

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Setelah dicari, dibaca dan dicocokkan penelitian terkait dengan tema dan masalah yang dikaji telah ditemui dari sumber pencarian pada *google cendikia* atau *schooler* terdapat tesis atau skripsi yang mengkaji terkait dengan tema dalam penelitian yang akan dilakukan ini. Kajian penelitian terdahulu tersebut telah didapatkan oleh peneliti, sehingga dijabarkan, untuk itu peneliti memberikan gambaran penelitian kajian terdahulu agar dapat dibedakan serta diketahui persamaan terhadap tema penelitian.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Baiq Fitri Wulandari yang dimana beliau mengambil Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, dan skripsi yang beliau buat berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Mengkampanyekan Program Imunisasi MR”. Peneliti membuat skripsi dengan masalah bagaimana strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengkampanyekan imunisasi MR.

Objek penelitian ini adalah Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dan tujuannya ialah mengetahui apa saja strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melaksanakan kampanye imunisasi MR yang dimana masyarakat Nusa Tenggara Barat merupakan masyarakat mayoritas Muslim, dan juga ingin mengetahui peluang dan hambatan dalam mengkampanyekan imunisasi MR.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengambil data melalui observasi langsung dan wawancara. Hasil penelitian ini adalah Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa strategi komunikasi dalam melakukan kampanye imunisasi yaitu strategi komunikasi melalui sosialisasi dan koordinasi, kader promosi kesehatan mendatangi langsung masyarakat, strategi komunikasi melalui beberapa media, menggunakan strategi testimonial device (Wulandari, 2020).

Perbedaan penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian yaitu Dinas kesehatan Nusa Tenggara Barat sedangkan peneliti mengambil objek pada Perangkat Desa Batumarta II. Persamaannya yaitu sama saja menggunakan Metode penelitian deskriptif kualitatif.

Tidak jauh berbeda penelitian kedua ini berjudul “Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi Dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Pada Anak”, yang dibuat oleh saudari Mayangga Dwi Nanjaya dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia 2017. Penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi/studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kota Jambi tidak memiliki Bagian Humas. Strategi kampanye imunisasi di Dinas Kesehatan Kota Jambi dikelola oleh kepala Bidang Pengendalian Masalah Kesehatan (PMK) dan Kepala Seksi Pengendalian Wabah dan Bencana. Kampanye imunisasi yang telah

dilakukan di Dinas Kesehatan Kota Jambi juga telah memenuhi unsur-unsur Intended Effect, Communication Objective, Target Population dan The Receiving Group (Nanjaya, 2017).

Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Mayangga Dwi Nanjaya yaitu menggunakan Metode penelitian Deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek yang diteliti Penelitian ini berfokus pada objek Perangkat Desa Batumarta II.

Penelitian Ketiga yaitu dibuat oleh Febrialdi yang berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia tahun 2018. Peneliti ini membuat skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Puskesmas Kedungwaringin Kabupaten Bekasi dalam Mengkampanyekan Pendidikan Kesehatan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif dengan melakukan wawancara, observasi, dan hasil dokumentasi yang didapatkan dari narasumber maupun internet.

Penelitian ini mendapatkan hasil yaitu memberikan pengetahuan ilmu pengetahuan kesehatan kepada masyarakat sekitar Puskesmas Kedungwaringin, memberikan pelatihan kepada para tukang becak agar ketika berada di lapangan sudah mempunyai bekal yang cukup, melakukan promosi keliling kampung bersama dengan petugas Puskesmas Kedungwaringin, mengadakan tabungan BETARO agar para anggota BETARO dapat menyisihkan hasil dari pendapatannya setiap hari untuk ditabungkan, memasang banner dan spanduk pada pangkalan dan becak mereka sebagai media promosi kesehatan yang sedang mereka lakukan,

menggunakan media baru yaitu blog resmi milik Puskesmas Kedungwaringin untuk mempromosikan komunitas BETARO serta memberikan ilmu kesehatan yang terdapat dalam blog tersebut (Febrialdi, 2018).

Perbedaan Dari penelitian Saudara Febrialdi ini adalah terletak pada objek penelitiannya. Sedangkan persamaannya yaitu sama saja menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Pada intinya peneliti hingga sampai saat ini belum menemukan penelitian yang persis sama dengan permasalahan dalam penelitian yang di kaji. Kajian penelitian terdahulu atau sebelumnya digunakan untuk dijadikan bahan referensi sekaligus menjadi acuan oleh peneliti untuk mencari jawaban atas permasalahan yang dikaji.

2.2 Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin” *communicatio* “dan bersumber dari *communis* yang berarti sama atau kesamaan makna. Menurut Effendy (2000: 5), komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media.

Secara etismologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi (*communication*) dalam Bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar

dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dipahami secara sama (Mulyana, 2001).

