BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.

Penelitian terdahulu merupakan hal yang sangat penting bagi peneliti sebagai patokan bagi peneliti dalam melihat atau merumuskan sebuah asumsi dasar. Pada penelitian terdahulu juga harus yang relevan dilihat dari konteks penelitian ataupun metode peneliti yang digunakan sehingga peneliti dapat mempelajari dengan baik dari penelitian yang sudah ada.

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang tentunya berkaitan dengan sebuah penelitian yang sedang dilakukan saat ini:

1. **Strategi Komunikasi Bidang Pencegahan Badan Narkotika Provinsi (BNP) Jawa Barat Dalam Kegiatan Fasilitas Pembentukan dan Pembinaan Desa Siaga Narkoba di Ciamis.**

   Peneliti Faifki Zulkarnayen Arief dengan judul "*Strategi Komunikasi Bidang Pencegahan Badan Narkotika Provinsi (BNP) Jawa Barat Dalam Kegiatan Fasilitas Pembentukan dan Pembinaan Desa Siaga Narkoba di Ciamis.*" Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia.

   Penelitan ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Badan Nakotika Provinsi (BNP) Jawa Barat dalam kegiatan pasilitas

pembentukan dan pembinaan desa siaga narkoba. Dari mulai penentuan strategi komunikasi, media, proses penyampaian pesan, peranan komunikator dan strategi komunikasi berdasarkan identifikasi masalah.

2. **Strategi Komunikasi badan penyelenggara jaminan social (BPJS) kesehatan Makasardalamdalam menyosialisasikan program jaminan kesehatan nasional.**

   Peneliti Kedira Iqbal dengan judul "Strategi Komunikasi badan penyelenggara jaminan social (BPJS) kesehatan Makasar dalam menyosialisasikan program jaminan kesehatan nasional**.**" Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanudin Makasar.

   Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji Strategi Komunikasi Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa BPJS kesehatan Makasar telah melaksanakan beberapa langkah dalam merumuskan strategi komunikasi sosialisasi, mulai dari mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode hingga seleksi dan penggunaan media

3. **Strategi komunikasi dinas sosial Surabaya dalam melaksanakan kebijakan Tri Rismaharini terhadap penutupan lokalisasi Dolly Surabaya.**

   Peneliti Abram Gallant dengan judul "Strategi komunikasi dinas sosial Surabaya dalam melaksanakan kebijakan Tri Rismaharini

terhadap penutupan lokalisasi Dolly Surabaya**.**" Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji Strategi Komunikasi Dinas Sosial Surabaya Dalam Melaksanakan Kebijakan Tri Rismaharini Terhadap Penutupan Lokalisasi Dolly Surabaya untuk dapat mengerti keberhasilan dari strategi komunikasi yang dilakukan dengan metode penelitian studi kasus. Hasil penelitian dilakukan dengan beberapa cara melalui beberapa tahapan antara lain sosialisasi, pembinaan, pelatihan, dan deklarasi penutupan.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Skripsi Ini
1.	Strategi Komunikasi Bidang Pencegahan Badan Narkotika Provinsi(BNP) Jawa Barat dalam Kegiatan Fasilitas Pembentukan dan Pembinaan Desa Siaga Narkoba di Ciamis.	Farifki Zulkarnaye-n Arief UNIKOM	Desain Penelitian Kuanlitatif Metode Deskriptif	Penelitian memperlihatkan bahwa strategi komunikasi Bidang pencegahan Badan Narkotika Provinsi (BNP)Jawa Barat dalam kegiatan fasilitas pembentukan dan pembinaan desa siaga narkoba dalam upayapencegahan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkobal (P4GN)	Penelitian Farifki membahas tentang trategi Komunikasi Bidang Pencegahan Badan Narkotika Provinsi (BNP) Jawa Barat Dalam Kegiatan pasilitas Pembentukan dan Pembinaan Desa Siaga Narkoba di Ciamis.

