

DAYA TARIK PROGRAM “KEKASIH JUARA” OLEH DINAS KESEHATAN KOTA BANDUNG

by Irma Yanuarti

Submission date: 30-Jul-2019 03:30PM (UTC+0700)

Submission ID: 1156187039

File name: IRMA_YANUARTI_41815127_IK_HUMAS_3_ARTIKEL.docx (45.97K)

Word count: 7285

Character count: 49293

DAYA TARIK PROGRAM “KEKASIH JUARA” OLEH DINAS KESEHATAN KOTA BANDUNG

Irma Yanuarti, Desayu Eka Surya

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Komputer Indonesia, Jl. Dipatiukur 114-116 Bandung

Email : yanuarti.irma1@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the attractiveness of the "Champion Beloved" program by the city health office in Bandung in providing counseling services to participants. In order to answer the purpose of the study, the researcher set a sub focus consisting of strength, appearance, communicator, message and media. This study uses qualitative methods with descriptive studies where the informant involved in this study amounted to six people consisting of two key informants and four supporting informants. The results showed the strength of the program "Champion Beloved" has two aspects of strength, namely the strength of the program "Champion Beloved" in general and the strength of the program "Champion Lover" was assessed from the strength of the counselor. The appearance of the "Beloved Champion" program has an appeal seen from the "Champion Beloved" program stand which consists of tents for participants doing counseling, a "Champion lover" car, as well as other stand attributes such as carpets and also pillows used in tents, and also from the communicator's appearance the "Lover Champion" program is the counselors. The program communicator "Beloved Champion" in providing counseling services to participants, namely the City Health Office of Bandung, enacted the procedure and also set specific criteria to become a program counselor "Beloved Champion". The message "Champion lover" program in providing counseling services to participants consists of the contents of the message, the form of the message and also the message style. The media program "Lovers Champion" in providing counseling services to participants consists of print media, electronic media and online media. The conclusion of this study is that the "Champion Beloved" Program by the Bandung City Health Office has the attraction of power, appearance, communicator, message, and also the media in providing counseling services to their partners. Suggestions from this study, so that the Bandung City Health Office conducts socialization and also opens counseling "Beloved Champion" in educational institutions such as junior high schools, high schools, and universities in order to attract more attention from adolescents.

Keywords: Attraction, "Champion Lover" Program, Counseling Service, Participants

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui daya tarik program “Kekasih Juara” oleh dinas kesehatan kota bandung dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya. Guna menjawab tujuan dari penelitian tersebut, peneliti menetapkan sub fokus yang terdiri dari kekuatan, penampilan komunikator, pesan dan media. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif dimana informan yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah enam orang yang terdiri dari dua informan kunci dan empat informan pendukung. Hasil penelitian menunjukan kekuatan program “Kekasih Juara” memiliki dua aspek kekuatan, yaitu kekuatan program “Kekasih Juara” secara umum dan kekuatan program “Kekasih Juara” dinilai dari kekuatan konselornya. Penampilan program “Kekasih Juara” memiliki daya tarik dilihat dari stand program “Kekasih Juara” yang terdiri dari tenda-tenda untuk

partisipasi melakukan konseling, mobil “Kekasih Juara”, serta atribut-atribut *stand* lainnya seperti karpet dan juga bantal-bantal yang digunakan dalam tenda, dan juga dari penampilan komunikator program “Kekasih Juara” yaitu para konselornya. Komunikator program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya yaitu pihak Dinas Kesehatan Kota Bandung memberlakukan prosedur dan juga menetapkan kriteria khusus untuk menjadi konselor program “Kekasih Juara”. Pesan program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya terdiri dari isi pesan, bentuk pesan dan juga ga¹⁹ pesan. Media program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya terdiri dari media cetak, media elektronik dan juga media online. **Kesimpulan** dari penelitian ini ialah Program “Kekasih Juara” oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung memiliki daya tarik yaitu kekuatan, penampilan, komunikator, pesan, dan juga media dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya. **Saran** dari penelitian ini, agar Dinas Kesehatan Kota Bandung melakukan sosialisasi dan juga membuka konseling “Kekasih Juara” di institusi pendidikan seperti SMP, SMA, maupun Universitas guna lebih menarik perhatian dari kalangan remaja.

Kata Kunci: Daya Tarik, Program “Kekasih Juara”, Pelayanan Konseling, Partisipan

13

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Daya tarik merupakan salah satu faktor yang penting dalam komunikasi karena daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikasi. Daya tarik dapat menjadi suatu proses psikologis yang dapat berkembang menjadi pemberian respon positif maupun respon negatif terhadap pesan komunikasi yang diberikan.

Sebagai suatu aspek kejiwaan, daya tarik bukan saja dapat mewarnai perilaku seseorang tetapi lebih dari itu, dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dan menyebabkan seseorang menaruh perhatian dan merelakan dirinya untuk terikat pada satu kegiatan.

Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa daya tarik merupakan kekuatan mutlak yang harus diperhatikan, karena berhubungan dengan kemampuan komunikator dalam hal menyita perhatian komunikasi sebagai langkah awal dalam menyampaikan pesan.

Daya tarik sangat berperan untuk mendapatkan perhatian dari komunikan, maka dari itu sangatlah penting bagi sebuah perusahaan ataupun organisasi untuk merancang daya tarik tertentu dalam setiap produk ataupun program yang dibuatnya,

daya tarik yang dirancang secara matang dapat menjadi senjata yang ampuh untuk membuat suatu produk ataupun program menjadi digemari oleh sasaran atau khalayak.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia daya tarik memiliki arti kemampuan menarik (memikat) perhatian. Berdasarkan pengertiannya yang lain, daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi.

Daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy adalah: “Kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi”. (Effendy, 1989: 181)

Berdasarkan dari definisi mengenai daya tarik tersebut, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikasi.

Demikian pentingnya daya tarik sebagai langkah awal untuk mendapatkan animo komunikasi, maka sebuah program pun mutlak membutuhkan daya tarik agar mendapat perhatian lebih dari komunikannya sehingga komunikasi tersebut tertarik untuk terlibat dalam

program. Adapun dalam penelitian ini peneliti meneliti mengenai daya tarik program “Kekasih Juara” oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung.

“Kekasih Juara” merupakan program yang diinisiasi oleh Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Kesehatan Kota Bandung yang merupakan hasil kolaborasi dengan institusi pemerintah beserta komunitas masyarakat khususnya di bidang kesehatan fisik dan jiwa. Program ini adalah program inovasi jemput bola untuk memberi solusi terhadap permasalahan psikologis warga Kota Bandung.¹

“Kekasih Juara” merupakan kependekan dari Kendaraan Konseling Silih Asih Juara, program ini berupa program konseling psikologis dan juga konseling kesehatan yang dilakukan dengan cara menghadirkan beberapa kendaraan mobil berwarna merah muda yang hadir setiap dua minggu sekali di beberapa taman di Kota Bandung.