2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi

Berdasarkan definisi yang dibuat pakar komunikasi Harold Lasswell (Effendy, 2005), komunikasi memiliki lima unsur yang saling berketertgantungan satu sama lain, diantaranya adalah sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator dan pembicara.

Selanjutnya, Lasswell menyebutkan lima unsur utama komunikasi, yaitu:

1. Sumber (komunikator), yaitu pihak yang berinisiatif atau mempunyai atau kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa menjadi seorang individu, kelompok, atau bahkan sebuah organisasi.
2. Pesan, yaitu seperangkat simbol verbal atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai dan gagasan dari komunikator.
3. Saluran, yaitu alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
4. Penerima, yaitu orang yang menerima pesan dari sumber, yang biasa disebut dengan sasaran/tujuan, komunikate, pendengar, atau penafsir.
5. Efek, yaitu kejadian pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki tujuan menurut Effendy (2002:48-55) menyebutkan tujuan komunikasi untuk:

- a. Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*) Komunikasi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku seseorang.
- b. Mengubah Opini / Pendapat / Pandangan (*To Change The Opinion*) Selanjutnya komunikasi bertujuan untuk mengubah pendapat atau opini seseorang sesuai yang diharapkan oleh komunikannya.
- c. Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*) Setelah memperoleh suatu informasi, tujuan dari komunikasi adalah agar seseorang penerima informasi tersebut akan berperilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh si pemberi informasi.
- d. Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*) Dalam poin sebelumnya, perubahan perilaku yang diharapkan lebih kepada individu atau perorangan, pada poin ini perubahan yang dititik beratkan pada suatu kelompok manusia yang lebih luas jangkauannya (Effendy, 2002).

2.2.4 Bentuk-bentuk Komunikasi

Di dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Mulyana (2015), bentuk komunikasi dibagi menjadi dua yaitu verbal dan nonverbal.

- a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal meliputi Symbol atau pesan yang menggunakan satu kata atau lebih, dari semua interaksi yang disadari termasuk dalam kategori disengaja yang dilakukan dengan sadar ke orang lain baik itu menggunakan lisan. Bahasa juga digunakan dalam kode verbal dan dapat didefinisikan sebagai

perangkat simbol, dengan aturan dan yang mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dalam memahami suatu komunitas-komunitas.

b. Komunikasi non verbal

Komunikasi non verbal adalah semua komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Komunikasi ini mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal dalam suatu sistem komunikasi, yang bagi pengirim atau penerima, dan kita mengirim pesan non verbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain (Mulyana, 2005).

2.2.5 Media Komunikasi

Media dalam komunikasi juga dapat disebut sebagai saluran, atau penghubung tersampainya pesan dari komunikator kepada penerima pesan. Namun disampaikan bahwa saluran komunikasi lebih identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media lebih kepada alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Sehingga saluran komunikasi lebih umum daripada media komunikasi (Nurani, 2016).

Menurut Burgon dan Huffener (2002) media komunikasi memiliki fungsi sebagai berikut;

- a. Efisiensi penyebaran informasi
- b. Memperkuat eksistensi informasi
- c. Mendidik/ mengarahkan/ persuasi
- d. Menghibur/ entertain/ joyfull
- e. Kontrol sosial (Burgon & Huffner, 2002)

2.3 Strategi Komunikasi

2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang artinya memimpin. Jadi strategi adalah suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Namun definisi lain mengatakan bahwa strategi merupakan perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2006).

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara, 2017).

Dari pengertian tentang strategi komunikasi dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu rancangan untuk menyelesaikan suatu masalah untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi yang dibutuhkan haruslah diimbangi dengan penerapan ataupun implementasi, hal ini dibutuhkan karena strategi tanpa penerapan sama saja tidak berjalan. Jadi ketika strategi sudah dirancang maka akan diterapkan dengan cara yang sudah disiapkan (Wahyudi et al., 2020).

2.3.2 Tahapan – Tahapan Strategi

Tahapan strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan

Strategi Komunikasi” (Cangara, 2017) menyebutkan tahapan perencanaan komunikasi meliputi beberapa tahapan, yaitu:

a. Penelitian

Sebuah organisasi atau lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan pencitraan, atau kegiatan kerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya. Tahapan ini bertujuan untuk mencari fakta atau permasalahan yang terjadi untuk dijadikan bahan membuat rumusan strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

b. Perencanaan

Perencanaan sama dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, tahap ini diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi rumusan startegi yang telah dibuat. Tahap perencanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh divisi-divisi di perusahaan tersebut untuk menjalankan rumusan yang telah disepakati. Tahap pelaksanaan bisa dilakukan dalam bentuk, wawancara , pemasangan iklan di surat kabar dan lain sebagainya.