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Skripsi Ini
2.	Strategi Komunikasi badan penyelenggara jaminan social (BPJS) kesehatan Makasar dalam menyosialisasikan program jaminan kesehatan nasional (JKN)	Kedira Iqbal Universitas Hasanudin Makasar		Penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi BPJS Kesehatan Makasar dalam menyosialisasikan program JKN untuk mengetahui factor pendukungdan factor penghambat yang dihadapi BPJS Kesahatan Makasar dalam menyosialisasikan program JKN	Penelitian Kedira Iqbal membahas tentang strategi komunikasi Badan Penyelenggara Jamnian Sosial BPJS di Kota Makasar.
3.	Strategi komunikasi dinas sosial Surabaya dalam melaksanakan kebijakan Tri Rismaharini terhadap penutupan lokalisasi Dolly Surabaya	Abram Gallant Setiawan Universitas Kristen Petra	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian Studi Kasus.	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Sosial Surabaya dalam melaksanakan kebijakan dari Tri Rismaharini terhadap program penutupan Lokalisasi Dolly Surabaya untuk dapat mengerti keberhasilan dari strategi komunikasi yang dikerjakan.	Penelitian Abram Gallant Setiawan membahas tentang Strategi komunikasi dinas sosial Surabaya dalam melaksanakan kebijakan Tri Rismaharini terhadap penutupan lokalisasi Dolly Surabaya.

Sumber: Peneliti,2016

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *"communication"* yang beristilah *"communis"* yang berarti menciptakan kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dalam kehidupan kita selain menjadi mahluk individu, kita juga sebagai mahluk social yang sangat membutuhkan interaksi dengan orang lain. Dari interaksi komunikasi terjadi sebuah komunikasi untuk menyampaikan sesuatu dan saling bertukar pendapat dengan orang lain untuk mencapai sebuah tujuan.

Menurut *Raymond S.Ross* dalam buku "Pengantar Ilmu Komunikasi" mengatakan bahwa :

> "Komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih,dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator". (Wiryanto,2004:6)
> *Gerald R. Miller* juga menjelaskan bahwa, "Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Dedy Mulyana, 2007: 68).
> Pengertian Komunikasi menurut *Harold Laswell* dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*, mengatakan bahwa, "Cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah denagn menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan
> Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh yang Bagaimana?" (Dedy Mulyana, 2007 : 68).

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses

komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi ini termasuk juga suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain.

Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan dan verbal yang dapat dimengerti oleh kedua pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang di mengerti oleh kedua pihak, komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, dan menunjukan sikap tertentu seperti tersenyum, mengankat bahu dan sebagainya. Komunikasi ini disebut dengan komunikasi *nonverbal*. Proses komunikasi bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkann motif komunikasi. Melalui komunikasi sikapp dan perasaan seseorang atau kelompok dapat dipahami oleh pihak lain.

Onong Uchjana, membagi proses komunikasi dalam dua sisi, yaitu:

> "Proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Sementara itu, proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain menggunakan alat dan sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses komunikasi terdiri dari penyebar pesan, pesan, dan penerima pesan." (Onong Uchjana, 2001:11).

2.1.2.3 Unsur – Unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut ”*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?”* yaitu :

1. “Komunikator.
   Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirm pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*.
2. Pesan.
   Pesan (*massage*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.
3. Media.
   Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.
4. Komunikan.
   Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, *decoder*, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat.
5. Efek.
   Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.” (Cangara,2005:147)

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchajana Effendy dalam buku yang berjudul “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”. Tujuan komunikasi adalah :

a. “Mengubah sikap (*To change the attitude*).

b. Mengubah opini (*To change the opinion*).

c. Mengubah perilaku (*To change the behavior*).

d. Mengubah masyarakat (*To change the society*).” (Effendy, 2003 : 55).

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi Komunikasi menurut Onong Ucjana Effendy (2006 : 8) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

a. Menginformasikan (*to inform*)

   yaitu memberikan informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

b. Mendidik (*to educated*)

   yakni komunikasi merupakan sebuah saran pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pemikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

c. Menghibur (*to entertaint*)

   yakni komunikasi selain berguna untuk menyampaikan pesan, pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

   yaitu dengan fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha untuk saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha untuk mengubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi secara umum adalah sebuah pengiriminan dan penerimaan berbagai macam pesan organisasi dalam suatu kelompok formal dari suatu organisasi. Komunikasi organisasi juga melihat dari besar kecilnya organisasi tersebut, jika sebuah organisasi itu kecil, maka proses komunikasi yang terjadi pada organisasi tersebut juga cenderung sederhana.

Komunikasi organisasi menurut Dedy Mulyana dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", yaitu :

> "Komunikasi organasasi 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 ada kalanya 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, 2003 :75).

