjaan manusia yang dulu dilakukan dengan tangan kini dilakukan secara otomatis, dan segala sesuatu yang sebelumnya rumit kini menjadi ringkas.

Digitalisasi itu sendiri mudah beradaptasi. Ini menjadikannya komponen fundamental dari keberadaan manusia. Karena hipotesis digitalisasi itu sendiri selalu terhubung dengan media baru, dan media yang sebenarnya adalah sesuatu yang terus-menerus diciptakan. Media baru itu sendiri adalah media lain yang muncul dari kolaborasi antar manusia dan inovasi. Menurut Roger Fidler, media baru atau news media adalah perubahan dari media lama, berubah dan beradaptasi melalui serangkaian proses yang disebut media morphosis. Media baru atau new media sering disinggung sebagai perubahan media konvensional menjadi media online atau media daring (online media) yang tidak sulit dilacak dan serba bisa ramai. yang tidak dapat dicapai dengan media tradisional. Data

publik menggunakan teknologi internet untuk mengakses informasi dari mana saja, kapan saja secara gratis.<sup>5</sup>

## **b) Pemanfaatan Media Sosial**

Media sosial adalah platform media yang berfokus pada keberadaan pengguna dan memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi mereka. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media online (perantara) yang mempererat hubungan user-to-user dan ikatan sosial. Media sosial berbasis web 2.0 adalah elemen online yang dapat membuat organisasi dan mengizinkan individu untuk bekerja sama di dalam area lokal. Pada dasarnya, organisasi antarpribadi memungkinkan kita untuk mengambil bagian dalam berbagai aktivitas terkait dalam berbagai jenis berbagi, bekerja sama, dan mengenal satu sama lain dalam struktur media yang tersusun dan umum. Manfaat media sosial bagi instansi pemerintah antara lain meningkatkan efisiensi administrasi, memulihkan kepercayaan masyarakat yang hilang, mengelola perubahan zaman dan sebagai sarana komunikasi saat keadaan darurat dan bencana alam.

Media sosial yang ada saat ini bisa dikategorikan dalam beberapa platform dilihat dari jenis konten dan kegunaannya:

---

<sup>5</sup><https://www.profsihab.com/2019/10/mediamorfosis-pe-rs-di-era-digital-1.html> diakses hari selasa 25/07/2023

- **Social Networking Media**

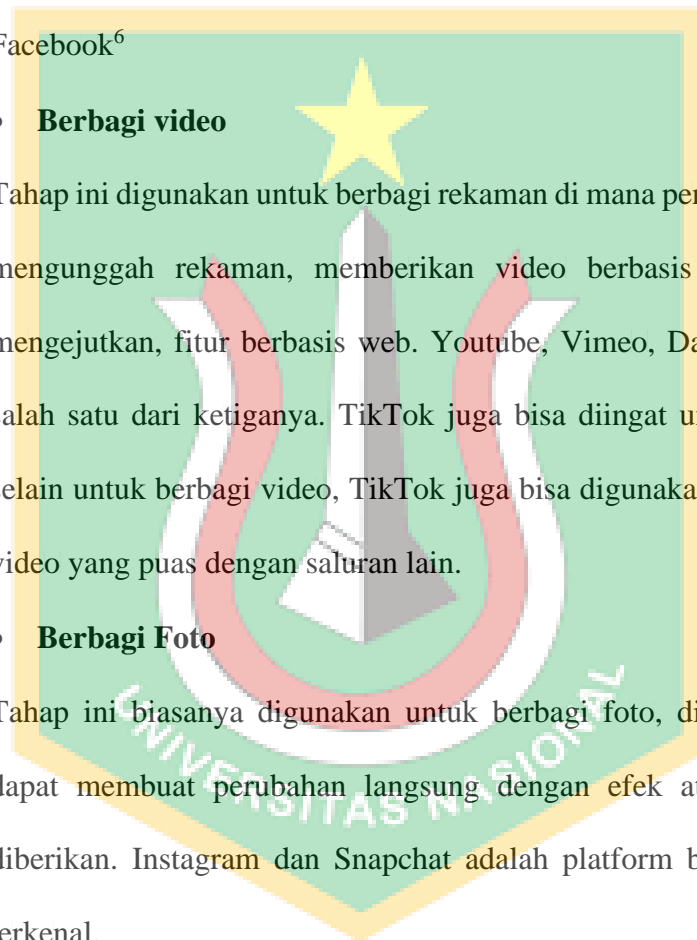
Sosial semacam ini biasanya digunakan untuk korespondensi santai dan pribadi, biasanya sepenuhnya ditujukan untuk membangun organisasi individu atau organisasi kelas pascasarjana atau organisasi perkumpulan tertentu. Tahap komunikasi informal jarak jauh yang terkenal adalah Facebook<sup>6</sup>

