

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan metode pengumpulan data berbentuk teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan dan disusun secara sistematis serta berkaitan dengan permasalahan yang menjadi objek penelitian. Kajian pustaka melingkupi identifikasi, penemuan dan analisis dokumen yang mengisi informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. (Ardianto, 2011: 37)

##### **2.1.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini perlu didukung oleh beberapa referensi dari penelitian – penelitian yang serupa dari para peneliti terdahulu. Untuk itu peneliti mengambil beberapa penelitian yang serupa dari jurnal ilmiah dan skripsi yang berbicara mengenai topik penelitian yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, tujuannya yaitu untuk menambah referensi dan mendukung penelitian agar lebih berkualitas.

Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis, yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan guna menjadikan acuan dasar untuk mengembangkan penelitian ini yang berjudul “Perencanaan Komunikasi UPT Puskesmas Ibrahim Adjie Bandung Melalui Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) Dalam Upaya Penanganan dan Pencegahan Penyakit Hipertensi dan Diabetes Pada Pasien BPJS”, berikut peneliti sajikan pada tabel 2.1 dibawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Uraian</b>	<b>Nama Peneliti</b>	
		Avicena Hafsah Pradnyaparamita
<b>Universitas</b>	Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret.	Fakultas Kesehatan Universitas Sumatera Utara
<b>Judul Penelitian</b>	Pengaruh Edukasi Diabetes Mellitus Prolanis Terhadap Perubahan Perilaku Pasien Diabetes di Puskesmas Kabupaten Karanganyar.	Efektivitas Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) di Puskesmas Berastagi dan Puskesmas Simpang Empat Kabupaten Karo.
<b>Jenis Penelitian</b>	Metode Survey, Pendekatan Kuantitatif	Pendekatan Kualitatif, Studi Kasus
<b>Tahun</b>	2018	2017
<b>Hasil Penelitian</b>	Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa edukasi Diabetes Prolanis membuktikan adanya perubahan perilaku (sikap dan tindakan) pada pasien Diabetes Mellitus Tipe 2 di Puskesmas Kabupaten Karanganyar.	Hasil dari penelitian ini menunjukn bahwa pelaksanaan Prolanis di Puskesmas Berastagi dan Puskesmas Simpang Empat sama – sama belum efektif. Hal ini didasarkan oleh dua hal yakni <i>what happening</i> dan kepatuhan peserta dalam mengikuti program Prolanis.

<b>Perbedaan Penelitian</b>	Dan adapun perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada metode penelitian, dimana peneliti melakukan penelitian untuk program Prolanis menggunakan metode Kualitatif dengan studi deskriptif, yang diharapkan dengan metode Kualitatif ini peneliti dapat lebih mendapat jawaban yang bervariasi guna menambah bahan evaluasi demi keberhasilan program tersebut menjadi lebih baik.	Namun perbedaan dari penelitian yang dilakukan terletak pada fokus yang berbeda, sebab fokus pada penelitian yang peneliti lakukan terletak pada perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh UPT Puskesmas Melalui Program Prolanis, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh saudari Sartika yakni mengenai efektivitas dari pelaksanaan program Prolanis itu sendiri di Puskesmas yang berbeda.
-----------------------------	--	--

*Sumber: Penelusuran Peneliti 2019*

**Tabel 2.2**

**Tabel Jurnal Ilmiah**

<b>Uraian</b>	<b>Nama Peneliti</b>	
		Zoltán Dörnyei
<b>Sumber</b>	<i>Tesol Quarterly Vol.29, No.1, Spring 1995</i>	<i>HEARTY Jurnal Kesehatan Masyarakat Vol. 6, No. 2/ 2018</i>
<b>Judul Penelitian</b>	<i>On the Teachability of Communication Strategies</i>	Analisis Pelaksanaan Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) BPJS

		Kesehatan Pada Pasien Hipertensi Di UPTD Puskesmas Tegal Gundil Kota Bogor
<b>Jenis Penelitian</b>	Metode Survey, Pendekatan Kuantitatif	Metode Survey, Pendekatan Kualitatif
<b>Tujuan Penelitian</b>	Penelitian ini bertujuan untuk meninjau dan mengetahui peran strategi komunikasi dalam sistem Pendidikan pada kepatuhan murid kepada gurunya.	Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai pelaksanaan program Prolanis BPJS Kesehatan pada pasien hipertensi di UPTD Puskesmas Tegal Gundil Kota Bogor tahun 2017.
<b>Hasil Penelitian</b>	Strategi komunikasi dari para pengajar yang kompeten mampu membangun komunikasi yang efektif diantara para guru dan murid. Beberapa pengajar mampu jadi pengisi dari suatu topik pembicaraan yang menarik bagi siswanya dengan penggunaan Bahasa yang komunikatif, interaktif dan memberikan rasa aman bagi siswanya. Hasil dari perhitungan statistik menunjukkan bahwa siswa lebih suka dengan sistem pengajar yang komunkatif dengan penggunaan bahasa yang relevan dengan para siswanya, serta belajar dengan sistem kelompok belajar kecil dinilai lebih	Pelaksanaan program prolanis di puskesmas Tegal gundil Kota Bogor sudah cukup baik meskipun masih ada hambatan seperti kendala terbesar adalah kurangnya sarana gedung dan alat dalam pelaksanaan kegiatan aktivitas klub peserta prolanis, kurangnya koordinasi antar tim prolanis serta indikator keberhasilan masih melihat rasio jumlah peserta dengan kedatangan/keaktifan peserta prolanis. Rekomendasi yang diperlukan adalah koordinasi antara tim

	efektif untuk membangun sebuah hubungan kegiatan belajar mengajar	prolanis di puskesmas ditingkatkan.
<b>Perbedaan Penelitian</b>	Perbedaan pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu terletak pada pendekatan penelitian, dimana pendekatan yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu kuantitatif dengan metode deskriptif namun strategi komunikasi yang digunakan sama – sama dalam konteks edukasi untuk membangun pemahaman individu.	Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu pada subjek dan objek penelitian, dimana fokus penelitian yang dilakukan pun berbeda sebab penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu perencanaan komunikasi UPT Puskesmas melalui program Prolanis itu sendiri dalam upaya penanganan dan pencegahan penyakit Hipertensi dan Diabetes

*Sumber: Penelusuran Peneliti 2019*

## 2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

### 2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Carl Hovland mendeskripsikan mengenai komunikasi yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* mengatakan: “Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi, pembentukan sikap dan pendapat.”

Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi: Teori dan Praktek*. Laswell mengatakan bahwa: “Cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?”. (Effendy, 2009:10)

Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- “1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*).” (Effendy, 2009:6).

Jadi, berdasarkan paradigma Laswell diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Selain itu komunikasi juga diasumsikan sebagai bentuk komunikasi interaksi, dimana sebuah komunikasi diisyaratkan dengan proses sebab – akibat atau aksi – reaksi yang arahnya bergantian (Mulyana, dalam Rismawati, Desayu Eka, Sangra Juliano, 2014: 67).

Everett M. Rogers yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, menjelaskan: “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (Mulyana, 2003:62).

Deskripsi di atas kemudian ditambahkan kembali oleh Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika yang dikutip kembali oleh Hafied Cangara dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* menyatakan: “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (Cangara, 2005:18).

Rogers mencoba kembali membuat suatu pengkhususan atas esensi suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran pesan atau informasi, hal itu diisyaratkan dengan adanya suatu perubahan sikap atau perilaku pada individu didalam lingkup proses komunikasi.

Banyaknya definisi yang menjelaskan tentang makna komunikasi mendorong kita untuk lebih memahami komunikasi secara konseptualisasi, dimana komunikasi terdiri dari tiga konseptualisasi seperti yang diungkapkan oleh Wenburg dan Wilmot:

#### “1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

Suatu pemahaman mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang lainnya baik secara langsung atau melalui media. Jadi

komunikasi dianggap sebagai proses linear yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

## 2. Komunikasi sebagai interaksi

Pandangan ini menyamakan komunikasi dengan proses sebab – akibat atau aksi – reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau menganggukkan kepala. Komunikasi sebagai interaksi dipandang lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Namun pandangan ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima karena itu masih berorientasi pada sumber jadi masih bersifat mekanis dan statis.

