STRATEGI KOMUNIKASI YAYASAN KESEHATAN TELKOM DALAM MENINGKATKAN POLA HIDUP SEHAT KARYAWAN PT.TELEKOMUNIKASI INDONESIA,TBK

(Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Yayasan Kesehatan Telkom Pusat melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung)

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh gelar Sarjana Strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Komputer Indonesia

Oleh:

AFNI PRATIWI N.

NIM: 41811078

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2015

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Yayasan Kesehatan Telkom dalam meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung

Oleh**:**

Afni Pratiwi Nurhayati

NIM. 41811078

Skripsi ini dibawah bimbingan,

Sangra Juliano P., M.IKom

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Komunikasi Yayasan Kesehatan Telkom dalam meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomuniksi Indonesia, Tbk Bandung, dengan indikator strategi yang diteliti antara lain: Komunikator, Pesan, Media, Pengaruh, dan Penerima dengan tujuan meningkatkan pola hidup sehat seluruh karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung beserta anggota keluarga dan juga pensiunan.

Metode penelitian ini adalah Metode Deskriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan Data yang yang digunakan melalui studi pustaka dan studi lapangan. Uji keabsahan data dilakukan dengan Triangulasi, *Memberchek*, dan Dokumentasi. Serta, Teknik analisa data dengan melakukan pengumpulan data, Reduksi Data, Penyajian data, dan Penarikan Kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh, bahwa pemilihan **komunikator** dipilih sesuai dengan keahlian dan profesi dari komunikator tersebut. **Pesan** yang dipilih oleh Yakes Telkom yakni pesan yang diberikan secara langsung dengan berbincang langsung dengan pasien dan tidak langsung melalui perantara media. **Media** yang digunakan adalah media cetak seperti leaflet, pamflet, dan lain-lain serta menggunakan media *online* seperti *website*. **Efek** yang ingin diberikan oleh Yakes Telkom adalah agar seluruh karyawan Telkom memahami, mengimplementasikan, dan merealisasikan program tersebut, dan yang terakhir **Penerima** merupakan hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan.

Kesimpulan mengenai Strategi Komunikasi Yayasan Kesehatan Telkom menggunakan media cetak dan media online, serta memilih komunikator sesuai dengan profesi dan keahlian untuk mempengaruhi penerima dalam meningkatkan pola hidup sehat.

Saran Peneliti, agar Yayasan Kesehatan Telkom lebih memperluas media publikasi baik dalam media cetak maupun media *online*.

Kata Kunci*: Strategi Komunikasi, Komunikator, Pesan, Media, komunikan, efek.*

ABSTRACT

The Communication Strategy Healt Foundation Telkom in increasing healthy Lifestyle Employees PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung

by:

Afni Pratiwi Nurhayati

NIM. 41811078

Under Guidance,

Sangra Juliano P., M.IKom

This research was conducted *with the intention to describe the Communication Strategy Health Foundation Telkom in increasing Healthy Lifestyle Employees PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung, with indicators studied strategies include: Communicators, Messaging, Media, Effect, and the receivers with the aim of increasing healthy lifestyle all employees of PT. Telecommunications Indonesia, Tbk Bandung and their family members as well as retirees.*

The method *of research used qualitative descriptive method. Data collection techniques used through library research and field study. The validity test of the data was done by triangulation, membercheck, dan documentation. As well, data analysis techniques to perform data collection, data reduction, data display, and concussion drawing.*

The research*, that the selection made by the* ***communicator*** *health foundation selected according to their expertise and profession of the communicator.* ***Message*** *chosen by the given directly by talking with patients and indirectly through intermediaries media.* ***The media*** *used by the Yakes to disseminate information very diverse, from print media such as leaflets, pamphletes, and other as well online media like websites.* ***Influence*** *to be given by the Yakes is that all employees of Telkom understand, implement, and realize the program, and the* ***final recipient*** *is the end result of communication, attitudes and behavior of people. Appropriate ot not in accordance with what they need.*