- **Berbagi video**

Tahap ini digunakan untuk berbagi rekaman di mana pengguna juga dapat mengunggah rekaman, memberikan video berbasis web dan, yang mengejutkan, fitur berbasis web. Youtube, Vimeo, Dailymotion adalah salah satu dari ketiganya. TikTok juga bisa diingat untuk kategori ini, selain untuk berbagi video, TikTok juga bisa digunakan untuk membuat video yang puas dengan saluran lain.

- **Berbagi Foto**

Tahap ini biasanya digunakan untuk berbagi foto, di mana pengguna dapat membuat perubahan langsung dengan efek atau saluran yang diberikan. Instagram dan Snapchat adalah platform berbagi foto yang terkenal.



---

<sup>6</sup> Nasrullah Rulli, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositeknologi (Simbiosis Rekatama Media, 2015).

- **Berbagi Jaringan Profesional**

Tahap media semacam ini biasanya digunakan untuk berbagi organisasi mahir, posisi aman, pekerjaan sementara, kemampuan, dan masalah lain yang terkait. Platform paling terkenal dari jenis ini adalah LinkedIn.

Adapun fungsi media sosial menurut para ahli yakni Jan H.Kietzman, Kritopher Hermkens dan Ian P.McCarthy mendefinisikan fungsi media sosial yakni *Conversations, Identity, Sharing, Presence, Relationships, Reputation dan Groups*:

- **Conversations**: Menggambarkan kecenderungan pengguna saat berbicara dengan pengguna yang berbeda melalui hiburan berbasis web.<sup>7</sup>
- **Identity**: Identitas ini direferensikan untuk memenuhi kepribadian kita di profil pengguna. Yang terdiri dari nama, foto, orientasi dan sebagainya.
- **Sharing**: Ini adalah tindakan bertukar pikiran antara pengguna sebagai teks, gambar, atau rekaman.
- **Presence**: Gambaran pengguna apakah pengguna dapat memanfaatkan satu sama lain.
- **Relationship**: Menggambarkan apakah pengguna dapat berinteraksi atau bekerja sama dengan pengguna yang lain.

---

<sup>7</sup> <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/29271/BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y>



- **Group:** Pengguna dapat membuat atau membuat jaringan atau pertemuan kecil dengan fondasi dan minat yang serupa.

Salah satu aplikasi media sosial yang paling diminati dan relevan dengan fungsi-fungsi diatas adalah:

**c) WhatsApp**

WhatsApp adalah salah satu aplikasi pesan instan yang paling populer di dunia. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, gambar, dan video secara gratis ke pengguna lain yang memiliki aplikasi WhatsApp. Pengguna juga dapat membuat grup chat, panggilan suara dan video, serta berbagi file dengan pengguna lain. Dalam artikel ini, kita akan membahas lebih lanjut tentang aplikasi WhatsApp dan apa yang membuatnya begitu populer. Sebagai sebuah aplikasi populer, banyak para ahli yang telah memberikan pengertian tentang WhatsApp. Berikut adalah beberapa pengertian WhatsApp menurut para ahli:<sup>8</sup>

- Menurut **Kencana Dewi**, WhatsApp adalah sebuah aplikasi pesan instan yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dengan orang lain melalui pesan teks, suara, dan gambar. Aplikasi ini telah menjadi salah satu aplikasi pesan instan terpopuler di seluruh dunia.
- Menurut **John Wihardjo**, WhatsApp adalah sebuah aplikasi komunikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi

---

<sup>8</sup> <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html>

dengan teman-teman atau keluarga dengan mudah dan cepat. Aplikasi ini juga menyediakan fitur-fitur tambahan, seperti panggilan suara dan video, grup chat, dan berbagi file.