Inti dari tahap pelaksanaan ini yaitu untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak untuk mencapai sebuah tujuan.

d. Pengukuran atau Evaluasi

Pengukuran atau evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilakukan, apakah kinerja sesungguhnya sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Tahap ini sangat penting dilakukan karena bila strategi itu sendiri berhasil berjalan dengan baik, maka strategi itu dapat digunakan pada masalah-masalah berikutnya.

e. Pelaporan

Pelaporan adalah tindakan terakhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan. Jika dalam pelaporan itu mendapatkan hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya.

2.4 Covid-19

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARSCoV-2). SARS-CoV-2 merupakan coronavirus jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Pada tanggal 31 Desember 2019, WHO China Country Office melaporkan kasus pneumonia yang tidak diketahui etiologinya di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Cina. Pada tanggal 7 Januari 2020,

China mengidentifikasi kasus tersebut sebagai jenis baru (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Pada tanggal 30 Januari 2020 WHO menetapkan kejadian tersebut sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia (KKMMD)/Public Health Emergency of International Concern (PHEIC) dan pada tanggal 11 Maret 2020, WHO sudah menetapkan COVID-19 sebagai pandemic (WHO, 2020). Virus Covid-19 dapat menginfeksi siapa saja. Efeknya akan lebih berbahaya bahkan fatal, jika terjadi pada lanjut usia, ibu hamil, orang yang memiliki penyakit tertentu (komorbid), perokok, atau orang yang daya tahan tubuhnya lemah.

2.5 Vaksinasi

Vaksinasi bertujuan untuk memberikan kekebalan spesifik terhadap suatu penyakit tertentu sehingga jika suatu saat terpapar penyakit tersebut maka hanya akan mengalami gejala yang ringan. Sebaliknya, apabila tidak melakukan vaksinasi maka tidak akan memiliki kekebalan tubuh yang spesifik terhadap penyakit yang seharusnya dapat dicegah dengan pemberian vaksin tersebut. Apabila cakupan vaksinasi tinggi dan merata, maka akan terbentuk suatu kekebalan kelompok (herd immunity)(Kemenkes RI, 2021).

Melalui surat edaran yang disebarakan oleh Kementrian Kesehatan Republik Indonesia Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Pada Kelompok Sasaran Lansia, Komorbid Dan Penyintas Covid-19 serta sasaran Tunda bahwa vaksinasi Covid-19 telah dilaksanakan sejak tanggal 13 Januari 2021 dan dilakukan secara bertahap dengan target sasaran 181,5 juta orang. Berikut ini adalah persyaratan yang perlu dipahami dalam melakukan vaksinasi:

- A. Komite Penasihat Ahli Imunisasi Nasional telah menyampaikan kajian bahwa vaksinasi COVID-19 dapat diberikan pada kelompok usia 60 tahun keatas, komorbid, penyintas COVID-19 dan Ibu menyusui dengan terlebih dahulu dilakukan anamnesa tambahan sebagaimana form skrining terlampir.
- B. Pelaksanaan pemberian vaksinasi mengikuti petunjuk teknis pelaksanaan vaksinasi COVID-19, diantaranya:
- a) Kelompok Lansia Pemberian vaksinasi pada kelompok usia 60 tahun keatas diberikan 2 (dua) dosis dengan interval pemberian 28 hari (0 dan 28).
 - b) Kelompok Komorbid yaitu:
 - a. Hipertensi dapat divaksinasi kecuali jika tekanan darahnya di atas 180/110 MmHg
 - b. Diabetes dapat divaksinasi sepanjang belum ada komplikasi akut
 - c. Penyintas kanker dapat tetap diberikan vaksin
 - c) Penyintas Covid-19 dapat divaksinasi jika sudah lebih dari 3 bulan;
 - d) Ibu menyusui dapat diberikan vaksinasi (Kemenkes RI, 2021a).
- C. Pengkinian aplikasi PCare dalam rangka fasilitasi pembaharuan skrining dan registrasi ulang pada sasaran tunda.
- D. Seluruh Pos Pelayanan Vaksinasi harus dilengkapi tempat anafilaksis dan berada dibawah tanggung jawab Puskesmas atau Rumah Sakit

E. Seluruh sasaran tunda akan di berikan informasi agar datang kembali ke fasilitas pelayanan kesehatan untuk memperoleh vaksinasi (Kemenkes RI, 2021a).

Hal tersebut dilakukan untuk mencegah terinfeksi Covid-19 untuk kedua kalinya tetapi dengan varian yang berbeda. Vaksin memiliki lebih banyak manfaat dibandingkan dengan efek samping yang dihasilkan. Vaksin dapat memberikan antibody yang lebih tinggi dan memberikan proteksi terhadap virus Covid-19. Dimanapun berada alangkah lebih baik untuk berkonsultasi dahulu kepada dokter sehingga kesehatan dan keselamatan ikut terjamin (Dinkes, 2021).