Program “Kekasih Juara” ini berawal dari pemikiran Ridwan Kamil selaku Wali Kota Bandung periode 2013 – 2018, yang menginginkan pembangunan yang seimbang antara pembangunan fisik dan non fisik agar tidak terjadi ketimpangan sosial. Salah satu yang menjadi bagian dari pembangunan non fisik ialah pembangunan mental masyarakat. Menurut beliau arahan untuk melakukan pembangunan yang seimbang tersebut bahkan sudah tersirat dalam lirik lagu kebangsaan Indonesia Raya yang berbunyi “Bangunlah jiwanya bangunlah badannya untuk Indonesia Raya.”²

Berangkat dari pemahaman tersebut maka pada tahun 2017 Ridwan Kamil menggagaskan suatu program yang bertujuan untuk menangani permasalahan mental atau psikologis warga Kota Bandung serta untuk terus meningkatkan indeks kebahagiaan warga Kota Bandung, yang mana indeks kebahagiaan ini juga berfungsi sebagai standar dalam mengukur kemajuan pembangunan. Sejumlah kasus bunuh diri yang terjadi di Kota Bandung

juga turut melatarbelakangi program “Kekasih Juara” tersebut.

Eva Nurlatifah selaku pengelola program “Kekasih Juara” menuturkan bahwa beberapa kasus bunuh diri yang terjadi di Kota Bandung turut melatarbelakangi dibentuknya program “Kekasih Juara” ini, menurut penuturannya walaupun angka bunuh diri di Kota Bandung terbilang rendah yakni hanya terjadi tiga kasus sepanjang tahun 2017, namun Ridwan Kamil selaku Wali Kota Bandung pada saat itu menginginkan kasus bunuh diri ini tidak terjadi sama sekali. (Wawancara dengan Ibu Eva Nur Latifah, Pengelola Program “Kekasih Juara” pada 07 April 2019 pukul 09.00 WIB)

Tak dapat dipungkiri bahwa masalah kesehatan menjadi bagian dari hidup seseorang, setiap orang di dunia ini pasti pernah mengalami masalah dalam hidupnya, banyaknya masalah dalam hidup seseorang jika tidak tertangani dengan baik bisa mempengaruhi mental atau psikologis orang tersebut bahkan bisa menyebabkan bunuh diri.

Seseorang yang mengalami permasalahan psikologis membutuhkan seseorang lain untuk mencertiakan permasalahan psikologis yang dialaminya tersebut. Namun dalam kenyataannya banyak orang-orang yang merasa tidak memiliki tempat yang tepat untuk menceritakan permasalahan psikologisnya tersebut karena stigma yang masih berkembang di masyarakat. Dikutip dari jurnal Kartika Nur Fathiyah stigma tersebut berupa anggapan bahwa mencari tritmen psikologis secara sosial tidak diterima. Stigma juga menurunkan keinginan individu untuk mencari layanan konseling profesional meskipun sudah mengetahui konsekwensi negatif jika tidak mendapatkannya. Studi Kessler dalam di suatu komunitas menemukan bahwa satu dari empat orang yang sebenarnya merasa membutuhkan bantuan pada akhirnya tidak mencari bantuan karena terlalu mempedulikan apa yang mungkin orang lain pikirkan. Studi lain yang dilakukan oleh

Barney menemukan bahwa *self stigma* dan *public stigma* yang dirasakan berhubungan negatif dengan sikap terhadap perilaku mencari bantuan. (Fathiyah, 2016: 556-557)

Selain hal tersebut, masyarakat juga masih enggan untuk mengunjungi psikolog ketika mengalami permasalahan psikologis karena faktor biaya yang cenderung tinggi dalam sekali kunjungannya.

Oleh karena itu “Kekasih Juara” hadir sebagai wadah bagi masyarakat Kota Bandung yang memiliki permasalahan psikologis untuk menceritakan permasalahan psikologis yang dialaminya tersebut kepada pihak yang memang memiliki kapasitas dalam bidang tersebut dalam hal ini adalah konselor kekasih juara yang terdiri dari psikolog dan juga psikiater, tanpa merasa ragu karena stigma yang berkembang di masyarakat dan juga karena faktor biaya.

Program “Kekasih Juara” resmi diluncurkan oleh Pemerintah Kota Bandung pada tanggal 27 September 2017 tepatnya di taman Dago Cikapayang, program tersebut juga diresmikan secara langsung oleh Wali Kota Bandung saat itu yaitu Ridwan Kamil dan juga Wakil Wali Kota Bandung saat itu yaitu Oded M. Danial serta Kepala Dinas Kesehatan Kota Bandung Rita Verita, dan Ketua TP PKK Kota Bandung Atalia Praratya.⁴

Pelayanan konseling yang diberikan oleh “Kekasih Juara” adalah pelayanan konseling secara gratis yang bisa diakses oleh seluruh lapisan masyarakat Kota Bandung, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Adapun menu konseling yang difasilitasi melalui program “Kekasih Juara” ini sangat beragam diantaranya adalah konseling permasalahan psikologis seperti gangguan kecemasan, stress, dan depresi; konseling untuk anak dan remaja seperti konseling masalah percintaan, pertemanan, pendidikan, maupun perkembangan diri; konseling religi; kesehatan reproduksi; konseling *adiksi* (ketergantungan) seperti ketergantungan gawai ataupun merokok; maupun konseling

untuk ibu dan bayi seperti persiapan melahirkan, *parenting* serta konseling tentang ASI, utamanya bagaimana meningkatkan produksi ASI.

Karena program “Kekasih Juara” ini merupakan program pelayanan konseling yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung serta bertujuan untuk membantu masyarakat Kota Bandung yang memiliki permasalahan psikologis maupun permasalahan kesehatan, maka penelitian ini masuk ke dalam ranah komunikasi kesehatan.

Penelitian ini juga termasuk dalam kajian komunikasi antarpribadi karena dalam “Kekasih Juara” ini komunikasi dilakukan antara seorang konselor dan seorang partisipan, komunikasi yang terjadi selama proses konseling tersebut dilakukan secara tatap muka sehingga respon dari kedua belah pihak dapat ditangkap secara langsung dan seketika.

Dari awal program “Kekasih Juara” ini diresmikan animo dari masyarakat Kota Bandung terbilang tinggi, Eva Nur Latifah selaku pengelola program “Kekasih Juara” mengatakan bahwa dalam sekali pelaksanaan program “Kekasih Juara” ini terdapat tiga puluh hingga empat puluh masyarakat Kota Bandung yang tertarik untuk menjadi partisipan.

Setelah kurang lebih tiga tahun dijalankan, hingga tahun 2019 ini “Kekasih Juara” masih tetap digemari oleh masyarakat Kota Bandung. Hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang tertarik untuk menjadi partisipan “Kekasih Juara” setiap kali “Kekasih Juara” diadakan pada hari minggu. Untuk melakukan konseling dengan tim “Kekasih Juara” ini syaratnya cukup mudah, masyarakat yang ingin menjadi partisipan konseling hanya diharuskan untuk mengisi formulir pendaftaran sebelum melakukan proses konseling. Selanjutnya proses konseling dilakukan di tenda – tenda yang telah disediakan oleh tim “Kekasih Juara”, biasanya setiap satu kendaraan terdiri dari tiga unit tenda.