- **Menurut Tulus Suryanto**, WhatsApp adalah sebuah aplikasi pesan instan yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan menerima pesan teks, suara, dan gambar secara gratis. Aplikasi ini juga menyediakan fitur-fitur tambahan yang memudahkan pengguna dalam berkomunikasi, seperti fitur lokasi dan panggilan suara dan video.<sup>9</sup>

WhatsApp didirikan pada tahun 2009 oleh dua mantan karyawan Yahoo!, Jan Koum dan Brian Acton. Awalnya, aplikasi ini hanya tersedia untuk iPhone dan kemudian diikuti oleh pengembangan aplikasi untuk platform Android, Blackberry, dan Windows Phone. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan sebagai alternatif untuk pesan teks dengan biaya yang sangat tinggi di luar negeri. Namun, dengan popularitasnya yang semakin meningkat, WhatsApp segera menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan di seluruh dunia.

Fungsi utama dari WhatsApp adalah sebagai aplikasi pesan instan yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, suara, dan gambar secara gratis. Selain itu, aplikasi ini juga memungkinkan pengguna untuk membuat grup chat dengan hingga 256 anggota, membagikan lokasi, membuat panggilan suara dan video, serta mengirim file berbagai jenis, seperti dokumen, video, dan

---

<sup>9</sup> <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html> diakses hari rabu 25/07/2023

file audio. Dalam beberapa tahun terakhir, WhatsApp telah menambahkan beberapa fitur baru yang berguna, seperti pesan yang bisa dihapus, mode gelap, dan tampilan yang dapat disesuaikan. Selain itu, WhatsApp juga menawarkan fitur keamanan end-to-end encryption, yang memastikan bahwa pesan yang dikirim oleh pengguna hanya dapat dibaca oleh pengguna lain yang dituju.<sup>10</sup>

Fitur-Fitur WhatsApp yaitu:

- **Pesan Teks:** Fitur utama dari WhatsApp adalah kemampuannya untuk mengirim pesan teks. Pengguna dapat mengirim pesan ke pengguna lain yang memiliki aplikasi WhatsApp tanpa biaya apapun. Selain itu, pesan teks di WhatsApp juga dilengkapi dengan fitur seperti teks cetak tebal, miring, dan garis bawah, serta kemampuan untuk mengirim emotikon dan stiker.
- **Panggilan Suara dan Video:** Selain pesan teks, WhatsApp juga memungkinkan pengguna untuk melakukan panggilan suara dan video secara gratis dengan pengguna lain yang memiliki aplikasi WhatsApp. Fitur ini sangat membantu untuk mengurangi biaya komunikasi jarak jauh, terutama bagi pengguna yang berada di luar negeri.
- **File Sharing:** WhatsApp juga memungkinkan pengguna untuk berbagi file dengan pengguna lain. Pengguna dapat mengirim gambar, video, dokumen, dan berbagai jenis file lainnya melalui aplikasi ini. Fitur ini sangat berguna bagi pengguna yang ingin mengirim file tanpa menggunakan email atau layanan file sharing lainnya.

---

<sup>10</sup> <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html>

- **Grup Chat:** WhatsApp juga memungkinkan pengguna untuk membuat grup chat dengan beberapa orang sekaligus. Pengguna dapat membuat grup untuk keluarga, teman, atau bahkan untuk pekerjaan. Fitur ini memudahkan pengguna untuk berkomunikasi dengan kelompok orang yang sama tanpa harus mengirim pesan satu per satu.<sup>11</sup>

- **Keamanan:** WhatsApp telah menambahkan fitur keamanan yang kuat dalam aplikasinya, termasuk end-to-end encryption. Fitur ini memastikan bahwa pesan yang dikirimkan antara pengguna tidak dapat diakses oleh pihak ketiga, termasuk WhatsApp sendiri. Hal ini memberikan keamanan yang lebih baik bagi pengguna ketika berkomunikasi melalui aplikasi ini.

- **WhatsApp Web:** WhatsApp juga tersedia sebagai aplikasi web yang memungkinkan pengguna untuk mengakses pesan mereka melalui browser web mereka. Ini memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan dari komputer mereka tanpa perlu membuka aplikasi pada ponsel mereka. Fitur ini sangat berguna bagi pengguna yang ingin menggunakan WhatsApp pada layar yang lebih besar atau saat sedang bekerja di depan komputer.

Whatsapp adalah salah satu aplikasi chatting yang paling populer di seluruh dunia. Beberapa kelebihan Whatsapp antara lain:

- **Mudah digunakan:** Whatsapp sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang yang tidak terlalu ahli dalam teknologi.

