

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

2.2.1 Strategi Komunikasi Polres OKU Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Dalam Program Zona Integritas. Jurnal Mahasiswa Universitas Baturaja Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi.

Penelitian ini dilakukan oleh Ariyandi, Yunizir Djakfar, Akhmad Rosihan tahun 2020. Penelitian ini membahas tentang bagaimanakah Strategi Komunikasi Polres OKU dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan publik. Penelitian ini dilakukan bulan Desember 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pelayanan yang digunakan oleh Polres OKU dalam Program Zona Integritas (ZI). Teori dalam penelitian ini adalah Teori perencanaan dengan konsep yaitu Sosial goals, Meta goals dan Working memory. Metode dalam penelitian ini adalah metode wawancara secara mendalam dengan teknik kualitatif dan pemilihan informan menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Strategi Komunikasi Polres OKU dalam Program ZI menyediakan ruang pelayanan terpadu dengan Sumber Daya Manusia (SDM) di pelayanan SKCK dan Sidik Jari dilaksanakan pelatihan terlebih dahulu di Polda SUMSEL. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan mengenai Strategi komunikasi Polres OKU

dalam meningkatkan Pelayanan publik dalam program Zona Integritas (ZI) sehingga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat di Kabupaten OKU.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode interpretif dari jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada analisis Strategi Komunikasi Satuan POLRES OKU Dalam dalam Upaya Pelaksanaan Vaksinasi Massal Guna Pencegahan Penyebaran Virus Covid 19 di Kabupaten OKU.

2.1.2 Strategi Komunikasi Satlantas Polres Penajam Paser Utara Dalam Mensosialisasikan Tertib Lalu Lintas Untuk Menckan Tingkat Kecelakaan Tahun 2015

Penelitian Noor Aini tahun 2016 Jurnal Ilmu Komunikasi fisp-umul 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan Strategi Komunikasi Satlantas Polres Penajam Paser Utara dalam Mensosialisasikan Tertib Lalu Lintas untuk Menckan Tingkat Kecelakaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dengan fokus penelitian yang mengacu kepada strategi komunikasi yang digunakan dalam mensosialisasikan tertib lalu lintas, yaitu menentukan komunikator, menentukan pesan, menentukan media yang digunakan, menentukan sasaran atau komunikan yang dituju, dan menentukan efek yang diharapkan. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara secara mendalam (in depth interview), observasi dan dokumentasi pada Kepala Satuan Lalu Lintas Polres Penajam Paser Utara, Unit Dikyasa, dan masyarakat Penajam Paser Utara, serta melalui buku

buku, literatur, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam analisis penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman tahun 2007 yaitu pengumpulan data, reduksi atau penyederhanaan data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang telah dilakukan Satlantas Polres Penajam Paser Utara berjalan dengan baik, dimulai dari komunikatornya, pesan-pesan yang disampaikan, media yang digunakan, sasaran atau komunikan yang dituju, serta efek yang diharapkan dan telah berhasil. dalam menekan tingkat keelakaan lalu lintas, hal ini dilihat dari jumlah korban kecelakaan lalu lintas yang menurun pada tahun 2015 dibandingkan tahun sebelumnya, yakni 2013 dan 2014. Diharapkan kerja sama seluruh pihak yang berperan dalam memberikan sosialisasi tertib lalu lintas, terlebih pada pihak kepolisian yang berperan utama dalam memberikan pendidikan berlalu lintas terhadap masyarakat, sehingga jumlah korban kecelakaan lalu lintas lebih berkurang lagi di tahun selanjutnya.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metodeinterpretif dari jenis penelitian deskriptip kualitatif. Sedangkan perbedaan daripenelitian ini adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada analisis StrategiKomunikasi Satuan POLRES OKU Dalam dalam Upaya Pelaksanaan VaksinasiMassal Guna Pencegahan Penyebaran Virus Covid 19 di Kabupaten OKU.

2.1.3 Strategi Komunikasi Unit Pendidikan Masyarakat Lalu Lintas Resor

Kota Yogyakarta Dalam Pencegahan Penularan Virus Corona Di

Wilayah Kota Yogyakarta

Henis Catur Linung Timur Yanti tahun 2020 Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Yogyakarta. Metode yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan menggambarkan strategikomunikasi Dikmas Lantas Polresta Yogyakarta yang diperkuat dengan teknikpengumpulan data wawancara, dokumentasi, dan observasi langsung di lapangan

Penelitian yang dilakukan memperoleh hasil bahwa strategi komunikasi DikmasLantas Polresta Yogyakarta cukup efektif dalam menghimbau masyarakat untuk

mematuhi protokol kesehatan. Hal tersebut dibuktikan dengan terkendalinyaangka penularan kasus positif covid-19 di Kota Yogyakarta. Meski ada angkapeningkatan jumlah namun dilihat dari posisi Kota Yogyakarta sebagai pusatbudaya, pusat pendidikan, pusat pariwisata dan pusat pelajar maka potensipenularan masih dapat ditekan dengan kerja keras semua pihak. Kendalanyabahwa satuan gugus tugas memiliki potensi dan peran yang tidak sama sehinggabelum dapat optimal serta masih kurangnya kesadaran masyarakat untukmematuhi protokol kesehatan.

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metodeinterpretif dari jenis penelitian deskriptip kualitatif. Sedangkan perbedaan daripenelitian ini adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada analisis StrategiKomunikasi Satuan POLRES OKU dalam Upaya Pelaksanaan

Vaksinasi Massal Guna Pencegahan Penyebaran Virus Covid 19 di Kabupaten OKU.

2.2 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. Secara bahasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata strategi komunikasi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu (<https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/strategi>). Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yakni "stratos" yang berarti tentara dan "agein" yang berarti memimpin. Oleh karena itu, strategi berarti memimpin tentara. Kemudian muncul kata stragos yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang dapat diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*) (Cangara, 2013). Namun dalam setiap pelaksanaannya strategi tidak hanya berperan sebagai peta yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan menggambarkan tata cara pada setiap pelaksanaannya (Efendy, 2015). Dalam arti kata bahwa pendekatan strategi bisa berubah sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* serta dari bahasa Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi kalau ada dua orang yang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan makna yang sama. Dengan kata lain, mengerti

bahasannyasaja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Akan tetapi komunikasi memiliki arti bahwa komunikasi itu mengandung kesamaan antar dua pihak yang terlibat (Effendy, 2015).