## 3. Komunikasi sebagai transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Komunikasi bersifat dinamis, lebih sesuai untuk komunikasi tatap muka yang memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui dengan langsung, konsep ini tidak membatasi komunikasi sebagai komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Komunikasi dilihat sebagai proses dinamis yang berkesinambungan mengubah perilaku-perilaku pihak yang berkomunikasi.” (Mulyana, 2003:61-68)

### 2.1.2.2. Unsur - Unsur Komunikasi

Paradigma dari Harold D. Lasswell menghasilkan lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut “*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?*” (Effendy, 2007:10) yaitu:

#### 1. Komunikator

Komunikator yaitu individu atau pihak yang mengantarkan atau mengirim pesan kepada khalayak oleh karena itu komunikator biasa di sebut sebagai sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara, 2005:81)

#### 2. Pesan

Pesan (*massage*) didalam konteks komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, sebab sebuah pesan yang dikelola oleh pengirim kepada penerima terdiri dari rangkaian simbol dan kode yang dapat disampaikan secara verbal maupun nonverbal. (Cangara, 2005:93)

### 3. Media

Media yaitu instrumen atau sarana yang di gunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara, 2005:119)

### 4. Komunikan

Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, *decoder*, atau khalayak. Komunikan dalam konteks komunikasi bisa berupa kelompok masa, masyarakat, maupun individu. (Cangara, 2005:135)

### 5. Efek

Efek atau dalam konteks komunikasi disebut sebagai pengaruh yaitu perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara, 2005:147)

#### **2.1.2.3. Konteks Komunikasi**

Sebuah proses komunikasi dilakukan di dalam suatu situasi tertentu, yang melibatkan beberapa aspek seperti dibawah ini:

“1. Aspek bersifat fisik; seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan.

2. Aspek psikologis; seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek sosial; seperti norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya.
4. Aspek waktu; yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam).” (DeVito, 2011: 30)

Diperoleh beberapa indikator untuk mengkategorikan konteks komunikasi seperti yang dikemukakan oleh Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* yaitu:

“Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Sehingga dikenal adanya komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi diadik (*dyadic communication*), komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi publik (*public communication*), komunikasi organisasi (*organization communication*), dan komunikasi massa (*mass communication*).” (Mulyana, 2003: 69 – 70)

#### **2.1.2.4. Proses komunikasi**

Proses komunikasi diklasifikasikan kedalam dua perspektif, diantaranya adalah:

##### **1. Proses komunikasi dalam perspektif psikologis**

Perspektif psikologis ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan, dimana seorang komunikator pada saat melakukan pengelolaan pesan maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. Isi pesan tersebut pada umumnya yaitu pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah Bahasa. (Effendy, 2003: 31) Setelah itu pesan tersebut dikirim

kepada komunikan, apabila komunikan mampu memahami isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi disana. Sebaliknya jika seandainya komunikan tidak mampu memahami, maka komunikasi pun tidak terjadi.

## 2. Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik

Perspektif mekanistik dalam proses komunikasi ini dikelompokkan secara dua tahap, yaitu:

### a. Proses komunikasi secara primer

Keadaan dimana proses penyampaian pikiran atau perasaan seorang individu kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.

### b. Proses komunikasi secara sekunder

Keadaan ini meliputi proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan instrumen atau sebagai alat untuk menyalurkan pesan tersebut.

### c. Proses komunikasi secara linear

Dalam konteks komunikasi, proses secara linear yaitu proses dimana penyampaian pesan atau simbol oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal (Effendy, 2003: 38). Komunikasi linear ini terjadi pada situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*). Proses komunikasi linear

ini pada umumnya berlangsung pada situasi komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Sebab proses komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear, tetapi berlangsung dialogis, yaitu berupa tanya jawab dalam bentuk percakapan.

#### d. Proses komunikasi secara sirkular

Proses komunikasi sirkular dapat diartikan sebagai kondisi dimana terjadinya *feedback* atau umpan balik yang terjadi antara komunikator dengan komunikan. Untuk itu *feedback* tersebut dapat disebut sebagai tanggapan dari sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan pada proses komunikasi yang berlangsung.

### 2.1.2.5. Tujuan Komunikasi

Sebuah proses atau kegiatan komunikasi tidak terlepas dari tujuan dilakukannya komunikasi tersebut, dimana merujuk pada satu elemen komunikasi yang disebut dengan efek, maka dapat dipastikan jika kegiatan komunikasi melibatkan tujuan didalamnya. Berikut beberapa pendapat pakar komunikasi mengenai tujuan komunikasi.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, tujuan dari sebuah proses komunikasi adalah:

- “1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
- 3. Mengubah opini/opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)

4. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
5. Mengubah masyarakat (*to change the society*).” (2003:55).

Untuk lebih memahami tujuan komunikasi, Ruslan dalam buku *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, mengungkapkan tujuan komunikasi sebagai berikut:

- “1. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain. Maksudnya apakah kita menginginkan orang lain untuk mengerti dan memahami apa yang kita maksud.
2. Apakah kita ingin agar orang lain menerima dan mendukung gagasan kita. dalam hal ini tentu cara penyampaian akan berbeda dengan cara yang dilakukan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan saja.
3. Apakah kita ingin agar orang lain mengerjakan sesuatu atau agar mereka mau bertindak.” (Ruslan, 2003: 11).

Ada empat tujuan komunikasi menurut Joseph A. Devito dalam bukunya *Komunikasi Antarmanusia* yaitu:

“1. Menemukan

Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*). Bila kita berkomunikasi dengan orang lain, kita belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berbicara tentang diri kita sendiri kepada orang lain kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Cara lain dimana kita melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan social, melalui perbandingan kemampuan, presentasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain.

2. Untuk berhubungan

Salah satu motivasi yang paling kuat adalah dengan berhubungan dengan orang lain. Membina dan memelihara hubungan dengan orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita untuk membina dan memelihara hubungan sosial.

3. Untuk meyakinkan

Media massa adalah sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Media dapat hidup, karena adanya dana dari iklan, yang diarahkan untuk mendorong kita membeli berbagai produk. Kita juga menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam perjumpaan antarpribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.

#### 4. Untuk bermain

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik dan film sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula, banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain. Misalnya menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita yang menarik. Adakalanya tujuan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain. (DeVito, 2011:31-32)

Dalam lingkup definisi dari paradigmatik, komunikasi mengandung tujuan tertentu baik secara tatap muka, maupun melalui media.

Untuk itu komunikasi dalam definisi paradigmatik bersifat intensional (*intentional*) berisikan tujuan, oleh karena itu perlu dilakukan dengan sebuah perencanaan. Sejauh mana kuatnya perencanaan itu, bergantung kepada pesan yang akan dikomunikasikan dan pada komunikan yang akan dijadikan sasaran.

#### **2.1.2.6. Fungsi Komunikasi**

Berangkat dari uraian komunikasi yang telah dijelaskan di atas, dapat dikatakan bahwa kegiatan komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia yang dilakukan setiap hari. Sebuah komunikasi tidak hanya mempunyai tujuan tetapi juga terdiri dari fungsi. Oleh karena itu

komunikasi dikatakan berperan penting keseharian manusia, untuk itu fungsi komunikasi yang diungkapkan oleh Harold Lasswell yang dikutip dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Hafied Cangara 2014, diantaranya:

- “1. Manusia dapat mengontrol lingkungannya
2. Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada
3. Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.” (Cangara, 2014:67).

