

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah suatu bagian penting dalam penelitian yang sedang dilakukan. Kajian pustaka disebut juga dengan kajian literatur atau *literature review*. Mengkaji uraian atau deskripsi mengenai literatur yang relevan dalam bidang yang akan di teliti dan memberikan tinjauan mengenai bahasan yang telah ditulis oleh peneliti, mencakup teori atau hipotesis yang mendukung bahasan, permasalahan penelitian yang diajukan dan metodologi yang sesuai.

Afifuddin (2012) menyatakan bahwa, Kajian literatur merupakan alat yang penting sebagai *context review*, karena literatur sangat berguna dan sangat membantu dalam memberi konteks dan arti dalam penulisan yang sedang dilakukan serta melalui kajian literatur ini juga peneliti dapat menyatakan secara eksplisit dan pembaca mengetahui, mengapa hal yang ingin diteliti merupakan masalah yang memang harus diteliti, baik dari segi subjek yang akan diteliti dan lingkungan mana pun dari sisi hubungan penelitian dengan tersebut dengan penelitian lain yang relevan.

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan beberapa review penelitian serupa sebagai referensi dan acuan untuk memulai penelitian baru. Penemuan-penemuan ini kemudian digunakan sebagai acuan oleh peneliti baru untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama. Namun, peneliti tidak akan membahas lebih jauh tentang penelitian sebelumnya.

1. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Rury Cassa Pirera, 2018, mengenai “Komunikasi Persuasif Humas Kepolisian Polres Pematangsiantar Melalui Iklan Spanduk dalam Mengurangi Kecelakaan Bagi Pengendara”

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Humas kepolisian Polres Pematangsiantar melalui Unit Laka Lantas dalam mengurangi kecelakaan bagi pengendara dengan memasang iklan spanduk imbauan agar pesan dalam spanduk tersebut mempengaruhi sikap pengendara ketika membacanya. Penelitian ini mencoba melihat Bagaimana Komunikasi Persuasif Humas

Kepolisian Polres Pematangsiantar Melalui Iklan Spanduk Dalam Mengurangi Kecelakaan Bagi Pengendara. Teori yang dipakai dalam penelitian ini mencakup teori komunikasi, komunikasi persuasif, humas, kepolisian, iklan, kecelakaan lalu lintas.

Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 5 informan yaitu 1 orang pihak kepolisian dan 4 orang pengendara yang melihat iklan spanduk di wilayah Polres Pematangsiantar. Metode penelitian yang digunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi selanjutnya dianalisis mulai dari tahap pengumpulan data sampai tahap penulisan laporan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif humas Kepolisian Polres Pematangsiantar melalui iklan spanduk dalam mengurangi kecelakaan bagi pengendara sudah berjalan dengan baik.

Dalam menggunakan spanduk diperlukan karakteristik spanduk seperti lokasi pemasangan spanduk, desain spanduk, kejelasan redaksi dan ukuran spanduk untuk menarik minat pengendara dalam melihat dan membaca spanduk sehingga pesan persuasif tersampaikan dengan baik kepada pengendara yang melihatnya.

2. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Muhammad Randicha Hamandia, 2022, mengenai “Strategi Komunikasi Persuasif Lurah Taba Lestari Dalam Meningkatkan Kesadaran Pola Hidup Sehat Di Era New Normal”.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang telah dilakukan menggambarkan kesadaran akan gaya hidup masyarakat sebelum adanya strategi komunikasi persuasif, masyarakat sudah menerapkan pola hidup sehat.

Dalam strategi psikodinamik yang melibatkan faktor emosional dan kognitif dalam masyarakat dalam persuasi.

Strategi sosiokultural memanfaatkan faktor lingkungan daripada masyarakat. Strategi pengkonstruksian makna lebih menitikberatkan pada pemberian pemahaman untuk membujuk dengan memanipulasi kata-kata dan menarik perhatian tanpa mengubah suatu makna. Ilustrasi kesadaran pola hidup sehat pasca penerapan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran pola hidup sehat di era normal baru.

Hasil dari penelitian ini adalah, Masyarakat sudah menerapkan pola hidup sehat sebelum masuk Pandemi Covid-19, setelah adanya komunikasi persuasif yang dilakukan persuader meningkatkan kesadaran akan pola hidup sehat persuade di era new normal.

3. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Murlis, 2020, mengenai “KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEWUJUDKAN KESEHATAN LINGKUNGAN DI KELURAHAN BANUARAN KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA PADANG”

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang telah dilakukan adalah sebagai berikut Penelitian ini fokus mengkaji penerapan komunikasi persuasif dalam membangun kesehatan lingkungan di Kelurahan Banuaran Kecamatan Lubuk Begalung Padang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi persuasif dalam membangun kesehatan lingkungan di Kelurahan Banuaran Kecamatan Lubuk Begalung Padang dan apakah hambatan yang terjadi saat proses tersebut berjalan.

Hasil penelitian ditemukan bahwa proses penerapan komunikasi persuasif dilakukan dengan Proses Primer dan Skunder, serta menggunakan Model Sosial Budaya dan Psikodinamik. Dalam proses tersebut ditemukan hambatan dari komunikan, komunikator dan media.

4. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Alma Tasya Afifah, 2022, mengenai “STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF AKUN @LINDUNGIHUTAN DALAM MEMPROMOSIKAN PROJEK #KADOBUMI DI INSTAGRAM)

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif akun @LindungiHutan dalam mempromosikan proyek #KadoBumi di Instagram, dengan dilihat berdasarkan tiga strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach, yaitu strategi psikodinamika, sosiokultural dan *the meaning construction*.

Hasil penelitian ini adalah strategi psikodinamika yang di implementasikan oleh LindungiHutan ialah dengan mengunggah konten informatif menstimulus khalayak di Instagram. Dalam strategi sosiokultural, khalayak yang datang ke LindungiHutan berasal dari lingkup pertemanan dan keluarga dari keterlibatan *campaigner* yang melakukan kampanye proyek #KadoBumi di LindungiHutan. Pada strategi *the means construction*, LindungiHutan memodifikasi penggunaan kata "Kado" disertai dengan kata "Bumi" sehingga khalayak dapat memahami dengan mudah tanpa mengubah makna sesungguhnya.

5. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Hanna Risma Aliza, 2022, mengenai “PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF TERHADAP SELF AWARENESS DALAM PENERAPAN ZERO WASTE PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @GREENPEACEID”

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah total sampel 102 responden. Analisis data yang digunakan di antaranya adalah uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji t (T-Test)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 47,8% antara komunikasi persuasif terhadap *self awareness* dalam penerapan *zero waste followers @Greenpeaceid*, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara komunikasi persuasif terhadap *self awareness* dalam penerapan *zero waste* pada followers akun Instagram @Greenpeaceid.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode dan Teori	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Rury Cassa Pirera, 2018.	Komunikasi Persuasif Humas Kepolisian Polres Pematangsiantar Melalui Iklan Spanduk dalam Mengurangi Kecelakaan Bagi Pengendara	Metode penelitian deskriptif kualitatif, Teori Komunikasi Persuasif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif humas Kepolisian Polres Pematangsiantar melalui iklan spanduk dalam mengurangi kecelakaan bagi pengendara sudah berjalan dengan baik.	Kedua penelitian memiliki kesamaan pada metode penelitiannya, yaitu menggunakan metode kualitatif serta objek penelitian yang berfokus pada komunikasi persuasive.	Perbedaan dari kedua penelitian yaitu dari segi media persuasif.
Haman dia, 2022.	Strategi Komunikasi Persuasif Lurah Taba Lestari Dalam Meningkatkan Kesadaran Pola Hidup Sehat Di Era New Normal	Metode kualitatif, teori komunikasi persuasive Melvin I. Defluer dan Sandra J. Ball-Rocean.	Hasil dari penelitian ini adalah, kesadaran pola hidup sehat setelah adanya komunikasi persuasif yang dilakukan persuader meningkatkan kesadaran akan pola hidup sehat persuade di era new normal.	Kedua penelitian memiliki kesamaan mengenai metode penelitian kualitatif serta teori komunikasi persuasif oleh Melvin I. Defluer dan Sandra J. Ball-Rocean.	Perbedaan dari kedua penelitian ini, yakni di masa Covid hingga New Normal.
Murlis, 2020.	Komunikasi Persuasif Dalam Mewujudkan Kesehatan	Metode kualitatif. Teori Difusi Inovasi	Hasil penelitian ditemukan bahwa proses penerapan komunikasi persuasif	Persamaan dari kedua penelitian ini yakni metode kualitatif, komunikasi	Perbedaan kedua penelitian ini yakni penggunaa

	Lingkungan Di Kelurahan Banuaran Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang	dari Everett M.Roggers	dilakukan dengan proses Primer dan Skunder, serta menggunakan Model Sosial Budaya dan Psikodinamik.	persuasif.	n teori serta metode pendekatan .
Alma Tasya Afifah, 2022.	Strategi Komunikasi Persuasif Akun @LindungiHutan dalam Mempromosikan Proyek #KadoBumi di Instagram	Metode kualitatif deskriptif. Teori komunikasi persuasive Melvin I. Defluer dan Sandra J. Ball-Roeach.	Hasil penelitian ini adalah strategi yang diterapkan oleh @LindungiHutan dan pihak yang terlibat cukup berhasil untuk mempromosikan proyek KadoBumi sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini.	Persamaan dari kedua penelitian yakni mengenai metode penelitian kualitatif serta teori komunikasi persuasif oleh Melvin I. Defluer dan Sandra J. Ball-Roeach.	Perbedaan dari kedua penelitian ini yakni subjek dan objeknya.
Hanna Risma Aliza, 2022.	Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap <i>Self Awarness</i> dalam Penerapan <i>Zero Waste</i> Pada <i>Followers</i> Akun Instagram @Greenpeaceid	Metode kuantitatif. Teori komunikasi Wilbur Schramm.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 47,8% antara komunikasi persuasif terhadap <i>self awarness</i> dalam penerapan <i>zero waste followers</i> @Greenpeaceid.	Persamaan dari kedua penelitian ini komunikasi persuasif.	Perbedaan kedua penelitian ini yakni penggunaan teori serta metode penelitian.

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan organisasi koheren dari indikator, dimensi, konsep, dan variabel yang mampu memfasilitasi sebuah analisis untuk sebuah tujuan (Rigby, 2000). Kerangka konseptual menentukan kebijakan dalam pelaksanaan penelitian yang menghubungkan antar variabel yang terlibat dalam suatu penelitian yang terhubung pada tiap konsepnya sesuai yang telah diuraikan dalam studi kepustakaan. Kerangka konseptual yang dibuat merupakan paduan yang harmonis antara hasil pemikiran dari konsep-konsep (deduksi) dan hasil empirik (induksi).

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia. Secara etimologi (bahasa), kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris “*communication*” mempunyai kata dari bahasa latin “*communicare*” (Weekly, 1967: 338).

Kata “*communicare*” memiliki tiga arti yaitu “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum, “*cum + munus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah, dan “*cum + munire*” yaitu membangun pertahanan bersama. Sedangkan secara epistemologi (istilah), terdapat ratusan uraian eksplisit (nyata) dan implisit (bersembunyi) untuk menggambarkan definisi komunikasi.

Menurut Bovee (dalam Zulkarnain, 2013:62) “Komunikasi adalah sebagai proses mengirim dan menerima pesan, serta dikatakan efisien jika pesan tersebut dimengerti dan menstimulasi tindakan atau dorongan orang lain untuk bertindak sesuai dengan pesan tersebut”.

Adapun tipe komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*).

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri.

2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*).

Komunikasi antarpribadi yang dimaksud disini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.