Teori strategi komunikasi banyak dikemukakan para ahli salah satunya adalah oleh Harold Laswell, yang merupakan seorang pakar komunikasi dengan antusias yang tinggi dan selalu tertari dengan setiap masalah yang dihadapinya sehari-hari dalam kehidupan. Tidak hanya empiris, Laswell juga merupakan cendekiawan yang terus mempelajari teori Freud guna melakukan analisis isi dalam rangka meneliti pengaruh propaganda terhadap opini publik.

Setelah mengetahui pakar komunikasi tersebut maka untuk mendukung penelitian ini akan lebih efektif jika menggunakan teori yang dikemukakan oleh Harold D. Laswell, yang menemukan suatu pemikiran tentang komunikasi yang dijelaskan dalam buku dengan judul "The Communication of Ideas". Menurut Laswell, untuk memaparkan suatu kegiatan komunikasi ialah harus menjawab pertanyaan "Who Says What, Which Channel. To Whom. With What Effect?" untuk lebih jelasnya strategi komunikasi harus dihubungkan dengan komponen-komponen pendukung dalam menjawab pertanyaan di dalam rumusan Laswell diantaranya: Who? (siapa komunikatornya?), Says What? (Pesan apa disampaikan?), In Which, Channel? (Media apa yang digunakan?), To Whom? (Siapa komunikannya?), dan With What Effect? (Efek apa yang diharapkan?) (Effendy, 2015)

Berikut penjelasan mengenai komponen-komponen pendukung dalam menjawab pertanyaan di dalam rumus Laswell:

a Komunikator

1) Pengertian Komunikator

Komunikator merupakan orang yang memberikan pesan bahkan dapat membentuk opini yang akan disampaikan melalui media kepada komunikan (Nuruddin, 2015). Proses komunikasi akan terjadi bila ada beberapa unsur komunikator, pesan, dan komunikan. Proses komunikasi dapat diartikan sebagai "transfer informasi" atau pesan dari komunikator sebagai pengirim pesan dan komunikan sebagai penerima pesan. Kredibilitas Komunikator Kredibilitas memiliki pengertian sebagai seperangkat persepsi dalam mengkomunikasikan sifat-sifat komunikator. Definisi tersebut terbagi menjadi dua yakni:

- a) Kredibilitas adalah persepsi komunikate artinya tidak intern dalam diri komunikator
- b) Kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat yang dimiliki oleh komunikator.

Menurut Effendy (2015), keberhasilan komunikasi ditentukan juga oleh orang yang menyampaikan pesan yang disebut komunikator. Hal tersebut ditentukan dari sumber kredibilitas sebagai kredibilitas komunikator. Kredibilitas komunikasi akan menentukan keberhasilan proses penyampaian pesan yang terjadi kepada Khalayak/komunikan. Sumber dari kredibilitas komunikator terdapat beberapa faktor:

- a) Faktor kejujuran, dapat diukur pada skala benar-salah, percaya-tidak percaya, jujur-tidak jujur, adil-tidak adil

- b) Faktor profesionalisme, dapat diukur pada skala berpengalaman tidakberpengalaman, bergaya professional tidak bergaya professional
- e) Faktor Dinamisme, dapat diukur pada skala agresif-tidak agresif, aktitidak aktif.
- d) aktor Objektivitas, dapat diukur pada skala berpandangan terbuka- tidak berpandangan terbuka, objektif-subjektif.

b. Komunikasikan

1) Pengertian Komunikasikan

Komunikasikan merupakan penerima pesan atau pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Target yang ditentukan komunikator untuk menerima pesan yang disampaiannya. Komunikasikan bisa seorang individu, kelompok, organisasi, atau yang lainnya. Komunikasikan mempunyai tanggung jawab untuk dapat memahami apa yang disampaikan komunikator kepadanya, untuk itu seorang komunikasikan harus bisa memperhatikan apa yang disampaikan komunikator dengan baik (Fiske, 2012).

2) Strategi Pemilihan Komunikasikan

Berikut ini beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan komunikasikan agar tujuan komunikasi dapat tercapai dengan baik, yakni (<https://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/5-unsur-komunikasi/amp>)

a) Kecakapan Komunikasi

Kecakapan komunikasi berkaitan dengan kecakapan komunikasikan dalam

membaca, mendengar, serta menangkap apa yang dibaca dan didengarnya. Sikap berkaitan dengan sikap komunikasi terhadap komunikator serta pesan

b) Sikap yang disampaikan. Misalnya ketika seseorang memiliki pendapat yang negative, maka komunikasi akan cenderung akan bersikap acuh atau bahkan sebaliknya

c) Pengetahuan

Pengetahuan komunikasi terhadap pesan yang disampaikan komunikator juga sangat mempengaruhi tingkat pemahaman komunikasi terhadap pesan yang disampaikan.

d) Keadaan lahiriah

Kondisi tubuh yang normal sangat perlu diperhatikan dalam pemilihan komunikasi. Manusia normalnya memiliki indra penglihatan, pendengaran, peraba, perasa, serta penciuman. Komunikasi yang baik setidaknya memenuhi kriteria tersebut agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

c. Media komunikasi

1) Pengertian Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan sarana alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan sebuah pesan (Krisyantoro, 2016). Dalam komunikasi pesan akan diterima oleh pancaindra manusia baru selanjutnya diproses dalam pikirannya lalu kemudian menghasilkan sebuah feedback. Pesan yang disampaikan dalam bentuk gambar dan suara biasanya akan lebih menarik daripada pesan yang disampaikan hanya lewat tulisan saja.

Pemilihan sarana atau media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan bergantung pada sifat, bentuk pesan, jenis, yang akan disampaikan. Misalnya pesan dalam bentuk tulisan, biasanya disampaikan menggunakan media Koran atau majalah. Sedangkan media televisi biasanya digunakan untuk menyampaikan pesan dalam bentuk video (suara dan gambar) (<https://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/5-unsur-komunikasi/amp>).

