

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan diatas, dengan itu peneliti akan menyebutkan teori-teori dari para ahli yang selanjutnya akan ditetapkan sebagai kajian literatur.

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review Penelitian Sejenis merupakan suatu kumpulan dari penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian yang akan ditulis peneliti, penelitian ini merupakan salah satu bahan yang dijadikan referensi yang akan digunakan oleh peneliti. Peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan sebagai data pendukung untuk penelitian. Mencari penelitian yang sebelumnya dibutuhkan untuk menghindari pengulangan dalam penelitian, kesalahan yang sama dari peneliti sebelumnya. Berikut adalah penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menjadi penunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait :

1. Hasil Penelitian Silvy Khaera Ummatin (2021)

Penelitian Silvy Khaera Ummatin (2021) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yang berjudul “Analisis Sikap Masyarakat Mengenai Corona Virus Disease 2019 Pandemic (Covid-19) Dikota Serang” Metode yang digunakan yaitu Metode Kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah studi

kepuustakaan observasi, wawancara, dokumentasi dan data dari internet. Teori yang digunakan oleh peneliti yaitu *Theory of Attitudes & Behavior* (Harry. C Triandis). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sikap masyarakat mengenai Covid-19, karena untuk di Kota Serang sendiri masyarakat daerah tersebut masih banyak yang tidak mematuhi protokol kesehatan. Hasil dari penelitian menunjukkan sikap kognitif dimana sebagian besar narasumber yang memiliki tingkat pendidikan tinggi mengetahui apa itu covid-19 dan bahayanya, namun beberapa dari mereka yang tingkat pendidikannya lebih rendah tidak mengetahui dan tidak meyakini apa itu covid-19 serta tidak mengetahui bahaya dari virus ini. Dilihat dari sikap afektif menunjukkan bahwa masyarakat merasa takut dan tidak nyaman dengan adanya virus ini, meskipun masih banyak dari masyarakat yang belum meyakini virus ini namun mereka tetap waspada dan menjaga diri. Virus ini menghambat mulai dari sektor ekonomi, pendidikan, serta kesehatan. Dan jika dari sikap konatif menunjukkan bahwa masih banyak dari mereka yang belum mematuhi protokol kesehatan terutama bagi yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah.

2. Hasil Faiz Nury Azizah (2021)

Penelitian Faiz Nury Azizah (2021) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Indihome Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Saat Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung”. Metode yang digunakan adalah studi kualitatif deskriptif yang menggunakan teori *Integrated Marketing Communication (IMC)* *Therence A. Shimp*. Tujuan dan kegunaan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana

penerapan Strategi Pemasaran IndiHome Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Saat Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung dilihat dari berbagai aspek bauran promosi. Bauran promosi ini terdiri dari 5 aspek yakni *advertising, public relation and publicity, events dan sponsorship, personal selling, dan sales promotion.*

3. Hasil Aziz Jazuli Ilham Hanafi (2021)

Penelitian Aziz Jazuli Ilham Hanafi (2021) Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul “Strategi Komunikasi Satuan Tugas (Satgas) Kelurahan Tanjung Dalam Menangani Dampak Wabah Covid-19 Dikelurahan Tanjung Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan teori *strategi komunikasi menurut Harold D. Lasswell.* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Satgas Covid-19 dalam menangani wabah ini dikelurahan Tanjung Purwokerto Selatan. Ada beberapa strategi komunikasi yang digunakan oleh Satgas Covid-19 di Kelurahan Tanjung Purwokerto Selatan. Pertama dengan melakukan pemilihan komunikator yang memiliki daya Tarik dan kredibilitas tinggi yang bias menarik perhatian masyarakat. Kedua, melakukan pememilih komunikan, Satgas Covid-19 memilih masing-masing ketua lingkungan, tokoh agama, dan aparat keamanan setempat. Ketiga, pemilihan media komunikasi, Satgas Covid-19 menggunakan media komunikasi verbal, non-verbal dan kelompok yang dianggap efektif dalam proses penanganan wabah Covid-19. Keempat, strategi dalam penyampaian pesan yang

dilakukan oleh Satgas Covid-19 menggunakan lambang bahasa yang mudah dipahami oleh komunikan sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai secara maksimal.

