

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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 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 komunikan 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)

Sedangkan menurut Moh. As’ad dalam bukunya “*Psikologi Industri*” mengemukakan bahwa:

“Daya tarik adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide – ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu.” (As’ad, 1992:89).

Phillip Kotler dalam Sindoro menyatakan bahwa daya tarik isi pesan meliputi daya tarik rasional, daya tarik emosional dan daya tarik moral.

1. Daya Tarik Rasional

Daya tarik rasional berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri tiap individu. Daya tarik ini menunjukkan bahwa kegiatan tersebut menghasilkan manfaat atau kegunaan.

2. Daya Tarik Emosional

Daya tarik emosional merupakan suatu usaha untuk membangkitkan motivasi terhadap suatu kegiatan atau produk, emosi tersebut dapat berupa emosi positif maupun negatif yang akan memotivasi audience untuk mendapatkan kepuasan. Daya tarik emosional positif dapat berupa humor,

cinta, kebanggaan, dan kebahagiaan. Sedangkan daya tarik emosional negatif seperti rasa takut, rasa bersalah dan malu.

3. Daya Tarik Moral

Daya tarik moral diarahkan pada perasaan seseorang tentang apa yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong orang mendukung masalah-masalah sosial. (Sindoro, 1996: 81)

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 komunikan.

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

Gambar 1.1 Latar Belakang Dibentuknya “Kekasih Juara”



Sumber: www.news.detik.com

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 sudah 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.

Menurut data WHO (*World Health Organization*), pada 2010 angka bunuh diri akibat depresi di Indonesia mencapai 1,6 sampai 1,8 per 100.000 jiwa. Tentu jika tidak ada upaya bersama pencegahan bunuh diri, angka tersebut bisa tumbuh dari tahun ke tahun. WHO memprediksi pada 2020 angka bunuh diri di Indonesia secara global menjadi 2,4 per 100.000 jiwa. ³

Ronny T. Wirasto, psikiater lulusan Fakultas Kedokteran Universitas Gajah Mada, dalam makalahnya yang berjudul *Suicide Prevention in Indonesia: Providing Public Advocacy* menyebut peristiwa bunuh diri di Indonesia banyak terkait dengan gangguan kesehatan mental, permasalahan keluarga, penyalahgunaan alkohol dan obat-obatan terlarang, sikap tak menghormati agama, serta hubungan sosial yang buruk.

Seseorang yang mengalami permasalahan psikologis membutuhkan seseorang lain untuk mencertiakan permasalahan psikologis yang dialaminya tersebut. Namun dalam kenyataanya 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

Gambar 1.2
Peresmian “Kekasih Juara”



Wali Kota Bandung Ridwan Kamil dan Wakil Wali Kota Bandung Oded M. Danial meninjau kendaraan Konseling Silih Asih atau Kekasih Juara, di Taman Dago Cikapayang, Kota Bandung.

Foto: Republika/Edi Yusuf

Sumber: www.republika.co.id

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, program “Kekasih Juara” ini merupakan program yang memberikan pelayanan konseling kepada masyarakat Kota Bandung.

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Sinambela, 2010:3).

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*Intangible*). (Moenir, 2006: 16).

Sedangkan Simamora menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. (Simamora, 2001:172)

Adapun konseling menurut Sofyan Willis dalam buku *Konseling Individual: Teori dan Praktek* adalah:

“Upaya bantuan yang diberikan seorang pembimbing yang terlatih dan berpengalaman, terhadap individu-individu yang membutuhkannya, agar individu tersebut dapat berkembang secara optimal, mampu mengatasi masalahnya, dan mampu menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang selalu berubah.” (Willis, 2004: 18)

Ruang lingkup komunikasi konseling menurut Frank Nugent mencakup konseling dalam kesehatan mental, perkawinan dan keluarga, rehabilitasi, karir,

ketenagakerjaan, perbaikan, tugas-tugas kependetaan, alcohol dan obat-obatan, dan budaya silang. (Nugent, 1990: 10)

Menurut Supatiknya dalam buku *Komunikasi Antarpribadi: Tinjauan Psikologis*, karakteristik atau sifat khas dari konseling adalah adanya dua orang yang berinteraksi, satu orang menceritakan masalahnya dan yang lain mendengarkan untuk dapat mencapai tujuan kesamaan makna komunikasi.