2) Bentuk-Bentuk Media Komunikasi

Menurut Effendy (2015), ada beberapa bentuk komunikasi, diantaranya yakni: Komunikasi verbal, Komunikasi non verbal, komunikasi personal (intrapersonal dan interpersonal), dan komunikasi kelompok (besar, kecil).

a) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah pernyataan lisan antara manusia lewat kata-kata dan simbol umum yang sudah disepakati antara individu, kelompok, bangsa dan Negara. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata baik dinyatakan secara lisan maupun tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang pembicara berinteraksi

secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tulisan apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandingkan dengan simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau

pada tempat lain yang bisa dibaca kemudian dikirimkan kepada karyawan yang dimaksudkan (Muhammad, 2011)

b) Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Cangara (2013), menjelaskan bahwa komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim maupun penerima, jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja atau tidak

disengaja sebagai bagian dari sebuah peristiwa komunikasi secara keseluruhan. Bentuk komunikasi non verbal diantaranya adalah bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, simbol-simbol, pakaian seragam, warna, dan intonasi suara.

c) Komunikasi Personal

Komunikasi personal dibedakan atas dua kelompok yakni, komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal. Komunikasi intrapersonal (Intrapersonal Communication) atau disebut dengan komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antara pribadi dengan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, dengan kata lain komunikasi ini adalah komunikasi dalam dua orang, tiga orang dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain biasanya kita dengan diri sendiri yaitu mempersepsi makna pesan orang lain, hanya saja caranya tidak kita sadari

bahwakeberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifankomunikasi dengan diri sendiri.

Komunikasi antar pribadi (Interpersonal Communication) adalah komunikasi antara dua orang atau lebih secara tatap muka (face to face) yang memungkinkan setiap individu menatap reaksi secara langsung baik verbal maupun non verbal (Iliwari, 2017). J) Komunikasi Kelompok Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu dengan lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, adapun pesan yang disampaikan terencana dan bukan spontanitas untuk khalayak tertentu (Nuruddin, 2015)

Komunikasi kelompok terbagi menjadi dua yakni, kelompok kecil maupun kelompok besar Komunikasi kelompok kecil yakni, merupakan komunikasi yang mana interaksi antara sumber dan penerima pesan tidak terbatas dan jumlah khalayak kecil. Sedangkan komunikasi kelompok besar yakni, komunikasi yang mana penyampaian pesannya berlangsung secara terus menerus, interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas dan jumlah khalayak relatif besar (Cangara, 2013).

d. Pesan

1) Pengertian Pesan

Suatu komunikasi terjadi karena terdapat pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan Pesan dapat disampaikan menggunakan kata-kata, simbol, gambar dan lain sebagainya yang mudah

dimengerti agar pesan dapat tersampaikan dengan baik. Berikut pengertian pesan menurut para ahli

- a) Effendy mengatakan bahwa pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa perpaduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang
- b) Hanafi mengatakan bahwa pesan merupakan produk fiktif yang nyata dan dihasilkan oleh sumber encoder, artinya jika berbicara maka pembicara itu adalah pesan, ketika menulis sebuah surat maka penulis surat itu dinamakan sebagai pesan
- c) De Vito berkata bahwa pesan diartikan sebagai pikiran dan perasaan kita yang dikirim kepada orang lain agar orang tersebut diharapkan bisa mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh si pengirim pesan.

2) Strategi Penyampaian Pesan

Dalam menyampaikan sebuah pesan, komunikator harus memperhatikan berbagai strategi penyampaian pesan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Proses tersebut kemudian menjadi langkah-langkah untuk menentukan strategi komunikasi dengan cara menyusun pesan. Berikut hal-hal yang harus diperhatikan dalam menyampaikan sebuah pesan, yaitu:

- a) Pesan yang hendak disampaikan harus disusun secara sistematis. Untuk menyusun sebuah pesan, baik berupa pidato maupun percakapan harus disesuaikan dengan urutan-urutan. Misalnya dalam bentuk tulisan maka ada pengantar, pernyataan argument, dan kesimpulan.

b) Pesan yang disampaikan komunikator harus mampu menarik perhatian komunikan.

c) Pesan harus mudah dipahami oleh komunikan, sehingga dapat dengan mudah komunikan memahami apa yang disampaikan oleh komunikator secara keseluruhan (Arifin, 2014).

e. Efek yang diharapkan

Dalam hal ini strategi dapat diartikan dalam beberapa hal seperti rencana, pola, dan pandangan. Strategi berhubungan dengan bagaimana memfokuskan perhatian dalam mewujudkan tujuan yang ingin dicapai. Sebagai pola, strategi berarti suatu ketetapan berdasarkan alasan-alasan tertentu dalam menentukan keputusan akhir untuk memadukan kenyataan yang dihadapi dengan tujuan yang ingin dicapai (Nurmagfiroh, 2019). Sebagai posisi, strategi berarti sikap yang diambil untuk mencapai tujuan, dan sebagai pandangan, strategi berarti cara memandang bentuk dan acuan dalam mengambil keputusan maupun tindakan. Didalam strategi, memiliki beberapa pendekatan dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Memusatkan perhatian pada kekuatan. Kekuatan bagaikan fokus dalam pokok pendekatan strategi.
- 2) Memusatkan pada analisa dinamika, analisa gerak, analisa aksi.
- 3) Strategi memusatkan pada perhatian kepada tujuan yang ingin di capai sertagerakan untuk mencapai tujuan tersebut.
- 4) Strategi memperhatikan faktor-faktor waktu (sejarah: masa lampau, sekarang, trauma masa depan, serta lingkungan)

- 5) Strategi berusaha menemukan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, lalu mengadakan analisa kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang dapat diambil dalam rangka bergerak menuju tujuan itu.

Sedangkan komunikasi merupakan alat bagi individu dan kelompok dalam menyampaikan suatu ide, pikiran atau perasaan dalam interaksi satu sama lain. Tanpa adanya komunikasi tidak akan ada interaksi antara seseorang dengan orang lain maupun interaksi antar kelompok. Jadi komunikasi adalah interaksi dua orang atau lebih dimana didalamnya ada suatu pesan dari komunikasi atau komunikan.

Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan perpaduan dari sebuah perencanaan dan manajemen komunikasi yang berguna untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam setiap upaya untuk mencapai tujuan tersebut, komunikasi harus mampu menggambarkan bagaimana tata cara pelaksanaannya secara tepat, dalam arti bahwa pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu tergantung dengan situasi dan kondisi (Efendy, 2015). Sehingga, strategi komunikasi merupakan kombinasi yang baik antara seluruh elemen komunikasi yakni komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang di rancang untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal (Cangara, 2013).