4. Hasil Ghina Mulya Putri Wiguna (2021)

Penelitian Ghina Mulya Putri Wiguna (2021) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yang berjudul “Strategi Komunikasi Mengenai Pelayanan Informasi *Check Point* Kesehatan Pada Masyarakat Kota Serang” Metode yang digunakan yaitu Metode Penelitian Kualitatif, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan oleh peneliti yaitu *Teori Strategi Komunikasi (Effendy)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemilihan komunikator, pesan, media dan khalayak dalam pelayanan informasi check point pada masyarakat kota serang. Strategi komunikasi dalam komunikator yang dilakukan Dinas Perhubungan Kota Serang merupakan unit yang bertindak sebagai komunkator telah berjalan sesuai harapan dengan penyampaian pesan komunikasi yang cukup baik, sementara media komunikasi yang dilakukan cukup menarik melalui media sosial sudah terbilang berhasil menyampaikan informasi melalui media sosial serta penyampaian informasi yang ingin disampaikan tersampaikan pada khalayak sasaran yang dituju.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
<p>Silvy Khaera Ummatin (2020) “Analisis Sikap Masyarakat Mengenai Corona Virus Disease 2019 Pandemic (Covid-19) Dikota Serang”</p>	<p>Theory of Attitudes & Behavior (Harry. C Triandis).</p>	<p>Metode Kualitatif</p>	<p>Analisis Terkait Covid-19 ditengah Masyarakat</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Subjek penelitian yang dilakukan menganalisis sikap masyarakat di Kota Serang terkait Covid-19 2. Teori yang digunakan 	<p>Masyarakat yang memiliki pendidikan tinggi mereka mengetahui terkait Covid-19 dan bahayanya, tetapi bagi masyarakat yang pendidikan rendah mereka tidak mengetahui apa itu Covid-19 dan bagaimana bahayanya. Ini mempengaruhi sikap masyarakat yang enggan menaati protokol kesehatan yang dibuat oleh pemerintah. Masyarakat merasa sejak adanya Covid-19 ini mempengaruhi ke sector ekonomi, pendidikan serta Kesehatan.</p>

<p>Faiz Nury Azizah "Strategi Komunikasi Pemasaran Indihome Dalam Mempertah ankan Loyalitas Pelanggan Saat Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung"</p>	<p><i>Integrated Marketing Communication (IMC) Therence A. Shimp.</i></p>	<p>Studi Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Analisis Terkait Covid-19 ditengah Masyarakat</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Subjek Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh IndiHome dalam mempertahankan loyalitas pelanggan 2. Teori yang digunakan 	<p>Pemerintah harus memilih seorang komunikator yang tepat, yang mempunyai kriteria good sense, good moral, and good character yang diformulasikan menjadi good intensions, layak untuk dipercaya, juga mempunyai keahlian.</p>
<p>Aziz Jazuli Ilham Hanafi "Strategi Komunikasi Satuan Tugas (Satgas) Kelurahan Tanjung Dalam Menangani Dampak Wabah Covid-19 Dikelurahan Tanjung Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas".</p>	<p>Strategi komunikasi menurut Harold d. Lasswell</p>	<p>Metode Kualitatif</p>	<p>Analisis Terkait Covid-19 ditengah Masyarakat</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Subjek Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh satgas Covid-19 dalam menangani Covid-19 2. Teori yang digunakan 	<p>Pertama dengan melakukan pemilihan komunikator yang memiliki daya Tarik dan kredibilitas tinggi yang bias menarik perhatian masyarakat. Kedua, melakukan pememilih komunikan, Satgas Covid-19 memilih masing-masing ketua lingkungan, tokoh agama, dan aparat keamanan setempat. Ketiga, pemilihan media komunikasi, Satgas Covid-19</p>

					<p>menggunakan media komunikasi verbal, non-verbal dan kelompok yang dianggap efektif dalam proses penanganan wabah Covid-19. Keempat, strategi dalam penyampaian pesan yang dilakukan oleh Satgas Covid-19 menggunakan lambang bahasa yang mudah dipahami oleh komunikan sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai secara maksimal.</p>
<p>Ghina Mulya Putri Wiguna (2021) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan yang berjudul "Strategi Komunikasi Mengenai Pelayanan Informasi <i>Check Point</i></p>	<p>Teori Strategi Komunikasi (Effendy)</p>	<p>Metode Penelitian Kualitatif</p>	<p>Metode Yang Digunakan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Subjek Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan 2. Teori yang digunakan 	<p>Strategi komunikasi dalam komunikator yang dilakukan Dinas Perhubungan Kota Serang merupakan unit yang bertindak sebagai komunikator telah berjalan sesuai harapan dengan penyampaian pesan komunikasi yang cukup baik, sementara media komunikasi yang dilakukan cukup menarik melalui</p>

Kesehatan Pada Masyarakat Kota Serang”					media sosial sudah terbilang berhasil menyampaikan informasi melalui media sosial serta penyampaian informasi yang ingin disampaikan tersampaikan pada khalayak sasaran yang dituju.
--	--	--	--	--	--

Sumber : *Peneliti 2021*

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, yang bersumber dari bahasa komunis yang artinya sama. Sama ini maksudnya adalah sama makna, jadi komunikasi dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Komunikasi adalah suatu proses memindahkan informasi atau pengertian yang berbentuk gagasan kepada orang lain dari seseorang. Perpindahan pengertian ini tidak hanya melibatkan kata-kata, tetapi juga intonasi, ekspresi wajah, dan sebagainya agar dalam proses pertukan informasi tersebut dapat berhasil (T. Hani Handoko 2012).

Kemudian menurut David K. Berlo dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karangan Prof. Dr. Hafied Cangara, M. Sc, komunikasi sebagai intrumen dari interaksi sosial, yang berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, serta

mengetahui keberadaan diri sendiri. Dengan tujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam masyarakat.

Sedangkan jika menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang kepada orang lain, yang memiliki tujuan untuk memberitahukan, mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang tersebut. Dalam proses penyampaian pesan bisa dilakukan secara lisan (langsung) maupun melalui media (tidak langsung).

Dalam komunikasi yang melibatkan dua orang, komunikasi dapat berlangsung apabila adanya kesamaan makna. Sesuai dengan definisi tersebut pada dasarnya seseorang yang melakukan komunikasi adalah untuk mencapai kesamaan makna antara manusia yang terlibat dalam proses komunikasi yang berlangsung. Dimana kesepahaman yang ada didalam benak komunikator (penyampai pesan) dengan komunikan (penerima pesan) terkait pesan yang ingin disampaikan haruslah sama agar apa yang dimaksud oleh komunikator dapat dipahami dengan baik oleh komunikan sehingga komunikasi berjalan dengan baik dan efektif (Effendy, 2005: 9).

Komunikasi sendiri mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia, dalam kesehariannya manusia pasti akan berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa melihat dari sudut waktu dan tempat. Komunikasi merupakan suatu kebutuhan manusia yang paling mendasar, dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi dan mencapai tujuan hidupnya.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan hubungan atau interaksi yang dilakukan oleh manusia baik secara verbal ataupun nonverbal.

2.1.2.3 Komunikasi Kesehatan Untuk Masyarakat

Komunikasi untuk masyarakat lebih merujuk pada bentuk promosi kesehatan. Promosi kesehatan tidak hanya proses penyadaran komunitas masyarakat dalam pemberian dan peningkatan pengetahuan dalam bidang kesehatan saja. Promosi kesehatan adalah program kesehatan dirancang guna membawa perbaikan berupa perubahan perilaku, baik didalam masyarakat ataupun didalam lingkungan organisasi. Untuk bisa mewujudkan promosi kesehatan, dibutuhkan suatu strategi komunikasi yang baik. Strategi merupakan cara yang digunakan untuk mencapai apa yang diinginkan dalam promosi kesehatan. Strategi yang dibutuhkan dalam mewujudkan promosi kesehatan dan tercermin dalam tiga langkah, yaitu :

- 1. Advokasi**, merupakan kegiatan yang memberikan informasi kesehatan pada masyarakat melalui pihak pembuat keputusan dan pemangku kebijakan dalam bidang kesehatan.
- 2. Dukungan Sosial**, promosi kesehatan bisa dengan mudah dilakukan jika mendapat dukungan dari berbagai elemen yang ada dimasyarakat. Dukungan masyarakat dari unsur informal (tokoh agama dan tokoh adat) dan dari unsur formal (petugas kesehatan dan pejabat pemerintah).

- 3. Pemberdayaan Masyarakat**, kegiatan ini dibutuhkan agar masyarakat bisa memperoleh kemampuan dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan. Kegiatan ini bisa dilakukan melalui penyuluhan kesehatan.

2.1.2.4 Strategi Komunikasi

Secara Etimologi, Strategi berasal dari turunan kata dalam Bahasa Yunani yaitu *Strategos*, yang berarti “Komandan Militer” di zaman demokrasi Athena. Pada awalnya kata ini digunakan untuk kepentingan militer saja, yang kemudian berkembang untuk berbagai bidang yang berbeda, strategi pemasaran, perdagangan, bisnis, dll.

Strategi yaitu suatu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut melalui proses berfikir yang sangat cermat agar cara yang dipilih bisa mencapai tujuan sesuai dengan yang direncanakan, faktor tujuan strategi disini sangatlah penting. Tidak adanya tujuan yang jelas maka tidak akan memunculkan strategi yang tepat untuk bisa mengantarkan ketujuan tersebut. Tujuan disini bisa berasal dari bidang apapun, bisa berupa bidang politik, maupun tujuan dalam bidang komunikasi kesehatan.

Strategi komunikasi adalah sebuah usaha Bersama yang dilakukan oleh dua lawan bicara untuk kesepakatan makna. Strategi komunikasi mempunyai tiga kriteria yang harus dipenuhi. Pertama, seorang komunikator ingin mengkomunikasikan suatu makna kepada komunikan. Kedua, komunikator yakin bahwa struktur linguistic atau sosiolinguistik yang ada dalam makna pesan tidak dapat ditangkap secara jelas oleh

komunikasikan. Ketiga, komunikator memilih untuk menghindari mengkomunikasikan makna sebenarnya dari pesan yang disampaikan atau mencoba cara alternatif untuk mengkomunikasikan makna pesan. Menurut Tarone dalam sudut pandang “interaksional”.

Didalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada bidang komunikasi, sehingga yang dimaksud dari strategi disini yaitu cara yang dipilih agar bisa mencapai tujuan komunikasi kesehatan yang berkaitan dengan penanganan Covid-19. Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi komunikasi kesehatan dalam penanganan Covid-19 yaitu cara yang dilakukan dengan kegiatan komunikasi yang berkaitan dengan masalah kesehatan yaitu dalam penularan virus Covid-19, dengan tujuan agar virus tersebut dapat ditangani dengan tepat dan efektif.

2.1.2.5 Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan merupakan bagian dari komunikasi antar manusia yang memiliki fokus bagaimana individu didalam suatu kelompok / masyarakat menghadapi isu-isu yang berkaitan dengan kesehatan serta bagaimana upaya untuk menjaga kesehatannya. Fokus utama dalam komunikasi kesehatan ini adalah adanya transaksi secara khusus berhubungan dengan isu kesehatan dan faktor yang mempengaruhi transaksi tersebut. Transaksi yang berlangsung antar ahli kesehatan, antara ahli kesehatan dengan pasien dan antara pasien dengan keluarga pasien merupakan perhatian utama dalam komunikasi kesehatan.

Komunikasi kesehatan adalah usaha yang sistematis dalam mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan di masyarakat, dengan menggunakan berbagai macam prinsip serta metode komunikasi, baik komunikasi interpersonal, ataupun komunikasi massa. Komunikasi kesehatan meliputi informasi terkait pencegahan penyakit, promosi penyakit, kebijakan pemeliharaan kesehatan, regulasi bisnis dalam bidang kesehatan, serta regulasi bisnis didalam bidang kesehatan, sejauh mungkin dalam mengubah dan memperbarui kualitas suatu individu didalam komunitas atau masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ilmu pengetahuan dan etika.

Selain itu komunikasi kesehatan juga dipahami sebagai studi yang mempelajari bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi untuk menyebarkan informasi kesehatan yang dapat mempengaruhi suatu individu dan komunitas agar membuat keputusan yang tepat dalam berkaitan dengan pengelolaan kesehatan (Notoatmodjo, 2007).

Menurut Liliweri (2008) komunikasi kesehatan merupakan proses penyampaian pesan kesehatan oleh komunikator melalui saluran / media tertentu pada komunikan yang bertujuan untuk mendorong perilaku manusia dalam mencapai kesejahteraan sebagai kekuatan yang mengarah kepada keadaan (status) sehat utuh baik secara fisik, mental (rohani) dan sosial.

Komunikasi kesehatan meliputi study serta penggunaan dari strategi komunikasi dalam memberikan informasi dan mempengaruhi keputusan, sikap dan perilaku seseorang ataupun kelompok masyarakat guna meningkatkan kesadaran

tentang kesehatan. Bidang ini mewakili antara komunikasi dan kesehatan pribadi maupun banyak orang. Komunikasi kesehatan sendiri berkontribusi hampir disemua aspek pencegahan dari suatu penyakit dan promosi kesehatan (*Health People, 2010*).

2.1.2.6 Peran Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan memiliki peran dalam meningkatkan kesadaran individu terkait isu-isu kesehatan, resiko serta solusi kesehatan. Komunikasi kesehatan memiliki kaitan interaksi antara kesehatan dengan perilaku individu. Individu berada didalam situasi biologis, psikologis serta sosial kemasyarakatan. Tiga faktor tersebut memiliki keterkaitan terhadap status kesehatan individu. Dengan komunikasi kesehatan, kita bisa mempelajari hubungan timbal balik dengan ketiga faktor tersebut. Pemahaman ini penting untuk bisa dikembangkan intervensi program kesehatan dengan bertujuan untuk mengubah perilaku individu menjadi lebih sehat. Karena kecenderungan yang terjadi belakangan ini, banyak penyakit termasuk penyakit yang kronis yang disebabkan oleh faktor sosial dan dari pengaruh perilaku (behaviour). Penyakit kronis yang terjadi disebabkan oleh tidak mampunya individu dalam menjalani hidup sehat dan tidak bertanggung jawab atas status kesehatannya sendiri.

Jika digunakan secara tepat, komunikasi kesehatan bisa mempengaruhi sikap, persepsi, kesadaran, pengetahuan, norma sosial yang semuanya memiliki peran sebagai precursor dalam merubah perilaku. Komunikasi kesehatan dibidang sangat efektif dalam mempengaruhi perilaku karena memiliki dasar pada psikologi sosial, pendidikan

kesehatan, komunikasi massa, dan penasarana guna mengembangkan serta menyampaikan promosi kesehatan dan pesan dalam pencegahan.

2.1.2.7 Tujuan Komunikasi Kesehatan

Tujuan dari komunikasi kesehatan adalah untuk perilaku kesehatan pada sasaran kearah yang lebih kondusif sehingga memungkinkan terjadinya peningkatan status kesehatan sebagai dampak dari program komunikasi kesehatan.

Tujuan komunikasi kesehatan terbagi menjadi dua, diantaranya :

1. Tujuan Strategis

Pada umumnya program-program yang berkaitan dengan komunikasi kesehatan yang dirancang dalam bentuk paket acara atau modul dapat berfungsi untuk :

- a. Relay information, yakni meneruskan informasi kesehatan dari suatu sumber kepada pihak lain secara berangka (hunting).
- b. Enable informed decision making, yaitu pemberian informasi yang akurat dalam pengambilan keputusan.
- c. Promote peer information exchange and emotional support, yakni mendukung peraturan pertama dan mendukung secara emosional pertukaran informasi kesehatan.
- d. Promote healthy behavior, informasi untuk memperkenalkan hidup sehat.
- e. Promote self care, yakni memperkenalkan pemeliharaan diri sendiri.

f. Manage demand for health services, ialah untuk memenuhi permintaan layanan kesehatan

2. Tujuan Praktis

Sebenarnya secara praktis tujuan khusus komunikasi kesehatan adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui beberapa usaha pendidikan dan pelatihan agar dapat :

a. Meningkatkan pengetahuan yang mencakup :

- Prinsip-prinsip dan proses komunikasi manusia
- Menjadi komunikator (yang memiliki etos, patos, logos, kredibilitas dan lain-lain)
- Menyusun pesan verbal dan non-verbal dalam komunikasi kesehatan
- Memilih media yang sesuai dengan konteks komunikasi kesehatan
- Menentukan segmen komunikasi yang sesuai dengan konteks komunikasi kesehatan
- Mengelola umpan balik atau dampak pesan kesehatan yang sesuai dengan kehendak komunikator dan komunikan
- Mengelola hambatan-hambatan dalam komunikasi kesehatan
- Mengenal dan mengelola konteks komunikasi kesehatan
- Prinsip-prinsip riset

b. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan berkomunikasi efektif

c. Membentuk sikap dan perilaku berkomunikasi, seperti:

- Berkomunikas yang menyenangkan, empati
- Berkomunikasi dengan kepercayaan pada diri
- Menciptakan kepercayaan pada diri
- Menciptakan kepercayaan publik dan pemberdayaan publik
- Membuat pertukaran gagasan dan informasi makin menyenangkan
- Memberikan apresiasi terhadap terbentuknya komunikasi yang baik

2.1.2.8 Prinsip-Prinsip Komunikasi Kesehatan

Priyanto (2012) prinsip- prinsip komunikasi yang harus diterapkan agar mencapai hasil yang memuaskan dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- a. Menjadikan klien sebagai fokus yang utama dalam berinteraksi
- b. Mengkaji kualitas intelektual utnuk menentukan pemahaman
- c. Mempergunakan sikap membuka diri hanya tujuan terapeutik
- d. Menerapkan perilaku profesional dalam mengatur hubungan terapeutik
- e. Menghindari hubungan sosial dengan klien
- f. Harus betul-betul menjaga kerahasiaan klien
- g. Mengimplementasikan intervensi berdasarkan teori
- h. Mengobservasi respon verbal klien melalui pernyataan klarifikasi dan hindari perubahan subjek atau topik jika perubahan isi topik bukan sesuatu yang sangat menarik bagi klien
- i. Memelihara hubungan atau interaksi yang tidak menilai dan hindari penilaian tentang tingkah laku dan memberi nasihat klien

- j. Beri petunjuk klien untuk menginterpretasi kembali pengalamannya secara rasional

2.1.2.9 Karakteristik Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan terapeutik biasa digunakan oleh tenaga kesehatan. Hubungan komunikasi ini lebih kepada hubungan antara tenaga kesehatan dengan klien. Yang dimaksud klien disini bukan berarti pasien, klien bisa berupa individu yang sehat, keluarga, kelompok atau bahkan ditingkat masyarakat. penerapan komunikasi terapeutik ini tentunya memiliki jangkauan yang luas.

Menurut Sitepu (2018) ada beberapa karakteristik dari komunikasi terapeutik, yaitu :

- a. Ikhlas (*Genuiness*), seorang tenaga kesehatan harus bisa menunjukkan sikap keikhlasannya dan bisa dirasakan oleh klien, ini merupakan modal awal dalam menjalin komunikasi dengan klien dan bisa mengurangi hambatan komunikasi tertentu.
- b. Empati, sebagai tenaga kesehatan harus bisa memiliki rasa empati, empati disini adalah bisa merasakan apa yang sedang dirasakan oleh klien. Empati ini tidak bisa dengan dibuat-buat.
- c. Kehangatan, seorang tenaga kesehatan sebaiknya memiliki sifat ini. Dengan suasana hangat membuat klien merasa bebas bercerita dan mengungkapkan pendapatnya tanpa ada batasan. Situasi ini bisa menjadikan komunikasi sebagai terapi yang mendorong dalam proses penyembuhan klien.

- d. Jujur, sama seperti karakteristik empati. Dengan membangun kejujuran didalamnya memungkinkan sikap terbuka dari klien, yang membuat tujuan dari komunikasi terapeutik tercapai.
- e. Altruistik, sikap ini merupakan kepuasan ketika menolong orang lain. Ini menjadi dasar bahwa dalam komunikasi terapeutik bisa dilakukan apabila tenaga kesehatan merasa puas ketika mereka bisa menolong orang lain.
- f. Menggunakan Etika, etika merupakan bagian penting dari komunikasi terapeutik. Memperhatikan etika dalam berkomunikasi bisa menjadi strategi yang tepat dalam membina hubungan saling percaya, ini menjadi modal awal untuk berkomunikasi dengan klien.
- g. Bertanggungjawab, unsur ini sangat penting karena ada tujuan yang ingin dicapai dari komunikasi ini. Pesan yang akan disampaikan kepada klien merupakan tanggung jawab masing-masing tenaga kesehatan, begitu juga klien dengan tenaga kesehatan.

2.1.2.10 Unsur-Unsur Dalam Membangun Komunikasi Kesehatan

Menurut **Egan** (*Rita 2009*) mengemukakan unsur dalam komunikasi kesehatan yang efektif memiliki lima sikap dan teknik untuk menghadirkan diri secara fisik yang dapat memfasilitasi komunikasi yang terapeutik sebagai berikut :

- 1. Berhadapan**, artinya “saya siap untuk anda”.
- 2. Mempertahankan kontak mata**, berarti menghargai klien dan menyatakan keinginan untuk tetap berkomunikasi.

3. **Membungkuk ke arah klien**, posisi ini menunjukkan keinginan untuk mengatakan atau mendengarkan sesuatu.
4. **Mempertahankan sikap terbuka**, dalam arti tidak melipat kaki atau tangan. Sikap ini menunjukkan keterbukaan untuk berkomunikasi.
5. **Tetap relax**, sikap ini dapat mengontrol keseimbangan antara ketegangan dan relaksasi dalam memberi respon kepada klien.

Sikap terapeutik dapat diidentifikasi melalui perilaku non-verbal. Menurut **Stuart dan Sundeen (1998)** mengatakan ada lima kategori komunikasi non-verbal sebagai berikut :

1. **Isyarat Vokal**, yaitu isyarat paralinguistik, termasuk semua kualitas bicara non-verbal. Misalnya tekanan suara, kualitas suara, irama, tertawa, serta kecepatan bicara.
2. **Isyarat Tindakan**, yaitu gerakan tubuh, termasuk ekspresi wajah dan sikap tubuh.
3. **Isyarat Objek**, yaitu semua objek yang digunakan secara sengaja atau tidak sengaja oleh seseorang seperti pakaian dan beda pribadi lainnya.
4. **Ruang**, memberi isyarat tentang kedekatan hubungan antara dua orang. Hal ini didasari oleh norma sosial budaya yang dimiliki.
5. **Sentuhan**, yaitu kontak fisik antara dua orang dan merupakan komunikasi nonverbal yang paling personal. Respon seseorang terhadap tindakan ini sangat

dipengaruhi oleh tatanan dan latar belakang budaya, jenis hubungan, jenis kelamin, usia dan harapan.

2.1.2.11 Definisi Pandemi

Pandemi merupakan sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, umumnya menyerang banyak orang.

Pandemi adalah wabah penyakit yang terjadi secara bersamaan yang tidak hanya terjadi disuatu daerah atau negara. WHO secara resmi mengumumkan bahwa Covid-19 sebagai pandemi pada tanggal 09 maret 2020, artinya Covid-19 tidak hanya menjadi masalah yang dihadapi oleh satu negara, Covid-19 menjadi penyakit global yang dihadapi hampir seluruh negara.

2.1.2.12 Definisi Corona Virus Disease (Covid-19)

Virus Corona ata Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2) merupakan virus yang mengganggu sistem pernapasan. Pada banyak kasus Covid-19 menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan seperti flu. Tetapi virus ini juga dapat menyebabkan infeksi berat pada paru-paru, bahkan bisa menyebabkan kematian. SARS-CoV-2 merupakan jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia.

Virus ini menyerang tanpa pandang bulu, seperti lansia, orang dewasa, anak-anak, bayi, bahkan ibu hamil dan ibu menyusui. Covid-19 akan menjadi fatal jika yang terinfeksi adalah orang yang lanjut usia, ibu hamil dan juga orang yang mempunyai

penyakit bawaan (komorbid). Covid-19 pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada akhir 2019 lalu. Virus ini menular dengan sangat cepat dan telah menjangkiti hampir diseluruh negara termasuk Indonesia.

2.1.2.13 Gejala Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

Gejala awal pada orang yang terpapar Covid-19 menyerupai gejala flu, yaitu demam, pilek, batuk kering, sakit tenggorokan, dan juga sakit kepala. Selanjutnya gejala tersebut dapat hilang dan sembuh atau mungkin semakin berat. Penderita dengan kasus gejala yang berat bisa mengalami demam tinggi, batuk berdahak dan kemungkinan disertai darah, nyeri dada, dan juga sesak nafas. Gejala ini muncul ketika tubuh bereaksi melawan Covid-19.

Secara umum, ada 3 gejala yang menandakan seseorang terpapar virus covid, diantaranya :

- Demam dengan suhu diatas normal
- Batuk kering
- Sesak nafas

Beberapa gejala lain yang bisa muncul meskipun lebih jarang pada orang yang terpapar Covid-19, yaitu :

- Diare
- Sakit kepala
- Konjungtivitis

- Hilangnya kemampuan perasa dan penciuman
- Serta ruam yang muncul dikulit

Gejala ini biasanya akan muncul dalam kurun waktu 2 sampai 14 hari setelah penderita terpapar Covid-19. Orang yang terinfeksi juga akan bisa mengalami penurunan kadar oksigen pada tubuh tanpa disertai gejala apapun, kondisi ini disebut happy hypoxia.

2.1.2.14 Penyebab Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

Covid-19 yang disebabkan oleh coronavirus, yaitu suatu kelompok virus yang menginfeksi sistem pernafasan. Dari sebagian besar kasus, coronavirus hanya menyebabkan infeksi sistem pernafasan dari ringan sampai sedang, misalnya seperti flu. Akan tetapi, virus ini juga dapat menyebabkan infeksi pernafasan berat misalnya seperti pneumonia, *Middle-East Respiratory Syndrome* (MERS), dan juga *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS).

Muncul dugaan bahwa Covid-19 adalah virus yang ditularkan dari hewan ke manusia. Namun, kemudian diketahui bahwa Covid-19 juga menular dari sesama manusia. Seseorang dapat tertular Covid-19 dengan berbagai cara, diantaranya :

- Tidak dengan sengaja menghirup droplet (percikan air liur) yang keluar dari mulut seorang yang terinfeksi Covid-19 pada saat batuk atau bersin.
- Memegang mulut dan hidung sebelum mencuci tangan terlebih dahulu setelah memegang benda yang terkena droplet dari penderita Covid-19.

- Kontak erat dengan penderita Covid-19

Covid-19 juga bisa menular melalui benda-benda yang sering tersentuh, misalnya uang, gagang pintu, serta permukaan meja.

2.1.2.15 Pencegahan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

Cara terbaik dalam pencegahan Covid-19 yaitu dengan menghindari faktor-faktor yang dapat menyebabkan terinfeksi virus ini, yaitu :

- Melakukan physical distancing dengan menjaga jarak dengan orang lain minimal 1 meter dan menahan diri untuk tidak keluar rumah jika tidak ada keperluan mendesak.
- Menggunakan masker saat beraktivitas diluar rumah.
- Rajin mencuci tangan dengan sabun di air mengalir atau menggunakan handsanitizer yang mengandung alkohol minimal 60%.
- Tidak menyentuh mulut, hidung, ataupun mata sebelum mencuci tangan.
- Menjaga daya tahan tubuh dengan meningkatkan pola hidup sehat.
- Menghindari kontak dengan penderita Covid-19 atau orang yang sedang sakit atau bergejala seperti Covid-19.
- Tutup mulut dan hidung dengan tissue pada saat bersin atau batuk.
- Menjaga kebersihan benda yang sering tersentuh dan menjaga kebersihan lingkungan tempat tinggal.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Risk and Crisis Communication Management Theory

Komunikasi kesehatan yaitu suatu kajian yang mendalam dan kompleks karena melibatkan berbagai elemen seperti individu komunikator, pesan, hubungan personal, hubungan dengan ahli kesehatan, organisasi, media, budaya serta masyarakat (Littlejohn, dkk., 2017). Dalam mengkaji suatu fenomena komunikasi kesehatan, ada beberapa teori komunikasi ataupun pendekatan yang membahas berbagai hal, mulai dari hubungan pasien dengan ahli kesehatan, proses edukasi informasi kesehatan pada masyarakat, pola pekerja kesehatan sampai kesenjangan akses kesehatan pada suatu kelompok tertentu.

Risk and Crisis Communication Management Theory merupakan teori yang dirumuskan oleh Matthew Seeger, teori ini biasanya digunakan untuk menganalisis suatu fenomena krisis kesehatan, misalnya penyebaran virus menular (Littlejohn, dkk., 2017). Teori ini dibagi kedalam empat tingkatan model fase manajemen krisis (Littlejohn, dkk., 2017), yaitu:

1. Pencegahan (*prevention*), adalah langkah pencegahan guna meminimalisir resiko.
2. Persiapan (*preparation*), adalah strategi yang dibuat untuk menangani krisis.
3. Tanggapan (*response*), tahap ini adalah tahap dalam penanganan krisis yang dilakukan.

4. Pembelajaran (*learning*), ini adalah tahap terakhir yang terjadi setelah krisis selesai.

Tidak hanya model fase manajemen krisis, Seeger juga menciptakan 10 strategi yang bisa digunakan untuk keberhasilan manajemen krisis (Littlejohn, dkk., 2017), diantaranya :

1. Komunikator haruslah pemangku kebijakan dalam penanganan krisis.
2. Membuat sebuah perencanaan dengan mengingat resiko dari keadaan sejenis dalam menyampaikan krisis itu sendiri, serta membuat strategi penanganan darurat.
3. Melakukan dialog dengan publik.
4. Mendengar masukan serta keluhan dari publik guna mendapat gambaran bagaimana kondisi yang sebenarnya.
5. Lakukan komunikasi krisis dengan jujur dan keterbukaan data.
6. Melakukan kordinasi dan kerjasama dengan stakeholder yang berkredibel.
7. Berkomunikasi dengan baik dimedia agar pesan tersampaikan secara efektif.
8. Berkomunikasi dengan perhatian dan rasa empati.
9. Menerima ketidakpastian keadaan saat krisis.
10. Tidak menjanjikan hal yang berlebihan karena keadaan bisa kapan saja berubah.

Sebarkan informasi dengan jelas agar dimasyarakat tidak kebingungan. Teori ini berpusat pada penangan krisis kesehatan yang terjadi disuatu daerah atau negara yang

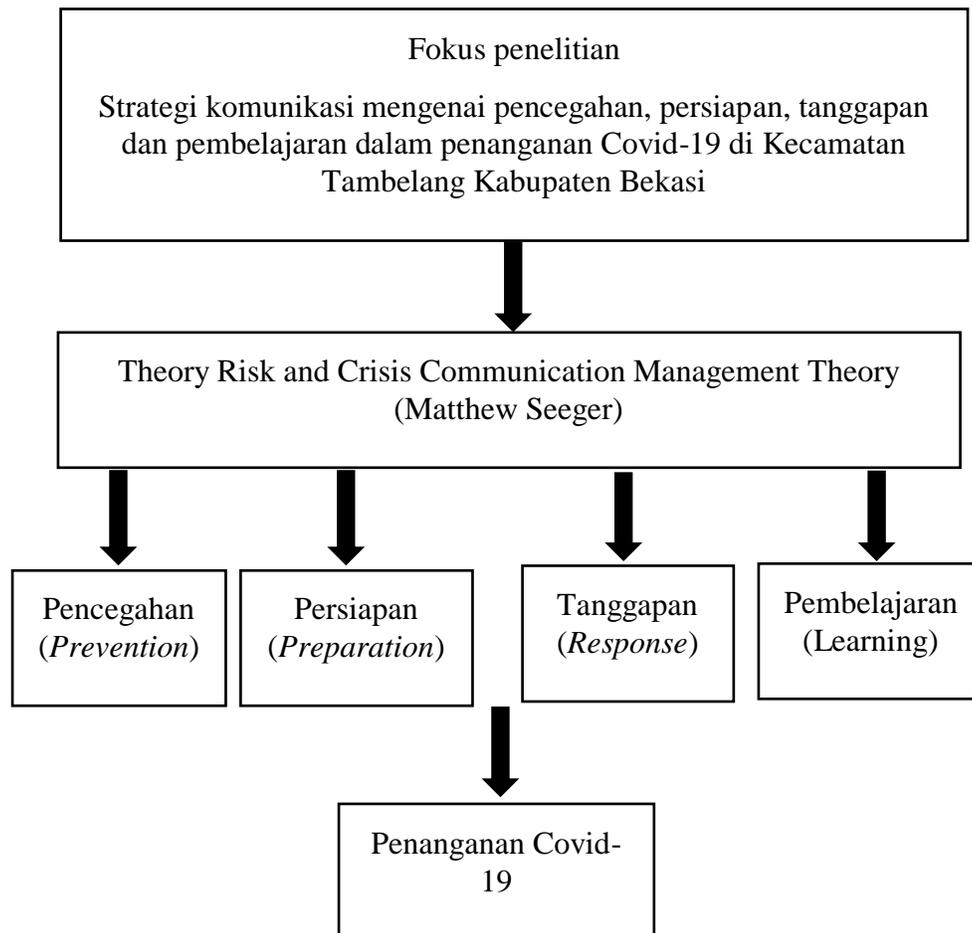
memanfaatkan komunikasi secara efektif dan terbuka. Covid-19 yang menyebar dengan cepat di banyak negara telah menyebabkan krisis, khususnya krisis kesehatan. Kondisi ini perlu penanganan cepat, tepat, efektif dan akurat agar krisis ini berakhir dengan segera. Manajemen komunikasi kesehatan tepat dan efektif sangat diperlukan dalam menanggulangi dengan menggunakan strategi komunikasi kesehatan yang tepat.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam menyusun usulan penelitian, peneliti mengacu pada pendapat para ahli terkait teori yang berkaitan dengan fokus dan locus penelitian, sebagai dasar serta pedoman sesuai dengan fakta yang ada di lapangan sehingga bisa menghasilkan kesimpulan secara objektif yang berdasarkan masalah yang dikemukakan di atas, dengan itu peneliti akan mengemukakan teori menurut para ahli yang selanjutnya akan ditetapkan sebagai kerangka pemikiran. Dasar dari peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh aparat pemerintah pada situasi kondisi saat ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Risk and Crisis Communication Management Theory yaitu, teori ini dirumuskan oleh Matthew Seeger, biasanya teori ini digunakan untuk menganalisis suatu fenomena krisis kesehatan, misalnya penyebaran virus menular (Littlejohn, dkk., 2017).

Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran
Strategi Komunikasi Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tambelang Kabupaten



Dalam **gambar 2.1** dijelaskan bahwa terdapat terdapat 4 tingkatan dalam Risk and Crisis Communication Management Theory. *Prevention (pencegahan)*, langkah ini dianggap bisa meminimalisir resiko. Pemerintah Kecamatan Tambelang melakukan langkah ini dengan menyediakan rumah isolasi untuk warga yang terkonfirmasi positif Covid-19, melakukan operasi yustisi, melakukan

penyemprotan disinfektan ke setiap rumah warga, serta menyediakan alat pencuci tangan di setiap tempat ibadah dan tempat berbelanja. *Preparation (persiapan)*, strategi yang dibuat untuk menangani krisis. Dalam hal ini pemerintah melakukan strategi dengan cara melarang warga yang bukan masyarakat Tambelang datang, serta pemerintah juga melockdown bagi desa yang angka penyebaran kasus Covid-19 nya tinggi. *Response (tanggapan)*, ini mencakup dalam penanganan krisis yang dilakukan. Pemerintah terus menghimbau kepada warga jika keluarganya mempunyai gejala seperti Covid-19 segera melapor ke pihak yang berwenang, memantau warga yang diketahui sedang terkonfirmasi positif dengan memberikan obat, vitamin, serta bantuan sembako. *Learning (pembelajaran)*, tahap akhir yang terjadi setelah krisis selesai. Pemerintah Kecamatan Tambelang dalam tahap ini melakukan evaluasi dalam penanganan Covid-19 setiap minggu dengan mengadakan rapat minggon bersama aparat desa.