Sedangkan Menurut Wiryanto dalam buku yang berjudul "Pengantar Ilmu Komunikasi",

> "Komunikasi organisasi dapat bersifat formal dan informal. Konunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Adapun komunikasi formal adalh komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotannya secara individual."(Wiryanto, 2004 : 54)

Dengan landasan dan konsep pengertian komunikasi organisasi yang telah dijelaskan diatas sehingga batasan tentang komunikasi organisasi, yaitu: komunikasi antara manusia yang terjadi dalam konteks organisasi dapat bebentuk komunikasi formal atau komunikasi informal.

2.1.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi.

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses , prinsip dan arus komunikasi yang ada didalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli berikut ini:

1. "Memahami peristiwa komunikasi didalam organisasi
2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertikal yang terdiri dari *downward communication* dan *upward communication* serta komunikasi horizontal." (Djuarsa, 1999:131)

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules dalam bukunya "Komunikasi Organisasi", "tujuan utama komunikasi organisasi yaitu memperbaiki orgnaisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang diinginkan."

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi

2.1.4.1 Definisi Strategi

Pada hakikatnnya strategi adalah perencanaan *(planning)* dan manajemen *(management)* untuk mencapai suatu tujuan. untuk mencapai

suatu tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan peta jalan saja, melainkan harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya. Sebagai landasan dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan pemikiran korelasi antara komponen dalam strategi Effendy (2003).

> "Dimana dalam penyusunan strategi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dari faktor-faktor penghambat" (Effendy, 2003 : 35).

Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi *(communication planning)* dengan manajemen komunikasi *(communication management)* untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi yang baik disusun berdasarkan kombinasi dari: data (fakta), pengalaman dan kepekaan, ilmu (analisis), dan dukungan teknologi untuk memprediksi *(forecasting)* dan mengolah data (Kasali, 1994:104). Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan *(approach)* bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

2.1.5 Tinjauan Tentang Pembinaan

2.1.5.1 Pengertian Pembinaan

Pembinaan menurut Mathis, pembinaan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan

organisasi. Oleh karena itu, proses ini terkait dengan berbagai tujuan organisasi, pembinaan dapat dipandang secara sempit maupun luas, (2002:112).

Sedangkan menurut Ivancevich, mendefinisikan pembinaan sebagai usaha untuk meningkatkan kinerja pegawai dalam pekerjaannya sekarang atau dalam pekerjaan lain yang akan dijabatnya segera, (2008:46).

Selanjutnya sehubungan dengan definisi tersebut, Ivancevich mengemukakan sejumlah butir penting yaitu, pembinaan adalah sebuah proses sistematis untuk mengubah perilaku kerja seorang/sekelompok pegawai dalam usaha meningkatkan kinerja organisasi. Pembinaan terkait dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk pekerjaan yang sekarang dilakukan. Pembinaan berorientasi ke masa sekarang dan membantu pegawai untuk menguasai keterampilan dan kemampuan (konpetensi) yang spesifik untuk berhasil dalam pekerjaannya.

Pembinaan juga dapat diartikan: bantuan dari seseorang atau sekelompok orang yang ditujukan kepada orang atau sekelompok orang lain melalui materi pembinaan dengan tujuan dapat mengembangkan kemampuan, sehingga tercapai apa yang diharapkan.

2.1.6. Tinjauan Tentang Sosialisasi

2.1.6.1 Pengertian Sosialisasi

Secara garis besar pengertian sosialisasi dapat dipandang sebagai suatu proses belajar mengajar. Melalui sosialisasi, individu belajar menjadi anggota masyarakat, dimana prosesnya tidak semata mata mengajarkan

pola pola perilaku sosial kepada individu tetapi juga individu tersebut mengembangkan dirinya atau melakukan proses pendewasaan dirinya.

Pengertian sosialisasi adalah proses yang membantu individu individu belajar dan menyeseuaikan diri bagaimana cara hidup dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya *(Charlotte Buchler).*

Pengertian sosialisasi adalah proses proses manusia mempelajari tata cara kehidupan dalam masyarakat (*ways of life in society*), untuk memperoleh kepribadian dan membangun kapasitasnya sehingga dapat berfungsi dengan baik sebagai individu maupun sebagai anggota suatu kelompok (*Bruce J. Cohen*).