2.6 Teori Rencana

Teori rencana merupakan teori yang terkenal dalam ilmu komunikasi. Pencetus teori rencana adalah Charles Berger. Teori rencana menjelaskan proses yang dilalui seseorang dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka (Berger, 1997). Pada dasarnya Teori ini menjelaskan bahwa rencana dan keberhasilan mencapai tujuan sangat berpengaruh pada emosi kita. Jika rencana gagal maka orang terkadang bereaksi secara negatif. Sebaliknya, jika rencana berhasil dan berjalan dengan baik maka orang akan senang dan bereaksi positif (Morissan, 2013).

Dari teori perencanaan yang dikembangkan oleh Charles Berger, dapat dilihat beberapa asumsi dasar, yaitu:

- a. Kekuatan tujuan akan mempengaruhi rencana yang cenderung kompleks.

- b. Teori ini memprediksi ketika suatu pengetahuan khusus dan umum lebih kompleks, maka rencana akan jelas.
- c. Besar atau kecilnya hasil yang dicapai bergantung pada motivasi untuk mencapai tujuan.
- d. Perencanaan dan pencapaian tujuan sangat terikat ke dalam emosi (Morissan, 2013).

Berger memperkirakan bahwa semakin banyak yang anda tahu (khusus dan umum), akan semakin kompleks rencana anda. Atau dapat dikatakan juga apabila anda memiliki banyak motivasi dan pengetahuan, maka anda akan menciptakan rencana lebih kompleks serta jika motivasi dan pengetahuan anda rendah, maka rencana anda mungkin tidak akan berkembang (Morissan, 2013).

Pada penelitian ini menggunakan teori rencana dari Charles Berger, peneliti menilai bahwa teori ini sesuai dengan permasalahan yang ada di lingkungan Desa Batumarta II yang masyarakatnya masih ada yang tidak mau divaksinasi. Melalui teori rencana diharapkan dapat ditemukannya strategi yang tepat untuk mensosialisasikan Vaksin Covid-19.

2.7 Kerangka Pemikiran

Peneliti membuat kerangka pemikiran ini berawal dari Covid-19 yang menyerang kita (masyarakat) lalu kemudian hadirnya Vaksin Covid-19 yang ditujukan kepada masyarakat. Kemudian melakukan Peneliti menggunakan Teori rencana Charles Berger:

a. Penetapan Tujuan

Penetapan tujuan dilakukan untuk mengetahui tujuan yang akan dicapai.

b. Penyusunan rencana

Penyusunan rencana dilakukan untuk mengetahui apa saja media dan bahasa yang akan digunakan untuk mensosialisasikan vaksinasi Covid-19.

c. Motivasi

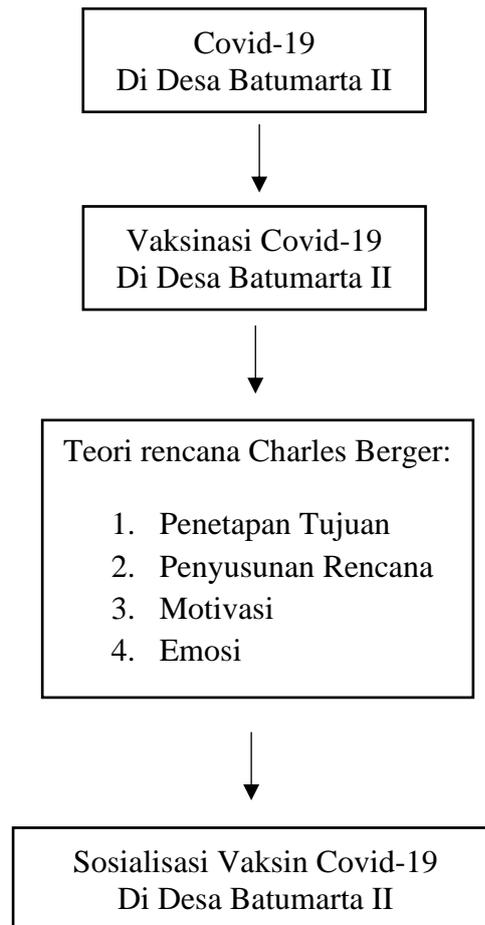
Bagaimana Perangkat Desa termotivasi dalam mensukseskan program yang dibuat.

d. Emosi

Dalam melakukan sosialisasi Vaksin Covid-19 maka akan muncul suatu emosi atau antusias disetiap individu Perangkat Desa yang menentukan keinginan untuk mensukseskan program yang dibuat.

Hal tersebut dirasa penting diketahui untuk melihat bagaimana atau sebatas mana Perangkat Desa Batumarta II ikut berkontribusi di tengah situasi pandemi Covid-19 ini. Pendekatan dari teori komunikasi yakni Teori rencana Charles Berger menjadi fokus analisis dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian