

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka/Literatur

Literatur merupakan sumber atau referensi yang digunakan untuk berbagai kegiatan di dunia pendidikan dan kegiatan lainnya. Namun, literatur juga menjadi acuan yang digunakan untuk memperoleh informasi tertentu. Literatur dapat berupa buku dan berbagai teks lainnya. Literatur merupakan dokumen penelitian untuk kajian sastra karena memuat kriteria-kriteria yang berkaitan dengan fokus kajiannya. Relevansi berarti sesuatu yang terkandung dalam dokumen yang membantu penulis menyelesaikan kebutuhan akan informasi.

2.2 Riview Penelitian Sejenis

Berkaitan dengan topik yang dilakukan penulis dalam penelitian ini maka perlu adanya penelitian terdahulu atau penelitian sejenis. Review penelitian adalah salah satu referensi yang diambil peneliti. Peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan dengan melihat hasil karya ilmiah terdahulu yang memiliki pembahasan serta tujuan yang hampir sama sebagai pendukung penelitian. Penelitian terdahulu merupakan referensi yang berkaitan dengan penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan bagi peneliti dalam menyusun penelitian, diantaranya :

1. Febriyanti, program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar 2020 dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI PADA PELAYANAN KESEHATAN MASYARAKAT UMUM PADA RUMAH SAKIT SULTAN DG. RADJA BULUKUMBA**. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dan tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian ini menganalisa bagaimana strategi komunikasi pada pelayanan kesehatan masyarakat umum di Rumah Sakit Sultan Dg. Radja Bulukumba serta mengetahui hambatan-hambatan penetapan

strategi komunikasi terhadap pelayanan kesehatan masyarakat umum.

2. Muhammad Rivan Warhida, program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan 2021 dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN RUMAH SAKIT ISLAM MALAHAYATI DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG COVID-19**. Metode yang digunakan yaitu metode pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana srategi komunikasi kesehatan Rumah Sakit Islam Malahayati dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang covid-19.
3. Qudrotul Nafi'ah, program studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2021, dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI TENAGA KESEHATANDALAMMENSOSIALISASIKAN PENCEGAHANCORONAVIRUSDISEASE2019 TERHADAP MASYARAKAT DI DESA GELANG KECAMATAN SUMBERBARU KABUPATEN JEMBER TAHUN 2021**. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini yaitu . Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi tenaga kesehatan dalam mensosialisasikan pencegahan covid-19 di desa gelang.

Tabel 2.1

Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
Febriyanti, Tahun 2020	Strategi Komunikasi pada Pelayanan Kesehatan Masyarakat Umum Pada Pumah sakit sultan dg. radja bulukumba	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukan strategi komunikasi pelayanan kesehatan masyarakat umum pada Rumah Sakit Sultan Dg. Radja Bulukumba adalah: mengenal khalayak dengan menganalisis kebutuhan khalayak, penyusunan pesan melalui tahap pra interaksi guna mengetahui latar belakang pasien, penetapan metode melalui komunikasi verbal dan non verbal .	Objek penelitian.	Sama-sama menganalisis strategi komunikasi.
Muhammad Rivian Warhida, Tahun 2021	Strategi Komunikasi Kesehatan Rumah Sakit Islam Malahayati Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Covid-19	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukan strategi komunikasi kesehatan yang dilakukan Rumah Sakit Islam Malahayati dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang Covid-19 dengan menggunakan promosi	Objek penelitian.	Sama-sama menganalisis strategi komunikasi.

			kesehatan agar mengetahui bahwa rumah sakit ini menerapkan protokol kesehatan dengan baik kepada pasien dan masyarakat.		
Qurrotul Nafi'ah, 2021	Strategi Komunikasi Tenaga Kesehatan Dalam Mensosialisasikan Pencegahan Corona Virus Disease 2019 Terhadap Masyarakat Di Desa Gelang Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember Tahun 2021	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat lima strategi komunikasi tenaga kesehatan dalam mensosialisasikan pencegahan Covid-19 terhadap masyarakat Desa Gelang dengan menentukan komunikator dengan menetapkan tenaga kesehatan bekerja sama dengan satgas Covid-19, menentukan komunikan yakni para RT, Rw dan tokoh agama, menyusun pesan yang disampaikan yakni mengenai edukasi pencegahan Covid-19, memilih media yang digunakan yakni dengan menggunakan media online dengan membentuk grup Whatsapp dan media cetak dalam bentuk brosur dan	Objek penelitian.	Sama-sama menganalisis strategi komunikasi.

			pamflet. Terakhir mengharapkan efek yang positif dari masyarakat Desa Gelang		
--	--	--	---	--	--

Berdasarkan tiga penelitian terdahulu diatas, ada beberapa perbedaan dari hasil penelitiannya. Hasil penelitian yang dibuat oleh Febriyanti, Tahun 2020 membahas mengenai strategi komunikasi pelayanan kesehatan masyarakat umum pada Rumah Sakit Sultan Dg. Radja Bulukumba adalah mengenal khalayak dengan menganalisis kebutuhan khalayak, penyusunan pesan melalui tahap pra interaksi guna mengetahui latar belakang pasien, penetapan metode melalui komunikasi verbal dan non verbal .

Hasil penelitian oleh Muhammad Rivan Warhida, Tahun 2021 berbeda dengan penelitian lainnya karena penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi kesehatan yang dilakukan Rumah Sakit Islam Malahayati dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang Covid-19 dengan menggunakan promosi kesehatan agar mengetahui bahwa rumah sakit ini menerapkan protokol kesehatan dengan baik kepada pasien dan masyarakat.

Terakhir hasil penelitian oleh Qurrotul Nafi'ah, 2021 juga tentunya memiliki perbedaan dengan dua penelitian diatas karena hasil penelitian ini menunjukkan terdapat lima strategi komunikasi tenaga kesehatan dalam mensosialisasikan pencegahan Covid-19 terhadap masyarakat Desa Gelang dengan menentukan komunikator dengan menetapkan tenaga kesehatan bekerja sama dengan satgas Covid-19, menentukan komunikan yakni para RT, Rw dan tokoh agama, menyusun pesan yang disampaikan yakni mengenai edukasi pencegahan Covid-19, memilih media yang digunakan yakni dengan menggunakan media online dengan membentuk grup Whatsapp dan media cetak dalam bentuk brosur dan pamflet. Terakhir mengharapkan efek yang positif dari masyarakat Desa Gelang.

2.3 Kajian Konseptual

2.3.1 Komunikasi

2.3.1.1 Definisi Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin *communicato* yang bersumber dari kata *communis*. Kata *communis* ini

memiliki arti yaitu sama makna atau sama makna mengenai suatu hal. Menurut Effendy (2015) komunikasi berlangsung apabila orang-orang terlibat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Namun, secara umum komunikasi merupakan proses pengiriman pesan atau simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikan dengan tujuan tertentu. Everett M. Rogers dan Lawaren Kincaid dalam buku yang di populerkan oleh Wiryanto yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi mengatakan komunikasi adalah proses yang di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (1964:527) juga mengatakan bahwa komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol dan sebagainya, tindakan atau proses transmisi inilah yang biasanya disebut komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan, ide atau gagasan dari seorang komunikator kepada komunikan. Komunikasi terjadi apabila komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan maksud dan tujuan tertentu. Menurut Laswell komunikasi adalah suatu proses yang menjelaskan —siapa|| menyatakan —apa||, —kepada siapa||, —dengan saluran apa||, dan dengan akibat atau asil apa|| (*Who says what in which channel to whom and with what effect*), (Effendy, 2002:10).

2.3.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses mengkomunikasikan pikiran dan perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Kemudian pesan tersebut disampaikan melalui saluran tertentu seperti tatap muka, telepon langsung, dan sinyal. Setelah pesan sampai ke penerima, terjadi proses decoding yang menginterpretasikan pesan tersebut setelah ada respon dari penerima pesan.

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer merupakan proses penggunaan simbol sebagai media untuk menyampaikan pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain. Simbol sebagai media utama proses komunikasi adalah bahasa, tanda, gambar, warna, dll yang memungkinkan pikiran dan perasaan komunikator —diterjemahkanll langsung kepada komunikan.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi sekunder merupakan proses menggunakan simbol sebagai media pertama dan kemudian menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua untuk menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain. Komunikator menggunakan media kedua saat memulai komunikasi karena target jemaah komunikan relatif jauh atau banyak. Ini adalah media kedua yang paling umum digunakan untuk komunikasi, seperti surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi dan film.

2.3.1.3 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi bahkan perilaku Adapun tujuan komunikasi secara umum menurut H. A. W. Widjaja (2000:66) adalah sebagai berikut:

1. Hal yang disampaikan dapat dimengerti. Sebagai komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan dengan baik dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh komunikator atau orang yang menyampaikan pesan.
2. Memahami orang. Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Tidak hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.
3. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain. Komunikator harus berusaha agar gagasannya dapat diterima oleh orang lain dengan

menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu yang berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki.

2.3.1.4 Unsur-unsur Komunikasi

Suatu pesan yang disampaikan seseorang harus didasari dengan tujuan tertentu agar komunikasi berjalan dengan baik dan lancar sehingga dapat diterima dan mudah dimengerti. Proses komunikasi akan sukses apabila disertai oleh unsur-unsur berikut ini :

- a. Sumber (*Source*)

Sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi akan dilibatkan pada saat melakukan komunikasi. Sumber bisa terdiri dari satu orang, juga bisa dalam bentuk kelompok, seperti organisasi atau lembaga dalam komunikasi antar manusia. Secara sederhana sumber merupakan komunikator yang menyampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang.

- b. Pesan (*Message*)

Pesan merupakan sesuatu atau hal yang disampaikan baik secara langsung (tatap muka) atau melalui media komunikasi. Isi pesan dapat berupa informasi, ilmu pengetahuan, nasihat, hiburan dan sebagainya. Sering juga disebut sebagai *message*, *content*, atau informasi.

- c. Saluran (*Channel*)

Saluran merupakan alat yang digunakan untuk menyalurkan pesan dari sumber kepada penerima. Kita dapat menggunakan kelima indra kita untuk menerima pesan dari orang lain, namun pada dasarnya komunikasi menggunakan dua saluran yaitu cahaya dan suara.

- d. Penerima (*Receiver*)

Penerima sering disebut juga sebagai sasaran/tujuan, komunikate (communicate), pendengar (listener), penafsir (interpreter) yakni orang yang menerima pesan dari sumber. Penerima yang biasanya terdiri dari satu orang atau lebih, kelompok merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.

e. Pengaruh (Effect)

Pengaruh biasanya terjadi pada pengetahuan, sikap maupun tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan. Pengaruh merupakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

f. Tanggapan Balik (*Feedback*)

Pada dasarnya feedback merupakan tanggapan yang diberikan komunikan kepada komunikator setelah menerima pesan.

g. Lingkungan

Faktor lingkungan dikelompokkan menjadi empat macam yaitu lingkungan fisik, sosial budaya, dimenasi psikologis dan dimenasi waktu. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.

Unsur-unsur diatas terjadi saat manusia sedang berkomunikasi. Aristoteles (Cangara 2004) mengetakan bahwa suatu pesan akan bejalan dengan baik cukup dengan tiga uncur yaitu sumber, pesan dan penerima.

2.3.1.5 Prinsip Komunikasi

Dari banyaknya pakar yang menguraikan prinsip-prinsip komunikasi, Dedy Mulyana mencoba untuk menjabarkan beberapa prinsip komunikasi berdasarkan pengalaman pribadi serta rujukan yang relavan. Berikut prinsip-prinsip komunikasi yang dijabarkan oleh Dedy Mulyana :

1. Komunikasi adalah suatu proses simbolik

Simbol atau lambang merupakan suatu yang disepakati oleh sekelompok orang sebagai sesuatu yang digunakan untuk menunjuk suatu lainnya. Simbol dapat berupa kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal dan objek yang maknanya disepakati bersama. Adanya

kesepakatan sekelompok orang merupakan kunci dari simbol atau lambang. Pikiran kita yang dapat membuat simbol atau lambang itu bermakna, bahkan kata-kata adalah pemaknaan dari pikiran kita.

2. Setiap pelaku mempunyai potensi komunikasi

Komunikasi dapat terjadi pada setiap pelaku. Maksudnya adalah setiap orang bisa saja terlibat dalam proses komunikasi walaupun orang tersebut tidak bermaksud untuk mengkomunikasikan sesuatu. Hal ini dapat terjadi karena adanya gerak tubuh, ekspresi wajah yang dapat di maknai sebagai komunikasi.

3. Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan

Pada prinsip ini dimensi isi menunjukkan isi komunikasi sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengisyaratkan hubungan para peserta komunikasi dan bagaimana seharusnya pesan itu ditafsirkan. Setiap pesan komunikasi memiliki dimensi konten, dan tergantung pada pelaku yang terlibat, dimensi konten memprediksi dimensi hubungan yang ada antara pihak-pihak yang melakukan proses komunikasi.

4. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan

Komunikasi dapat terjadi dengan berbagai tingkat niat. Artinya bisa terjadi sesuatu yang tidak direncanakan, seperti dua orang saling menyapa di tengah jalan. Atau mungkin sebenarnya direncanakan dengan cara yang sama seperti pertemuan formal.

5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu

Proses komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu. Pesan komunikasi yang dikirim oleh pengirim disesuaikan dengan konteks ruang dan waktu dengan menyesuaikan tempat terjadinya proses komunikasi, tujuan pesan dikirim, dan waktu terjadinya komunikasi

6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi

Proses komunikasi juga dapat diprediksi oleh pelaku-pelaku yang terlibat. Seperti ketika kita menyapa seseorang, kita tentu mengharapkan orang itu untuk menjawab sapaan kita. Hal ini juga

tergantung pada norma, kebiasaan atau pola komunikasi yang digunakan oleh para pelaku yang terlibat. Ketika orang berkomunikasi, mereka memprediksi efek dari perilaku komunikasi mereka. Dengan kata lain, komunikasi juga terikat oleh aturan atau tata krama.

7. Komunikasi bersifat sistemik

Komunikasi juga berkaitan dengan sistem unsur-unsurnya. Setidaknya dua sistem dasar bekerja dalam transaksi komunikasi yaitu sistem internal dan eksternal. Cara orang berkomunikasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain latar belakang budaya, pendidikan, nilai, adat istiadat, dan pengalaman. Faktor eksternal seperti keluarga dan kondisi lingkungan juga mempengaruhi komunikasi yang sistematis.

8. Komunikasi lebih efektif jika latar belakang sosial budaya mirip

Semakin mirip latar belakang sosial budaya, semakin efektif komunikasinya. Komunikasi antara dua orang dengan latar belakang etnis dan budaya yang sama lebih efektif dan terhubung daripada komunikasi antara dua orang yang berbeda latar belakang. Kesamaan unsur sosial budaya seperti bahasa dan pendidikan berdampak besar pada terciptanya komunikasi yang efektif.

9. Komunikasi bersifat nonsekuensial

Proses komunikasi bersifat siklis dalam arti tidak dilakukan satu arah. Artinya, komunikasi juga mengandung satu atau lebih tanggapan sebagai bukti bahwa pesan yang dikirim telah diterima dan dipahami. Inilah yang dimaksud dengan prinsip komunikasi non-sekuensial.

10. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional

Komunikasi adalah proses yang dinamis dan transaksional. Ada proses pengiriman dan penerimaan informasi antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Pola komunikasi juga dapat berubah, dengan berbagai umpan balik dan reaksi.

11. Komunikasi bersifat irreversible

Tidak semua orang yang menjalankan proses komunikasi anda dapat mengontrol efeknya melalui pesan yang dikirim. Bahkan jika kita

menyakiti orang lain dengan kata-kata kita sendiri, efek menyakitkan itu tidak akan langsung hilang. Untuk itu, proses komunikasi harus dilakukan dengan hati-hati oleh pelaku.

12. Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah
Komunikasi tidak selalu merupakan solusi yang tepat untuk suatu masalah atau konflik karena konflik dan masalah mungkin terkait dengan masalah struktural. Komunikasi hanyalah salah satu elemen yang mendukung pemecahan masalah.

2.3.1.6 Hambatan Komunikasi

Hambatan atau gangguan komunikasi dapat terjadi pada setiap elemen yang mendukungnya, seperti faktor lingkungan tempat terjadinya komunikasi. Shannon dan Weaver (Cangara, 2007) mengatakan gangguan komunikasi terjadi ketika ada intervensi yang menghalangi seseorang salah satu unsur komunikasi, sehingga komunikasi tidak dapat efektif dan tidak sesuai harapan komunikator dan komunikan. Dedy Mulyana, 2005 juga menambahkan ada beberapa hambatan komunikasi yang dapat mengacaukan komunikasi.

1. Penyaringan (*filtering*)

Penyaringan adalah manipulasi sistematis informasi. Informasi yang sengaja diberikan oleh pengirim berita ini akan terlihat lebih menyenangkan bagi penerima informasi.

2. Perspektif selektif

Masalah ini dapat timbul karena penerima informasi dalam proses komunikasi melihat dan mendengar sesuatu yang selektif berdasarkan kebutuhan, motivasi, pengalaman, latar belakang dan ciri-ciri kepribadian lainnya. Penerima informasi juga dapat terpengaruh oleh minat dan harapannya dalam proses komunikasi ketika menerjemahkan informasi.

3. Gaya Gender

Baik pria maupun wanita menggunakan komunikasi lisan karena berbagai alasan. Jadi akibatnya, gender adalah penghalang komunikasi efektif antara kedua jenis kelamin tersebut.

4. Emosi

Perasaan penerima informasi ketika menerima pesan komunikasi akan sangat mempengaruhi cara seseorang menafsirkannya. Pesan yang sama diterima di ketika kondisinya marah atau bingung, itu ditafsirkan berbeda ketika seseorang dalam kondisi bahagia. Emosi yang ekstrem, saat sedang senang atau stres, biasanya dapat menghalangi komunikasi yang efektif.

5. Bahasa

Komunikator biasanya menunjukkan bahwa kata-kata dan istilah-istilah yang mereka gunakan memiliki arti yang sama dipahami oleh penerima. Anggapan ini sering tidak benar karena Kata-kata memiliki arti yang berbeda bagi orang yang juga berbeda. Usia, pendidikan dan latar belakang budaya ini adalah tiga dari banyak variabel yang sangat jelas mempengaruhi bahasa yang digunakan oleh orang tersebut, dan definisi yang dia berikan pada kata-kata.

6. Petunjuk nonverbal

Ketika isyarat nonverbal tidak relevan melalui komunikasi lisan, maka penerima informasi akan bingung dan menganggap pesan tersebut tidak jelas. Komunikasi nonverbal adalah metode penting bagi orang-orang saat menyampaikan pesan. Tapi komunikasi nonverbal selalu melibatkan komunikasi lisan selama bersesuaian dan keduanya saling menguatkan.

2.3.2 Strategi Komunikasi

Strategi mengacu pada pendekatan komprehensif untuk komunikasi yang mengikuti untuk mengatasi tantangan yang muncul selama proses komunikasi. Strategi perlu memberikan arah inisiatif secara keseluruhan,

mengoordinasikan berbagai sumber daya yang tersedia, meminimalkan penolakan, menjangkau target audien, dan mencapai tujuan inisiatif komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy (1984:35), hakikat strategi merupakan perencanaan atau perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan yang hanya dapat dicapai dengan taktik operasional. Strategi komunikasi harus mencakup semua yang perlu diketahui bagaimana berkomunikasi dengan target audien. Strategi komunikasi menentukan kelompok sasaran, berbagai tindakan yang harus diambil, bagaimana kelompok sasaran mendapat manfaat dari perspektif itu, dan bagaimana menjangkau kelompok sasaran yang lebih besar secara lebih efektif.

Strategi komunikasi adalah keseluruhan rencana, taktik, dan metode yang digunakan untuk memperlancar komunikasi dengan mempertimbangkan semua aspek proses komunikasi dan mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mengembangkan strategi komunikasi, kita perlu mempertimbangkan pendukung dan hambatan. Strategi komunikasi harus mempertimbangkan komponen komunikasi dan dukungan atau hambatan untuk setiap komponen. Hal ini meliputi kerangka unsur acuan, unsur kontekstual dan kondisional, pilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi dan peran komunikator dalam komunikasi (Anwar Arifin, 1984:59).

Menurut Yusuf Zainal Abidin (2015), untuk dapat membuat perencanaan yang baik, perlu dilakukan beberapa langkah untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu :

1. Mengenal audiens merupakan langkah awal bagi seorang komunikator untuk berkomunikasi secara efektif.
2. Buat pesan yang bisa menarik perhatian audiens, kita dapat membuat pesan dengan menentukan subjek atau materi. Syarat utama yang mempengaruhi khalayak melalui komponen pesan adalah mendapatkan perhatian khalayak.

3. Menetapkan metode penyampaian yang dapat dilihat dalam dua aspek yaitu :
 1. Menurut cara pelaksanaannya, melihat komunikasi dari perspektif implementasi dengan mengalihkan perhatian dari isi pesan.
 2. Menurut bentuk isi, melihat komunikasi untuk dalam bentuk pesan serta maksud di baliknya.

2.3.3 Komunikasi Kesehatan

Menurut Notoatmodjo (2007), yang dimaksud komunikasi kesehatan yaitu upaya sistematis untuk mempengaruhi secara positif berbagai perilaku kesehatan masyarakat dengan prinsip dan metode komunikasi, bisa menggunakan komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa. Komunikasi kesehatan berisi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijakan kesehatan, kebijakan medis dan aturan operasional dalam pelayanan kesehatan yang mengubah dan memutakhirkan kualitas individu dalam komunitas atau masyarakat semaksimal mungkin, dengan mempertimbangkan aspek ilmiah dan etika (*Health Communication Partnership's M/MC Health Communication Materiels Database, 2004*).

Komunikasi kesehatan mencakup semua aspek komunikasi manusia yang berhubungan dengan kesehatan. Komunikasi manusia dengan penekanan pada kesehatan. Fokusnya adalah pada peristiwa yang berhubungan dengan kesehatan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut Healthy People 2010 dalam Liliweri (2009), komunikasi kesehatan menginformasikan serta mempengaruhi individu, institusi dan masyarakat tentang isu-isu di bidang kesehatan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan kesehatan individu, merupakan teknik untuk memberi dan memotivasi.

Menggunakan konsep komunikasi kesehatan dan menggunakan strategi komunikasi yang untuk menyampaikan informasi dan pendidikan kesehatan ke berbagai lapisan masyarakat dan memungkinkan mereka untuk berperan aktif

dalam mempromosikan kesehatan. Promosi kesehatan ini dapat berkisar dari masalah pertahanan diri dari penyakit, proses pencegahan penyakit, hingga mengenali bahwa orang-orang yang menderita kondisi fisik dan mental yang tidak sehat. Dengan demikian, masyarakat diharapkan memiliki pengetahuan dasar dan informasi yang mumpuni tentang kesehatan agar dapat memahami sikap dan perilaku mereka yang mengutamakan pola hidup sehat.

Komponen komunikasi kesehatan sama dengan komponen komunikasi umum. Komunikasi tidak terbatas pada pengiriman pesan, umpan balik dan balasan dari penerima pesan menunjukkan bahwa komunikasi hanya mungkin terjadi jika komponen tertentu terpenuhi. Komunikasi, tentu saja, adalah sebuah proses yang tidak akan berjalan kecuali unsur-unsur tersebut terpenuhi.

Menurut Lasswell, komunikasi terdiri dari:

1. **Komunikator** Dalam komunikasi kesehatan, komunikator adalah orang atau institusi medis yang menyampaikan pesan. Misalnya, kami menyerukan agar program keluarga berencana dilaksanakan.
2. **Komunikan** Dalam komunikasi yang berhubungan dengan kesehatan, istilah komunikan mengacu pada orang yang menerima pesan. Komunikan dapat berupa orang yang disosialisasikan oleh fasilitas medis.
3. **Pesan** Dalam komunikasi kesehatan, pesan adalah pernyataan yang didukung oleh simbol-simbol yang bermakna, seperti slogan tentang pencegahan HIV/AIDS.
4. **Media** Media dalam komunikasi kesehatan adalah sarana atau saluran yang mendukung proses penyampaian pesan. Ada dua jenis media dalam komunikasi kesehatan: media interpersonal dan media kelompok (saluran). Media tersebut dapat berbentuk cetak maupun elektronik dan biasanya dilakukan dalam kegiatan yang meluas.
5. **Dampak Komunikasi Kesehatan** rtinya akibat yang ditimbulkan oleh pesan tersebut.

2.3.4 Tenaga Kesehatan

Tenaga kesehatan berdasarkan Undang-Undang Kesehatan Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2014 adalah semua orang yang mengabdikan diri di bidang kesehatan serta memiliki pengetahuan dan keterampilan melalui pendidikan di bidang kesehatan untuk beberapa jenis yang memerlukan kewenangan untuk melakukan upaya kesehatan. Tenaga kesehatan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan mutu pelayanan kesehatan yang maksimal bagi masyarakat sehingga masyarakat dapat meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat guna mencapai derajat kesehatan yang setinggi-tingginya. investasi dalam pengembangan sumber daya manusia dengan efisiensi ekonomi dan sosial.

2.3.5.1 Peran Tenaga Kesehatan

Macam-macam peran tenaga kesehatan menurut Potter dan Perry (2007) ,yaitu :

1. Sebagai komunikator

Selama proses komunikasi, tenaga kesehatan secara fisik dan psikologis harus hadir secara utuh, karena tidak cukup hanya dengan mengetahui teknik komunikasi dan komunikasi saja, tetapi juga sangat penting untuk mengetahui sikap, perhatian, dan penampilan dalam berkomunikasi. Komunikasi dikatakan efektif jika dari tenaga kesehatan mampu memberikan informasi secara jelas kepada pasien, sehingga dalam penanganan anemia diharapkan tenaga kesehatan ramah dan sopan pada setiap kunjungan ibu hamil (Notoatmodjo, 2007). Tenaga kesehatan juga harus memahami pemahaman ibu tentang informasi yang diberikan, dan juga memberikan pesan kepada ibu hamil jika terjadi efek yang tidak bisa ditanggulangi sendiri segera datang kembali dan komunikasi kesehatan (Mandriwati, 2008).

2. Sebagai motivator

Menurut Syaifudin (2006), motivasi adalah kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu sedangkan motivasi adalah kebutuhan,

keinginan dan kemauan untuk melakukan sesuatu. Motivator adalah orang yang memotivasi orang lain. Sedangkan motivasi diartikan sebagai dorongan untuk bertindak dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu dan hasil dari dorongan tersebut terwujud dalam bentuk perilaku (Notoatmodjo, 2007). Tenaga kesehatan sebagai motivator memiliki sifat yang mendukung, menginspirasi dan mendorong untuk mengenali masalah yang dihadapinya dan mampu mengeluarkan potensinya untuk menyelesaikan masalah tersebut (Novita, 2011).

3. Sebagai fasilitator

Fasilitator adalah individu atau organisasi yang memfasilitasi pemberian fasilitas kepada orang lain yang membutuhkan. Petugas kesehatan dilengkapi dengan petunjuk penggunaan tablet besi agar dapat meminum tablet besi pada waktu yang tepat untuk mengurangi

kejadian anemia (Santoso, 2004). Tenaga kesehatan juga harus membantu klien mencapai tingkat kesehatan yang optimal sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Tenaga kesehatan harus mampu menjadi pendamping dalam forum dan memberikan kesempatan kepada pasien untuk bertanya tentang interpretasi yang tidak dipahami. Untuk menjadi fasilitator tidak hanya pada saat pertemuan atau konsultasi, namun tenaga medis juga harus mampu berperan sebagai fasilitator khusus, seperti menyediakan waktu dan tempat yang diinginkan pasien untuk pertanyaan secara lebih mendalam dan mandiri (Sardiman, 2007).

4. Sebagai konselor

Konselor yang baik perlu peduli dan mau mengajarkan dari pengalaman, memiliki kemampuan untuk menerima orang lain, mendengarkan dengan sabar, optimis, terbuka terhadap sudut pandang yang berbeda, tidak menghakimi, mampu menjaga kerahasiaan, mendorong pengambilan keputusan, mendukung, mendukung

pelatihan memiliki kepercayaan dasar, mampu berkomunikasi, memahami perasaan dan kekhawatiran klien, serta memahami keterbatasan klien (Simatupang), 2008).

2.3.5.2 Jenis Tenaga Kesehatan

Menurut undang-undang nomor 36 tahun 2014 jenis tenaga kesehatan dikelompokkan menjadi :

1. Tenaga medis (dokter umum, dokter spesialis, dokter gigi spesialis)
2. Tenaga psikologi klinis (psikologi klinis)
3. Tenaga keperawatan (perawat dan perawat spesialis)
4. Tenaga kebidanan (bidan)
5. Tenaga kefarmasian (apoteker dan tenaga teknik kefarmasian)
6. Tenaga kesehatan masyarakat (epidemiolog kesehatan, tenaga promosi kesehatan dan ilmu perilaku, pembimbing kesehatan kerja, tenaga administrasi dan kebijakan kesehatan, tenaga biostatistik dan kependudukan, serta tenaga kesehatan reproduksi dan keluarga)
7. Tenaga kesehatan lingkungan (sanitasi lingkungan, entomolog kesehatan, dan mikrobiolog kesehatan)
8. Tenaga gizi (nutrisionis dan dietisien)
9. Tenaga keterampilan fisik (fisioterapis, okupasi terapis, terapis wicara dan akupuntur).
10. Tenaga keteknisian medis (perekam medis dan informasi kesehatan, teknik kardiovaskuler, teknisi pelayanan darah, refraksionis optisien/optometris, teknisi gigi, penata anastesi, terapis gigi dan mulut, dan audiologis)

11. Tenaga teknik biomdeika (rediografer, elektromedis, ahli teknologi laboratorium medik, fisikawan medik, radioterapis dan ortotik prostetik)
12. Tenaga kesehatan tradisional (tenaga kesehatan tradisional ramuan dan tenaga kesehatan tradisional keterampilan).

2.3.6 Covid-19

Virus corona adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia, umumnya menyebabkan infeksi saluran pernapasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Virus corona baru yang ditemukan pada manusia saat ini kemudian dinamai sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (SARS-COV2) dan menyebabkan penyakit coronavirus-2019 (COVID-19).

Gejala umum seperti demam diatas 37°C, batuk kering, dan kesulitan bernapas. Jika ada orang yang, dalam 14 hari sebelum timbulnya gejala ini, telah melakukan perjalanan ke negara atau wilayah yang terinfeksi, atau telah merawat/berhubungan dekat dengan pasien COVID-19, orang tersebut kemudian akan menjalani pemeriksaan laboratorium lebih lanjut untuk memastikan terjangkit atau tidaknya. COVID-19 juga bisa menimbulkan gejala ringan hingga berat. Sekitar 80% kasus memiliki gejala ringan (pilek, sakit tenggorokan, batuk dan demam) yang sembuh dengan sendirinya tanpa perawatan khusus. Namun, sekitar satu dari lima orang dapat mengembangkan penyakit serius, seperti pneumonia atau kesulitan bernapas, yang sering berkembang secara bertahap.

Orang dewasa yang lebih tua dan orang-orang dengan kondisi kesehatan yang sudah ada sebelumnya (seperti diabetes, tekanan darah tinggi, dan jantung, paru-paru, atau kanker) lebih mungkin untuk menjadi sakit yang lebih parah. Dari sisi perkembangan hingga saat ini, lebih dari 50% kasus terkonfirmasi dilaporkan membaik dan angka kesembuhan akan terus meningkat (Kemenkes RI, 2020).

Tak hanya merugikan kesehatan, Presiden Joko Widodo juga menyebut virus corona berdampak besar bagi perekonomian Indonesia. Tidak hanya produksi barang yang terganggu, investasi juga terhambat. Berikut beberapa dampak virus COVID-19 di Indonesia:

1. Beberapa barang menjadi mahal dan jarang ditemukan.
2. Jemaah haji Indonesia membatalkan perjalanan umrah mereka.
3. Kunjungan wisman ke Indonesia mengalami penurunan. Rusaknya tatanan ekonomi di Indonesia.
4. Impor barangpun jadi terhambat.

Dalam kasus COVID-19, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah menyatakan penyakit itu sebagai pandemi karena semua warga dunia berpotensi terinfeksi COVID-19. Dari sudut pandang medis, pandemi berarti munculnya epidemi yang menyebabkan banyak korban, secara bersamaan, di berbagai negara.

2.3.7 Vaksin Covid-19

Vaksin adalah produk biologis yang mengandung antigen yang, ketika diberikan kepada seseorang, menginduksi kekebalan aktif dan spesifik terhadap penyakit tertentu. Suatu produk / zat yang dimasukkan (disuntikkan / oral) ke dalam tubuh untuk merangsang sistem kekebalan tubuh. Vaksin dirancang untuk melindungi tubuh dengan membangun sistem kekebalan untuk memerangi semua jenis penyakit, dari yang ringan hingga yang sangat parah. Vaksin mengandung antigen yang sebelumnya tidak aktif yang tidak menyebabkan rasa sakit ketika ditempatkan di dalam tubuh.

Antigen dikenali sebagai zat asing di dalam tubuh, dan ketika ada dalam aliran darah, sistem kekebalan melepaskan antibodi untuk melawan antigen. Sel-sel khusus ini, juga dikenal sebagai sel B, tinggal di dalam tubuh untuk mengenali dan melawan penyakit yang disebabkan oleh virus dan bakteri, mencegahnya menginfeksi kembali tubuh. Ini berarti bahwa jika tubuh bersentuhan dengan mikroorganisme ini di masa depan, tubuh dapat menghilangkannya sebelum

berbahaya bagi kesehatan tubuh. Pada dasarnya, vaksin terpapar virus dan bakteri dan melindungi tubuh dari penyakit di masa depan.

Vaksin membantu sistem kekebalan belajar bagaimana melawan penyakit secara efektif dan berkelanjutan—suatu kondisi yang dikenal sebagai kekebalan. Pencegahan lebih penting daripada pengobatan. Selain kekebalan, vaksinasi juga bermanfaat bagi orang-orang di sekitar kita. Tubuh dirancang untuk menghentikan penyakit, sehingga kita juga mencegah keluarga, teman, tetangga, dan orang-orang disekitar kita dari penyakit yang sama. Inilah sebabnya mengapa vaksin sangat penting dalam kampanye kesehatan masyarakat.

2.3.7.1 Jenis-jenis Vaksin Covid-19

Kepala BPOM Penny K. Lukito mengatakan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) selalu bekerja sama dengan para ahli untuk memastikan keamanan, kemanjuran, dan kepatuhan vaksin dengan standar kualitas. Pakar di bidang farmakologi, imunologi, klinisi, apoteker, epidemiologi, virologi, dan biomedis akan berpartisipasi dalam kerja sama ini, dan Komite Penilai Khusus Nasional Vaksin Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), Indonesia. Dia adalah anggota Kelompok Penasihat Teknologi Imunisasi (ITAGI) dan dokter terkait

1. Vaksin Sinovac

Vaksin Sinovac merupakan vaksin Covid-19 pertama di Indonesia yang mendapatkan izin penggunaan darurat yang dikeluarkan oleh BPOM pada Senin, 11 Januari 2021. Setelah BPOM meninjau hasil uji klinis vaksin Tahap III yang dilakukan di Bandung, izin penggunaan darurat untuk Sinovac diberikan. BPOM juga sedang mengkaji hasil uji klinis vaksin Sinovac yang dilakukan di Turki dan Brazil. Analisis uji klinis Fase III di Bandung menunjukkan bahwa vaksin Sinovac Covid-19 efektif 65,3%. Penelitian dan Pengembangan SinovacCo, Ltd Dikembangkan oleh. Vaksin yang dikembangkan diberikan dua kali.

2. Vaksin Covid-19 Bio Farma

Sebulan kemudian, pada 16 Februari 2021, BPOM kembali mengesahkan EUA untuk vaksin Covid-19 yang diproduksi oleh PT Bio Farma (Persero). Vaksin dengan nama produk vaksin Covid-19 ini memiliki nomor lisensi EUA 2102907543A1. Vaksin yang diproduksi oleh PT Bio Farma berasal dari bahan vaksin yang dipasok secara bertahap oleh Sinovac. Vaksin ini tersedia dalam bentuk vial 5 ml . Setiap vial berisi 10 dosis vaksin yang dibuat dari virus yang tidak aktif. Untuk menjaga kualitas dan mutu, Covid-19 inivaksin harus disimpan di lokasi penyimpanan suhu stabil 2-8 derajat *Celcius*. Setiap botol dilengkapi dengan kode batang dua dimensi khusus yang memberikan informasi rinci tentang setiap botol. Digunakan untuk melacak vaksin dan mencegah pemalsuan vaksin.

3. *AstraZeneca*

Hanya berselang beberapa hari, BPOM menerbitkan kembali EUA vaksin Covid-19 dari perusahaan farmasi Inggris *AstraZeneca* pada 22 Februari 2021 dengan nomor EUA 2158100143A1. BPOM memberikan *AstraZeneca* izin penggunaan darurat setelah melakukan evaluasi dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan dan pemangku kepentingan lainnya. Vaksin Covid-19 yang dikembangkan *AstraZeneca* dan University of *Oxford* memiliki khasiat 62,1 persen.

4. *Sinopharm*

Berdasarkan hasil evaluasi, dua dosis vaksin *Sinopharm* dengan interval 21 hari menunjukkan profil keamanan yang dapat ditoleransi dengan baik. Hasil uji klinis fase III yang dilakukan oleh para peneliti di Uni Emirat Arab (UEA) pada sekitar 42.000 subjek menunjukkan bahwa vaksin *Sinopharm* efektif 78%. Efek samping yang paling umum dari vaksin Farmasi Nasional China adalah efek samping lokal yang ringan. Ini termasuk efek samping sistemik

seperti nyeri dan kemerahan di tempat suntikan, sakit kepala, mialgia, malaise, diare dan batuk.\

5. *Moderna*

Efikasi vaksin Moderna 86,4% untuk usia di atas 65 tahun. Hasil uji klinis juga menunjukkan bahwa vaksin Moderna aman untuk populasi komorbid atau komorbid. Penyakit penyerta yang dimaksud adalah penyakit paru kronis, penyakit jantung, obesitas berat, diabetes, penyakit hati, dan HIV.

6. *Pfizer*

Data dari uji klinis Fase III menunjukkan kemanjuran vaksin yang dikembangkan oleh *Pfizer*. Selain itu, BioNTech 100% untuk remaja berusia 12 hingga 15 tahun dan turun menjadi 95,5% untuk remaja berusia 16 tahun ke atas. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa keamanan vaksin *Pfizer* dapat ditoleransi dengan baik pada semua kelompok umur. Vaksin *Pfizer* disuntikkan secara intramuskular dua kali. Dosis setiap injeksi yang diberikan adalah 0,3 ml dan interval minimum antar dosis adalah 21-28 hari. Efek samping setelah vaksinasi biasanya ringan. Beberapa efek samping yang sering dilaporkan dari vaksin *Pfizer* : nyeri tubuh, malaise, sakit kepala, mialgia, nyeri sendi, demam di tempat suntikan

7. *Sputnik V*

Vaksin Sputnik disuntikkan secara intramuskular dengan dosis 0,5 ml dua kali selama periode 3 minggu. Dikembangkan oleh Pusat Nasional Mikrobiologi Epidemiologi Gamalaya di Rusia, vaksin ini menggunakan platform vektor virus non-replikasi (Ad26-S dan Ad5-S). Berdasarkan hasil studi keamanannya, efek samping penggunaan Sputnik v adalah demam, menggigil, artralgia, mialgia, lemas, malaise, sakit kepala, hipertermia, atau reaksi lokal di tempat suntikan. Dalam hal kemanjuran, data uji klinis Fase 3 menunjukkan bahwa vaksin Sputnik V efektif 91,6% dan memiliki rentang interval kepercayaan 85,6% hingga 95,2%.

8. *Janssen*

Vaksin *Janssen* diberikan secara intramuskular kepada kelompok usia 18 tahun ke atas dengan suntikan tunggal atau dosis tunggal 0,5 ml. *Janssen* adalah vaksin platform vektor virus non-replikasi yang dikembangkan oleh *Janssen Pharmaceutical Companies* menggunakan vektor adenovirus (Ad26). Dalam hal kemanjuran, vaksin *Janssen*, yang mencegah semua gejala Covid-19, adalah 67,2%, berdasarkan data awal dari uji klinis Fase 3 28 hari setelah vaksinasi.

9. *Convidecia*

Vaksin *Convidecia* adalah vaksin yang dikembangkan oleh CanSinoBiological Inc. Institut Bioteknologi Beijing juga memiliki platform vektor virus non-replikasi menggunakan vektor adenovirus (Ad5). Seperti *Janssen*, vaksin *Convidecia* Covid-19 juga digunakan pada kelompok di atas usia 18 tahun dengan suntikan tunggal 0,5 ml atau dosis intramuskular tunggal. Efektivitas vaksin *Convidecia* untuk melindungi dari semua gejala Covid-19 adalah 65,3 persen. Efektivitas mencapai 90,1 persen dalam perlindungan dari kasus Covid-19 yang parah

2.4 **Kerangka Teoritis**

Teori yang baik adalah teori yang sesuai dengan realitas kehidupan. Teori yang baik adalah teori yang konseptualisasi dan penjelasannya didukung oleh fakta serta dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. Apabila konsep dan penjelasan teori tidak sesuai dengan realitas, maka keberlakuannya diragukan dan teori demikian tergolong teori semu.

Secara fungsional teori mempunyai beberapa fungsi yaitu :

1. Teori berfungsi mengorganisasikan dan menyimpulkan tentang sesuatu hal

2. Teori berfungsi memfokuskan hal-hal atau aspek-aspek dari suatu objek yang diamati harus jelas fokusnya
3. Teori berfungsi menjelaskan tentang hal yang diamatinya
4. Teori berfungsi memberikan petunjuk bagaimana cara mengamatinya
5. Teori berfungsi membuat prediksi
6. Teori berfungsi heuristic dan heurisme, dapat merangsang timbulnya upaya-upaya penelitian selanjutnya
7. Teori berfungsi komunikasi, teori harusnya tidak menjadi monopoli penciptanya. Teori harus dipublikasikan, didiskusikan dan terbuka
8. Teori berfungsi sebagai sarana pengendali atau pengontrol tingkah laku kehidupan manusia

Teori dan komunikasi saling mengisi antara satu dengan lainnya. Luasnya komunikasi yang terjadi di *cyberspace* (jagat raya) mengundang banyaknya teori untuk menelaah kejadian tersebut. Teori komunikasi merupakan konseptualitas atau penjelasan logis tentang fenomena peristiwa komunikasi dalam kehidupan manusia.

Teori komunikasi adalah kesimpulan fenomena-fenomena yang didapatkan, panduan untuk memahami atau membantu untuk menjelaskan, menggambarkan, meramalkan dan mengendalikan sebuah pesan-pesan baik dari lisan, tulisan, simbol, gambar, video dan lainnya yang bersifat empiris, abstrak agar dapat lebih mudah difahami oleh orang lain.

Sasa Djuarsa Sendjaja (2014) juga menyimpulkan bahwa teori komunikasi merupakan konseptualitas atau penjelasan logis tentang fenomena peristiwa komunikasi dalam kehidupan manusia. Peristiwa yang dimaksud oleh Berger dan Chaffee adalah produksi, proses, dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang yang terjadi dalam kehidupan manusia.

2.4.1 Teori Komunikasi Kesehatan

Menurut *Healthy People (2010)*, komunikasi kesehatan mencakup studi dan penerapan strategi komunikasi untuk memberikan informasi dan

mempengaruhi keputusan, sikap, dan perilaku individu atau kelompok untuk meningkatkan kesadaran kesehatan.

Komunikasi kesehatan adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik dalam kehidupan sehari-hari maupun proses pelayanan di bidang kesehatan (Notoatmodjo, 2010). Komunikasi kesehatan yang dilaksanakan dengan baik, bila komprehensif dan bermitra dengan instansi terkait, dapat membantu meningkatkan kondisi kesehatan masyarakat (Nur R, Setyowati & Rosemary, 2020).

Teori komunikasi kesehatan dipengaruhi oleh berbagai disiplin ilmu dan teori yang sangat penting bagi pendekatan ilmiah. Dalam komunikasi kesehatan, pemahaman teori yang baik akan membantu untuk menentukan strategi komunikasi kesehatan yang tepat untuk masalah kesehatan. Selain itu, penerapan teori dapat memandu peneliti bidang komunikasi kesehatan dalam melakukan kajian komunikasi, mencari program donor, menganalisis program yang dilaksanakan, serta menilai hasil dan dampak program kesehatan sebelumnya.

Komunikasi kesehatan berisi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijakan kesehatan, kebijakan medis dan aturan operasional dalam pelayanan kesehatan yang mengubah dan memutakhirkan kualitas individu dalam komunitas atau masyarakat semaksimal mungkin, dengan mempertimbangkan aspek ilmiah dan etika (*Health Communication Partnership's M/MC Health Communication Materials Database, 2004*).

Komunikasi kesehatan mencakup semua aspek komunikasi manusia yang berhubungan dengan kesehatan. Komunikasi manusia dengan penekanan pada kesehatan. Fokusnya adalah pada peristiwa yang berhubungan dengan kesehatan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut *Healthy People 2010* dalam Liliwari (2009), komunikasi kesehatan menginformasikan serta mempengaruhi individu, institusi dan masyarakat tentang isu-isu di bidang kesehatan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan kesehatan individu, merupakan teknik untuk memberi dan memotivasi.

Menggunakan konsep komunikasi kesehatan dan menggunakan strategi komunikasi yang untuk menyampaikan informasi dan pendidikan kesehatan ke berbagai lapisan masyarakat dan memungkinkan mereka untuk berperan aktif dalam mempromosikan kesehatan. Promosi kesehatan ini dapat berkisar dari masalah pertahanan diri dari penyakit, proses pencegahan penyakit, hingga mengenali bahwa orang-orang yang menderita kondisi fisik dan mental yang tidak sehat. Dengan demikian, masyarakat diharapkan memiliki pengetahuan dasar dan informasi yang mumpuni tentang kesehatan agar dapat memahami sikap dan perilaku mereka yang mengutamakan pola hidup sehat.

2.4.1.1 Manfaat Komunikasi Kesehatan

Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit menjelaskan bahwa komunikasi kesehatan adalah studi tentang penerapan strategi komunikasi untuk memberikan informasi dan mempengaruhi keputusan individu dan kelompok untuk meningkatkan hasil kesehatan (Schiavo, 2014).

Mempelajari ilmu komunikasi kesehatan tentu memiliki manfaat, menurut Liliweri. (2009: 56 – 59) berikut manfaat mempelajari komunikasi kesehatan :

1. Dapat memahami interaksi antara sektor kesehatan dan perilaku individu maupun kelompok
2. Dapat meningkatkan kesadaran individu tentang masalah kesehatan
3. Mampu menerapkan strategi intervensi di tingkat masyarakat.
4. Mampu mengatasi kesenjangan perawatan kesehatan etnis atau ras dalam kelompok sosial.
5. Keterampilan dapat dipratinjau di perawatan kesehatan, sebagai bentuk latihan dan pencegahan penyakit dilakukan oleh sistem pelayanan kesehatan bagi masyarakat.
6. Kemampuan untuk mengetahui analisis kebutuhan.
7. Mampu memberikan perkembangan yang baik dalam konteks kesehatan dalam jangka waktu yang panjang.

8. Meningkatkan kualitas tenaga medis.

2.4.1.2 Tujuan Komunikasi Kesehatan

Tujuan utama dari komunikasi kesehatan adalah perubahan perilaku kesehatan menuju tujuan ke arah yang lebih baik, sehingga terjadinya peningkatan kesehatan sebagai hasil dari program komunikasi kesehatan. Tujuan komunikasi kesehatan terbagi dua menurut Liliweri (2009:52-53), yaitu :

1. Tujuan Strategis

Umumnya, program yang berhubungan dengan komunikasi kesehatan dalam bentuk paket atau modul untuk :

1. *Relay information*, melanjutkan informasi kesehatan dari satu sumber ke sumber lainnya
2. *Enable informed decision making*, ini maksudnya adalah memberikan informasi yang akurat untuk memungkinkan pengambilan keputusan.
3. *Promote peer information exchange and emotional support*, pertukaran informasi yang didukung secara emosional.
4. *Promote healthy behavior*, hidup sehat dapat dikenalkan sebagai informasi
5. *Promote self care*, memperkenalkan pemeliharaan diri
6. *Manage demand for health services*, permintaan layanan kesehatan yang terpenuhi

2. Tujuan Praktis

1. Meningkatkan pengetahuan pelaku kesehatan tentang prinsip dan prosedur komunikasi manusia, bagaimana menyusun pesan yang tersampaikan dengan baik, dan memilih media yang tepat dan tepat sasaran, tujuan informasi yang akan dirilis, mengelola respon atau respon yang diberikan oleh masyarakat kepada komunikator.
2. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam hal melaksanakan komunikasi dengan efektif baik secara verbal

maupun nonverbal guna menyampaikan informasi dan pesan-pesan kesehatan pada masyarakat luas.

3. Meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam hal melaksanakan komunikasi dengan efektif baik secara verbal maupun nonverbal guna menyampaikan informasi dan pesan-pesan kesehatan pada masyarakat luas.
4. Memahami interaksi yang terjadi dengan publik atau komunitas pelaku kesehatan saat mengkomunikasikan pesan kesehatan dan memahami sepenuhnya hubungan antara kesehatan dan perilaku individu yang menerima informasi

2.4.1.2 Komunikasi Kesehatan bagi Tenaga Kesehatan

Komunikasi kesehatan diperlukan di bidang kesehatan karena merupakan kunci untuk mencapai tingkat kesehatan masyarakat yang lebih baik. Komunikasi yang berhubungan dengan kesehatan dapat mempengaruhi sikap, persepsi, pengetahuan dan norma-norma sosial, yang kesemuanya berfungsi sebagai prekursor perubahan perilaku.

The Centers of Disease Control and Prevention (CDC) mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai ilmu, menggunakan strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi dan mempengaruhi keputusan individu dan masyarakat yang dapat meningkatkan kesehatan.

Komunikasi kesehatan berfungsi untuk meningkatkan kesadaran individu tentang masalah kesehatan, masalah kesehatan, risiko kesehatan, dan solusi kesehatan. Singkatnya, peran komunikasi kesehatan adalah untuk memberikan pemahaman kepada individu dalam masyarakat tentang perilaku sehat. Oleh karena itu perlu adanya perubahan perilaku agar komunikasi kesehatan dapat menjadikan individu lebih sehat (Muchsin, 2009).

Kepatuhan pasien terhadap nasihat medis dari tenaga kesehatan juga sangat dipengaruhi oleh pentingnya peran komunikasi kesehatan. Ada dua hal

yang mempengaruhi kepatuhan pasien terhadap nasihat medis yang diterima (Taylor, 2006) :

1. Pasien harus terlebih dahulu memahami (*understand*) masalah kesehatan atau masalah kesehatan. Untuk itu, ia harus mampu memantau dan memahami semua informasi kesehatan yang diberikan oleh tenaga medis.
2. Pasien harus mengingat (*memorize*) nasihat medis yang diberikan. Ketika profesional perawatan kesehatan menyampaikan informasi tentang kesehatan mereka, mereka tidak menggunakan jargon medis yang mungkin sulit dipahami oleh pasien awam, dan tidak memberikan informasi yang terlalu banyak atau terlalu rumit untuk membantu pasien mudah beradaptasi dengan semua kondisi kesehatan. Peningkat informasi yang dikirim (saran medis).

The Healthy People (2010) menyatakan bahwa tidak ada cara yang lebih baik untuk meningkatkan kesehatan individu dan masyarakat selain dengan menggunakan jasa komunikasi. Itulah mengapa komunikasi sangat penting bagi setiap individu. Komunikasi kesehatan merupakan bagian penting dari kesehatan dan kesejahteraan mental karena mencakup upaya pencegahan penyakit (*disease*), peningkatan kesehatan, dan peningkatan kualitas hidup.

2.4.1.3 Dampak Komunikasi Kesehatan dalam Pembangunan Kesehatan

Dampak komunikasi kesehatan dalam pembangunan kesehatan, yaitu :

1. Komunikasi kesehatan berkaitan dengan bidang-bidang seperti: Program kesehatan nasional dan global, promosi kesehatan dan perencanaan kesehatan masyarakat, sebagai komunikasi kesehatan memainkan peran tidak langsung dalam proses pembangunan kesehatan.
2. Komunikasi kesehatan dapat memotivasi orang. Hal ini dapat memperlancar proses pembangunan kesehatan.
3. Komunikasi kesehatan bekerja pada level atau konteks komunikasi interpersonal, kelompok, kelembagaan, publik, dan massa

4. Komunikasi kesehatan mencakup berbagai interaksi dalam pekerjaan kesehatan, seperti masalah kesehatan yang dialami masyarakat.
5. Komunikasi kesehatan adalah pendekatan yang menekankan pada upaya mengubah perilaku khalayak untuk merespon isu-isu tertentu dalam jangka waktu tertentu, yang nantinya dapat mempengaruhi proses perkembangan kesehatan.
6. Komunikasi kesehatan adalah pemanfaatan media, teknologi komunikasi, dan teknologi informasi untuk menyebarkan informasi kesehatan dan mendorong program pembangunan kesehatan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yaitu diagram yang menguraikan alur logis penelitian. Kerangka pemikiran berbasis penelitian dan menyajikan seperangkat konsep dan hubungan antara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009). Kerangka pikir adalah model konseptual teori-teori terkait dari berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas rumusan masalah mengenai —Strategi Komunikasi Tenaga Kesehatan dalam Upaya Pemberian Vaksin kepada Masyarakat Dalam penelitian ini , peneliti akan membahas penelitian dengan judul tersebut. Penelitian ini akan membahas rumusan masalah dengan menggunakan teori Komunikasi Kesehatan. Komunikasi kesehatan merupakan upaya sistematis untuk merubah perilaku baik dalam skala individu maupun kelompok masyarakat. Dapat disimpulkan teori ini dapat mempengaruhi maupun merubah persepsi, sikap dan tindakan individu mengenai program kesehatan.

Peneliti membuat sebuah model kerangka pemikiran untuk memudahkan penelitian ini dengan judul Strategi Komunikasi Tenaga Kesehatan di Puskesmas Pasar Ahad Dalam Upaya Pemberian Vaksin Kepada Masyarakat yang diharapkan dengan adanya model kerangka pemikiran ini dapat mempermudah pembaca memahami dan mengerti penelitian ini.

Gambar 2.5

Kerangka Pemikiran