Conclusions *about the Communication Strategy Health Foundation Telkom using print media and online media, as well as choose the communicator according to the profession and expertise to influence the recipient in promoting healthy lifestyles.*

Researchers suggestion*, in order to further expand the Telkom Health Foundation publications both in print and online media.*

Keyword: Strategy communication, communicator, Message, Media, Communican, Effect

1. Latar Belakang

Paradigma sehat 4P merupakan sebuah program dari Yakes Telkom yang berasal dari 4R yaitu Ruh, Rasio, Rasa, dan Raga yang kemudian di implementasikan kepada 4P yaitu pola makan sehat, pola aktivitas sehat, pola pikir sehat, dan pola spiritual. Paradigma Sehat sendiri adalah cara pandang, pola pikir, atau model pembangunan kesehatan yang bersifat holistic, melihat masalah kesehatan yang dipengaruhi oleh banyak faktor yang bersifat lintas *sector*, upayanya lebih diarahkan pada peningkatan, pemeliharaan, perlindungan kesehatan, presentasi, serta promosi dan bukan hanya panyembuhan orang sakit atau pemulihan kesehatan saja. Program paradigma sehat 4P ini dibuat oleh staff-staff Yakes Telkom Pusat dan lebih tepatnya oleh bidang Yankesta (Layanan Kesehatan dan Kepesertaan), dengan dibantu beberapa dokter, namun dokter tersebut bukanlah dokter praktek melainkan dokter staff di yakes telkom pusat.

Dengan adanya Paradigma Sehat ini. Diharapkan adanya perubahan yang ingin dilakukan, diantaranya adalah:

1. Paradigma sakit: upaya membuat orang sakit menjadi sehat.
2. Paradigma sehat: upaya membuat orang sehat tetap sehat
3. Paradigma sehat mengutamakan:Promotif-preventif tanpa mengesampingkan upaya kuratif – rehabilitative

Permasalahan dari peningkatan hidup sehat ini adalah dalam mengubah sebuah paradigma sehat seluruh karyawan untuk mengubah pola pikir dalam melakukan aktivitas atau kegiatannya sehari-hari menjadi lebih baik dengan menanamkan pola hidup sehat, karena paradigma pola hidup sehat ini akan mengubah sebuah perubahan habitual pada diri individu. Perubahan habitual itu tidak bisa serta merta dilakukan karena perubahan ini dilakukan dengan

tujuan untuk mengubah semua kebiasaan seorang individu untuk melakukan kegiatan baru dalam dirinya, dan dirasa akan sangat sulit sekali dilakukan,

Hal ini pula yang menyebabkan Yakes-Telkom harus menyusun beberapa strategi komunikasi untuk dapat mensosialisasikan, meyakinkan dan membina seluruh karyawan PT.Telkom untuk bergerak kearah kehidupan yang lebih baik dan sehat sebagaimana mestinya. Yakes-Telkom sendiripun bertanggug jawab secara penuh dalam kesehatan setiap individu karyawan, maka dari itu Yakes-Telkom dengan strategi komunikasinya menginginkan agar seluruh karyawan PT.Telkom selalu sehat dan melakukan aktivitas kesehatan juga menjaga pola makan dengan benar, Yakes-Telkom dengan strateginya harus dapat menciptakan seluruh karyawan PT.Telkom menjadi lebih sehat dari sebelumnya, baik sehat jasmani maupun rohaninya.

Strategi komunikasi yang dilakukan Yakes-Telkom untuk mengajak dan mengarahkan seluruh karyawan PT.Telkom agar dapat menanamkan pola hidup sehat dalam keseharian pada diri masing-masing individu karyawan, yaitu dengan merencanakan beberapa srategi komunikasi yang baik. Dalam usaha meningkatkan pola hidup sehat seluruh karyawan PT.Telkom agar selalu terlihat sehat dan segar ketika bekerja maupun beraktivitas, tentunya memiliki beberapa program kesehatan yang berhubungan dengan pola hidup sehat oleh Yakes Telkom, Yakes Telkom harus benar-benar mengutamakan kesehatan seluruh karyawan PT.Telkom sehingga pelaksana dari Yakes harus mampu menciptakan, membina, serta memelihara hubungan baik dengan seluruh karyawan PT.Telkom.