Fungsi lain yaitu berkaitan dengan perannya dalam mempermudah proses pengambilan suatu keputusan. Komunikasi mengalirkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh individu atau kelompok dalam hal mengambil keputusan dengan menitikberatkan pada data guna mengenali dan menilai berbagai pilihan alternatif.

Uraian diatas mengisyaratkan bahwa komunikasi memiliki empat fungsi utama dalam suatu organisasi atau kelompok tertentu seperti yang diungkapkan oleh Stephen P. Robbins dalam buku *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi dan Aplikasi* yang diterjemahkan oleh Hadyana Pujaatmaka, yaitu:

- “1. Fungsi pengawasan
2. Fungsi motivasi
3. Fungsi pengungkapan emosional
4. Fungsi informasi.” (Robbins,1996: 5).

## **2.1.3 Tinjauan Komunikasi Kesehatan**

### **2.1.3.1 Definisi Komunikasi Kesehatan**

Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak mampu hidup sendirian tanpa bergantung pada oranglain, untuk itu kehidupan sosial pada manusia mengharuskan mereka untuk saling belajar memahami, mampu menangkap berbagai macam informasi atau pesan yang disampaikan dari lawan individu, baik berupa kabar berita maupun informasi mengenai kehidupan lainnya.

Terdapat banyak macam interaksi dalam proses bertukar pesan, salah satunya adalah interaksi dalam bertukar informasi mengenai isu – isu kesehatan. Kesehatan merupakan sesuatu yang berasal dari diri setiap manusia, untuk itu kegiatan bertukar pesan mengenai isu – isu kesehatan dapat disebut sebagai kegiatan komunikasi kesehatan. Hal ini perlu ditinjau lebih lanjut sebab salah satu faktor dari permasalahan kesehatan diantaranya adalah kelalaian individu dalam memahami dan mengelola kesehatan pribadinya, atau juga dikarenakan adanya kesalahan persepsi informasi mengenai isu kesehatan.

Untuk itu kegiatan komunikasi menjadi perhatian khusus bagi dunia kesehatan dengan tujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat guna memelihara kesehatan mereka. Selain itu kegiatan komunikasi kesehatan juga melingkupi kegiatan menyebarkan atau mengkampanyekan informasi

mengenai isu – isu kesehatan kepada masyarakat yang bertujuan untuk mengubah sikap dan pemahamannya.

Menurut Healthy People 2010 dalam Liliweri (2009: 11) dikatakan bahwa komunikasi kesehatan merupakan seni menyampaikan informasi, mempersuasi dan memotivasi individu, institusi, atau kelompok masyarakat seputar isu – isu penting pada bidang kesehatan dalam upaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta kesehatan individu. Sedangkan menurut Cline, R. dalam Liliweri (2009: 12), komunikasi kesehatan disebut sebagai sebuah bidang teori, riset serta praktek yang berhubungan dengan pemahaman individu yang saling ketergantungan dalam interaksi komunikasi.

Ratzan dalam Liliweri (2009: 15) menguraikan komunikasi kesehatan sebagai proses kemitraan yang interaktif antara partisipan berdasarkan dialog dua arah, dimana didalamnya terdapat pertukaran ide dan gagasan, kesepakatan mengenai suatu keputusan yang berkaitan dengan kesehatan, juga merupakan metode atau teknik dari pengirim dan penerima untuk mendapatkan informasi seputar kesehatan yang seimbang demi menyamakan pemahaman bersama.

### **2.1.3.2 Komponen Komunikasi Kesehatan**

Komponen dari struktur komunikasi kesehatan tak lain berbeda dengan komponen komunikasi pada umumnya, dimana komunikasi tidak sebatas pengorganisasian pesan saja, namun adanya *feedback* atau respon

dari individu yang menerima pesan. Komunikasi juga dikatakan sebagai suatu proses yang saling berkaitan satu sama lain diantara komponennya.

Menurut Harold Lasswel, komponen komunikasi diantaranya meliputi:

#### 1. Komunikator

Dalam komunikasi kesehatan, komunikator merupakan individu atau seseorang dari lembaga kesehatan yang menyampaikan pesan berupa isu – isu kesehatan. Dalam hal ini komunikator yang dimaksud bisa seorang dokter, ataupun praktisi kesehatan lainnya yang bertanggung jawab untuk memberikan berbagai informasi mengenai isu – isu kesehatan.

#### 2. Komunikan

Dalam komunikasi kesehatan istilah komunikan dikatakan sebagai orang yang menerima pesan tentang isu – isu kesehatan. Komunikan bisa berupa masyarakat yang diberikan penyuluhan dari pihak lembaga kesehatan.

#### 3. Pesan

Dalam komunikasi kesehatan, pesan sebagai informasi yang terdiri dari simbol atau lambang yang memiliki arti sebagai upaya edukasi dalam mendorong pemahaman atau pun hanya sebagai informasi bagi masyarakat. Contohnya berupa slogan tentang pencegahan penyakit kronis.

#### 4. Media

Media dalam komunikasi kesehatan sebagai sarana atau instrumen yang mendukung proses penyampaian informasi atau pesan. Media dalam

komunikasi kesehatan terdiri dari dua yaitu media interpersonal dan kelompok. Media bisa berupa cetak maupun elektronik yang biasa dilakukan dengan kegiatan penyuluhan.

#### 5. Efek

Efek pada komunikasi kesehatan yakni dampak atau pengaruh yang ditimbulkan oleh informasi yang didapat. Efek atau pengaruh ialah sebuah pencapaian tujuan dari proses pengelolaan pesan tersebut yang bertujuan untuk mempersuasi masyarakat.

Komunikasi kesehatan juga memberikan kontribusi dan menjadi bagian dari upaya pencegahan penyakit serta promosi kesehatan. Komunikasi kesehatan dianggap relevan dengan beberapa konteks dalam bidang kesehatan, termasuk didalamnya antara lain:

- 1) Jalinan antara ahli medis dengan pasien
- 2) Kapabilitas individu dalam mengelola informasi kesehatan
- 3) Loyalitas serta kepatuhan individu pada arahan medis
- 4) Bentuk pengorganisasian pesan kesehatan berupa kampanye kesehatan seputar resiko kesehatan
- 5) Menampilkan profil kesehatan di media massa dan cetak
- 6) Sebagai pendidikan bagi jasa kesehatan sebagaimana untuk mengakses fasilitas kesehatan umum serta sebagai sistem kesehatan
- 7) Perkembangan aplikasi program seperti tele – kesehatan

### 2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Kesehatan

Tujuan utama dari sebuah komunikasi kesehatan diantaranya adalah untuk mengubah perilaku kesehatan pada individu sasaran agar mengarah ke kondisi yang kondusif sehingga memungkinkan terjadinya peningkatan status kesehatan sebagai dampak atau efek dari program komunikasi kesehatan. Menurut Liliweri (2009: 52 – 53) tujuan komunikasi kesehatan terbagi dua, diantaranya adalah:

a. Tujuan strategis

Program – program yang berhubungan dengan kesehatan dalam komunikasi kesehatan pada umumnya diagendakan dalam bentuk acara atau modul yang berfungsi sebagai:

1. *Relay information*, yakni melanjutkan informasi mengenai kesehatan dari suatu sumber kepada pihak lain secara berpautan (*hunting*).
2. *Enable informed decision making*, ialah memberikan informasi cermat untuk memungkinkan pengambilan keputusan.
3. *Promote peer information exchange and emotional support*, adalah mendukung pertukaran informasi seputar kesehatan dan juga yang mendukung secara emosional.
4. *Promote healthy behavior*, merupakan informasi untuk mengkampanyekan pola hidup sehat.