2.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut Nuruddin (2015), tujuan pokok strategi komunikasi mencakup tiga tujuan utama yakni sebagai berikut:

- a. To secure understanding (mengamankan pemahaman)
- b. To establish acceptance, (menetapkan penerimaan)
- c. To motivate action (memotivasi tindakan)

Pertama yaitu (To secure understanding) memastikan bahwa komunikan atau penerima pesan memahami pesan yang diterimanya. Misalnya komunikan sudah dapat memahami dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (To establish acceptance). Dan pada akhirnya kegiatan akan dimotivasikan (To motivate action).

2.3 Langkah-Langkah Penyusunan Strategi Komunikasi

Adapun langkah-langkah dalam penyusunan strategi komunikasi adalah sebagai berikut (Cangara, 2013).

- a. Identifikasi Target Khalayak

Pada langkah identifikasi target khalayak yang biasanya disebut dengan pemetaan pemangku kepentingan dari lembaga atau organisasi, perlu dibedakan apakah khalayak yang akan kita hadapi sifatnya perorangan atau bahkan kelompok.

- b. Bangun Apa Yang Ingin Di Capai

Dalam tahap ini perencana diminta untuk menetapkan tujuan yang ingin dicapai setelah adanya gambaran yang diperoleh dari hasil pemetaan objek sasaran yang dilakukan tahap pertama.

- c. Pikiran apa yang seharusnya terdapat dalam pesan

Dengan memahami tipe khalayak dan tujuan yang ingin dicapai, makaseseorang perencana komunikasi harus mampu menentukan pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalayak yang akan menjadi target komunikasi.

d. Seberapa banyak komitmen yang diperlukan

Dalam tahap ini menggunakan tindakan apa yang harus diperlukan untuk mencapai setiap khalayak.

e. Pilih saluran media yang tepat

Pemilihan saluran yang tepat harus terlebih dulu mengetahui informasi dari lapangan yang telah dipetakan yaitu apakah khalayak yang menjadi target sasaran rata-rata memiliki media, dan menggunakan media apa.

f. Buat rencana komunikasi

Setelah membuat peta khalayak, menyusun tujuan, menetapkan pesan dan pemilihan media, maka selanjutnya adalah membuat perencanaan komunikasi untuk lebih lanjut.

g. ukur keberhasilan yang di capai

Program komunikasi yang sudah dijalankan maka perlu dievaluasi, untuk mengetahui sejauh manakah keberhasilan yang telah diperoleh.

2.4 Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Komunikasi

Dalam menyusun strategi komunikasi perlu suatu pemikiran dan memperhitungkan faktor-faktor pendukung serta penghambat, maka untuk

menganalisisnya perlu diperhatikan komponen-komponen komunikasi sebagai berikut (Arifin, 2014):

a. Mengenal sasaran komunikasi yang mempelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi sesuai dengan tujuan komunikasi. Untuk itu terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan pada diri seorang komunikator.

1) Faktor kerangka referensi mengenal kerangka referensi (frame of reference) komunikator yang terbentuk sebagai hasil dari pascapengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya.

2) Faktor situasi dan kondisi untuk mencapai komunikasi yang efektif harus mengetahui situasi dan kondisi komunikator, yang dimaksud situasi adalah situasi komunikator pada saat menerima pesan yang akan disampaikan. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi adalah state of personality komunikator, yaitu dalam keadaan fisik dan psikis komunikator pada saat ia menerima pesan komunikasi.

b. Pemilihan media komunikasi, untuk mencapai sasaran komunikasi harus dapat memilih secara tepat media komunikasi yang digunakan tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik yang akan digunakan.

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi, pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu, sehingga hal ini dapat menentukan tujuan teknik yang

harus diambil. Apakah itu teknik informasi, persuasi, atau teknik instruksi. Dan yang paling penting adalah mengerti pesan komunikasi

d. Peran komunikator dalam komunikasi, faktor terpenting yang harus terdapat pada diri komunikator ketika melancarkan komunikasi:

- 1) Daya tarik sumber komunikasi akan berhasil dan akan dapat mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan jika komunikan mempunyai daya tarik dan merasa ada kesamaan dengan komunikator.
- 2) Kredibilitas sumber faktor lain yang dapat menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan pada komunikator dan komunikator pun mampu bersikap empatik kepada komunikan.

2.5 Covid-19

2.5.1 Pengertian Covid-19

Covid-19 atau Novel Coronavirus 2019, adalah virus jenis baru yang pertama kali teridentifikasi di Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada akhir tahun 2019. Virus ini mematikan, menular, dan menyebar sangat cepat. Covid-19 terbilang virus jenis baru, dalam arti lain virus ini belum pernah diketahui sebelumnya dan tidak sama dengan virus lainnya yang biasa tersebar di antara manusia dan menyebabkan penyakit ringan seperti pilek biasa. Covid-19 atau yang lebih dikenal dengan virus corona adalah temuan virus jenis baru yang menular dan menginfeksi manusia. Dalam bahasa biologi adalah MERS-CoV (Middle East Respiratory Syndrome-Corona Virus). Covid-19 (MERS-CoV)

SARS menjadi temuan pertama virus berpindah dari kelelawar ke musang, sebelum menjangkit manusia.

2. Sumber dan Fase Virus Corona (Covid-19)

Beberapa pihak mengatakan virus ini berasal dari hewan ke manusia, banyak virus yang beradaptasi dan bermutasi untuk berpindah ke manusia dimasa lalu, sehingga menyebabkan bahaya besar terhadap umat manusia (pikirkan AIDS/HIV yang menurut pendapat "resmi" para ilmuwan berasal dari monyet). Virus ini mungkin awalnya muncul dari sumber hewan tapi sekarang kelihatannya tersebar dari orang ke orang, demikian menurut pendapat CDC. Badan kesehatan Dunia (WHO) mempunyai enam fase kode influenza yang menjelaskan bagaimana virus-virus berpindah dari hewan ke manusia yakni:

Fase 1: Tidak ada virus flu pada hewan yang tersebar diantara kawanan hewan dilaporkan menyebabkan infeksi pada manusia.