Melihat dari animo masyarakat yang terbilang tinggi dalam mengikuti program “Kekasih Juara” ini peneliti menyimpulkan bahwa “Kekasih Juara” memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat sehingga mereka mau untuk menjadi partisipan dari “Kekasih Juara”.

Maka dari pemaparan latar belakang di atas peneliti merumuskan penelitian ini dengan judul **Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Daya Tarik Isi dan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya)?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Rumusan mikro dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kekuatan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya?
2. Bagaimana Penampilan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya?
3. Bagaimana Komunikator Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya?
4. Bagaimana Pesan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota

Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya?

5. Bagaimana Media Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini dilakukan adalah untuk dapat mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan, menceritakan, dan merumuskan persoalan yang peneliti teliti tentang Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kekuatan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.
2. Untuk mengetahui Penampilan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.
3. Untuk mengetahui Komunikator Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.
4. Untuk mengetahui Pesan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan

Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.

5. Untuk mengetahui Media Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.

9 1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk mengembangkan ilmu komunikasi secara umum, khususnya tentang komunikasi antar pribadi dan komunikasi kesehatan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan maupun acuan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya di bidang komunikasi dan diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi literatur pustaka untuk penelitian yang serupa.

2 1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Menambah berbagai ilmu dan pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti juga sebagai pengaplikasian ilmu tentang komunikasi yang selama ini peneliti pelajari khususnya tentang komunikasi antar pribadi dan komunikasi kesehatan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan sumbangh informasi serta dijadikan literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

3. Bagi Dinas Kesehatan Kota Bandung

Hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai rujukan, masukan, informasi, serta evaluasi bagi Dinas Kesehatan Kota Bandung tentang Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.

35 2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Tinjauan Pustaka

10 a. Tinjauan Tentang Daya Tarik

Daya tarik merupakan salah satu faktor yang penting dalam komunikasi karena daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan.

Daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy adalah: “Kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi”. (Effendy, 1989: 181)

Berdasarkan pengertiannya tersebut peneliti mengambil kesimpulan bahwa daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi.

Berdasarkan dari definisi yang lain mengenai daya tarik tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan.

Daya tarik dapat menjadi suatu proses psikologis yang dapat berkembang menjadi pemberian respon positif maupun respon negatif terhadap pesan komunikasi yang diberikan.

Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa daya tarik merupakan kekuatan mutlak yang harus diperhatikan, karena berhubungan dengan kemampuan komunikator dalam hal menyita perhatian komunikan sebagai langkah awal dalam menyampaikan pesan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pemahaman dalam sebuah kerangka pemikiran akan melandasi pemahaman pemahaman lain yang telah tercipta terlebih dahulu. Kerangka pemikiran ini akhirnya akan menjadi pemahaman yang mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran lainnya.

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini, dalam penelitian ini peneliti bermaksud mengetahui Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.

Dalam kerangka penelitian ini, peneliti akan berusaha membahas masalah pokok dari penelitian ini yaitu membahas kata-kata kunci atau sub-fokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Fokus pada penelitian studi deskriptif ini adalah mengenai daya tarik.

Daya tarik merupakan salah satu faktor yang penting dalam komunikasi karena daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia daya tarik memiliki arti kemampuan menarik (memikat) perhatian.

Berdasarkan pengertiannya yang lain, daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian, sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi.

Dari beberapa definisi daya Tarik, peneliti memilih dan menggunakan pengertian daya tarik dari Onong Uchjana Effendy sebagai landasan dalam penelitian berkaitan dengan Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota

Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Partisipannya.

1. **Kekuatan** merupakan kelebihan atau keunggulan yang diunggulkan oleh Program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya.
2. **Penampilan** merupakan tampilan dari Program “Kekasih Juara” sebagai salah satu cara untuk menyampaikan kelebihan atau keunggulan dari Program “Kekasih Juara” kepada partisipannya.
3. **Komunikator** merupakan orang yang bertugas menyampaikan pesan Program “Kekasih Juara” kepada partisipannya.
4. **Pesan** merupakan isi atau informasi dari Program “Kekasih Juara” yang disampaikan kepada partisipannya.
5. **Media** disini adalah saluran, alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan Program “Kekasih Juara” kepada partisipannya baik melalui media cetak, elektronik ataupun media online.

3. Objek dan Metode Penelitian

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kesehatan Kota Bandung dengan jumlah informan sebanyak 6 orang yakni 1 orang penanggung jawab program dan 1 orang pengelola program “Kekasih Juara”, 2 orang konselor dan 2 orang partisipan program “Kekasih Juara”

3.2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma post-postivistik. Dalam metodologi penelitian, paradigma merujuk pada seperangkat pranata kepercayaan bersama metode – metode yang menyertinya, oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti mengikuti kisi – kisi metodologis sesuai dengan paradigma

post-positivistik serta 3 menjadikan paradigma post-positivistik sebagai rujukan dan sudut pandang serta sebagai pembatas ruang dan gerak peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Ardianto dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* menjelaskan bahwa metode deskriptif-kualitatif memiliki ciri sebagai berikut: "Metode kualitatif deskriptif menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*). Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variabel." (Ardianto, 2011: 60).

4. Pembahasan

Pada sub ini peneliti akan mendeskripsikan dan membahas data serta informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara secara mendalam kepada beberapa informan penelitian yang terkait dengan Daya Tarik Program "Kekasih Juara" Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Daya Tarik Program "Kekasih Juara" Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya).

Seperti 3 yang sudah dijelaskan sebelumnya, daya tarik adalah kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian. Sehingga seseorang mampu mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi. Daya tarik dapat membuat seseorang senang terhadap suatu objek atau ide-ide tertentu dan berusaha untuk mencari objek yang disenanginya bahkan ingin menjadi bagian dari objek yang disenanginya tersebut.

45
Daya tarik juga merupakan salah satu faktor yang penting dalam komunikasi karena daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membentuk animo komunikan. Daya tarik dapat menjadi suatu proses psikologis yang dapat berkembang menjadi pemberian respon positif maupun respon negatif terhadap pesan komunikasi yang diberikan.

Daya tarik sangat berperan untuk mendapatkan perhatian dari komunikan, maka dari itu sangatlah penting bagi sebuah perusahaan ataupun organisasi untuk merancang daya tarik tertentu dalam setiap produk ataupun program yang dibuatnya, daya tarik yang dirancang secara matang dapat menjadi senjata yang ampuh untuk membuat suatu produk ataupun program menjadi digemari oleh sasaran atau khalayak. Dalam hal ini, hal yang dilihat daya tariknya adalah program "Kekasih Juara" Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung.