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, yang mana apabila melihat dari definisi komunikasi kesehatan, komunikasi kesehatan adalah:

“Studi yang mempelajari bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yang dapat memengaruhi individu dan komunitas agar mereka dapat membuat keputusan yang tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan. Komunikasi kesehatan dapat pula didefinisikan sebagai studi yang menekankan peranan teori komunikasi yang dapat digunakan dalam penelitian dan praktik yang berkaitan dengan promosi kesehatan dan pemeliharaan kesehatan”. (Mulyana, dkk. 2018:61)

Sedangkan Rogers dalam Mulyana memberikan definisi mendasar mengenai komunikasi kesehatan yaitu:

“Health communication is a multifaceted and multidisciplinary approach to reach different audiences and share health-related information with the goal of influencing, engaging, and supporting individuals, communities, health professionals, special groups, policymakers and the public to champion, introduce, adopt, or sustain a behavior, practice, or policy that ultimately improve health outcome”.

(Komunikasi kesehatan adalah pendekatan berbagai segi dan disiplin ilmu untuk menggapai berbagai informasi kesehatan dengan cara memengaruhi, menarik perhatian, dan mendukung individu, komunitas, tenaga medis, kelompok khusus, pembuat kebijakan, pemuka masyarakat untuk memperjuangkan, memperkenalkan, mengadopsi, mempertahankan perilaku, perbuatan, kebijakan yang akhirnya mengembangkan hasil yang sehat). (Mulyana, dkk, 2018:38)

Komunikasi kesehatan mencakup bagaimana peran teknik dan teknologi komunikasi secara positif untuk memengaruhi individu, organisasi, komunitas dan penduduk yang tujuannya mempromosikan kondisi yang kondusif atau memungkinkan tumbuhnya kesehatan manusia dan lingkungan sekitarnya.

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. Hal ini sejalan dengan definisi dari komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi yang terjadi secara langsung atau tatap

muka baik antara seseorang dengan seseorang maupun dengan kelompok kecil, komunikasi ini sangat efektif karena masing – masing pihak dapat mengetahui respon dari yang diberikan dengan 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.

“kalau lagi rame sih bisa nyampe tiga puluh sampe empat puluh orang, kan ini ada tiga tenda tiap tendanya ada tiga orang konselor jadi cukuplah waktunya untuk tiga puluh sampe empat puluh orang itu karena memang satu partisipan paling lama konselingnya lima belas sampe duapuluh menit aja” (Wawancara dengan Ibu Eva Nur Latifah, Pengelola Program” Kekasih Juara” pada 07 April 2019 pukul 09.15 WIB

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 Pesan Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya.**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada diatas maka peneliti mengambil perumusan masalah makro dari penelitian ini adalah: **Bagaimana Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Daya Tarik Program “Kekasih Juara” Oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung Dalam Memberikan Pelayanan Konseling Kepada Partisipannya)?**

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diangkat pertanyaan mikro 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 Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang dirumuskan oleh peneliti mengenai **Daya Tarik Program “Kekasih Juara” oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam Memberikan Pelayanan Konseling kepada Partisipannya** adalah sebagai berikut:

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

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat dalam penelitian ini peneliti memiliki beberapa tujuan yang ingin peneliti capai. Tujuan tersebut 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.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk mengembangkan ilmu komunikasi secara umum, khususnya tentang komunikasi antarpribadi 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.

1.4.1 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 antarpribadi dan komunikasi kesehatan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih 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.