Fase 2: Virus flu pada hewan yang tersebar di hewan peliharaan atau hewan liar diketahui telah menyebabkan infeksi pada manusia dan karenanya dianggap sebagai ancaman pandemic tertentu.

Fase 3: Virus flu gabungan manusia-hewan atau hewan yang telah menyebabkan kasus-kasus sporadis atau klaster kecil pada orang, tapi tidak mengakibatkan penularan dari manusia ke manusia yang cukup untuk memungkinkan terjadinya kejadian luarbiasa (KLB) di masyarakat.

Fase 4: Penularan dari manusia ke manusia dari virus flu gabungan manusia hewan atau dari hewan-hewan yang mampu untuk memungkinkan terjadinya KLB di masyarakat telah terbukti

Fase 5: Virus yang telah teridentifikasi sama telah menyebabkan KLB di masyarakat yang berlangsung lama di dua atau lebih negara dalam satu wilayah WHO.

Selain 5 fase yang dijelaskan WHO mengatakan ada periode Pascapuncak, dan periode Pascapandemik.

- a. Periode Pascapuncak: adalah tingkat flu pandemik di sebagian negara dengan pengawasan yang cukup telah menurun dibawah tingkat puncak.
- b. Periode Pascapandemik: adalah tingkat aktivitas flu telah kembali ke tingkat tingkat yang terlihat untuk flu musiman di sebagian besar negara dengan pengawasan yang cukup.

2.5.3 Covid-19 Sebagai Pandemi, Wabah dan Kluster

Kata "Pandemi" berasal dari bahasa Yunani pandemos, yang artinya "semua orang". "Pan" berarti semua orang dan "demos" berarti populasi.

Pandemi tak membedakan si kaya dan si miskin, tak kenal henti dan mampu menciptakan momen kehidupan yang sangat penting. Wabah penyakit menular berskala besar ini meningkatkan morbiditas dan mortalitas di sebuah wilayah geografis yang luas dan menimbulkan kekacauan politik, sosial, dan ekonomi. Pandemi bisa menyebabkan peningkatan morbiditas dan mortalitas yang besar dan meluas serta memiliki dampak mortalitas yang jauh lebih tinggi terhadap negara-negara LMIC (lower and middle income countries sampai negara-negara berpendapatan menengah dan lebih rendah). Wabah (Outbreak): memiliki definisi yang sama dengan epidemi tapi sering digunakan untuk daerah geografis yang

lebih terbatas. Menurut CDC (Centers of Disease Control) sebuah wabah menjangkit banyak orang kira-kira di waktu yang bersamaan dan mungkin menyebar ke satu atau beberapa komunitas. Wabah bisa berupa keracunan makanan, enterovirus, sampai flu musiman.

Klaster: "klaster" merujuk ke agregasi kasus yang dikelompokkan dalam tempat dan waktu yang diduga akan menjadi lebih besar dari pada jumlah perkiraan, meskipun jumlah perkiraan itu belum diketahui.

2.5.4 Gejala-Gejala Covid-19

Covid-19 sulit didiagnosis berdasarkan gejala-gejala karena kemunculannya sangat mirip dengan pilek biasa atau flu. Penyakit-penyakit yang dilaporkan memiliki gejala ringan sampai penyakit berat dan kematian untuk kasus-kasus Covid-19 yang terkonfirmasi. Gejala-gejala bisa muncul dalam 2-14 hari setelah terpapar. Gejala-gejala umum yang diderita pada penderita Covid-19 diantaranya yakni demam, batuk, sesak nafas, pneumonia, tubuh terasa pegal pegal, mual atau muntah-muntah, dan diare sedangkan gejala gejala khusus dapat dikategorikan menjadi dua, sebagai berikut:

a. Gejala awal untuk anak-anak

- 1) Bernafas sangat cepat atau kesulitan bernafas
- 2) Warna kulit yang membiru
- 3) Tidak mengkonsumsi cukup cairan
- 4) Tidak bangun atau tidak berinteraksi
- 5) Menjadi mudah marah sehingga si anak tidak mau digendong

- 6) Demam dan riang
 - 7) Gejala-gejala flu yang mulai sembuh tapi kemudian kembali mengalami demam dan batuknya bertambah buruk.
- b. Gejala awal untuk orang dewasa
- 1) Kesulitan bernafas atau sesak
 - 2) Rasa sakit atau tekanan pada dada atau perut
 - 3) Tiba-tiba merasa pusing
 - 4) Kebingungan
 - 5) Muntah hebat atau terus-menerus
 - 6) Gejala-gejala flu yang mulai sembuh tapi kemudian kembali mengalami demam dan batuknya bertambah buruk.

2.5.5 Pentingnya Angka Mortalitas dan Morbiditas pada Virus Corona (Covid-19)

a. Angka Mortalitas

Terkait dengan jumlah kematian yang disebabkan oleh peristiwa kesehatan yang sedang diselidiki. Dalam kasus mortalitas yang tinggi, informasi tentang tren kematian (karena sebab) membantu mendukung kemajuan program kesehatan.

b. Angka Morbiditas

Angka Morbiditas adalah kondisi mengalami gejala atau tidak sehat karena suatu penyakit atau keadaan. Hal ini penting diukur karena dalam penyelidikan terhadap patogen mematikan, angka ini membantu menjelaskan dan memberikan

pola-pola kejadian penyakit. Selain itu, indikator-indikator morbiditas seperti kelaziman penyakit kronis dan cacat menjadi lebih penting dalam pelacakan.

6. Penyebaran Covid-19 di Indonesia

Penyebaran kasus Covid-19 yang semakin meluas diberbagai wilayah dunia pada tanggal 7 Januari 2020, penambahan jumlah kasus berlangsung cukup

cepat dan sudah menyebar ke luar wilayah Wuhan dan Negara lain di dunia, Indonesia adalah salah satu Negara yang terdampak wabah Covid-19 tercatat data terakhir pada tanggal 26 Maret 2020 ada 893 kasus positif corona. Lonjakan kasus positif corona bukan hanya berdampak pada dunia ekonomi, melainkan juga berdampak pada dunia pendidikan.