---

<sup>11</sup> <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html> diakses pada hari senin 23/07/2023

- Gratis: Anda dapat mengirim pesan, panggilan suara, dan panggilan video secara gratis, asalkan Anda terhubung dengan internet.
- Aman: Whatsapp menggunakan enkripsi end-to-end untuk melindungi privasi pengguna.
- Multi-platform: Whatsapp dapat digunakan di berbagai platform, termasuk Android, iOS, dan desktop.<sup>12</sup>
- Fitur kaya: Whatsapp memiliki banyak fitur, seperti panggilan suara dan video, pesan suara, pengiriman file, lokasi sharing, status, dan banyak lagi.
- Grup chat: Anda dapat membuat grup chat dengan hingga 256 anggota, membuatnya mudah untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga.
- Berbagi media: Anda dapat dengan mudah berbagi foto, video, dokumen, dan lokasi dengan orang lain.
- Tidak ada iklan: Whatsapp tidak menampilkan iklan, sehingga pengalaman pengguna lebih lancar dan tidak terganggu.
- Dapat diandalkan: Whatsapp jarang mengalami gangguan atau masalah teknis, sehingga Anda dapat mengandalkannya untuk komunikasi sehari-hari.
- Populer: Karena popularitasnya, hampir semua orang memiliki Whatsapp, sehingga memudahkan Anda untuk terhubung dengan banyak orang.

---

<sup>12</sup> <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html> diakses pada hari senin 23/07/2023

Secara keseluruhan, Whatsapp adalah aplikasi chatting yang sangat populer dan memiliki banyak kelebihan, termasuk kemudahan penggunaan, keamanan, gratis, multi-platform, fitur kaya, grup chat, berbagi media, tidak ada iklan, dapat diandalkan, dan popularitasnya yang tinggi. Dengan begitu banyaknya keuntungan, tidak mengherankan bahwa Whatsapp telah menjadi aplikasi chatting yang menjadi pilihan utama bagi banyak orang di seluruh dunia. Namun, sebagai aplikasi teknologi, Whatsapp juga memiliki beberapa kekurangan, seperti batasan dalam jumlah anggota grup, batasan dalam pengiriman file, dan ketergantungan pada koneksi internet. Namun, secara keseluruhan, Whatsapp tetap menjadi salah satu aplikasi chatting yang paling terpercaya dan populer di dunia.<sup>13</sup>

### 1.3.2 Sejarah Posyandu

Jika dipandang kebelakang berasal sejarah Posyandu dimana pada tahun 1975 Departemen Kesehatan Republik Indonesia menetapkan kebijakan Pembangunan Kesehatan masyarakat Desa (PKMD) yang adalah bagian asal kesejahteraan umum seperti yang tercantum dalam pembukaan UUD 1945. Di termin awal, aktivitas PKMD ialah buat perbaikan gizi yang dilaksanakan melalui karang balita, penanggulangan diare melalui pos penanggulangan diare, buat pengobatan rakyat di pedesaan melalui pos kesehatan, dan untuk imunisasi serta keluarga berencana melalui pos imunisasi dan pos KB desa.

---

<sup>13</sup> <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html> diakses pada hari senin 23/07/2023

Di tahun 1984 dikeluarkan instruksi bersama antara Menteri Kesehatan, kepala BKKBN dan Menteri pada Negeri, yg mengintegrasikan aneka macam kegiatan yg terdapat di <sup>14</sup>masyarakat pada satu wadah yg diklaim dengan nama Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu). aktivitas yang dilakukan di arahkan untuk lebih mempercepat penurunan nomor kematian ibu dan bayi yang sesuai dengan konsep GOBI-3F (*Growth Monitoring, Oral Rehidration, Breast Feeding, Immunization, Female Education, Family planning, and Food Suplement*), untuk Indonesia diterjemahkan dalam 5 aktivitas Posyandu, yaitu KIA, KB, Imunisasi, Gizi, serta Penanggulangan Diare. Pencanangan Posyandu buat pertama kali sang ketua Negara Republik Indonesia di tahun 1986 di Yogyakarta bertepatan menggunakan peringatan Hari Kesehatan Nasional. Di tahun 1990 keluar Instruksi Menteri dalam Negeri (Inmendagri) nomor 9 tahun 1990 tentang peningkatan pelatihan mutu Posyandu. Pelayanan yang diberikan di posyandu bersifat terpadu, hal ini bertujuan buat menyampaikan kemudahan dan laba bagi warga karena pada Posyandu tersebut masyarakat bisa memperoleh pelayanan lengkap di ketika dan daerah yang sama.<sup>15</sup>