3. Komunikasi publik (*public communication*).

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking, dan komunikasi khalayak (*audience communication*).

4. Komunikasi Massa (*Mass Communication*).

Komunikasi massa dapat di definisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dll.

2.2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan bagi manusia untuk berbicara dan bertukar pesan satu sama lain dan menjadi salah satu cara untuk interaksi dalam hidup. Dengan berkomunikasi, manusia dapat bertukar informasi, opini, ide, konsepsi, pengetahuan, perasaan, sikap, perbuatan dan lain sebagainya kepada sesamanya secara timbal balik, baik sebagai penyampai maupun penerima komunikasi itu sendiri.

Pada proses terjadinya persepsi dipengaruhi oleh pengalaman dan pendidikan yang disebut sebagai memori. Memori inilah yang mempengaruhi pola pikir seseorang sebelum akhirnya menyimpulkan atau membuat persepsi tersebut. Komunikasi dalam Bahasa latin *ommuis* memiliki arti membuat atau membangun kebersamaan antar dua orang atau lebih. Sedangkan menurut latin *communico* memiliki arti membagi. Komunikasi adalah cara manusia memberi informasi demi terciptanya pemahaman dan penyatuan persepsi.

2.2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Agar terjadi komunikasi yang Efisien antara pihak satu dengan pihak yang lainnya, antara kelompok satu dengan yang lain atau seorang dengan orang lain diperlukan keterlibatan beberapa unsur komunikasi, yakni : komunikator (*sources*) adalah orang atau sumber yang menyampaikan atau mengeluarkan stimulus antara lain dalam bentuk informasi atau lebih tepatnya disebut pesan yang harus disampaikan. Komunikan (*receiver*) adalah pihak yang menerima stimulus dan

memberikan respon terhadap stimulus tersebut. Respons bisa aktif dalam bentuk ungkapan ataupun pasif dalam bentuk pemahaman. Pesan (*message*) adalah isi stimulus yang dikeluarkan oleh komunikator (sumber) kepada komunikan.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku yang berjudul “Dinamika Komunikasi” menyatakan bahwa terdapat lima unsur-unsur penting yang ada dalam komunikasi, dapat mendukung terjalannya sebuah komunikasi yang efektif, yaitu:

1. Komunikator & Komunikan

Komunikator dan Komunikan merupakan istilah umum yang sering digunakan dalam setiap peristiwa komunikasi, namun dalam perkembangannya banyak teori-teori dan model-model komunikasi menggunakan istilah sumber-penerima.

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi dan lambing. Lambing dalam media primer dalam proses komunikasi adalah Bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan Menurut Effendy, 2000 :11 dalam buku Rismawati, Desayu & Sangra.

3. Media

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, dalam interaksi tatap muka berbicara dan mendengar (saluran suara), Media juga sebagai sarana yang memfasilitasi sebuah penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan.

4. Efek

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuatan atau pengirim informasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga.

2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Judy C. Pearson & Paul E. Nelson, Mengungkapkan bahwa komunikasi memiliki fungsi untuk kelangsungan hidup diri sendiri dan kelangsungan hidup bermasyarakat. Untuk kelangsungan hidup diri sendiri misalnya: dalam meningkatkan kesadaran pribadi, keselamatan jiwa, menampilkan diri sendiri kepada orang lain juga menggapai ambisi diri. Fungsi untuk kelangsungan hidup bermasyarakat yakni untuk memperbaiki hubungan sosial masyarakat dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Effendi – Menurutnya, ada empat fungsi utama komunikasi yaitu:

1. Menyampaikan Informasi (*To Inform*)

Memberikan informasi kepada masyarakat. Karena perilaku menerima merupakan perilaku alamiah masyarakat.

2. Mendidik (*To Educate*)

Yakni sebagai sarana pendidikan.

3. Menghibur (*To Entertain*)

Menghibur masyarakat, menerima informasi untuk memenuhi rasa aman juga menjadi sarana hiburan masyarakat.

4. Mempengaruhi (*To Influence*)

Berfungsi untuk memberikan pengaruh kepada orang lain. Saling mempengaruhi segala bentuk sikap dan perilaku orang lain agar mengikuti apa yang diharapkan.

2.2.2 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif pada umumnya dimaknai sebagai proses mempengaruhi komunikan agar sesuai dengan kehendak komunikator. Richard M . Perloff memberikan pernyataan bahwa *persuasion is the study of attitudes and how to change them. Persuasive communications have been used by good people to implement change.*

Komunikasi persuasif dimaksudkan untuk mengubah sikap komunikan. Carl Hovland dalam Hutagalung menyebutkan *persuasion is any instane in wich an active attempt is made to change a person's mind,.*

2.2.2.1 Unsur-unsur dalam Komunikasi Persuasif

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif menurut Sumirat & Suryana (2014 : 225) adalah :

1. *Persuader*

Persuader adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku.

2. *Persuadee*

Persuadee adalah orang atau kelompok orang yang menjadi tujuan pesannya disampaikan oleh persuader/komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.

3. Persepsi

Persepsi *persuadee* terhadap pesan yang disampaikannya akan menentukan efisien tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi.

4. Pesan Persuasif

Menurut Littlejohn (dalam Ritonga 2005 : 5), pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan manipulasi motif-motif kearah tujuan yang telah ditetapkan.

5. Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seseorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir.

6. Umpan Balik dan Efek Menurut Sastropoetra (dalam Sumirat & Suryana, 2014 : 2.38)

Umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal.