5. *Promote selfcare*, yakni bagaimana mensosialisasikan perihal pemeliharaan kesehatan diri sendiri.
6. *Manage demand for health services*, ialah untuk memenuhi permintaan berbagai layanan kesehatan.

b. Tujuan Praktis

Taibi Kahler dalam Liliweri (2009: 53 – 54) menyatakan bahwa sesungguhnya secara praktis tujuan khusus dari komunikasi kesehatan ialah meningkatkan kualitas dari sumber daya manusia melalui beberapa usaha pendidikan dan pelatihan agar mampu:

1. Meningkatkan pengetahuan yang meliputi:

- a. Prinsip serta proses dari hakikat komunikasi antar manusia.
- b. Menjadi komunikator yang memiliki kualitas seperti ethos dan kredibilitas yang dimilikinya.
- c. Mengorganisasikan pesan berupa verbal dan nonverbal dalam komunikasi kesehatan.
- d. Memilih media yang tepat dan sesuai dengan konteks komunikasi kesehatan.
- e. Menentukan segmen komunikasi yang sesuai dengan konteks komunikasi kesehatan.

- f. Mengelola umpan balik atau dampak pesan kesehatan yang sesuai dengan kehendak komunikator dan komunikan.
  - g. Mengelola hambatan – hambatan yang ada dalam kegiatan komunikasi kesehatan.
2. Menambah serta kemampuan dalam berkomunikasi yang efektif.
  3. Membentuk sikap serta perilaku berkomunikasi yang menyenangkan dan meningkatkan empati dalam berbicara dengan orang lain, tidak hanya itu tetapi juga mampu menciptakan kepercayaan publik.

#### **2.1.3.4 Manfaat Komunikasi Kesehatan**

Berikut manfaat mempelajari komunikasi kesehatan menurut Alo Liliweri. (2009: 56 – 59) antara lain:

1. Mampu memahami interaksi antara bidang kesehatan dengan perilaku individu tau kelompok
2. Mampu menambah kesadaran individu terhadap isu kesehatan.
3. Mampu melakukan strategi intervensi pada tingkat komunitas.
4. Mampu menghadapi disparitas pemeliharaan kesehatan antar etnik atau ras dalam suatu kelompok masyarakat.
5. Mampu menampilkan gambaran mengenai keterampilan dalam upaya pemeliharaan kesehatan, sebagai bentuk dari advokasi dan pencegahan penyakit yang dilakukan oleh sistem layanan kesehatan kepada masyarakat.

6. Mampu mengetahui analisis kebutuhan.
7. Mampu memberikan perkembangan yang baik dalam bidang kesehatan untuk jangka waktu yang akan datang.
8. Meningkatkan kualitas para professional medis.

## 2.1.4 Tinjauan Komunikasi Organisasi

### 2.1.4.1 Definisi Komunikasi Organisasi

Goldbaheer (1979: 14) yang dikutip dari buku R.Wayne Pace & Don F. Faules (1993: 201) dalam bukunya Deddy Mulyana (2006: 75) Mengartikan Organisasi sebagai “sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung (*interdependent*)”. Atau dapat dikatakan sebagai hubungan sebab akibat.

“Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi dan adakalanya juga komunikasi publik. Komunikasi Formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip”. (Mulyana, 2006: 75).

Makna dan definisi dari fungsional komunikasi organisasi memiliki penjabaran sebagai penafsiran atau pertunjukan pesan pada unit – unit komunikasi yang terdiri dari bagian suatu organisasi tertentu. (R.Wayne Pace & Don Faules, 1993: 31)

Komunikasi organisasi menurut persepsi dari Redding dan Sanborn (Masmuh, 2010: 5) diartikan sebagai proses mengirim dan menerima informasi dalam suatu organisasi. Yang termasuk kedalam bidang ini diantaranya:

- a. Komunikasi internal
- b. Hubungan antar manusia
- c. Hubungan persatuan pengelola
- d. Komunikasi *downward* (komunikasi dari atasan kepada bawahan)
- e. Komunikasi *upward* (komunikasi dari bawahan kepada atasan)
- f. Komunikasi horizontal (komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi) keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program.

#### **2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi**

Mudjoto yang di kutip oleh Widjaja dalam bukunya *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* menyatakan bahwa fungsi komunikasi diantaranya meliputi:

1. Komunikasi merupakan alat atau instrumen suatu organisasi sehingga seluruh elemen dalam organisasi tersebut dapat diorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu yang diinginkan.

2. Komunikasi dapat dijadikan sebagai alat untuk mengubah perilaku individu dalam suatu organisasi.
3. Komunikasi sebagai alat penghubung informasi didalam sebuah organisasi.

Berangkat dari fungsi komunikasi diatas, maka proses komunikasi dijadikan berbagai macam fungsi untuk mencapai tujuan dari sebuah organisasi, dimana hal tersebut menjadi komponen yang penting dalam menunjang keberhasilan oraganisasinya.

Ada pun fungsi komunikasi organisasi baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi yang dikutip dari Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku *Teori Komunikasi* diantaranya yang diantaranya:

1. Fungsi Informatif

Dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi untuk memperoleh berbagai macam informasi. Informasi tersebut digunakan sebagai upaya untuk memperlancar pelaksanaan tugas yang dimiliki oleh masing – masing anggotanya.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif pada hal ini memiliki kaitan dengan berbagai peraturan yang berlaku didalam organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, diantaranya:

a. Seseorang yang berada pada tatanan organisasi paling atas adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengelola dan mengendalikan informasi.

b. Hal ini berorientasi pada proses kerja, dimana seorang bawahan perlu menerima informasi yang berkaitan dengan aturan dari pekerjaannya.

### 3. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif ini lebih banyak dimanfaatkan oleh para pihak pimpinan yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur diskriminasi. Dengan melihat adanya realitas tersebut, maka pimpinan lebih memilih untuk mempersuasi karyawannya dibandingkan dengan member perintah secara langsung. Hal ini akan menciptakan loyalitas yang baik dari seorang bawahan kepada organisasi.

### 4. Fungsi Integratif

Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Sendjaja, 2007: 48 – 50)

## 2.1.5 Tinjauan Mengenai Kelompok Kerja Dalam Organisasi

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Andre Hardjana dalam bukunya *Komunikasi Organisasi Strategi Interaksi dan Kepemimpinan* mengatakan bahwa dewasa ini komunikasi kelompok atau *small group communication*

dipandang sebagai komponen yang memiliki peran yang sangat penting di dalam organisasi karena berfungsi sebagai kelompok kerja guna menanganai persoalan – persoalan penting yang menjadi tugas sebuah instansi atau organisasi (Hardjana, 2019: 67).

Dalam hal ini UPT Puskesmas Ibrahim Adjie Bandung sebagai salah satu Instansi Kesehatan yang berada di Kota Bandung memiliki tanggung jawab sebagai penyedia fasilitas kesehatan yang diantaranya berupa para praktisi kesehatan yang kompeten dibidangnya, juga yang memiliki struktur organisasi yang teratur seperti halnya sebuah divisi Promosi Kesehatan yang memiliki tanggung jawab untuk melakukan sosialisasi melalui program – program yang bertujuan untuk mengimbau masyarakat guna mendukung pemerintah dalam upaya peningkatan angka harapan hidup yang optimal serta memiliki pola hidup yang sehat, seperti salah satunya pada Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis).

Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) dijalankan oleh tim yang terdiri dari tenaga ahli pada bidang spesialis kesehatan seperti dokter dan perawat serta koordinator divisi promosi kesehatan. Hardjana mengatakan bahwa kelompok dapat bekerja lebih efektif dan efisien sebab kelompok mempunyai komitmen, pengetahuan, kemajuan, kepastian tujuan serta kerja sama yang kompak sebagai tim.

Adapun definisi dari kelompok kerja adalah subsistem – subsistem dalam satuan sistem organisasi yang berfungsi sebagai penghubung antar orang – orang dengan organisasi (Hardjana, 2019: 68).