Dalam melakukan penelitian mengenai daya tarik program "Kekasih Juara" Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung 2 i peneliti melakukan beberapa langkah. Langkah pertama yang peneliti lakukan sebelum mewawancarai para informan, peneliti melakukan survey atau pra penelitian dan observasi terlebih dahulu dengan mengamati proses berlangsungnya program "Kekasih Juara" dari awal hingga selesai juga mewawancarai pengelola program "Kekasih Juara" yang hadir pada saat berlangsungnya program, mengunjungi Dinas Kesehatan Kota Bandung dan mewawancarai secara langsung penanggungjawab program "Kekasih Juara", mengikuti langsung program "Kekasih Juara" dengan cara menjadi partisipan, mengamati jumlah masyarakat yang mendaftarkan diri menjadi partisipan, serta melakukan dokumentasi dari kegiatan program "Kekasih Juara tersebut"

Disini peneliti akan menguraikan hasil penelitian secara satu persatu agar lebih jelas, dimulai dengan Kekuatan,

Penampilan, Komunikator, Pesan dan Media pada program “Kekasih Juara” oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.

Kekuatan merupakan kelebihan atau keunggulan yang diunggulkan oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya.

Program “Kekasih Juara” merupakan program dari Dinas Kesehatan Kota Bandung yang diharapkan dapat menjadi salah satu program unggulan dari Pemerintah Kota Bandung, untuk dapat menjadi program unggulan tentunya program “Kekasih Juara” ini harus memiliki keunggulan atau kelebihan yang dapat membuat program ini menjadi istimewa serta dapat memberikan pelayanan yang prima dan sempurna kepada masyarakat. Oleh karena itu penting bagi Dinas Kesehatan Kota Bandung untuk merancang terlebih dahulu keunggulan atau kelebihan dari program “Kekasih Juara” tersebut.

Adapun kekuatan yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya menurut hasil analisa peneliti memiliki beragam keunggulan. Dalam menganalisa kekuatan program “Kekasih Juara” ini peneliti melihat dari dua aspek kekuatan, aspek yang pertama yaitu mengenai kekuatan program “Kekasih Juara” secara umum, dan aspek yang kedua yaitu mengenai kekuatan program “Kekasih Juara” dinilai dari kekuatan konselornya.

Dari aspek kekuatan program “Kekasih Juara” secara umum, kekuatan atau keunggulan pertama dari program “Kekasih Juara” yaitu berupa **pelayanan yang prima dan maksimal**. Dalam hal ini Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam menjalankan program “Kekasih Juara” selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang prima dan maksimal agar harapan dan kebutuhan masyarakat Kota

Bandung akan pelayanan konseling dapat terpenuhi dengan baik.

Kekuatan program “Kekasih Juara” yang kedua yaitu **pelayanan konseling yang tidak dipungut biaya** sama sekali atau gratis. Menurut hasil observasi serta wawancara yang telah peneliti lakukan salah satu kelebihan program “Kekasih Juara” yaitu pelayannya yang gratis tersebut didasari karena sebagian masyarakat masih banyak yang merasa khawatir mengenai masalah biaya untuk melakukan konseling khususnya konseling tentang permasalahan kejiwaan atau mental kepada ahli-ahli dalam bidang tersebut seperti psikolog ataupun psikoterapis, sebagaimana kita tau bahwa memang biaya yang dibutuhkan dalam sekali konseling dengan psikolog atau psikoterapis itu cenderung mahal. Maka untuk menjawab kekhawatiran masyarakat mengenai permasalahan biaya tersebut, Dinas Kesehatan Kota Bandung membuat program “Kekasih Juara” ini tanpa dipungut biaya agar pelayanan konseling di “Kekasih Juara” tersebut dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat.

Kekuatan atau keunggulan ketiga yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya yaitu tersedianya **layanan konsultasi yang lengkap dan beragam**. Dengan menu konseling yang beragam tersebut masyarakat bisa menceritakan permasalahan apapun di program “Kekasih”, mulai dari konsultasi psikososial anak dan remaja seperti *assesmen* kecemasan, *assesmen* hubungan anak dengan orang tua, *assesmen* hubungan anak dengan teman sebaya, konsultasi psikologi seperti mengidentifikasi bakat dan minat, bullying, depresi, pencegahan bunuh diri, maupun konseling perkawinan, konsultasi masalah kesehatan reproduksi dan seksual, konsultasi untuk mempersiapkan pernikahan, konsultasi untuk ibu menyusui, konsultasi mengenai HIV/AIDS, konsultasi masalah adiksi, konsultasi masalah perceraian hingga konsultasi masalah rohani.

Kekuatan atau keunggulan keempat yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya yaitu tersedianya berbagai **konselor yang merupakan ahli dalam bidangnya masing-masing**, konselor tersebut juga merupakan anggota dari lembaga-lembaga atau instansi resmi seperti HIMPSI, AIMI, PSIKIATRI, dan lain sebagainya. sehingga masyarakat tidak perlu ragu untuk menceritakan permasalahan kesehatan maupun psikologis yang dialaminya karena permasalahan mereka akan ditangani oleh pakar-pakar di bidangnya.

Kekuatan atau keunggulan kelima yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya yaitu menjadi **tempat berkeluh kesah (curhat) yang tepat bagi masyarakat**. Masyarakat dengan segala masalah yang dialaminya tentu memerlukan tempat untuk berkeluh kesah atau menceritakan permasalahan yang dialaminya, namun pada kenyataannya selama ini masyarakat belum menemukan tempat yang dirasa tepat untuk menceritakan keluh kesahnya tersebut. Oleh karena itu program “Kekasih Juara” hadir guna menjadi tempat berkeluh kesah (curhat) yang tepat bagi masyarakat.

Kekuatan atau keunggulan keenam yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya yaitu **Memfasilitasi Masyarakat Agar Lebih Mudah Dalam Mencari Pelayanan Konseling**. Hadirnya “Kekasih Juara” membuat masyarakat yang selama ini kesulitan dalam mencari fasilitas pelayanan konseling mendapatkan pelayanan yang selama ini mereka butuhkan. Program “Kekasih Juara” juga merupakan program yang bagus, hal itu terbukti dari tetap eksis dan banyaknya masyarakat yang menggunakan pelayanan konseling program.

Kekuatan atau keunggulan ketujuh yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya yaitu **pelayanan**

yang bersifat jemput bola. Apabila selama ini masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan konseling harus mendatangi tempat praktik para konselor, maka dengan pelayanan program “Kekasih Juara” yang bersifat jemput bola ini para konselor lah yang mendatangi masyarakat. Adapun tempat yang didatangi oleh “Kekasih Juara” adalah beberapa taman yang berada di Kota Bandung yaitu taman Dago Cikapayang dan Taman Dewi Sartika, lokasi seperti taman dipilih karena taman merupakan ruang terbuka yang memiliki pohon-pohon yang cukup rindang sehingga diharapkan masyarakat dapat merasa nyaman ketika melakukan proses konseling.

Kekuatan atau keunggulan ketujuh yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya yaitu **konseling atau curhat yang memberikan solusi**. Dengan melakukan konseling dengan program “Kekasih Juara” ini partisipan mendapatkan solusi dari permasalahan yang dialaminya.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, peneliti juga menemukan kekuatan lain yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” yaitu yaitu tersedianya layanan konseling secara *online* melalui *website* www.ibunda.id/kekasihjuara. Atau pun bisa melalui *direct message* Instagram, pesan *whatsapp*, dan juga *line*. Tersedianya versi *online* dari Kekasih tersebut guna memudahkan masyarakat untuk melakukan konseling secara kapan saja.