Tujuan Komunikasi Persuasif Menurut Soemirat dan Suryana (2015:5:35) mengemukakan bahwa ada 3 tujuan pesan komunikasi persuasif , yaitu :

1. Membentuk tanggapan (shaping responses) pembentukan tanggapan dilakukan pada sasaran yang mengetahui banyak tentang topik yang dibicarakan atau tidak.
2. Penguatan tanggapan (reinforcing response) adalah adanya kesinambungan perilaku yang sedang berlangsung saat ini terhadap beberapa produk, gagasan atau isu. Menurut Fotheringham dalam Soemirat & Suryana (2016: 5.36) penguatan tanggapan adalah kontinuitas sasaran persuasi yang melakukan apa yang mereka lakukan.
3. Perubahan Tanggapan (Changing Response) perubahan tanggapan sasaran persuasi untuk mengubah perilaku mereka terhadap suatu produk, konsep atau gagasan. peruadeer berupaya untuk mengubah tanggapan sambul meminta kepada sasaran untuk mewakili dan menghentikan beberapa perilaku.

2.2.2.2 Model dan Teori Komunikasi Persuasif

Menurut Perloff (2003) pendekatan *expectancy-value* memiliki dua komponen utama, yakni kognisi dan afeksi (*head and heart*). Jika sikap dianggap sebagai fungsi dari nilai-nilai yang diharapkan terhadap objek sikap, harapan yang berhubungan dengan atribut adalah kemungkinan subjektif dari atribut yang ada pada objek sikap. Nilai dari objek sikap tertentu adalah evaluasi terhadap objek sikap tersebut. Model *expectancy-value* ini merupakan salah satu komponen dari teori *reasoned action* yang secara kognitif memberi dampak pada metode dalam mempengaruhi sikap dan keyakinan individu.

Adapun pendekatan komunikasi persuasif yang efektif menurut Burgon dan Huffner (2002) : pertama, pendekatan berdasarkan bukti yaitu mengungkapkan data atau fakta yang terjadi sebagai bukti argumentatif agar berkesan lebih kuat terhadap ajakan. Kedua, pendekatan berdasarkan ketakutan, yaitu menggunakan fenomena yang menakutkan bagi *audience* atau komunikator dengan tujuan agar menuruti pesan yang diberikan komunikator. Ketiga, pendekatan berdasarkan humor, yaitu menggunakan humor atau fantasi yang bersifat lucu dengan tujuan memudahkan masyarakat mengingat pesan karena humor mempunyai efek emosi yang positif. Keempat, pendekatan berdasarkan diksi, yaitu menggunakan pilihan kata yang mudah diingat (*memorable*) oleh komunikan dengan tujuan membuat efek emosi positif atau negatif.

Hasil riset menunjukkan bahwa kejelasan pemahaman logis mengenai objek sikap sangat mempengaruhi perubahan pada keyakinan pada individu. Adapun pendekatan komunikasi persuasif yang Efisien menurut Burgon dan Huffner (2002) :

1. Pendekatan berdasarkan bukti, yaitu mengungkapkan data atau fakta yang terjadi sebagai bukti argumentatif agar berkesan lebih kuat terhadap ajakan.
2. Pendekatan berdasarkan ketakutan, yaitu menggunakan fenomena yang menakutkan bagi atau komunikator dengan tujuan mengajak mereka menuruti pesan yang diberikan komunikator.
3. Pendekatan berdasarkan humor, yaitu menggunakan humor atau fantasi yang bersifat lucu dengan tujuan memudahkan masyarakat mengingat pesan



Gambar 2.1 Proses Pesan Persuasi Mengubah Perilaku

2.2.3 Komunikasi Kesehatan

Menurut Liliweri, (2008) mengemukakan bahwa komunikasi kesehatan adalah usaha yang sistematis untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan individu dan komunitas masyarakat, dengan menggunakan berbagai prinsip dan metode komunikasi baik komunikasi interpersonal, maupun komunikasi massa. Selain itu, komunikasi kesehatan juga dipahami sebagai studi yang mempelajari bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yang dapat mempengaruhi individu dan komunitas agar dapat membuat keputusan yang tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan.

Komunikasi kesehatan meliputi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijaksanaan pemeliharaan kesehatan, regulasi bisnis dalam bidang kesehatan yang sejauh mungkin mengubah dan memperbaharui kualitas individu dalam suatu komunitas masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ilmu pengetahuan dan etika.

Komunikasi kesehatan meningkatkan kesadaran individu tentang isu-isu kesehatan, masalah kesehatan, risiko kesehatan serta solusi kesehatan. Peningkatan kesadaran individu akan hal-hal tersebut ini berdampak pada keluarga serta lingkungan komunitas individu. Contohnya bila dalam sebuah keluarga ada anggota keluarga yang menderita sakit diabetes (isu kesehatan dan masalah kesehatan). Sebagai seorang penderita, ia harus memperhatikan dengan baik asupan makanannya sehari-hari.

Pola makannya harus dijaga dengan baik. Pengaturan pola makan yang sesuai juga harus dipahami oleh anggota keluarganya yang lain. Bila, misalnya penyakit diabetes yang diderita anggota keluarga ini menjadi semakin parah (kronis) dan ia harus menjalani amputasi (resiko kesehatan), tentu akan muncul reaksi emosional (seperti *denial*).

Reaksi emosional ini akan diikuti oleh reaksi yang kurang nyaman secara psikologis (misal mudah marah dan tersinggung). Ketidaknyamanan ini akan berpengaruh pada bentuk komunikasi yang terjadi ditengah-tengah keluarga (antar anggota keluarga saling berbicara dalam kemarahan). Ada interaksi antara kesehatan dengan perilaku individu. Individu berada dalam situasi biologis, psikologis dan sosial kemasyarakatan. Ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap status kesehatan seorang individu. Melalui komunikasi kesehatan, kita mempelajari timbal balik antara ketiga faktor tersebut. Pemahaman ini penting agar ke depannya dapat dikembangkan intervensi program kesehatan yang bertujuan untuk mengubah perilaku individu menjadi lebih sehat.

Perubahan perilaku dapat mempengaruhi individu agar lebih sehat. Kecenderungan yang terjadi belakangan ini, kebanyakan penyakit kronis justru disebabkan oleh faktor sosial dan pengaruh perilaku (*behaviour*). Banyak gangguan penyakit kronis yang disebabkan oleh ketidakmampuan individu untuk menjalani hidup sehat dan ketidakmampuan individu untuk bertanggungjawab atas status kesehatannya sendiri karena telah tenggelam dalam gaya hidup yang kurang sehat.