Covid-19 dengan cepat menyebar di seluruh daerah di Indonesia hingga diketahui saat ini per 11 Mei 2020 jumlah korban yang diidentifikasi terjangkit virus corona bertambah hingga 233 orang sehingga totalnya menjadi 14.265 orang. Kemudian untuk pasien yang dinyatakan sembuh juga mengalami peningkatan sebanyak 183 orang, sehingga total menjadi 2.881 orang.

2.6 Satgas Covid-19

2.6.1 Pengertian Satgas (Satuan Tugas) Covid-19

Satgas (Satuan Tugas) merupakan sebuah kelompok yang berorientasi pada tugas atau kelompok kecil yang dibentuk untuk menangani suatu atau sejumlah pekerjaan (Mukharam dan Havis, 2020). Sedangkan Covid-19 atau yang lebih dikenal dengan virus corona adalah temuan virus jenis baru yang menular

dan menginfeksi manusia. Dalam bahasa biologi adalah MERS-CoV (Middle East Respiratory Syndrome-Corona Virus). Covid-19 menjadi temuan pertama yang berpindah dari kelelawar ke musang, sebelum menjangkit manusia.

2.6.2 Satgas Penanganan Covid-19 Tingkat Desa/Kelurahan

a. Ketua Tugas:

- 1) Menyusun kepengurusan dan menunjuk personil satuan tugas penanganan Covid-19 kelurahan atau desa.
- 2) Menyusun rencana kegiatan penanganan Covid-19 mengacu kepada kecamatan.
- 3) Mengkoordinasikan dan melakukan pengawasan pelaksanaan kegiatan penanganan Covid-19 bersama satuan tugas penanganan Covid-19 tingkat dusun/rw/rt.
- 4) Melaporkan pelaksanaan kegiatan penanganan Covid-19 serta hal-hal penting lainnya kepada satuan tugas penanganan Covid-19 di kecamatan secara rutin satu minggu sekali dan setiap saat jika terjadi situasi mendesak atau darurat.
- 5) Melaporkan kepada satuan tugas Covid-19 tingkat kecamatan jika menerima berita yang meragukan untuk di konfirmasi kebenarannya.

b. Bendahara Tugas:

Melakukan pencatatan administrasi dan laporan keuangan pada kegiatan penanganan Covid-19,

c. Sekretaris Tugas:

Melakukan korespondensi, pengurusan surat menyurat satuan tugas penanganan Covid-19 dan pendokumentasian terhadap kegiatan penanganan Covid-19 serta menyusun laporan situasi terkini dan capaian kegiatan.

d. Seksi Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) Tugas:

- 1) Mengkoordinasikan keterlibatan sumber daya berbagai mitra di wilayahnya untuk mendukung pelaksanaan kegiatan KIE.
- 2) Melaksanakan pendampingan dan dukungan pada satuan tugas tingkat dusun/rw/rt terkait KIE pencegahan dan penanggulangan Covid-19 untuk memastikan pelaksanaan kegiatan KIE sesuai dengan kecamatan.
- 3) Mendiseminasikan informasi publik yang diterima dari satuan tugas penanganan Covid-19 kecamatan.

e. Seksi Kesejahteraan Sosial Tugas:

- 1) Memobilisasi sumber daya mitra kelurahan atau desa (Posyandu, PKK, Karang taruna, dsb) untuk membantu warga yang menjalani karantina atau isolasi dengan menyediakan kebutuhan makanan atau kebutuhan logistik lainnya.
- 2) Mengkompilasi hasil pendataan satuan tugas penanganan covid-19 tingkat dusun/rw/rt terkait warga kelompok rentan seperti orang tua, balita, warga yang memiliki penyakit menahun, penyakit tetap, dan penyakit kronis lainnya.
- 3) Mengaktifasi lumbung pangan warga dengan melibatkan sumber daya lokal serta membantu penyaluran program bantuan jarring pengaman

sosial pemerintah seperti padat karya tunai desa, dsb sesuai kemampuan untuk membantu warga yang terdampak social ekonomi.

- 4) Memberikan layanan dan perlindungan bagi kelompok lansia, difabel, ibu ibu hamil, dan anak-anak.

f. Seksi Kesehatan Tugas:

- 1) Membantu puskesmas dalam melakukan upaya surveilans berbasis masyarakat atau deteksi dini kasus Covid-19 di wilayah kelurahan atau desa dengan melibatkan sumber daya di wilayahnya.
- 2) Mengkompilasi hasil pendataan satuan tugas penanganan Covid-19 tingkat dusun/rw/rt terkait warga kelompok rentan seperti orang tua, balita, warga yang memiliki penyakit menahun, penyakit tetap dan penyakit kronis lainnya.
- 3) Melakukan koordinasi dengan puskesmas untuk berkonsultasi terkait tindak lanjut dan analisis khususnya terkait kesehatan warga di wilayah kelurahan atau desa yang perlu mendapatkan perhatian khusus.

g. Seksi Penegak Hukum dan Pendisiplinan Tugas:

- 1) Mengkompilasi hasil pendataan yang dilakukan oleh satuan tugas dusun/rw/rt terkait warga pendatang atau pemudik, warga rentan, warga sakit atau pendatang sakit, warga dalam karantina atau isolasi dan petugas atau relawan yang melayani karantina atau isolasi serta melaporkan setiap hari ke posko satuan tugas kecamatan, termasuk ketika tidak terjadi perubahan.

- 2) Melakukan sterilisasi fasilitas umum dan fasilitas sosial secara berkala dan menutup semua area publik yang berpotensi menimbulkan kerumunan dan melibatkan banyak orang.
- 3) Melaksanakan pengawasan, pembinaan dan pendisiplinan masyarakat, kelurahan atau desa dan mematuhi protap isolasi ketat.
- 4) Melaksanakan pengawasan, pembinaan, dan pendisiplinan kepada pengelola kegiatan sosial, keagamaan, hajatan, pariwisata, layanan publik, maupun kegiatan program jaring pengaman sosial, dsb.

2.6.3. Peranan Satgas Covid-19

Berdasarkan peraturan presiden No. 82 Tahun 2020 tentang komite penanganan Corona Virus Disease 2019 dan pemulihan Ekonomi Nasional yang menghapus Gugus Tugas beralih menjadi Satuan Tugas (SATGAS) penanganan Covid-19 menjelaskan bahwa:

a. Satgas Penanganan Covid-19

bertugas melaksanakan dan mengendalikan implementasi kebijakan strategis yang berkaitan dengan Covid-19.

b. Satgas bertugas menyelesaikan permasalahan kebijakan strategis yang berkaitan dengan penanganan virus tersebut dengan cepat dan tepat.

c. Satgas penanganan Covid-19 mengawasi kebijakan strategis terkait penanganan virus.