B. Aubrey Fisher dan Donald G. Ellis dalam buku *Small Group Decision Making* yang dikutip oleh Andre Harjana menjelaskan mengenai definisi yang menonjolkan “jalinan perilaku komunikasi terstruktur” sebagai berikut:

“Kelompok diberi definisi sebagai kumpulan tiga orang atau lebih, yang perilaku – perilaku komunikasinya – khususnya aksi, interaksi, dan dobel interaksi – menjadi jalinan terstruktur dan repetitive dalam bentuk pola – pola yang dapat diprediksi” (Hardjana, 2019: 70).

Salah satu elemen yang terdapat dalam kelompok kerja di dalam organisasi adalah adanya hubungan peran. Hubungan peran ini merupakan stabilitas peran – peran yang ada di dalam jaringan interaksi kelompok, dan pola hubungan yang ada didalamnya kian berkembang serta orang – orang didalamnya berhubungan berdasarkan peran masing – masing yang mereka miliki di dalam jaringan organisasi.

#### **2.1.6. Tinjauan Mengenai Perencanaan Komunikasi**

Perencanaan komunikasi merupakan pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan mengenai bagaimana suatu kegiatan komunikasi harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang diharapkan. Sebab kegiatan komunikasi pada dasarnya berupa penyampaian informasi (pesan) oleh komunikator kepada komunikan, maka perencanaan

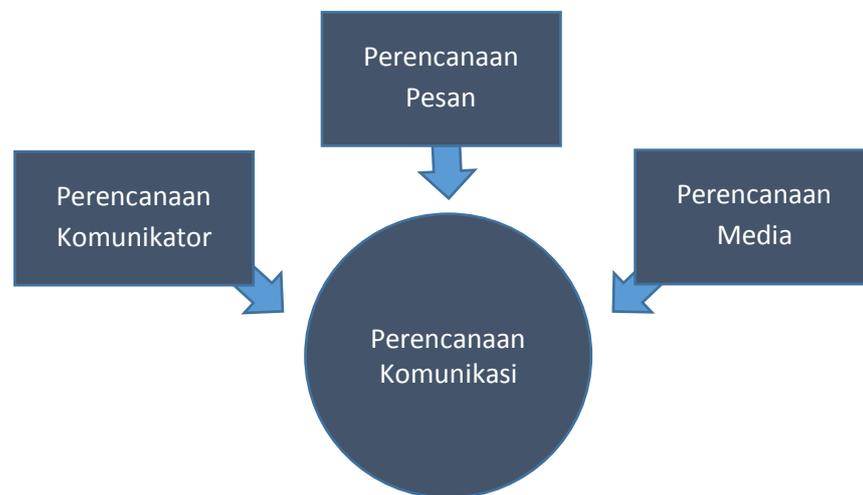
komunikasi berfokus pada perencanaan komunikator, perencanaan pesan, dan perencanaan media. Pernyataan tertulis tentang perencanaan yang harus dilakukan dalam sebuah kegiatan komunikasi tentu saja tidak hanya sekedar paparan, tetapi harus merupakan uraian sistematis dan rinci sehingga bisa dijadikan pedoman dalam pelaksanaannya. Suatu perencanaan (termasuk perencanaan komunikasi) yang baik adalah suatu perencanaan yang benar – benar dapat digunakan sebagai pedoman yang dapat membantu mempermudah pelaksanaan suatu kegiatan.

Untuk mendapatkan efek komunikasi yang sesuai dengan harapan, maka dibutuhkannya sebuah perencanaan dan perancangan yang matang. Salah satu definisi perencanaan menurut G. R. Terry adalah sebuah proses pemilihan dan proses menghubungkan fakta dan menggunakannya untuk menyusun berbagai macam asumsi yang diduga akan terjadi di masa yang akan datang serta untuk kemudian merumuskan kegiatan – kegiatan yang disusun guna mencapai tujuan – tujuan yang diinginkan (Cangara, 2013: 49)

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah perencanaan merupakan proses yang melibatkan tindakan dan usaha dalam merumuskan sebuah kegiatan dengan berorientasi pada masa depan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik dan terarah.

Adapun ruang lingkup dari perencanaan komunikasi menurut Alan Hancock yang dikutip dari buku Widjajanto *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi* peneliti gambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Ruang Lingkup Perencanaan Komunikasi**

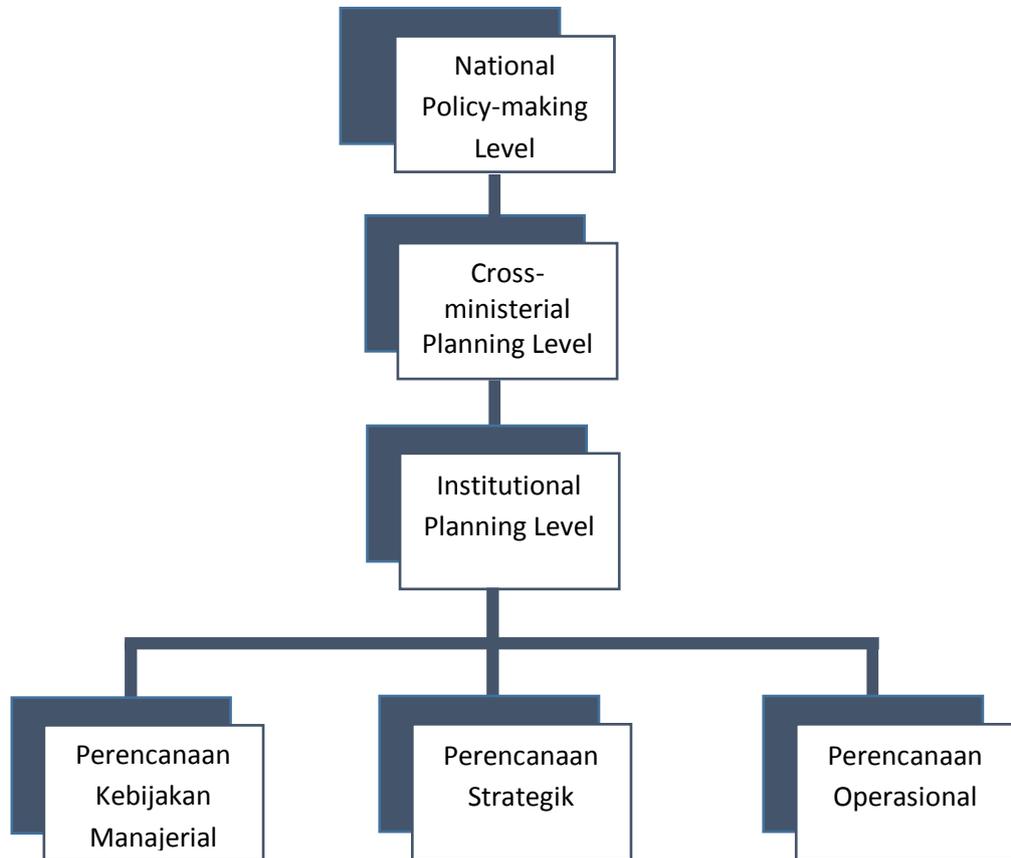


*Sumber: Alan Hancock dalam (Widjajanto, 2013: 22)*

Perencanaan komunikasi memiliki tingkatan perencanaan yang dikategorikan menjadi tiga, diantaranya adalah:

- a) Tingkatan strategik, dimana perencanaan ini sifatnya jangka panjang
- b) Tingkatan taktik, dimana perencanaan ini sifatnya jangka menengah
- c) Tingkatan teknik, dimana perencanaan ini sifatnya jangka pendek

Selain itu, tingkatan perencanaan dapat dilihat berdasarkan ruang lingkup jangkauan pembuatan kebijaksanaan, seperti yang diungkapkan oleh Alan Hancock mengenai klasifikasi perencanaan yang peneliti gambarkan pada bagan dibawah ini:

**Gambar 2.2****Klasifikasi Perencanaan**

*Sumber: Alan Hancock dalam (Cangara, 2013: 62)*

Havelock dalam Widjajanto mengemukakan tahapan komunikasi sebagai proses pembuatan suatu perencanaan dalam mengidentifikasi masalah komunikasi terdiri dari:

- a) Merumuskan tujuan komunikasi
- b) Menetapkan rencana strategik
- c) Menetapkan rencana operasional
- d) Menetapkan rencana evaluasi, dan

e) Merencanakan rekomendasi (Widjajanto, 2013: 48)

Kelima hal inilah yang melandasi berjalannya suatu program sebagai cara atau langkah – langkah yang digunakan dalam proses komunikasi guna mencapai efek yang diinginkan dari hasil kegiatan tersebut.