Banyak individu yang sadar akan bahaya rokok, namun masih melakukannya (*unhealthy behaviour*). Alasannya adalah karena rokok mampu mendatangkan 'ketenangan' (faktor psikologis) bagi individu tatkala sedang mendapatkan suasana hati yang kurang nyaman.

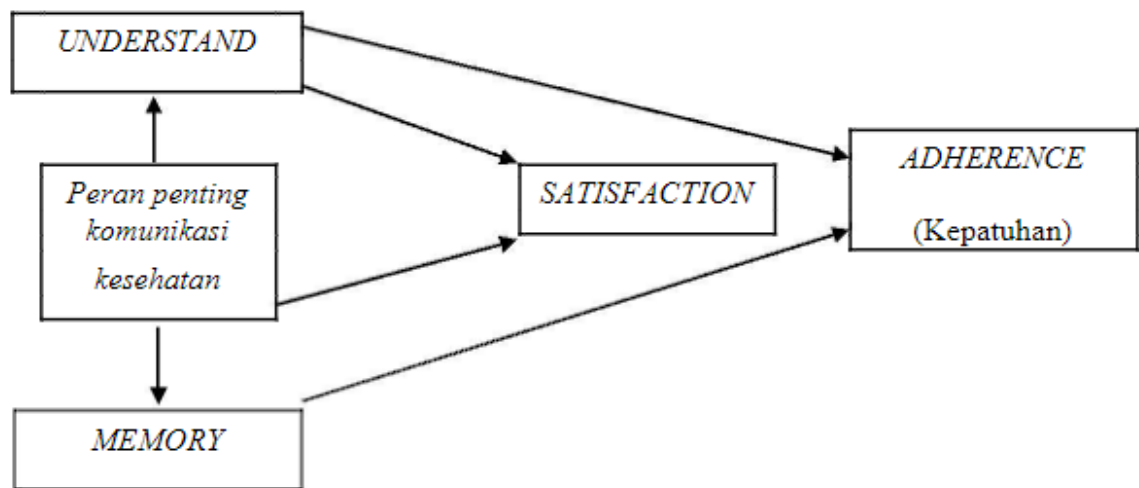
Bagi sebagian yang lain, status sebagai perokok sosial menjadi awal mula kebiasaan merokok. Artinya seseorang yang tadinya bukan perokok, akan merokok bila berada dalam lingkungan sosial perokok. Dengan adanya pengaruh biologi, psikologi dan sosial maka perlu ada media komunikasi kesehatan tentang dampak negatif rokok bagi perokok, agar kebiasaan tidak sehat ini tidak berlanjut. Kepatuhan (*adherence*) pasien terhadap saran medis yang diberikan oleh ahli medis juga sangat dipengaruhi oleh peran penting komunikasi kesehatan.

Ada dua hal yang mempengaruhi kepatuhan pasien pada saran medis yang diterima, yakni :

1. Pasien harus terlebih dahulu memahami (*understand*) isu-isu kesehatan atau masalah-masalah kesehatan yang dihadapi. Untuk itu ia harus mampu menafsirkan dan memahami semua informasi kesehatan yang dikomunikasikan oleh tenaga medis pada dirinya.
2. Pasien harus mampu mengingat (*memorize*) saran medis yang diberikan. Pasien dapat dengan mudah mengingat kembali semua informasi kesehatan (saran medis) yang telah disampaikan

untuk dirinya. Misalnya, kapan minum tertentu dan berapa dosis untuk setiap obat dan sebagainya.

Bila pasien merasa puas dengan kedua hal tersebut diatas, akan muncul kepatuhan pasien pada saran medis (Taylor, 2006). Penjelasan diatas dapat dilihat dalam ilustrasi gambar sebagai berikut :



2.2 Gambar Kepatuhan Pasien Pada Saran Medis

2.2.4 Dokter Polisi (Dokpol)

Seksi Kedokteran Kepolisian dan Kesehatan Kepolisian bertugas melaksanakan pelayanan kedokteran kepolisian dan kesehatan kepolisian sesuai lapis kemampuan yang meliputi pelayanan kedokteran kepolisian untuk kepentingan tugas kepolisian, menyelenggarakan pelayanan kesehatan bagi pegawai negeri pada Polri, keluarganya dan masyarakat umum pada poliklinik serta pelayanan kesehatan kesamaptaan.

Dalam melaksanakan tugas Seksi Kedokteran Kepolisian dan Kesehatan Kepolisian menyelenggarakan fungsi:

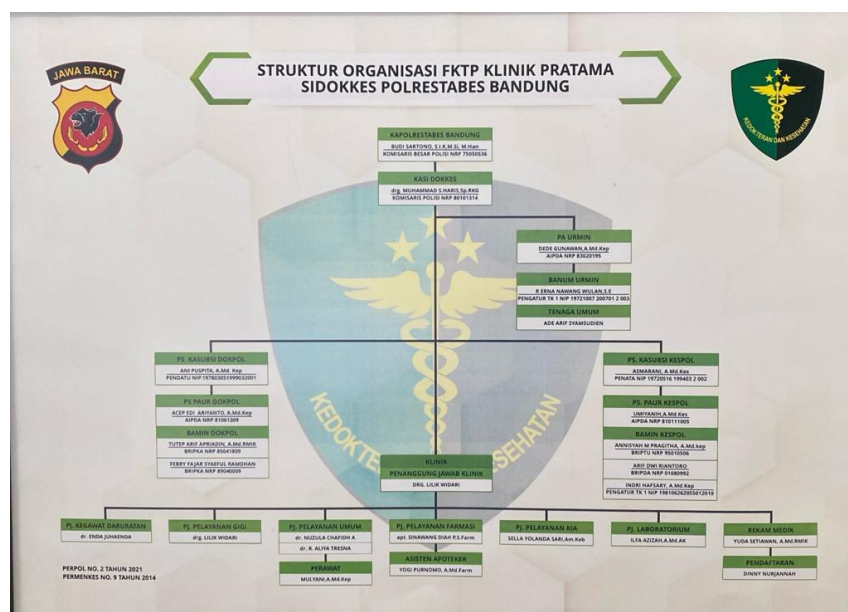
1. Pelaksanaan kegiatan operasional kedokteran forensik, *disaster victim investigation* dan kesehatan keamanan dan ketertiban masyarakat.
2. Pelaksanaan pelayanan kesehatan bagi pegawai negeri pada Polri dan keluarga serta masyarakat umum.
3. Pelaksanaan kegiatan kesehatan kesamaptaan bagi pegawai negeri pada Polri.
4. Penyiapan dan pemeliharaan materil dan fasilitas kesehatan.