- d. Satgas penanganan Covid-19 menetapkan dan melaksanakan kebijakan serta langkah-langkah lain yang diperlukan dalam penanganan Covid 19.

2.7.4 Vaksinasi COVID-19

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), Vaksin adalah produk biologi yang berisi antigen berupa mikroorganisme yang sudah mati atau masih hidup yang dilemahkan, masih utuh atau bagiannya, atau berupa toksin mikroorganisme yang telah diolah menjadi toksoid atau protein rekombinan, yang ditambahkan dengan zat lainnya, yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu. Vaksinasi adalah pemberian Vaksin yang khusus diberikan dalam rangka menimbulkan atau meningkatkan kekebalan seseorang secara aktif terhadap suatu penyakit, sehingga apabila suatu saat terpajan dengan penyakit tersebut tidak akan sakit atau hanya mengalami sakit ringan dan tidak menjadi sumber penularan.

Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 dilakukan oleh Pemerintah Pusat. Pemerintah Pusat dalam melaksanakan Vaksinasi COVID-19 melibatkan Pemerintah Daerah provinsi dan Pemerintah Daerah kabupaten/kota serta badan hukum/badan usaha. Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 dilakukan melalui Vaksinasi Program atau Vaksinasi Gotong Royong. Penerima Vaksin dalam pelayanan Vaksinasi Program tidak dipungut bayaran/gratis.

Vaksinasi COVID-19 bertujuan untuk:

a. mengurangi transmisi/penularan COVID-19;

Pelaksanaan

b. menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat COVID-19;

c. mencapai kekebalan kelompok di masyarakat (herd immunity'); dan

d. melindungi masyarakat dari COVID-19 agar tetap produktif secara sosial dan ekonomi.

Ruang lingkup pengaturan pelaksanaan Vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) meliputi:

a. perencanaan kebutuhan Vaksinasi COVID-19;

b. sasaran pelaksanaan Vaksinasi COVID-19;

c. distribusi Vaksin COVID-19, peralatan pendukung, dan logistik;

d. pelaksanaan pelayanan Vaksinasi COVID-19;

e. kerja sama dalam pelaksanaan Vaksinasi COVID-19;

f. pemantauan dan penanggulangan Kejadian Ikutan Pasca Vaksinasi COVID-19;

g. strategi komunikasi;

h. pencatatan dan pelaporan;

i. pendanaan; dan

j. pembinaan dan pengawasan.

Pemerintah Daerah provinsi dan Pemerintah Daerah kabupaten/kota dalam pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 dapat bekerja sama dengan badan usaha milik negara/daerah atau badan usaha swasta, organisasi profesi/kemasyarakatan, Tentara Nasional Indonesia/ Kepolisian Negara Republik Indonesia, dan pihak

lainnya yang dipandang perlu. Kerja sama oleh Pemerintah Daerah provinsi dan Pemerintah Daerah kabupaten/kota dilaksanakan setelah berkoordinasi dengan Kementerian Kesehatan. Kerja sama meliputi:

- a. Dukungan penyediaan tenaga kesehatan;
- b. Tempat vaksinasi covid-19;
- c. Logistik/transportasi;
- d. Gudang dan alat penyimpanan vaksin covid-19 termasuk buffer Persediaan/stock piling;
- e. Keamanan; dan/atau
- f. Sosialisasi dan penggerakan masyarakat.

Selain lingkup kerja sama di atas, kerja sama juga dapat dilakukan dari lingkup dukungan penyediaan tenaga non kesehatan dan pengelolaan limbah medis. Kerja sama sebagaimana dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2.8 Teori Perencanaan

Sebuah teori terkemuka tentang perencanaan dalam bidang komunikasi dihasilkan oleh Charles Berger (2009: 185) untuk menjelaskan proses yang dilalui individu dalam merencanakan perilaku komunikasi mereka

Berger menyatakan bahwa rencana adalah gambaran mental (mental images) dari sejumlah langkah yang akan ditempuh seseorang untuk mencapai suatu tujuan, Langkah-langkah yang akan dilalui itu bersifat hierarkis atau berjenjang, karena tindakan tertentu dibutuhkan lebih dahulu agar tindakan

lainnya dapat dilakukan. Dengan demikian perencanaan (planning), adalah proses memikirkan berbagai rencana tindakan.

Teori yang dikemukakan Berger ini menyatakan, penyesuaian tingkat rendah atau tinggi sebagian besar tergantung pada seberapa kuat motivasi yang dimiliki untuk mencapai tujuan. Jika tujuan tersebut sangat penting, maka anda cenderung akan membuat penyesuaian tingkat tinggi yang segera anda lakukan jika motivasi anda rendah.

Bagaimana pendekatan kita dalam merencanakan pesan pada akhirnya merupakan pemikiran yang kompleks yang sebagian dipengaruhi oleh logika yang kita gunakan sebagai mana yang dikemukakan oleh teori mengenai logika kita gunakan dalam merancang pesan.

“Teori perencanaan dikembangkan sebagai jawaban atas gagasan bahwa komunikasi merupakan proses mencapai tujuan Manusia tidak terlibat dalam kegiatan komunikasi hanya karena mereka memang melakukannya; mereka berkomunikasi untuk memenuhi tujuan. Rencana-rencana kognitif memberikan panduan yang penting dalam menyusun dan menyebarkan pesan-pesan untuk mencapai tujuan rencana pesan yang cangging memungkinkan pelaku komunikasi mencapai tujuan mereka dengan lebih banyak dan lebih efisien; sehingga kompetensi komunikasi sangat bergantung pada kualitas rencana pesan individu.”

Berger dalam buku Littlejohn, (2012:185) menulis bahwa rencana-rencana dari perilaku komunikasi adalah "representasi kognitif hierarki dari rangkaian tindakan mencapai tujuan. Dengan kata lain rencana-rencana merupakan

gambaran mental dari langkah-langkah yang akan diambil seseorang untuk memenuhi sebuah tujuan.