Strategi Komunikasi yang dilakukan Yakes Telkom untuk meningkatkan pola hidup sehat karyawan PT.Telkom sangat beragam, salah satunya yaitu dengan menanamkan paradigma sehat atau yang biasa disebut 4P yaitu mengimplementasikan pola pikir spritual sehat, pola pikir sehat, pola makan sehat serta pola aktivitas sehat yang pada dasarnya sebagai upaya pemberdayaan karyawan untuk tahu, mau, dan mampu dalam menanamkan pola hidup sehat.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang peneliti kemukakan maka peneliti membuat rumusan masalah, sebagai berikut :

a. Rumusan Masalah Makro

Bagaimana **Strategi komunikasi** Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung?

b. Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana cara menetapkan komunikator yang tepat oleh Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung?
2. Bagaimana penyusunan pesan yang dilakukan Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung?
3. Bagaimana pemilihan media Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung?
4. Bagaimana efek yang diberikan oleh Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung?
5. Bagaimana penerima (karyawan PT.Telkom Bandung) dalam meningkatkan pola hidup sehat melalui program paradigma sehat "4P" oleh Yayasan Kesehatan Telkom?

3. Metode Penelitian

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). Dengan berbagai karakteristik khas yang dimiliki, penelitian kualitatif memiliki keunikan tersendiri sehingga berbeda dengan penelitian kuantitatif.

Sementara itu menurut penulis pada buku kualitatif lainnya, seperti yang diungkapkan Sugiono (2009 : 5) menyatakan, "Bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi."

Teknik pengumpulan Data yang yang digunakan melalui studi pustaka dan studi lapangan. Uji keabsahan data dilakukan dengan Triangulasi, *Memberchek*, dan Dokumentasi. Serta, Teknik analisa data dengan melakukan pengumpulan data, Reduksi Data, Penyajian data, dan Penarikan Kesimpulan.

4. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti amati dalam strategi komunikasai yayasan kesehatan Telkom melalui program paradigma sehat 4P dalam meningkatkan pola hidup sehat karyawan PT.Telkom, dimana strategi yang dilakukan Yakes Telkom menggunakan beberapa langkah, yakni

menentukan komunikator terlebih dahulu untuk menyampaikan pesan mengenai program tersebut setelah itu dilakukanlah pemilihan media yang dirasa akan menjangkau seluruh karyawan dalam mendapatkan informasi mengeanai program tersebut, hal tersebut dilakukan untuk memperoleh timbal balik dari efek yang dihasilkan oleh komunikator kepada komunikan.

Langkah pertama yang dilakukan dalam strategi komunikasi ini dilakukan dengan menunjuk komunikator yang tepat untuk menyampaikan program tersebut kepada karyawan PT.Telkom, komunikator yang tepat itu ditentukan dari masing-masing pola dalam program paradigma sehat 4P tersebut. Pola dalam program paradigma sehat 4P tersebut adalah Pola Makan, Pola Aktivitas, Pola Pikir, dan Pola Spiritual. Masing-masing dari pola tersebut disampaikan oleh komunikator yang berbeda. Karena, konteks yang disampaikan pun berbeda dan membutuhkan kehalian khusus dalam menyampaikan berbagai Pola tersebut.

Setelah menentukan siapa komunikator yang tepat kemudaian tentulah pesan tersbut haru di sampaikan dengan melakukan penyusunan pesan, Menyusun pesan sangatlah penting terutama karena yang menjadi sasaran penelitian dan komunikan adalah karyawan PT.Telkom Indonesia Tbk, yang rata-rata sudah berusia dewasa, jadi pesan yang disampaikan haruslah serius dan mengarah kearah keuntungan bagi dirinya masa yang akan datang juga memperhatikan berbagai manfaat dan dampak yang akan terjadi jika tidak melakukan dan tidak melakukan dalam menerapkan pola hidup sehat yang baik.

Penyusunan pesan yang dilakukan oleh yakes Telkom sudah sangat terstruktur dan terencana. Karena jika dilihat dan dipahami, penyusunan pesan tersebut sudah dibagi-bagi dan disusun sesuai dengan pembagian pola dalam paradigma sehat tersebut. Pesan yang berkaitan dengan pola makan berbeda dengan pola aktivitas, pola aktivitas pun berbeda dengan pola spiritual dan pola pikir. Namun penyusunan pesan antara pola pikir dan pola spiritual keduanya saling berkesinambungan, karena makna dari adanya pola pikir dan pola spiritual ini agaknya saling berkaitan. Dari keempat pola tersebut tentunya

masing-masing memiliki pesan yang sesuai dengan keperluannya pada pola tersebut.

Seluruh pesan yang disampaikan oleh komunikator tentunya harus memanfaatkan media, media adalah segala bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Media merupakan sebuah perantara dan sarana dimana semua pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada komunikan. Kebanyakan media digunakan untuk mempermudah untuk menyebarluaskan informasi. Karena media merupakan saluran yang baik untuk menympaikan pesan kepada target atau komunikan.

Dari berbagai media tersebut Yakes Telkom tentunya memanfaatkan kecanggihan dari media tersebut untuk sarana dalam menyampaikan pesan-pesan dan informasi dalam hal apapun. Salah satunya adalah dengan menyebarluaskan pesan mengenai paradigma sehat 4P. Dalam ketiga jenis media tersebut Yakes Telkom hampir menggunakan semua jenis media tersebut. Tentunya Yakes Telkom sebagai lembaga yang bergerak dibidang kesehatan membutuhkan pemanfaatnan teknolgi komunikasi untuk menyebarkan pesan kesehatan dari Yakes Telkom kepada karyawan, karyawan Telkom, keluarga, dan juga pensiunan.

Yakes Telkom dalam pemilihan media tentunya memanfaatkan seluruh media yang dirasa layak dan diyakini akan tepat sasaran jika media tersebut digunakan sebagai perantara penyebaran sebuah informasi. Banyak sekali media yang digunakan oleh yakes Telkom untuk menyebarluaskan informasi mengenai program paradigma sehat 4P tersebut yakni adanya *e-learning pretest posttest, website udoctor.co.id, website yakes Telkom* dan *email* pada media online.

Dengan adanya berbagai infomasi yang diberikan yakes melalui berbagai macam cara diantaranya dengan memilih komunikator yang tepat dan juga penyusunan pesan yang terstruktur beserta pemilihan media yang tepat dan disesuaikan dengan kebutuhan, maka hendaknya efek yang diberikan akan berdampak positif kepada karyawan, keluaga, dan pensiunan. Pengaruh adalah daya atau efek yang ditimbulkan dari sesuatu baik itu dari benda atau dari

seorang komunikator. Hal tersebut dapat merubah diri seseorang karena pesan yang disampaikan tersebut. Efek pun meupakan sesuatu yang membuat seseorang bisa memutuskan ya atau tidak suatu keputusan diambil dalam hidupnya karena efek positif yang diberikan. Karena, efek pun ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Efek tentunya sangat bisa mengontrol pola pikir dan paradigma seseorang terhadap suatu hal. Efek sangat menentukan keputusan seseorang maka efek harus difikirkan secara baik agar dampak dan timbal balik yang diberikan kepada si komunikan kepada komunikator positif. Karena sangat pentingnya efek pada strategi komunikasi maka efek haruslah diberikan kepada komunikator tepat dan langsung mengenai pesan apa yang memang ingin disampaikan. Karena efek merupakan penentu keberhasilan dari sebuah strategi komunikasi.