#### **2.1.6.1 Tinjauan Perencanaan Komunikator**

Berangkat dari teori Harold Lasswell yang menyatakan bahwa untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect.* (Effendy, 2000: 53)

Dari teori Lasswell diatas maka salah satu elemen yang sangat penting didalam sebuah proses komunikasi adalah “Siapa”. *Who* diatas diartikan sebagai “siapa” yang juga dapat dikatakan sebagai komunikator. Untuk tu didalam sebuah perencanaan, komunikator memegang peran penting dalam keberhasilan sebuah proses komunikasi.

Seorang komunikator yang baik harus mampu mengolah dirinya supaya menarik bagi audiensnya. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* berpendapat bahwa komunikator yang menarik serta mempunyai kesamaan dengan komunikannya akan lebih mudah dalam memberikan pengaruh. (Rakhmat, 2009: 80)

Komunikator yang baik dinilai dari kredibilitas yang baik pula, dimana definisi kredibilitas menurut Jalaluddin Rakhmat adalah:

“kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dalam definisi ini terkandung 2 hal yaitu (1) Kredibilitas adalah persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator; (2) kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator, yang selanjutnya akan kita sebut sebagai komponen-komponen kredibilitas.” (Rakhmat, 2009: 257).

Salah satu komponen kredibilitas yang penting adalah kepercayaan dan keahlian. Keahlian berkaitan dengan kemampuan, kecerdasan, serta pengalaman yang dimiliki oleh komunikator. Komunikator yang dianggap memiliki kemampuan yang tinggi maka akan mampu mendapat kepercayaan dari komunikannya. (Rakhmat, 2009: 89)

Nilai – nilai yang dimiliki oleh komunikator akan menjadi hal pertama yang diperhatikan oleh komunikannya, hal ini juga yang menentukan selanjutnya proses komunikasi berjalan dengan efektif sesuai dengan yang diharapkan atau tidak.

### **2.1.6.3 Tinjauan Perencanaan Pesan**

Sehubungan dengan perencanaan, proses komunikasi adalah bagian dari sebuah penyusunan pesan – pesan dari seorang komunikator kepada komunikan, komunikasi itu sendiri menghendaki adanya kesamaan persepsi atau makna dalam sebuah pesan antara kedua belah

pihak, hal inilah yang mengisyaratkan berhasilnya sebuah proses komunikasi yang dilakukan.

Mengutip dari Widjajanto dalam bukunya *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi* yang mengatakan:

“Perencanaan komunikasi memberi arah dalam penyusunan- penyusunan pesan dalam sosialisasi program kegiatan, memberi pedoman bagi substansi sosialisasi program kegiatan, dan memastikan bahwa pelaksanaan sosialisasi mampu mengadvokasi dan mendorong semua partisipan komunikasi untuk mengembangkan lebih lanjut program komunikasi.” (Widjajanto, 2013: 167)

Dalam proses penyusunan pesan, Widjajanto merumuskan aspek – aspek yang harus diperhatikan dalam penyajiannya, diantaranya adalah:

- a) Formulasi pesan harus memperhatikan karakteristik khalayak sasaran termasuk aspek budaya yang ada
- b) Sebuah pesan disampaikan dalam bahasa yang jelas serta mudah dipahami
- c) Formulasi pesan seperti *tagline* harus bersifat sama dan konsisten
- d) Pesan harus membangkitkan kebutuhan khalayak sesuai program yang dijalankan
- e) Pesan harus diformulasikan secara ringkas
- f) Pesan disampaikan secara verbal dan visual sesuai dengan media yang digunakan

- g) Pesan harus memberikan jalan keluar bagi pemenuhan kebutuhan khalayak yang menjadi sasaran pada program komunikasi yang dilakukan.

Guna tercapainya penyampaian pesan yang efektif kepada khalayak maka diperlukan koordinasi yang matang tentang pengorganisasian isi pesan tersebut. Isi pesan adalah bagian dari implementasi materi sosialisasi yang dapat bersifat umum dan khusus. Widjajanto menjelaskan mengenai aspek isi pesan umum dan khusus sebagai berikut:

“Isi pesan umum dan khusus mencakup hal- hal berikut: apa, bagaimana, dan untuk apa program kebijakan, pengertian, tujuan, konsep, mekanisme, dan hasil- hasil pelaksanaan program agar terbangun pemahaman, kepedulian, dukungan, dan keterlibatan dalam program” (Widjajanto, 2013: 169)

Sehingga pada prinsipnya pesan disusun berdasarkan kesesuaian karakteristik khalayak yang dituju serta media apa yang digunakan, sehingga pesan dapat bersifat motivatif, sinergis, penyadaran, yang memerlukan adanya kesatuan tindakan yang terintegritas untuk program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan.

Perencanaan pesan dalam komunikasi juga melibatkan saluran, bahasa serta waktu yang digunakan untuk dapat merepresentasikan isi pesan yang telah dirumuskan. Pesan harus disampaikan secara tepat pada semua segmentasi khalayak seperti budaya, bahasa, usia, pendidikan dan lain – lain. Selain itu juga gaya pesan sangat penting

dalam penyusunan pesan, menggayakan pesan artinya mengolah bahasa dalam menyampaikan pesan agar terciptanya komunikasi yang efektif.

### **2.1.6.3 Tinjauan Perencanaan Media**

Berlangsungnya proses pertukaran pesan perlu adanya dukungan dari sebuah saluran komunikasi yang bisa disebut sebagai media, kemudian Widjajanto dalam bukunya *Perencanaan Komunikasi* membagi saluran media kedalam dua tipe, yaitu saluran komunikasi media elektronik yang kita kenal seperti telepon, *email*, pesan singkat atau *sms*, dan lain – lain. Sedangkan tipe yang kedua adalah saluran media cetak seperti majalah, poster, *flyer*, dan lainnya. (Widjajanto, 2013: 104)

Media memiliki definisi yang diartikan sebagai kendaraan yang berfungsi untuk mencapai tujuan komunikasi, mengutip dari pernyataan Petterson dan Radtke dalam Widjajanto:

*“communication objectivesm taken singly or together, are likely to involve several strategies and vehicles before they are completed. Yang artinya, tujuan berkomunikasi yang dilakukan dengan cara sendiri – sendiri atau bersama – sama, biasanya melibatkan serangkaian strategi dan alat, sebelum komunikasi tersebut terlaksana”* (Widjajanto, 2013: 104)

Menurut definisi diatas maka dapat ditarik satu kesimpulan, bahwa media merupakan alat untuk menghubungkan orang – orang dengan organisasi atau institusi, penggunaan media dapat dikatakan sebagai upaya untuk terciptanya sebuah komunikasi yang efektif.

Perencanaan media menurut Katz memiliki tiga elemen yang mendasar, diantaranya adalah menetapkan khalayak sasaran dimana seorang perencana media harus membuat klasifikasi audiens berdasarkan aspek demografi seperti usia, status sosial dan jenis kelamin, selain itu berdasarkan aspek psikografi seperti kesukaan atau kebiasaan, serta aspek status sosial seperti pendapatan dan lain sebagainya.