Selain keunggulan secara umum yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” yang telah dipaparkan diatas, peneliti juga mengamati kekuatan atau keunggulan yang dimiliki oleh konselor program “Kekasih Juara”.

Adapun kekuatan yang dimiliki oleh konselor program “Kekasih Juara” yang pertama yaitu konselor program “Kekasih Juara” **memiliki kemampuan komunikasi yang baik**.

Sebagai suatu proses komunikasi, konseling melibatkan keterampilan konselor dalam menangkap atau merespon pernyataan konseli dan mengkomunikasikannya kembali kepada konseli tersebut.

Komunikasi yang baik dalam konseling merupakan suatu hal mutlak yang harus dikuasai dan dipahami oleh konselor, yang nantinya akan dilaksanakan selama proses konseling berlangsung. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan konselor program “Kekasih Juara” memiliki kemampuan komunikasi yang baik, hal ini dapat dilihat dari konselor yang memahami tentang bagaimana caranya melakukan proses komunikasi dalam proses konseling. Kemampuan komunikasi yang baik tersebut juga dapat memudahkan konselor dalam memahami permasalahan partisipan dan dapat membuat partisipan menjadi mudah terbuka dalam menceritakan permasalahannya, sehingga dapat membuat partisipan tidak segan untuk menceritakan permasalahan yang dialaminya, sehingga proses konseling dapat berjalan dengan efektif. Kemampuan komunikasi yang baik yang dimiliki oleh konselor program “Kekasih Juara” juga menjadi hal potensial yang dapat membantu tercapainya solusi dari permasalahan yang dialami oleh partisipan.

Dengan memiliki kemampuan komunikasi yang baik sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, konselor pun dapat membuat proses konseling menjadi interaktif guna menggali lebih dalam permasalahan yang dialami oleh partisipan atau memperoleh informasi yang diperlukan dari partisipan untuk mempermudah konselor dalam mengambil keputusan yang tepat.

Sebagaimana telah dibahas sebelumnya bahwa konseling pada umumnya adalah sebuah proses komunikasi antara konselor dan konseli (partisipan), maka penting bagi seorang konselor untuk dapat mempelajari dan memahami teknik-teknik komunikasi

dalam konseling agar proses komunikasi dalam konseling berlangsung dengan efektif. Berbicara mengenai teknik-teknik komunikasi dalam hal ini adalah komunikasi dalam konseling tentunya mencakup dua aspek komunikasi yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan konselor program “Kekasih Juara” memahami teknik-teknik komunikasi sehingga dapat membuat partisipan merasa nyaman ketika menceritakan permasalahannya. Teknik komunikasi yang dilakukan oleh konselor yaitu dengan melakukan komunikasi secara bertahap agar tercipta kedekatan hubungan dengan cepat. Konselor juga tidak boleh langsung menggunakan komunikasi nonverbal misalnya seperti *touching* atau sentuhan karena dikhawatirkan dapat membuat partisipan merasa tidak nyaman. Selain itu guna membuat partisipan merasa nyaman konselor memulai percakapan dengan hal yang bersifat umum terlebih dahulu. Konselor juga selalu berusaha untuk ramah kepada partisipan dengan menggunakan salam, sapa senyum dan sopan santun dan juga melihat terlebih dahulu kondisi partisipan tersebut, ketika partisipan tersebut sudah *welcome* atau terbuka konselor bisa menggunakan sentuhan atau bahasa-bahasa nonverbal lainnya guna membuat partisipan merasa nyaman.

Dalam melakukan proses konseling konselor juga harus mampu menjadi pendengar yang baik, dalam hal ini mendengarkan mengacu kepada kemampuan konselor program “Kekasih Juara” dalam menangkap dan memahami pesan yang dikomunikasikan oleh partisipan, baik itu pesan secara verbal maupun pesan nonverbal. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan konselor program “Kekasih Juara” mampu menjadi pendengar yang baik, sebagaimana yang diungkapkan oleh para partisipan yang menyatakan bahwa mereka merasa benar-benar didengarkan ketika

menceritakan permasalahan yang dialaminya kepada konselor program “Kekasih Juara”

Selanjutnya konselor juga harus mampu memberikan motivasi kepada partisipan, karena motivasi menjadi salah satu aspek penting dalam konseling, yaitu memberikan dorongan kepada partisipan agar partisipan tersebut mampu melaksanakan perilaku dalam upaya untuk memecahkan permasalahannya secara efektif dan juga produktif. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, konselor program “Kekasih Juara” memberikan masukan-masukan dan juga motivasi kepada partisipan, sehingga dengan melakukan konseling dengan konselor program “Kekasih Juara” partisipan memperoleh motivasi untuk menyelesaikan masalahnya.

Penampilan merupakan tampilan dari program “Kekasih Juara” sebagai salah satu cara untuk menyampaikan kelebihan atau keunggulan dari program “Kekasih Juara”.

Tampilan dari suatu program tentunya menjadi sesuatu yang wajib untuk diperhatikan oleh pembuat program, karena tampilan dari suatu program merupakan hal yang pertama kali akan dilihat dan dinilai oleh masyarakat untuk kemudian menentukan apakah masyarakat akan tertarik untuk mengikuti program tersebut atau tidak.

Dalam hal ini penampilan “Kekasih Juara” peneliti lihat dari *stand* program “Kekasih Juara” yang terdiri dari tenda-tenda untuk partisipan melakukan konseling, mobil “Kekasih Juara”, serta atribut-atribut *stand* lainnya seperti karpet dan juga bantal-bantal yang digunakan dalam tenda, dan juga peneliti lihat dari penampilan komunikator program “Kekasih Juara” itu sendiri yaitu para konselornya.

Berdasarkan pengamatan atau observasi serta hasil wawancara tampilan *stand* program “Kekasih Juara” ini menggunakan warna merah muda. Penggunaan warna merah muda tersebut

didasarkan pada *trademark* dari program “Kekasih Juara” itu sendiri yaitu curhat atau curahan hati dan hati ring dianalogikan atau diidentikan dengan warna merah muda, selain itu warna merah muda juga dianggap sebagai warna yang dapat melambangkan kemesraan. Oleh karena itu warna merah muda dirasa cocok untuk digunakan sebagai warna khas dari program “Kekasih Juara” yang pada dasarnya adalah program konseling atau curhat.

Tampilan program “Kekasih Juara” juga peneliti amati dari tampilan komunikatornya yang mana dalam hal ini komunikator program “Kekasih Juara” adalah para konselor, karena penampilan dari seorang komunikator tentunya berpengaruh terhadap pendapat *audiens*. Adapun tampilan komunikator program “Kekasih Juara” tersebut dapat dilihat dari pakaian yang mereka kenakan.

Ketentuan mengenai pakaian yang harus digunakan oleh para konselor program “Kekasih Juara” tersebut ditentukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung. Menurut ketentuan yang dibuat oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung, para konselor program “Kekasih Juara” diharuskan menggunakan pakaian dengan *dresscode* bernuansa merah muda dan putih.