Seksi Kedokteran dan Kesehatan terdiri atas:

1. Subseksi Kedokteran Kepolisian, bertugas menyelenggarakan kegiatan operasional kedokteran forensik, kegiatan *disaster victim investigation*, melaksanakan kegiatan Keskamtibmas.
2. Subseksi Kesehatan Kepolisian, bertugas menyelenggarakan pelayanan kesehatan di poliklinik bagi pegawai negeri pada Polri beserta keluarganya dan masyarakat umum, kegiatan kesehatan kesamaptaan bagi pegawai negeri pada Polri serta menyiapkan dan memelihara materiil dan fasilitas kesehatan.

3. Urusan Administrasi, bertugas menyelenggarakan kegiatan administrasi pegawai negeri pada Polri dan logistik serta administrasi umum

Salah satu peran kedokteran kepolisian (Dokpol) dalam pemeliharaan ketertiban adalah melaksanakan pemeriksaan kesehatan terduga penyalahgunaan narkoba yang dilaksanakan secara lintas sektoral, terpadu, dengan mempertimbangkan faktor keamanan, kerahasiaan, dan efektivitas. Kepala Bidang Dokpol,

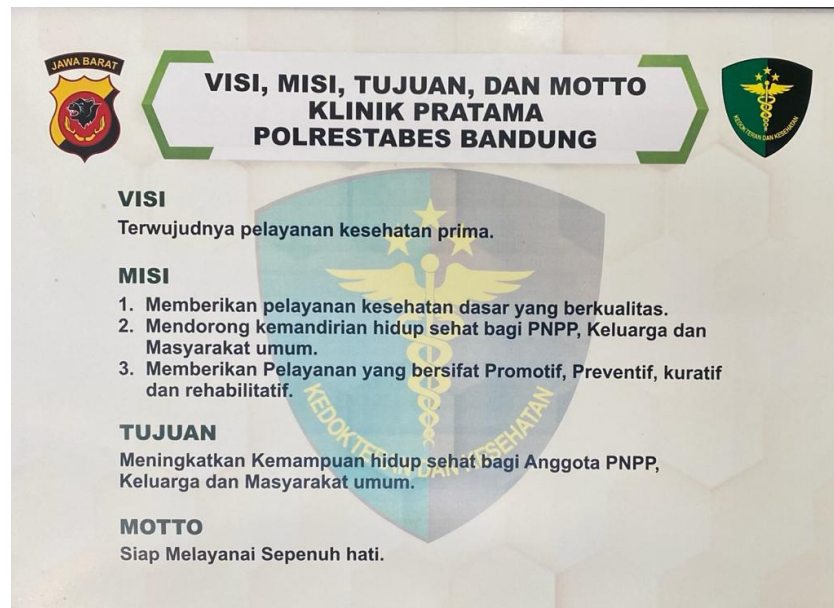


2.2 Gambar Struktur Organisasi Sidokkes

2.2.3.1 Visi dan Misi Dokkes Polrestabes Bandung

Visi BidDokkes Terwujudnya pelayanan kedokteran kepolisian dan kesehatan kepolisian. BidDokkes Polrestabes Bandung yang prima melalui sinergi Polisional secara optimal. Misi BidDokkes Polrestabes Bandung adalah sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan dukungan kedokteran kepolisian yang profesional, proporsional dan komprehensif dalam rangka mendukung tugas operasional kepolisian di jajaran Polrestabes Bandung.
2. Menyelenggarakan pelayanan kesehatan kepolisian secara paripurna dan merata dalam rangka terwujudnya masyarakat Polri yang sehat samapta dan sejahtera.
3. Menyelenggarakan fungsi kesehatan kesempatan kepolisian melalui pemeriksaan kesehatan terhadap calon anggota/ anggota Polri dan PNS Polri sebagai upaya untuk mempersiapkan dan memelihara personil Polri dan satuan Polri secara berkesinambungan
4. Mengelola seluruh sumber daya secara profesional transparan dan akuntabel untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi Sidokkes Polrestabes Bandung.



2.3 Gambar Visi Misi Sidokkes

2.2.3.2 Tugas Pokok Dari Fungsi Sidokkes Polrestabes Bandung

1. Pimpinan Bidang kedokteran dan kesehatan Polri atau disingkat Sidokkes adalah unsur pelaksana staf khusyuk pada tingkat Polda yang berada di bawah Kapolda Sulsebar yang dipimpin oleh Kepala Bidang Kedokteran dan Kesehatan yang disingkat KabidDokkes,
2. Tugas; Sidokkes Polda Sulsebar bertugas menyelenggarakan pembinaan kedokteran dan kesehatan Polri yang meliputi kedokteran kepolisian, kesehatan kepolisian dan poliklinik.
3. Fungsi Sidokkes menyelenggarakan adalah sebagai berikut:
 - a. Perencanaan dan administrasi umum, ketatausahaan dan urusan dalam, urusan personil, materil dan sarana

prasarana, serta pelayanan keuangan di lingkungan Sidokkes,

- b. Pembinaan kedokteran forensik, Disaster Victim identification (DVI) dan kesehatan keamanan dan ketertiban masyarakat
- c. Pembinaan kesehatan kesamaptaan, pelayanan kesehatan, dan materiil fasilitas kesehatan.
- d. Pelaksanaan kesehatan kedokteran dan kesehatan kepolisian.
- e. Pengumpulan dan pengolahan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi program kegiatan Sidokkes.