Pengelolaan Posyandu dilakukan oleh satu kelompok kerja operasional (Pokjanal) Posyandu yang ialah tanggung jawab bersama antara masyarakat dengan Pemerintah Daerah (Pemda). Pengertian Pos Pelayanan Terpadu (POSYANDU) ialah salah satu bentuk Upaya Kesehatan bersumber Daya masyarakat (UPKM) yg

---

<sup>14</sup> Atik Purwandari, *Ilmu Kesehatan Masyarakat Dalam Konteks Kebidanan*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2009), hlm. 48.

<sup>15</sup> <https://pokjanalposyandukotadepok.wordpress.com/perihal/sejarah-posyandu/>, diakses pada tanggal 06/04/2023, 16:12 WIB.

dikelola dan diselenggarakan “berasal, oleh, buat, serta bersama” warga dalam penyelenggaraan pembangunan kesehatan, pendidikan, dan ekonomi dengan tujuan memberdayakan masyarakat dan memberikan kemudahan pada masyarakat pada memperoleh pelayanan kesehatan dasar, pendidikan dan ekonomi.

Karena Posyandu artinya sarana pelayanan asal aneka macam acara, maka penyelenggaraan Posyandu perlu menyertakan aspek pemberdayaan rakyat secara konsisten. Aspek pemberdayaan masyarakat menjadi tumpuan upaya peningkatan Posyandu, yang dalam pelaksanaannya perlu permanen memperoleh bantuan teknis berasal Pemerintah dan m<sup>16</sup>enjalin kerjasama kemitraan menggunakan berbagai pihak. Mengingat pentingnya kiprah Posyandu menjadi keliru satu sistem penyelenggaraan pelayanan kebutuhan kesehatan, pendidikan, dan ekonomi dalam rangka peningkatan kualitas asal daya manusia melalui Kelangsungan hidup Perkembangan dan perlindungan ibu dan Anak (KHPPIA) maka Posyandu perlu ditingkatkan fungsi serta kinerjanya. Dalam upaya peningkatan fungsi serta kinerja Posyandu diharapkan adanya kelompok Kerja Operasional (Pokjanal) Posyandu tingkat Kota Depok, Pokjanal Posyandu Tkt Kecamatan dan Kelompok Kenja (Pokja) Posyandu tingkat Kelurahan sebagai panduan bagi para pengelola Posyandu di kota Depok.

### 1.3.3 Pengertian Posyandu

Posyandu adalah kegiatan kesehatan dasar yang diselenggarakan dari, oleh dan untuk masyarakat yang dibantu oleh petugas. Jadi Posyandu merupakan

---

<sup>16</sup> Idham Pontoh, *Dasar-dasar Ilmu Kesehatan Masyarakat*, (Jakarta:In Media, 2013), hlm. 122.



kegiatan swadaya dari masyarakat di bidang kesehatan dengan penanggung jawab dari kepala desa. Posyandu merupakan langkah yang cukup strategis dalam rangka pengembangan kualitas sumber daya manusia bangsa Indonesia agar dapat membangun dan menolong dirinya sendiri, sehingga perlu ditingkatkan pembinaannya.

Untuk meningkatkan pembinaan Posyandu sebagai pelayanan KB dan kesehatan yang dikelola untuk dan oleh masyarakat dengan dukungan pelayanan teknis dari petugas perlu ditumbuh kembangkan, serta keaktifan masyarakat dalam wadah Lembaga Ketahanan Masyarakat Desa (LKMD)

Posyandu merupakan salah satu bentuk Upaya Kesehatan Besumber Daya Masyarakat (UKBM) yang dikelola dan diselenggarakan dari, oleh, untuk dan bersama masyarakat dalam penyelenggaraan pembangunan kesehatan, guna memberdayakan<sup>17</sup> masyarakat dan memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memperoleh pelayanan kesehatan dasar untuk mempercepat penurunan angka kematian ibu dan bayi.