Pihak Dinas Kesehatan Kota Bandung juga melengkapi tampilan para konselor dengan rompi berwarna merah muda untuk konselor perempuan dan rompi berwarna biru untuk konselor laki-laki. Namun dalam pelaksanaannya ketentuan mengenai kode pakaian tersebut lebih fleksibel asalkan masih menggunakan warna yang senada dengan warna program “Kekasih Juara” yaitu warna merah muda.

Pakaian bernuansa merah muda dan putih yang digunakan oleh para konselor “Kekasih Juara” tersebut dapat berfungsi sebagai pembeda bagi partisipan untuk membedakan antara konselor “Kekasih” dengan masyarakat lainnya, pakaian bernuansa merah muda yang digunakan oleh konselor “Kekasih Juara”

memudahkan partisipan untuk mengenali atau membedakan antara konselor “Kekasih Juara” dengan masyarakat lainnya yang berada di lingkungan tempat diadakannya “Kekasih Juara”.

Komunikator merupakan orang yang bertugas menyampaikan pesan program “Kekasih Juara” kepada partisipannya. Dalam hal ini yang menjadi komunikator pada program “Kekasih Juara” adalah para konselornya.

Komunikator memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan pesan-pesan atau informasi dalam program “Kekasih Juara”, apalagi program “Kekasih Juara” ini pada dasarnya merupakan program yang memberikan pelayanan konseling, oleh karena itu komunikatornya harus benar-benar memiliki kemampuan yang baik dalam bidang konseling sehingga proses konseling dapat berjalan dengan baik pula.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan kunci yang merupakan penanggungjawab program “Kekasih Juara”, pihak Dinas Kesehatan Kota Bandung memberlakukan prosedur bagi konselor program “Kekasih Juara”. Prosedur yang pertama yaitu pihak Dinas Kesehatan Kota Bandung melakukan nota kesepahaman terlebih dahulu dengan lembaga-lembaga ataupun instansi yang diajak bekerjasama dalam program “Kekasih Juara”. Prosedur yang kedua yaitu konselor program “Kekasih Juara” tidak bisa mendaftar secara perorangan untuk menjadi konselor pada program “Kekasih Juara” namun harus melalui lembaga ataupun instansi, adapun lembaga yang dimaksud adalah lembaga atau instansi resmi yang menaungi konselor tersebut. Selanjutnya lembaga setiap dua minggu sekali pihak Dinas Kesehatan Kota Bandung mengkoordinir lembaga atau instansi yang harus mengirimkan konselornya pada saat diselenggarakannya program “Kekasih Juara”, untuk kemudian lembaga-lembaga atau instansi tersebut mengirimkan perwakilannya untuk menjadi konselor pada program “Kekasih Juara”.

Pihak Dinas Kesehatan Kota Bandung juga menentukan kriteria untuk menjadi konselor program “Kekasih Juara”. Adapun kriteria tersebut yang pertama yaitu konselor tersebut harus memiliki kepakaran atau sudah profesional agar layanan konseling yang diberikan oleh program “Kekasih Juara” dapat berjalan dengan prima dan sempurna. Kriteria kedua yang ditetapkan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung yaitu konselor harus merupakan seseorang yang telah berpengalaman dalam bidangnya.

Selanjutnya Dinas Kesehatan Kota Bandung menetapkan kriteria bahwa untuk menjadi konselor program “Kekasih Juara” konselor tersebut harus merupakan anggota dari suatu lembaga ataupun instansi. Hingga saat ini ada beberapa Lembaga yang bekerjasama dengan program “Kekasih Juara” diantaranya yaitu Himpunan Psikologi Indonesia, Psikatri, Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, Puskesmas, Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial, Komisi Penanggulangan AIDS, dan juga UPT Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan dan Anak. Kerjasama dengan lembaga-lembaga tersebut telah dilakukan semenjak program “Kekasih Juara” ini masih dalam proses pembentukan, dimana pada saat itu Dinas Kesehatan Kota Bandung mengundang lembaga-lembaga tersebut untuk berkolaborasi dalam program “Kekasih Juara” dan melibatkan secara langsung Lembaga-lembaga tersebut dalam proses pembuatan program “Kekasih Juara” agar Lembaga-lembaga tersebut juga turut merasa memiliki program “Kekasih Juara”.

Pesan merupakan salah satu aspek penting dalam komunikasi. Sebuah pesan harus dikemas dengan baik agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, apabila pesan yang disampaikan dari pengirim kepada penerima berjalan dengan baik maka *feedback* yang dihasilkan pun akan baik. Agar sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik maka perlu diperhatikan isi dari pesan, bentuk pesan, serta gaya dari pesan tersebut.

Isi pesan dalam hal 24 adalah pesan-pesan atau informasi-informasi yang disampaikan melalui media yang 29 digunakan oleh “Kekasih Juara” dan juga pesan-pesan atau informasi-informasi yang disampaikan secara tatap muka oleh konselor program “Kekasih Juara” kepada partisipannya.

Untuk 3 pesan-pesan atau informasi-informasi mengenai program “Kekasih Juara” yang disampaikan melalui media, pesan – pesan atau informasi-informasi tersebut dibuat dan disebar oleh bagian promosi Dinas Kesehatan Kota Bandung, adapun untuk pesan – pesan atau informasi yang disampaikan secara tatap muka disampaikan oleh komunikator program “Kekasih Juara” yaitu para konselor.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan mengenai isi pesan program “Kekasih Juara” yang disampaikan dengan melalui media, isi pesan atau informasi – informasi yang disampaikan oleh “Kekasih Juara” adalah pesan atau informasi-informasi seputar program “Kekasih Juara” itu sendiri, seperti informasi mengenai jadwal pelaksanaan konseling atau jadwal diadakannya program “Kekasih Juara”, informasi mengenai menu konseling yang tersedia di program “Kekasih Juara” serta informasi mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh program “Kekasih Juara” dan juga foto-foto dokumentasi atau rangkuman hasil kegiatan.

“Kekasih Juara” ini pada dasarnya adalah program yang memberikan berbagai pelayanan konseling mulai dari konseling masalah psikologi, psikososial anak dan remaja hingga konseling masalah adiksi dan lain sebagainya, maka dari itu isi pesan program “Kekasih Juara” yang disampaikan secara tatap muka adalah informasi-informasi mengenai penanganan masalah-masalah tersebut, informasi yang diberikan oleh konselor kepada partisipan pun tentunya berbeda-beda tergantung kepada permasalahan yang dikonsultasikan oleh partisipan tersebut.

Konselor “Kekasih Juara” menggunakan bentuk pesan yang berbeda dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya. Menurut hasil observasi dan wawancara, ketiga bentuk pesan tersebut digunakan oleh para konselor program “Kekasih Juara”. Namun bentuk pesan yang digunakan oleh konselor tersebut tergantung kepada kasus atau permasalahan yang dikonsultasikan oleh partisipan, karena permasalahan yang dikonsultasikan oleh setiap partisipan tentunya berbeda-beda.

Selain menggunakan bentuk pesan, konselor “Kekasih Juara” juga menggunakan gaya pesan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada partisipannya.

Adapun menurut hasil wawancara, gaya pesan yang digunakan oleh konselor “Kekasih Juara” yaitu dengan menggunakan bahasa formal maupun bahasa non formal, bahasa formal atau non formal tersebut digunakan tergantung dengan siapa konselor tersebut berbicara, misal 53 menggunakan bahasa formal ketika berbicara dengan partisipan yang lebih tua dan menggunakan bahasa non formal ketika berbicara dengan partisipan yang sebaya. Biasanya konselor menggunakan bahasa non formal agar percakapan antara konselor dengan partisipan dapat berjalan tanpa adanya rasa canggung dan tidak terlihat atau terkesan seperti menginterogasi partisipan, namun konselor juga masih memperhatikan batasan-batasan dalam menggunakan bahasa non formal tersebut.

Konselor “Kekasih Juara” juga menunjukkan perasaan simpati ataupun empati kepada partisipan dalam melakukan proses konseling, dengan cara menggunakan bahasa verbal seperti mengatakan secara langsung bahwa konselor ikut merasakan apa yang sedang dirasakan oleh partisipan ataupun dengan menggunakan bahasa non verbal yang dilakukan dengan cara mengatur *gesture* ataupun intonasi suara ataupun dengan cara

menggunakan sentuhan ketika melakukan proses konseling.

Media merupakan saluran, alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan Program “Kekasih Juara” kepada partisipannya baik melalui media cetak, elektronik ataupun media online.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, Dinas Kesehatan Kota Bandung menggunakan tiga jenis media yaitu media cetak, media elektronik dan juga media online.

Media cetak yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung tersebut terdiri dari brosur yang dibagikan secara langsung kepada masyarakat ketika diselenggarakannya program “Kekasih Juara” dan banner yang juga digunakan pada saat diselenggarakannya program “Kekasih Juara”. Adapun media elektronik yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung yaitu radio dan juga film dokumenter.

Selain menggunakan media cetak dan media elektronik, Dinas Kesehatan Kota Bandung menggunakan media online sebagai media yang digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai program “Kekasih Juara”, adapun media online yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung tersebut adalah Instagram.

Daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy yaitu “Kekuatan atau penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi”. (Effendy, 1989: 181)

Program “Kekasih Juara” oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung memiliki daya tarik yaitu kekuatan, penampilan, komunikator, pesan, dan juga media dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya.

4. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti bahas mengenai “Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya)”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kekuatan program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan kepada partisipannya dapat dilihat dua aspek kekuatan, aspek yang pertama yaitu mengenai kekuatan program “Kekasih Juara” secara umum, dan aspek yang kedua yaitu mengenai kekuatan program “Kekasih Juara” dinilai dari kekuatan konselornya. Dari aspek kekuatan program “Kekasih Juara” secara umum, kekuatan atau keunggulan pertama dari program “Kekasih Juara” yaitu berupa pelayanan yang prima dan maksimal, pelayanan yang gratis atau tidak dipungut biaya, tersedianya layanan konseling yang bervariasi, menyediakan konselor yang ahli dalam bidangnya, tempat berkeluh kesah (curhat) yang tepat bagi masyarakat, memfasilitasi masyarakat agar lebih mudah dalam menemukan pelayanan konseling, pelayanan yang bersifat jemput bola dan juga pelayanan konseling yang memberikan solusi. Adapun dari aspek kekuatan konselor, konselor program “Kekasih Juara” memiliki beberapa kekuatan yaitu memiliki kemampuan komunikasi yang baik, melakukan pelayanan konseling dengan interaktif, memahami teknik komunikasi sehingga mampu membuat partisipan merasa nyaman, mampu menjadi pendengar yang baik, serta mampu menjadi motivator bagi partisipan.
2. Penampilan program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya peneliti lihat dari stand program “Kekasih Juara” yang terdiri dari tenda-tenda untuk partisipan

melakukan konseling, mobil “Kekasih Juara”, serta atribut-atribut *stand* lainnya seperti karpet dan juga bantal-bantal yang digunakan dalam tenda, dan juga peneliti lihat dari penampilan komunikator program “Kekasih Juara” itu sendiri yaitu para konselornya. Penampilan dilihat dari *stand* program “Kekasih Juara” terdiri dari warna yang identik dengan trademark program “Kekasih Juara”, warna yang *eye catching*, dan juga menghadirkan warna yang melambangkan keramahan, kelembutan dan juga kemesraan. Sedangkan penampilan dilihat dari penampilan komunikator terdiri dari konselor yang mengenakan rompi identitas, *dresscode* bernuansa merah muda dan putih serta warna merah muda sebagai identitas pengenalan bagi partisipan.

3. Komunikator program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya yaitu pihak Dinas Kesehatan Kota Bandung memberlakukan prosedur bagi konselor program “Kekasih Juara” yaitu melakukan nota kesepahaman dengan lembaga/instansi terkait, harus melalui lembaga (tidak bisa mendaftar perorangan), dan selanjutnya lembaga/instansi mengirimkan konselor. Selain memberlakukan prosedur bagi konselor program “Kekasih Juara”. Dinas Kesehatan Kota Bandung juga menentukan kriteria untuk menjadi konselor program “Kekasih Juara” yaitu telah memiliki kepakaran (professional), konselor sudah berpengalaman, serta konselor dari lembaga / instansi yang jelas/legal.
4. Pesan program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan konseling kepada partisipannya peneliti lihat dari segi isi pesan, bentuk pesan dan juga gaya pesan. Isi pesan dalam hal ini ²⁴ adalah pesan-pesan atau informasi-informasi yang disampaikan melalui media yang digunakan ²⁹ oleh “Kekasih Juara” dan juga pesan-pesan atau

informasi-informasi yang disampaikan secara tatap muka oleh konselor program “Kekasih Juara” kepada partisipannya. Isi pesan yang disampaikan dengan menggunakan media yaitu mengenai jadwal, menu konseling, kelebihan, dan juga dokumentasi kegiatan program “Kekasih Juara”, sedangkan isi pesan yang disampaikan secara tatap muka oleh konselor menyesuaikan dengan permasalahan yang dikonsultasikan oleh partisipan. Adapun bentuk pesan yang digunakan oleh komunikator program “Kekasih Juara” yaitu bentuk pesan informatif, persuasif, dan juga koersif. Sedangkan gaya pesan yang digunakan oleh komunikator program “Kekasih Juara” yaitu menggunakan bahasa formal dan nonformal dan juga menggunakan bahasa verbal dan nonverbal dalam menunjukkan rasa simpati/empati.

5. Media program “Kekasih Juara” dalam memberikan pelayanan ¹⁷ konseling kepada partisipannya terdiri dari media cetak, media elektronik dan juga media online.

² 5.2. Saran

5.2.1 Saran Untuk Dinas Kesehatan Kota Bandung

1. Peneliti melihat bahwa Instagram Kekasih Juara hanya menyampaikan informasi-informasi seputar jadwal, tempat, dan informasi mengenai kelebihan program “Kekasih Juara”. Oleh karena itu peneliti menyarankan agar Dinas Kesehatan Kota Bandung tidak hanya menyampaikan informasi-informasi tersebut saja dalam instagramnya namun juga bisa memberikan informasi lainnya misalnya seperti informasi mengenai tips atau cara menjaga kesehatan mental atau kesehatan fisik maupun tips-tips lainnya yang dapat menegdukasi

follower dari Instagram “Kekasih Juara” tersebut.

2. Peneliti menyarankan agar Dinas Kesehatan Kota Bandung melakukan sosialisasi dan juga membuka konseling “Kekasih Juara” di institusi pendidikan seperti SMP, SMA, maupun Universitas guna lebih menarik perhatian dari kalangan remaja.

5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Adapun saran-saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus benar-benar yakin dalam menentukan objek yang akan diteliti serta memahami objek yang akan diteliti tersebut, peneliti juga harus dapat memastikan mengenai izin untuk melakukan penelitian dengan objek tersebut.
2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya tentang objek yang sama, peneliti menyarankan agar mencari referensi-referensi terlebih dahulu agar dapat memahami objek penelitian dengan baik
3. Dalam melakukan penelitian agar selalu mengutamakan salam, senyum, sapa, dan juga sopan santun serta menghargai semua orang yang ada di Instansi agar kelancaran penelitian tetap terjaga dengan baik.
4. Berpakaian rapih dan sopan usahakan menggunakan pakaian berkerah, serta bisa menempatkan diri dan mudah bersosialisasi untuk menjaga citra UNIKOM di mata Instansi selama masa penelitian dilakukan.
5. Bila melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi dilapangan selalu meminta izin dan kesediaan iniman atau pihak yang berwenang terlebih dahulu agar

tidak terjadi hal yang tidak diinginkan dan kurang nyaman saat kegiatan penelitian berlangsung.

Daftar Pustaka

Buku

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: PT Mandar Maju.

Jurnal

Fathiyah, K. N. 2016. “Stigma dan Keinginan Mencari Bantuan Psikologis di Layanan Profesional: Meta Analisis.” In *Seminar Asean 2nd Psychology & Humanity* hlm 556-566

Internet Searching:

- [1] Butuh Teman Curhat? KEKASIH JUARA Solusinya diperoleh dari <https://dinkes.bandung.go.id/dashboarhp?page=pengumuman&id=13> (Diakses pada tanggal 21 Maret 2019 pukul 20:05 WIB)
- [2] Mengenal 'Kekasih', Mobil Pink nampung Curhat Warga Bandung Diperoleh dari <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3661795/mengenal-kekasih-mobil-pink-nampung-curhat-warga-bandung> (Diakses pada tanggal 20 Maret pukul 21:15 WIB)
- [3] Kesehatan Mental Penting Untuk Semua Orang Diperoleh dari <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20180119115128-445->

270131/kesehatan-men²⁵-penting-
untuk-semua-orang (Diakses pada
tanggal 21 Maret 2019 pukul 23:09
WIB)

- [4] Ini Dia "Kekasih" dari²⁰ Bandung Buat
yang Sedang Galau Diperoleh dari
[https://www.republika.co.id/berita/dun
ia-islam/celoteh-kang
erick/14/06/15/nasional/daerah/17/09/
28/owzmrf440-ini-dia-kekasih-dari-
bandung-buat-yang-sedang-galau](https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/celoteh-kang-erick/14/06/15/nasional/daerah/17/09/28/owzmrf440-ini-dia-kekasih-dari-bandung-buat-yang-sedang-galau)
(Diakses pada tanggal 20 Maret pukul
23:20 WIB)

DAYA TARIK PROGRAM “KEKASIH JUARA” OLEH DINAS KESEHATAN KOTA BANDUNG

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

17%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

elib.unikom.ac.id

Internet Source

7%

2

id.123dok.com

Internet Source

2%

3

repository.unpas.ac.id

Internet Source

1%

4

mpsi.umm.ac.id

Internet Source

1%

5

Submitted to Universitas Jenderal Achmad Yani

Student Paper

1%

6

eprints.umm.ac.id

Internet Source

1%

7

search.unikom.ac.id

Internet Source

1%

8

docplayer.info

Internet Source

1%

9

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

10

www.scribd.com

Internet Source

<1 %

11

repository.unikom.ac.id

Internet Source

<1 %

12

www.kompasiana.com

Internet Source

<1 %

13

Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia

Student Paper

<1 %

14

docobook.com

Internet Source

<1 %

15

repository.unika.ac.id

Internet Source

<1 %

16

karyailmiah.unisba.ac.id

Internet Source

<1 %

17

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

18

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

19

Submitted to Universitas Islam Indonesia

Student Paper

<1 %

20

repository.maranatha.edu

Internet Source

<1 %

21	Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung Student Paper	<1 %
22	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
23	finance.detik.com Internet Source	<1 %
24	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
25	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
26	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1 %
27	digilib.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
28	www.indonesiana.id Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universitas Dian Nuswantoro Student Paper	<1 %
30	a-research.upi.edu Internet Source	<1 %
31	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %

32	Submitted to Padjadjaran University Student Paper	<1 %
33	jamika.mi.unikom.ac.id Internet Source	<1 %
34	id.scribd.com Internet Source	<1 %
35	slidedocuments.org Internet Source	<1 %
36	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
37	jurnal.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
38	www.dekoruma.com Internet Source	<1 %
39	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	<1 %
40	sesasuke.blogspot.com Internet Source	<1 %
41	anzdoc.com Internet Source	<1 %
42	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
43	Submitted to Institut Pemerintahan Dalam	

44 www.bengkulukota.go.id
Internet Source

<1 %

45 vdocuments.site
Internet Source

<1 %

46 es.scribd.com
Internet Source

<1 %

47 Submitted to iGroup
Student Paper

<1 %

48 www.sisiberita.com
Internet Source

<1 %

49 Submitted to STIKOM Surabaya
Student Paper

<1 %

50 Submitted to Catholic University of
Parahyangan
Student Paper

<1 %

51 Submitted to Politeknik Negeri Jember
Student Paper

<1 %

52 mafiadoc.com
Internet Source

<1 %

53 Submitted to Tunas Muda International School
Student Paper

<1 %

54

Internet Source

<1 %

55

eprints.radenfatah.ac.id

Internet Source

<1 %

56

media.neliti.com

Internet Source

<1 %

57

eprints.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

58

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1 %

59

www.schoolpouringrights.com

Internet Source

<1 %

60

www.efdergi.hacettepe.edu.tr

Internet Source

<1 %

61

Hardi Setiawan, Sukarelawati Sukarelawati, Ali Alamsyah Kusumadinata. "KEKUATAN PROSES INVESTIGASI ACARA SISI LAIN PADA UPAYA MEWUJUDKAN MOTIF TELEVISI MEREBUT RATING", JURNAL KOMUNIKATIO, 2018

Publication

<1 %

62

Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Student Paper

<1 %

Submitted to Politeknik Negeri Bandung

63

Student Paper

<1%

64

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off