2.2.3.3 Pelayanan Bidang Kedokteran dan Kesehatan (BidDokkes) Di

Polrestabes Bandung

Pelayanan kesehatan adalah upaya, pekerjaan atau kegiatan kesehatan yang ditunjukkan untuk mencapai derajat kesehatan perorangan /masyarakat yang optimal/ setinggi-tingginya. Pelayanan kesehatan Polri adalah upaya-upaya tersebut yang dilakukan pada fasilitas kesehatan yang dimiliki Polri maupun non Polri terutama melayani masyarakat lingkungan Polri serta masyarakat umum yang ada di sekitarnya.

Pelayanan yang tersedia dalam bentuk rawat jalan, gawat darurat dan rawat inap. Pelayanan kesehatan Polri pada tingkat Markas Besar Kepolisian Negara Republik Indonesia di koordinir oleh satuan organisasi penunjang yaitu Pusat Kedokteran dan Kesehatan Polri (PusDokkes Polri).

Di tingkat kewilayahan/Polrestabes, fungsi ini diemban oleh Bidang Kedokteran dan Kesehatan Polri (BidDokkes). Jenis Pelayanan BidDokkes Polrestabes Bandung adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan kesehatan meliputi: Pelayanan Rawat jalan termasuk Unit Gawat Darurat meliputi: Poliklinik rumah sakit Polri, Poliklinik induk di Polda dan Poliklinik tingkat Poltabes/Polres
2. Pelayanan Rawat inap : Rumah sakit Polri
3. Tindakan medis
4. Pemeriksaan penunjang diagnosa
5. Pemeriksaan hamil dan pertolongan persalinan
6. Apotek
7. Kesehatan gigi dan mulut
8. Optikal

2.2.4 Pola Hidup

Pola hidup merupakan kebiasaan yang mencakup aturan atau pola manusia dalam menjalankan kebiasaan hidup. Setiap manusia memiliki kebiasaan atau pola hidup yang berbeda, baik dalam pola hidup sehat dan pola hidup tidak sehat. Upaya yang dapat dilaksanakan untuk menjalani pola hidup sehat yakni dengan memperhatikan pola makan, olahraga yang rutin, dan memiliki waktu istirahat yang cukup.

Perilaku hidup sehat adalah pengelolaan kebersihan dan kesehatan lingkungan, menjaga kebugaran fisik dan psikis, serta pemberian asupan nutrisi yang cukup sehingga tercapai standar kesehatan yang baik.

2.2.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Pola Hidup Sehat

Pola hidup sehat merupakan gaya hidup yang mempertimbangkan semua perspektif kesehatan, termasuk makanan dan minuman, pola makan, dan aktivitas sehari-hari. Menurut (Soenarjo, 2002: 20) Pola hidup sehat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni:

1. Pola Kebersihan Diri

Menurut Soenarjo R.J, (2002: 20), memelihara kebersihan diri secara optimal tak mungkin akan terwujud tanpa ada penanaman sikap hidup bersih.

2. Pola Makanan dan Minuman Sehat

Dengan adanya pengetahuan nutrisi maka seseorang akan mampu dalam menyediakan dan menghidangkan makanan secara seimbang.

3. Pola Kegiatan Seimbang

Aktivitas kehidupan mengakibatkan kelelahan, agar sembuh dari keletihan maka perlu adanya rekreasi, istirahat dan tidur.

4. Pola Pencegahan dan Penanganan Penyakit

Menurut Indan Entjang, (2000: 26) dalam garis besar usaha-usaha kesehatan, dapat dibagi dalam tiga golongan yaitu:

- a Usaha pencegahan (usaha preventif)
- b Usaha pengobatan (Usaha Kuratif)
- c Usaha rehabilitasi (usaha Pemulihan)

2.3 Kerangka Teoritis

Kajian pustaka merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian yang kita lakukan. Kajian pustaka disebut juga kajian literatur, atau *literature review*. Sebuah kajian pustaka merupakan sebuah uraian atau deskripsi tentang literatur yang relevan dengan bidang atau topik tertentu. Ia memberikan tinjauan mengenai apa yang telah dibahas atau yang telah dibicarakan oleh peneliti atau penulis, teori atau hipotesis yang mendukung, permasalahan penelitian yang diajukan atau ditanyakan, metode dan metodologi yang sesuai.

2.3.1 Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi pada hakikatnya adalah kombinasi proses perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan, strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai peta, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. (Ilardo, 1981) mendefinisikan strategi yaitu, “*A strategy is a carefully choose plan or series of maneuvers designed to achieve specific goal*”, yang artinya bahwa strategi merupakan rencana terpilih yang teliti dan hati-hati atau serangkaian manuver yang telah dirancang untuk mencapai tujuan tertentu.

Komunikasi persuasif memiliki tujuan yang jelas dan harus dapat dicapai. Tujuan dalam proses persuasi perlu dilandasi strategi tertentu. Strategi dapat disusun berdasarkan unsur komunikasi persuasif itu sendiri, yaitu *persuader*, *persuadee*, pesan, dan saluran. Sebelum menerapkan strategi persuader harus memahami prinsip persuasi.

Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Rokeach mengemukakan tiga strategi komunikasi persuasif, yaitu strategi psikodinamika, sosiokultural, dan meaning construction (Soleh & Asep, 2018) berikut penjelasannya;

1. Strategi Psikodinamika

Perspektif psikodinamika adalah orientasi teoritis yang menekankan determinan perilaku tanpa disadari karena sikap manusia kompleks terbentuk dari unsur biologis, emosional, dan komponen kognitif, strategi psiko dinamika menekankan aspek dari internal seseorang.

Strategi ini mengarah pada pemahaman bagaimana karakter personal manusia menentukan arah perubahan sikap sebab bersifat internal strategi ini bekerja atas dasar dorongan internal sehingga kadang respons atas stimuli terjadi di luar kesadaran individu. Karakteristik personal adalah ciri milik seseorang yang ditampilkan melalui pola pikir, pola sikap, dan pola tindak terhadap lingkungannya. Merujuk pendapat DeFleur dan Roceach tentang perbedaan individu dalam komunikasi, pesan yang berisi stimulus tertentu berinteraksi secara berbeda beda sesuai karakteristik pribadi penerima pesan.

Teori ini DeFleur mengembangkan model psikodinamik yang didasarkan pada keyakinan bahwa kunci persuasi terletak pada modifikasi struktur psikologis internal dan individu. Pandangan DeFleur fokus pada pengubah penerima pesan, asumsi sebab akibat dan berdasarkan pada perubahan sikap yang sebagai ukuran perubahan perilaku.

2. Strategi Persuasi Sosiokultural

Strategi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn do*) bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Strategi ini berawal dari hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. *Persuader* berupaya memberikan pengetahuan mengenai suatu hal kepada calon orang yang di persuasif.

Selain itu dengan adanya pengetahuan yang diterima orang yang di persuasif melalui lingkungan sekitar maupun berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pemahaman di benak masyarakat inilah yang harus diikuti, tentunya yang diinginkan oleh persuader.

The Sociocultural Strategy atau Strategi Sosiokultural didasari oleh asumsi bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan dari luar diri individu. Perilaku seseorang dikendalikan oleh harapan sosial yang ada dalam sistem sosial di mana kita berinteraksi dengan orang lain lebih dari kecenderungan internalnya.

Untuk menetapkan strategi, kelompok sosial menyediakan pengertian kultur tentang perilaku yang cocok, yang melukiskan harapan-harapan dalam suatu tindakan, agar seseorang mendapatkan tempat. Kuncinya adalah pesan harus ditentukan dalam konsensus bersama. Strategi sosiokultural yang efektif dibutuhkan karena pesan persuasif menegaskan pada individu tentang aturan-aturan bagi pelaku sosial atau syarat-syarat kultur untuk bertindak, yang akan mengatur aktivitas.

3. Strategi *The Meaning Construction*

Menurut strategi ini, pengetahuan dapat memengaruhi perilaku. Strategi ini berawal dari konsep di mana hubungan pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Strategi *the meaning construction* diimplementasikan dengan cara mengonstruksi makna.

Persuader berupaya memberikan pengetahuan mengenai sesuatu kepada orang yang di persuasif dari lingkungan sekitar atau berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pengertian dalam benak masyarakat bahwa hal tersebutlah yang harus diikuti, yang juga diinginkan oleh *persuader*.

Strategi ini dicirikan oleh belajar berbuat (*learn do*) bahwa pengetahuan dapat membentuk perilaku. Strategi ini berawal dari hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. *Persuader* berupaya memberikan pengetahuan mengenai suatu hal kepada calon orang yang di persuasif.

Selain itu dengan adanya pengetahuan yang diterima orang yang di persuasif melalui lingkungan sekitar maupun berita-berita yang beredar menimbulkan suatu pemahaman di benak masyarakat inilah yang harus diikuti, tentunya yang diinginkan oleh *persuader*. Pada strategi ini *persuader* berupaya memanipulasi suatu makna, untuk lebih dapat memberikan pengertian yang mudah dimengerti dan dipahami orang yang dipersuasi. *Persuader* memberikan perumpamaan-perumpamaan terhadap suatu makna tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri.

2.3.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Dalam penelitian ini peneliti akan membahas rumusan masalah mengenai **“KOMUNIKASI PERSUASIF DOKTER POLISI DALAM MEMBANGUN KESADARAN ANGGOTA POLRESTABES BANDUNG MENGENAI POLA HIDUP SEHAT”**

Kesehatan anggota Polrestabes Bandung dibagi menjadi tiga, yakni usia kronologis, usia biologis, dan kesehatan geomedicine. Usia kronologis merupakan usia yang di hitung dari lahir hingga usia sekarang, usia biologis merupakan usia dari organ tubuh, dan kesehatan geomedicine merupakan kesehatan yang dipengaruhi oleh cuaca, iklim, dan lingkungan. Ketiga faktor itu menjadi alasan adanya komunikasi persuasif dokter Polisi dalam membangun kesadaran anggota Polrestabes Bandung mengenai pola hidup sehat.

Komunikasi persuasif yang telah dilakukan dokter Polisi kepada anggotanya mengeluarkan simpulan bahwa adanya perubahan pada anggota kepolisian Polrestabes Bandung mengenai pentingnya pola hidup yang sehat. Sebelum adanya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dokter Polisi, anggota Polrestabes Bandung memiliki pemahaman pola hidup sehat yang tidak terlalu mendalam, yang terlibat pada strategi psikodinamik mencakup faktor emosional dan kognitif pada anggota.

Setelah adanya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dokter Polisi, anggota mulai memahami lebih jauh mengenai pola hidup sehat, yang mencakup strategi sosiokultural karena memanfaatkan faktor lingkungan serta afektif pada anggota.

Setelah anggota kepolisian Polrestabes Bandung menerapkan semua arti pola hidup sehat yang telah dijabarkan oleh dokter Polisi, di sini terdapat adanya perubahan perilaku anggota setelah adanya komunikasi persuasif yang telah diberikan oleh dokter Polisi, hal ini mencakup strategi pengkontruksian yang memiliki makna pemahaman untuk membujuk, memanipulasi, serta menarik perhatian untuk mengubah suatu makna karena suatu faktor psikomotor.

Dari penjelasan di atas, kerangka pemikiran pada penelitian ini secara singkat tergambar dalam bagan sebagai berikut :

Tabel 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