Posyandu merupakan unit pelayanan kesehatan dilapangan, yang diselenggarakan oleh masyarakat untuk masyarakat dengan dukungan teknis puskesmas, Departemen Agama, Departemen Pertanian, dan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). Posyandu juga merupakan forum komunikasi, alih teknologi, dan pelayanan kesehatan masyarakat, oleh dan untuk masyarakat yang mempunyai nilai strategis untuk pengembangan Sumber Daya

---

<sup>17</sup> [https://promkes.kemkes.go.id/pub/files/files5270buku\\_saku\\_Posyandu.pdf](https://promkes.kemkes.go.id/pub/files/files5270buku_saku_Posyandu.pdf), diakses pada tanggal 06/04/2023, 16:26 WIB.

Manusia (SDM) dengan kegiatan masyarakat sehingga dapat memperoleh pelayanan KB dan kesehatan sejahtera.

### 1.3.4 Tujuan dan Manfaat Posyandu

Menurut Ismawati, dkk 2010 tujuan penyelenggaraan posandu adalah:

1. Menurunkan Angka Kematian Bayi (AKB), angka kematian ibu (ibu hamil, melahirkan dan nifas). Angka kematian ibu (aki) dan angka kematian bayi cukup tinggi, meskipun dari tahun ke tahun sudah dapat diturunkan.<sup>18</sup>
2. Membudayakan NKKBS (Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera).
3. Meningkatkan peran serta dan kemampuan masyarakat untuk mengembangkan, kegiatan kesehatan dari Keluarga Berencana (KB) serta kegiatan lainnya yang menunjang untuk tercapainya masyarakat sehat sejahtera.
4. Berfungsi sebagai Wahana Gerakan Reproduksi Keluarga Sejahtera. Gerakan Ketahanan Keluarga dan Gerakan Ekonomi Keluarga sejahtera.
5. Menghimpun potensi masyarakat untuk berperan serta secara aktif meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan ibu, bayi, balita dan keluarga serta mempercepat penurunan angka kematian ibu, bayi dan balita.

---

<sup>18</sup>Febrialdi, "Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan" (Yogyakarta, 24 Agustus 2018) hal. 9.

<sup>18</sup> Wahit Iqbal Mubarak, Nurul Chayatin, *Ilmu Kesehatan Masyarakat*, (Jakarta: Salemba Medika, 2012), hlm. 240.

### 1.3.5 Media Kampanye Informasi

Banyak orang yang menyamakan antara kampanye dan propaganda. Kedua hal tersebut memang hampir mempunyai maksud dan tujuan yang sama, karena keduanya merupakan tindakan yang menggunakan media komunikasi sesuai dengan yang sudah direncanakan, selain itu keduanya memiliki tujuan yang sama untuk mempengaruhi khalayak.

Tetapi propaganda sudah dikenal lebih dulu dan memiliki konotasi yang negatif, sedangkan kampanye baru memasyarakat sekitar tujuh puluh tahun yang lalu dan memiliki citra positif dan akademis, dijelaskan terdapat tujuh perbedaan antara kampanye dan propaganda:<sup>19</sup>

- a) Sumber kampanye jelas dan dapat diidentifikasi, sedangkan propaganda lebih menyembunyikan identitas mereka.
- b) Dalam menyampaikan programnya kampanye mempunyai batasan waktu yang jelas, sedangkan propaganda tidak memiliki batasan waktu dan tidak terikat oleh waktu.
- c) Gagasan yang disampaikan kampanye untuk diperdebatkan, sedangkan propaganda menganggap gagasan mereka mutlak kebenarannya.
- d) Kampanye mempunyai tujuan yang jelas tergantung pada jenis kampanyenya, sedangkan propaganda mencoba menyesatkan khalayak dan tidak mempunyai tujuan yang jelas.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Venus, Antar. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal. 35

<sup>20</sup> Febrialdi, "Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan" (Yogyakarta, 24 Agustus 2018) hal. 15.

- e) Dalam penerimaan pesan kampanye lebih mengutamakan kesukarelaan, sedangkan propaganda menghalalkan berbagai macam cara.
- f) Kampanye mempunyai kode etik untuk mengatur alur kegiatan, sedangkan propaganda tidak mempunyai aturan semacam itu.
- g) Kampanye sangat memperhatikan kepentingan kedua belah pihak dalam mencapai tujuannya, sedangkan propaganda hanya memikirkan kepentingannya sendiri.