Elemen selanjutnya yang harus diperhatikan dalam perencanaan media adalah dengan menetapkan tujuan komunikasi. Dalam hal ini yang harus diperhatikan diantaranya dengan memilih waktu untuk menyebarkan pesan yang direncanakan, penentuan waktu yang tepat akan berdampak pada keberhasilan komunikasi yang efektif melalui media. Selain itu daya jangkau atau frekuensi dari media tersebut menjadi salah satu yang harus diperhatikan, apakah sekiranya khalayak mampu menerima informasi dari media tersebut dengan baik atau tidak. (Widjajanto, 2013: 115)

Dan elemen yang terakhir diantaranya adalah mempertimbangkan aspek kreativitas. Sebuah pesan yang dikemas baik dan menarik yang kemudian disalurkan melalui media akan mampu menarik perhatian khalayak, yang dimana hasil dari kreatifitas ini akan membawa pada efektivitas khalayak dalam menyerap informasi yang disampaikan.

## **2.1.7 Tinjauan Tentang Puskesmas**

### **2.1.7.1 Definisi Puskesmas**

Puskesmas (Pusat Kesehatan Masyarakat) merupakan sebuah organisasi kesehatan fungsional sebagai pusat pengembangan kesehatan masyarakat yang bertugas membina keikutsertaan masyarakat disisi lain memberikan pelayanan secara terpadu kepada masyarakat di wilayah kerjanya. Menurut Depkes RI (2004) puskesmas dikatakan sebagai sebuah unit pelaksana teknis dinas kesehatan kabupaten atau kota yang bertanggung jawab menyelenggarakan pembangunan kesehatan di wilayah kerja. (Effendi, 2009:5)

Pelayanan kesehatan yang diberikan puskesmas merupakan pelayanan yang menyeluruh yang meliputi pelayanan kuratif (pengobatan), preventif (pencegahan), promotif (peningkatan kesehatan) dan rehabilitatif (pemulihan kesehatan). Pelayanan tersebut ditujukan kepada semua penduduk dengan tidak membedakan jenis kelamin dan golongan umur, sejak dari pembuahan dalam kandungan sampai tutup usia. (Effendi, 2009: 5)

### **2.1.7.2 Tujuan Puskesmas**

Tujuan pembangunan kesehatan yang diselenggarakan oleh puskesmas adalah mendukung tercapainya tujuan pembangunan kesehatan nasional, yakni meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi orang yang bertempat tinggal di wilayah

kerja puskesmas agar terwujud derajat kesehatan yang setinggi – tingginya (Trihono, 2005: 38).

### **2.1.7.3 Fungsi Puskesmas**

Puskesmas memiliki wilayah kerja yang meliputi satu kecamatan atau sebagian dari kecamatan. Faktor kepadatan penduduk, luas daerah, keadaan geografi dan keadaan infrastruktur lainnya merupakan bahan pertimbangan dalam menentukan wilayah kerja puskesmas. Untuk perluasan jangkauan pelayanan kesehatan maka puskesmas perlu ditunjang dengan unit pelayanan kesehatan yang lebih sederhana yang disebut puskesmas pembantu dan puskesmas keliling. Khusus untuk kota besar dengan jumlah penduduk satu juta jiwa atau lebih, wilayah kerja puskesmas dapat meliputi satu kelurahan. Puskesmas di ibukota kecamatan dengan jumlah penduduk 150.000 jiwa atau lebih, merupakan puskesmas Pembina yang berfungsi sebagai pusat rujukan bagi puskesmas kelurahan dan juga mempunyai fungsi koordinasi (Effendi, 2009).

Pusat pemberdayaan masyarakat berarti puskesmas selalu berupaya agar perorangan terutama pemuka masyarakat, keluarga dan masyarakat termasuk dunia usaha memiliki kesadaran, kemauan dan kemampuan melayani diri sendiri dan masyarakat untuk hidup sehat, berperan aktif dalam memperjuangkan kepentingan kesehatan termasuk sumber pembiayaannya, serta ikut menetapkan, menyelenggarakan dan

memantau pelaksanaan program kesehatan. Pemberdayaan perorangan, keluarga dan masyarakat ini diselenggarakan dengan memperhatikan kondisi dan situasi, khususnya sosial budaya masyarakat setempat.

Pusat pelayanan kesehatan strata pertama berarti puskesmas bertanggung jawab menyelenggarakan pelayanan kesehatan tingkat pertama secara menyeluruh, terpadu dan berkesinambungan. Pelayanan kesehatan tingkat pertama yang menjadi tanggungjawab puskesmas meliputi:

- a. Pelayanan kesehatan perorangan, adalah pelayanan yang bersifat pribadi (*private goods*) dengan tujuan utama menyembuhkan penyakit dan pemulihan kesehatan perorangan, tanpa mengabaikan pemeliharaan kesehatan dan pencegahan penyakit. Pelayanan perorangan tersebut adalah rawat jalan dan untuk puskesmas tertentu ditambah dengan rawat inap.
- b. Pelayanan kesehatan masyarakat, yaitu pelayanan yang bersifat publik (*public goods*) dengan tujuan utama memelihara dan meningkatkan kesehatan serta mencegah penyakit tanpa mengabaikan penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan. Pelayanan kesehatan masyarakat disebut antara lain adalah promosi kesehatan, pemberantasan penyakit, penyehatan lingkungan, perbaikan gizi, peningkatan kesehatan keluarga, keluarga

berencana, kesehatan jiwa masyarakat serta berbagai program kesehatan masyarakat lainnya.

Menurut Effendi (2009:22) ada beberapa proses dalam melaksanakan fungsi tersebut yaitu merangsang masyarakat termasuk swasta untuk melaksanakan kegiatan dalam rangka menolong dirinya sendiri, memberikan petunjuk kepada masyarakat tentang bagaimana menggali dan menggunakan sumber daya yang ada secara efektif dan efisien, memberikan bantuan yang bersifat bimbingan teknis materi dan rujukan medis maupun rujukan kesehatan kepada masyarakat dengan ketentuan bantuan tersebut tidak menimbulkan ketergantungan memberikan pelayanan kesehatan langsung kepada masyarakat, bekerja sama dengan sektor – sektor yang bersangkutan dalam melaksanakan program puskesmas.

#### **2.1.7.4 Peran Puskesmas**

Puskesmas mempunyai peran yang sangat vital sebagai institusi pelaksana teknis, dituntut memiliki kemampuan manajerial dan wawasan jauh ke depan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan. Peran tersebut ditunjukkan dalam bentuk keikutsertaan dalam menentukan kebijakan daerah melalui sistem perencanaan yang matang dan realistis, tata laksana kegiatan yang tersusun rapi, serta sistem evaluasi dan pemantauan yang akurat. Pada masa mendatang, puskesmas juga dituntut berperan dalam pemanfaatan teknologi

informasi terkait upaya peningkatan pelayanan kesehatan secara komprehensif dan terpadu (Effendi, 2009:40).

## **2.1.8 Tinjauan Mengenai Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis)**

### **2.1.8.1 Definisi Prolanis**

Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) adalah suatu program kesehatan dengan pendekatan proaktif yang dilaksanakan secara terintegrasi yang melibatkan peserta, fasilitas kesehatan dan BPJS Kesehatan dalam rangka pemeliharaan kesehatan bagi peserta BPJS Kesehatan yang menderita penyakit kronis untuk mencapai kualitas hidup yang optimal.

Prolanis terdiri atas 5 aktivitas, yaitu: (a) konsultasi medis peserta Prolanis, (b) edukasi kelompok peserta Prolanis, (c) reminder melalui SMS gateway, (d) aktifitas fisik dan (e) home visit.