Oleh karena itu, perencanaan adalah proses rencana-rencana tindakan. Perencanaan pesan merupakan perhatian utama karena komunikasi sangat penting untuk mencapai tujuan. Tujuan dari perencanaan tersebut adalah mempengaruhi orang lain untuk mencapai target yang diinginkan melalui pesan-pesan atau berkomunikasi dalam cara yang direncanakan banyak dari tujuan kita yang sebenarnya merupakan bagian dan proses perencanaan itu sendiri. Kegunaan teori adalah Meta-tujuan (meta-goals) ini memadukan rencana-rencana yang kita buat.

Manajemen

Secara umum, fungsi dari manajemen dapat dikatakan sebagai serangkaian kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Manajemen didalam hal untuk mencapai tujuannya

Fungsi dari Manajemen juga dikenal dengan Istilah POAC yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan (Planning)

Perencanaan adalah salah satu fungsi yang digunakan untuk merencanakan segala sesuatu dengan sebaik mungkin dalam upaya untuk mencapai tujuannya. Hal tersebut akan berjalan dengan lancar apabila kita memiliki gambaran mengenai hal apa saja yang akan digunakan atau dijalani, oleh sebab itu hal ini harus melibatkan perencanaan

2. Pengorganisasian (Organizing)

berikutnya yang akan kita lakukan adalah Pengorganisasian. Sebab Setelah kita melakukan sebuah perencanaan dengan matang, maka hal pengorganisasian ini sangat penting untuk dilakukan agar mempermudah manajer melakukan sebuah pengawasan yang lebih efektif.

3. Pengarahan (Actuating)

Fungsi dari manajemen yang ketiga adalah Pengarahan, pengarahan ini sangat penting dilakukan agar segala sesuatu yang sudah direncanakan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan yang dibuat

4. Pengawasan (Pengendalian)

Fungsi yang terakhir dari Manajemen adalah melakukan pengawasan Dari serangkaian rencana atau pekerjaan yang sudah dilaksanakan, maka hal ini sangat memerlukan yang namanya pengawasan.

2.9. Kerangka Pemikiran

Di awal tahun 2020, muncul virus Covid 19 yang melanda belahan dunia di awal tahun 2020 yang diduga berasal dari Wuhan, China. Korban semakin meningkat dan diprediksi akan menyebar ke seluruh dunia. Hal ini terjadi di Kabupaten Ogan Komering Ulu, dimana banyak warga yang terkonfirmasi positif Covid-19 dan meninggal dunia. Untuk itu, Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu memiliki peran yang sangat penting dalam mengatasi masalah ini. Sehingga dalam praktiknya Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ulu harus memiliki strategi tersendiri dalam penanganan Covid-19. Menurut Efendy (2015), strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu

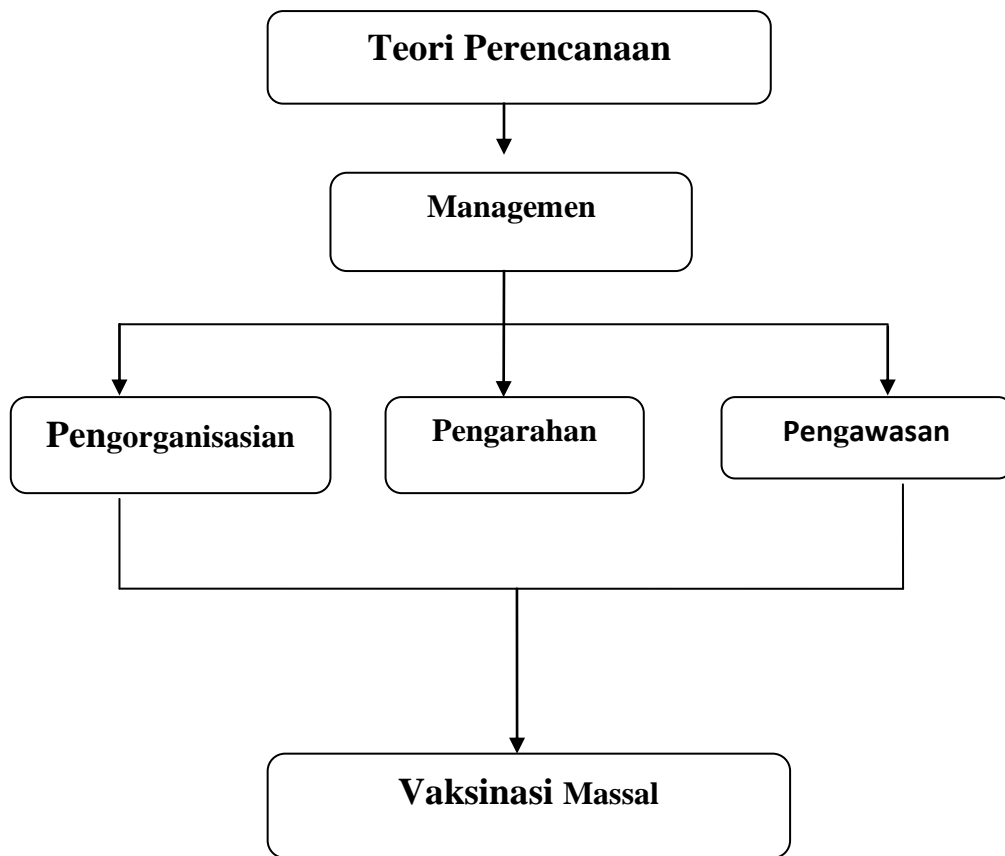
tujuan tertentu. Namun dalam mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Beberapa faktor penting dalam strategi komunikasi seperti mengenal lawan bicara, menentukan metode, menyusun pesan, dan memilih jenis media.

Dalam penelitian ini untuk menunjang berjalannya kegiatan penelitian menjadi lebih terarah dalam mencapai target yang diinginkan, penulis menggunakan Teori Perencanaan. Dengan menggunakan teori perencanaan menjadikan Polres OKU dapat melakukan mencegah, menghibau masyarakat mengenai tata cara penerapan protokol kesehatan covid 19. Strategi komunikasi Polres OKU tersebut dapat diketahui hasilnya dari kesadaran masyarakat terkait penerapan protokol kesehatan covid 19.

Berdasarkan pemaparan diatas maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah:



SATUAN POLRES OKU



Bagan 2.1.

Kerangka Pikir