Masing-masing lembaga atau organisasi saat melakukan kampanye memiliki tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya, contohnya seperti kampanye penghijauan di bumi atau biasa yang disebut dengan *go green*, kampanye ini diselenggarakan oleh organisasi pecinta alam dan mempunyai tujuan untuk mencegah global warming dengan melakukan penghijauan pada bumi. Terdapat tiga macam tahapan agar suatu kampanye itu menciptakan perubahan,<sup>21</sup>

**Pertama** melakukan perubahan pada ilmu pengetahuan agar terciptanya kesadaran dan meningkatnya pengetahuan khalayak dalam menanggapi isu-isu tertentu.

**Kedua** merubah sikap atau attitude khalayak, agar mempunyai rasa simpati atau kepedulian terhadap isu-isu yang menjadi tema kampanye.

**Ketiga** merubah perilaku khalayak secara konkret agar terciptanya suatu tindakan yang dilakukan oleh sasaran kampanye berupa tindakan yang bersifat sekali atau berkelanjutan. Ada beberapa jenis kampanye, yaitu *product-oriented campaigns*,

---

<sup>21</sup> Febrialdi, "Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan" (Yogyakarta, 24 Agustus 2018) hal. 16.

*candidate-oriented*, dan *ideologically or cause oriented campaigns*. *Product-oriented campaigns* adalah kampanye yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan bisnis agar produk yang mereka ciptakan dapat dikenal oleh khalayak dan mendapatkan keuntungan finansial.<sup>22</sup>

*Candidate-oriented* adalah kampanye yang dilakukan untuk meraih dukungan masyarakat agar dapat menduduki jabatan yang diinginkan, kampanye ini sama saja kampanye politik yang tujuannya untuk meraih kekuasaan. *Ideologically or cause oriented campaigns* adalah kampanye yang mempunyai tujuan bersifat khusus untuk melakukan perubahan sosial agar dapat menangani masalah-masalah yang menjamur dimasyarakat. Pada intinya kampanye sosial memiliki tujuan untuk merubah sikap perilaku orang, penyampaian pesan kampanye dapat disampaikan dengan berbagai bentuk poster, spanduk, baliho, pidato, diskusi, iklan dan selebaran. Pesan-pesan tersebut diharapkan dapat memancing respon khalayak sehingga dapat merubah sikap perilaku khalayak yang menjadi sasaran kampanye.<sup>23</sup> “Kesehatan adalah ilmu dan seni mencegah penyakit, memperpanjang hidup, meningkatkan kesehatan fisik dan mental, efisiensi melalui usaha masyarakat yang terorganisir untuk meningkatkan sanitasi lingkungan, kontrol infeksi di masyarakat, pendidikan individu tentang kebersihan perorangan, pengorganisasian pelayanan medis dan perawatan, untuk mendeteksi dini pencegahan penyakit dan pengembangan aspek-aspek sosial, yang akan

---

<sup>22</sup> Venus, Antar. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal.21

<sup>23</sup> Febrialdi, “Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan” (Yogyakarta, 24 Agustus 2018) hal. 16-17.

mendukung agar setiap orang di masyarakat mempunyai standar kehidupan yang kuat untuk menjaga kesehatannya<sup>24</sup>.

Kampanye juga mempunyai model-model yang digunakan dalam menjalankan kegiatan kampanye. “Kampanye itu sendiri merupakan representasi suatu fenomena, baik nyata maupun abstrak dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut”. Jadi, model hanyalah sebagai gambaran tentang fenomena atau realitas yang sudah disederhanakan. Kampanye tidak hanya berhubungan dengan pemilihan umum, tetapi juga dapat berhubungan dengan pendidikan kesehatan.<sup>25</sup>

1. **Mengenali Sasaran Komunikasi:** Kampanye melibatkan komunikator atau pihak yang aktif dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Komunikator ini bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau lembaga yang ingin mempengaruhi opini atau perilaku target tertentu.
2. **Keberlangsungan Komunikasi:** Kampanye melibatkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada audiens. Pesan ini dapat berupa ajakan, informasi, argumentasi, atau pesan persuasif lainnya yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, atau tindakan audiens.
3. **Pemilihan Media Komunikasi:** Kampanye menggunakan saluran atau media komunikasi tertentu untuk menyampaikan pesan kepada audiens.