### **2.1.8.2 Tujuan Prolanis**

Adapun tujuan dari Program ini adalah untuk mendorong peserta penyandang penyakit kronis mencapai kualitas hidup optimal dengan indikator 75% peserta terdaftar yang berkunjung ke Faskes (Fasilitas Kesehatan) Tingkat Pertama memiliki hasil “baik” pada pemeriksaan spesifik terhadap penyakit Diabetes Melitus (DM) Tipe 2 dan

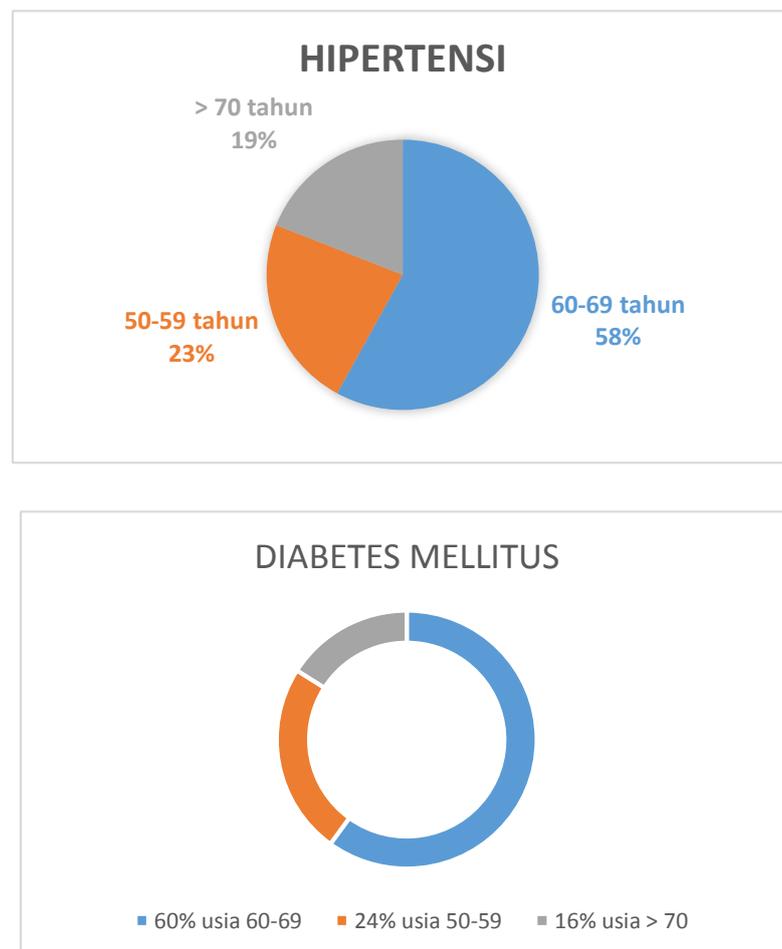
Hipertensi sesuai Panduan Klinis terkait sehingga dapat mencegah timbulnya komplikasi penyakit.

Di UPT Puskesmas Ibrahim Adjie Bandung, data kelompok usia peserta Prolanis pada tahun 2018 digambarkan pada bagan berikut:

**Gambar 2.3**

**Data Kelompok Usia Prolanis DM dan HT UPT Puskesmas**

**Ibrahim Adjie**



*Sumber: Arsip Peneliti 2019*

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan hal yang melatarbelakangi penelitian ini, pada bab ini peneliti berupaya untuk menjelaskan pokok permasalahan guna menghubungkan teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Kajian penelitian ini berfokus pada kajian komunikasi organisasi dan komunikasi interpersonal pada komunikasi kesehatan, dimana masalah yang akan peneliti lakukan meliputi praktisi kesehatan yang melakukan edukasi kesehatan melalui Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) kepada kelompok peserta di UPT Puskesmas Ibrahim Adjie Bandung.

Menurut Healthy People 2010 dalam Liliweri (2009: 20),

“komunikasi kesehatan merupakan seni menginformasikan, mempengaruhi dan memotivasi individu, institusi, serta masyarakat tentang isu-isu penting di bidang kesehatan dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan individu dalam masyarakat.”

Komunikasi kesehatan memberi kontribusi dan menjadi bagian dari upaya pencegahan penyakit serta promosi kesehatan. Komunikasi kesehatan juga dianggap relevan dengan beberapa konteks dalam bidang kesehatan, salah satunya adalah kampanye kesehatan.

Penelitian yang dilakukan ialah mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi melalui Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) oleh praktisi kesehatan UPT Puskesmas Ibrahim Adjie Bandung dalam mensosialisasikan upaya penanganan dan pencegahan penyakit kronis khususnya untuk penyakit Hipertensi dan Diabetes kepada pasien anggota BPJS.

Prof. Onong Uchjana Effendy yang mengatakan bahwa perencanaan komunikasi ada didalam sebuah strategi komunikasi yang didefinisikan sebagai berikut:

“Perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.” Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu – waktu bergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 2009:32).

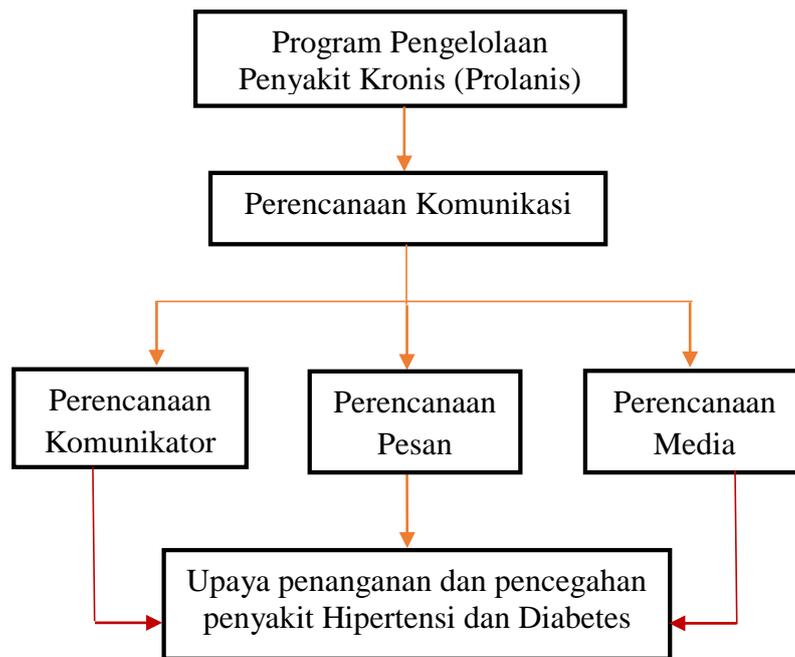
Maka dari pendapat diatas peneliti menetapkan sub fokus penelitian ini pada perencanaan komunikasi, perencanaan komunikasi merupakan pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang diharapkan.

Karena kegiatan komunikasi pada dasarnya berupa penyampaian informasi (pesan) oleh komunikator kepada komunikan, maka perencanaan komunikasi berfokus pada perencanaan komunikator, perencanaan pesan, dan perencanaan media. Pernyataan tertulis tentang segala sesuatu yang akan atau harus dilakukan dalam suatu kegiatan komunikasi tentu saja tidak sekedar paparan, tetapi harus merupakan uraian sistematis dan rinci sehingga bisa dijadikan pedoman dalam pelaksanaannya. Suatu perencanaan (termasuk perencanaan komunikasi) yang baik adalah suatu perencanaan yang benar – benar dapat digunakan sebagai pedoman yang dapat membantu mempermudah pelaksanaan suatu kegiatan.

Adapun peneliti membuat alur pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.4**

**Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Pemikiran Peneliti, 2019*

### 2.3 Proposisi Penelitian

Proposisi merupakan dugaan sementara dari sebuah penelitian terhadap fenomena yang terjadi, dan berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka perencanaan komunikasi Program Pengelolaan Penyakit Kronis (Prolanis) dipengaruhi oleh perencanaan komunikator, perencanaan pesan, dan perencanaan media. Dari ketiga hal tersebut yang dianggap mampu menjadi instrumen untuk mencapai tujuan dari program Prolanis itu sendiri, yaitu sebagai upaya penanganan dan pencegahan penyakit Hipertensi dan Diabetes pada peserta Prolanis di UPT Puskesmas Ibrahim Adjie Bandung.