Banyak sekali efek positif yang akan didapat jika semua orang menerapkan program paradigma sehat ini dalam kehidupan sehari-hari. Selain setiap individu akan sehat secara jasmani, individupun akan sehat secara rohani karena dibimbing dengan pola pikir dan pola spiritual yang sangat baik. Efek yang diberikan oleh Yakes Telkom tentunya sangat banyak sekali bagi kesehatan tubuh, salah satu buktinya yakni yakes Telkom membuat *VIP Fitness and Healt Center* yang dibuat dengan tujuan kesehatan karyawan PT.Telkom. Jadi, kesehatan itu tidak hanya diukur dengan meminum obat-obatan yang diberikan oleh dokter kepada pasien ketika sedang sakit saja, namun haruslah dibuat pencegahan sedini mungkin agar penyakit yang bersarang dalam tubuh sedikit demi sedikit menghilang dalam tubuh dan akan berganti dengan kesehatan yang sangat berarti. Salah satunya dengan melakukan pola aktivitas yang sangat baik seperti berolahraga dan juga melakukan aktivitas melalui fitness yang sudah disediakan di yakes Telkom. Namun sayangnya tempat fitness yang dikelola oleh yakes Telkom masih terlihat sedikit pengunjung, hanya terlihat beberapa orang yang berkunjung, hal tersebut data berkaitan dengan publikasi dan penyebaran informasi yang kurang dan tidak sampai kepada beberapa karyawan, keluarga, dan juga pensiunan. Terutama, dengan adanya penarikan tarif jika ingin melakukan

fitness ditempat tersebut. Namun, sebenarnya tariff yang dipasang tidak terlalu tinggi bagi karyawan yang ingin berolahraga disana, malahan jika pensiunan yang datang kesana tidak dikenakan biaya atau gratis. Hal ini, didukung dengan kurangnya publikasi dan keterbukaan atas tariff yang diberikan karena pandangan seseorang akan sesuatu hal itu berbeda, maka haruslah dilakukan ketransparanan dalam penarikan biaya agar tempat fitness tersebut ramai dikunjungi oleh banyak peserta.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dibahas oleh peneliti mengenai strategi komunikasi yayasan kesehatan Telkom melalui program paradigma sehat 4P dalam meningkatkan pola hidup sehat karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk, maka dapat dibuat simpulan sebagai berikut:

1. Cara menetapkan komunikator yang tepat oleh Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung dilakukan dengan memilih orang yang tepat dan sesuai dengan keahlian juga profesi dalam bidangnya masing-masingdan seluruh komunikator tersebut menyampaikan seluruh pesannya secara langsung maupun tidak langsung.
2. Penyusunan pesan yang dilakukan Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung adalah dengan membagi program paradigma sehat 4P kedalam empat pola hidup sehat, yaitu Pola Makan, Pola Aktivitas, Pola Spiritual, dan juga Pola Pikir. Keempat pola tersebut memiliki masing-masing pesan yang berbeda namun tujuannya sama yakni untuk menciptakan pola hidup sehat.

3. Pemilihan media Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung dengan

menggunakan media cetak dan media online. Media cetak yang digunakan oleh yakes Telkom diantaranya adalah *pamphlet, leaflet, banner*, dan *exbanner*. Sedangkan media *online* yang digunakan adalah *website yakestelkom.co.id dan juga udoctor.co.id*