---

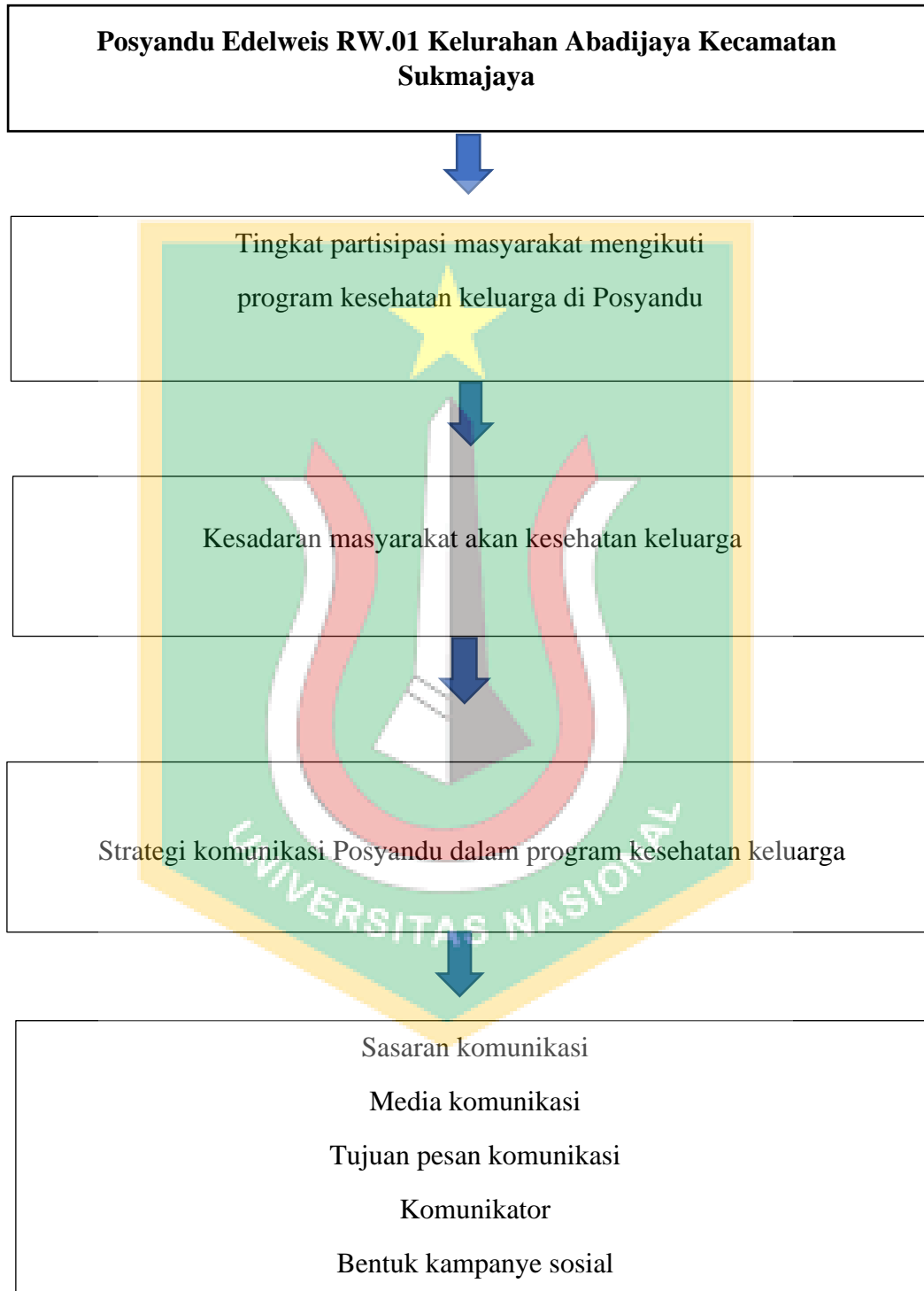
<sup>24</sup> Anton, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, No.4, November 2015: 85-97

<sup>25</sup> Febrialdi, “Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan” (Yogyakarta, 24 Agustus 2018) hal. 18.

4. Peranan Komunikator Dalam Komunikasi: Kampanye memiliki tujuan untuk mencapai efek tertentu pada audiens. Efek yang diharapkan dapat berupa perubahan sikap, peningkatan kesadaran, perubahan perilaku, atau pengaruh lainnya sesuai dengan tujuan kampanye.



#### 1.4 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran

Sumber: Analisis Penulis (2023)