4. Efek yang diberikan oleh Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat "4P" dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung adalah membuat karyawan Telkom memahami terlebih dahulu apa yang dimaksud paradigma sehat, kemudian memberikan efek agar karyawan dapat mengimplemantasikan program tersebut, dan terakhir merealisasikan program tersebut kedalam diri masing-masing karyawan agar pola hidup sehat dilakukan dengan menggunakan program paradigma sehat 4P ini. Efek secara fisik yang terlihat adalah dengan adanya fasilitias kesehatan yang akan menunjang aktivitas jika melakukan pola hidup sehat yang baik.
5. Penerima dalam meningkatkan pola hidup sehat melalui program paradigma sehat "4P" oleh Yayasan Kesehatan Telkom penelitian ini adalah karyawan, keluarga karyawan, dan juga pensiunan PT.Telkom yang menerima pesan mengenai paradigma sehat 4P dari komunikator.
6. Strategi komunikasi dalam meningkatkan pola hidup sehat melalui program paradigma sehat "4P" oleh Yayasan Kesehatan Telkom penelitian ini adalah karyawan, keluarga karyawan dilakukan dengan berbagai cara, baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, dilakukan melalui media ataupun tidak menggunakan media, dan juga mempengaruhi komunikan dengan memberikan impuls positif untuk kelangsungan kesehatan tubuh penerima. Yakes Telkom dalam melaksanakan strateginya memperhatikan beberapa hal seperti fasilitas dan juga komunikator yang dipercaya dapat mempengaruhi penerima dala meningkatkan pola hidup sehat.

6. Daftar Pustaka

A. Buku

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metode Penelitian untuk Public Relations*. Bandung : Sambiosa Rekatama Media.

Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi*. Bandung : Armindo.

Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Dun, S. Watson. 1986. *Public Relations, A Contemporary Approach.* Homewood, Illinois: Richard D.Irwin.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 159

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Pengantar. 4nd Edition. Terjemahan Utami, Nurlinawati, Hippy. Jakarta: EGC.

Solihat, Manap., Maulin, Melly., dan Solihin Olih. (2014). *Interpersonal Skill.* Bandung: Mujahid Press.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komununikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengan*tar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia. 160

Pace R.Wayne dan Faules Don F, *Komunikasi Organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2010

Rakhmat, Jalaludin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Satori, Djam'an. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*. Bandung : Alfabeta.

Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, Teori Komunikasi (edisi 9), Penerbit Salemba Humanika, Jakarta Selatan,2011, halaman 93-149

B. SKRIPSI TERDAHULU

Yudha Adi Purnama,2011. Strategi Komunikasi Korporat dalam meningkatkan employee engangement di PT. Carrefour Indonesia". *Skripsi.* Bandung :UNIVERSITAS PADJAJARAN

Lilis Susilawati,2013. Strategi Komunikasi PT. SAFTA FERTI Bandung melalui Pemberian Reward dalam Meningkatkan Kinerja Karyawannya. *Skripsi.* Bandung: UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

Paramitha Wienanda,2012. Strategi komunikasi unit Merdeka Boga Putra PT.Tirtaratna Bandung melalui program pelayanan kesejahteraan karyawan (Tri Dharma Mitra) dalam meningkatkan Kinerja Karyawan *Skripsi.* Bandung: UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

C. INTERNET SEARCHING

- http://www.telkom.co.id
- http://www.yakestelkom.or.id
- http://udoctor.co.id

- http://p2tel.or.id diaskes tanggal 13 Februari pukul 19.00
- http://p2tel.or.id/2013/06/lagi-paradigma-sehat/ 26 April 2015 pukul 07.35
- http://m2.facebook.com/ Yakes-telkom/klink-yakes-sentot-alibasyah-No4-bandung 15 Februari pukul 19.00
- http://www.jariungu.com diaskes tanggal 10 Maret pukul 19.55
- https://qoechil.wordpress.com/2012/05/06/strategi-isi-pesan-dan-visualisasi-dalam-komunikasi-promosi-pemasaran/ diakses tanggal 11 Maret Pukul 20:50
- http://www.pengertianahli.com/2014/07/pengertian-media-dan-jenis-media.html diakses tanggal 11 Maret Pukul 21:20

D. SUMBER LAIN

- Exbanner Yayasan Kesehatan Telkom mengenai paradigma sehat.
- Laporan Tahunan, **2012** PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk
- Leaflet *FAQ'S frequently asked questions paradigm* sehat, Yakes-Telkom
- Banner Paradigma Sehat Yakes Telkom
- Banner Parameter Sehat Yakes Telkom