Berdasarkan pengertian sosialisasi diatas, dapat katakan bahwa sosialisasi merupakan proses dimana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagai anggota masyarakat dan sebagai individu.

2.1.6.2 Tahapan Sosialisasi

a. Tahap Persiapan (*Preparatory Stage*)

   Tahap persiapan merupakan tahap pemahaman tentang diri sendiri. Pada tahap ini anak mulai melakukan tindakan meniru meskipun belum sempurna.

b. Tahap Meniru (*Play Stage*)

Pada tahap ini anak dapat meniru perilaku orang dewasa dengan lebih sempurna. Anak sudah menyadari keberadaan dirinya dan orang-orang terdekatnya serta mampu memahami suatu peran.

c. Tahap Siap Bertindak (*Game Stage*)

Pada tahap ini anak mulai memahami perannya dalam keluarga dan masyarakat. Anak mulai menyadari peraturan yang berlaku.

d. Tahap Penerimaan Norma Kolektif (*Generalized Stage*)

Pada tahap ini anak sudah mencapai proses pendewasaan dan mengetahui dengan jelas mengenai kehidupan bermasyarakat. Anak mampu memahami peran yang seharusnya dilakukan dalam masyarakat.

2.1.6.3 Fungsi Sosialisasi

a. Membentuk pola perilaku individu berdasarkan kaidah nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat.
b. Menjaga keteraturan dalam masyarakat.
c. Menjaga integrasi masyarakat.

2.1.6.4 Tujuan Sosialisasi

a. Mewariskan nilai dan norma kepada generasi penerus.
b. Membantu individu untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar.
c. Memberikan pengetahuan yang berhubungan dengan nilai dan norma dalam masyarakat.

d. Mencegah terjadinya perilaku menyimpang.

e. Tercapainya integrasi masyarakat.

2.1.7. Tinjauan Tentang HIV/AIDS

2.1.7.1. Pengertian HIV/AIDS

AIDS adalah salah satu penyakit yang paling ditakutkan saat ini. AIDS merupakan kelanjutan dari HIV. HIV merupakan virus yang menyebabkan penyakit ini, karena virus ini merusak system pertahanan tubuh (system imun). Sehingga orang-orang yang menderita penyakit ini kemampuan untuk mempertahankan dirinya dari serangan penyakit menjadi kurang, akan tetapi seseorang yang positif mengidap HIV belum tentu mengidap AIDS.

HIV (*Human Immunodeficiency Virus*) adalah sejenis virus yang menyerang sistem kekebalan tubuh manusia dan dapat menimbulkan AIDS. HIV menyerang salah satu jenis dari sel-sel darah putih yang bertugas menangkal infeksi. Sel darah putih tersebut terutama limfosit yang memiliki CD4 sebagai sebuah marker atau penanda yang berada di permukaan sel limfosit. Karena berkurangnya nilai CD4 dalam tubuh manusia menunjukkan berkurangnya sel-sel darah putih atau limfosit yang seharusnya berperan dalam mengatasi infeksi yang masuk ke tubuh manusia. Pada orang dengan sistem kekebalan yang baik, nilai CD4 berkisar antara 1400-1500. Sedangkan pada orang dengan sistem kekebalan yang terganggu (misal pada orang yang terinfeksi HIV) nilai

CD4 semakin lama akan semakin menurun (bahkan pada beberapa kasus bisa sampai nol).

HIV adalah jenis parasit obligat yaitu virus yang hanya dapat hidup dalam sel atau media hidup. Seorang pengidap HIV lambat laun akan jatuh ke dalam kondisi AIDS, apalagi tanpa pengobatan. Umumnya keadaan AIDS ini ditandai dengan adanya berbagai infeksi baik akibat virus, bakteri, parasit maupun jamur. Keadaan infeksi ini yang dikenal dengan infeksi oportunistik.

AIDS adalah singkatan dari *Acquired Immuno Deficiency Syndrome*, yang berarti kumpulan gejala atau sindroma akibat menurunnya kekebalan tubuh yang disebabkan infeksi virus HIV. Tubuh manusia mempunyai kekebalan untuk melindungi diri dari serangan luar seperti kuman, virus dan penyakit. AIDS melemahkan atau merusak sistem pertahanan tubuh ini, sehingga akhirnya berdatanganlah berbagai jenis penyakit lain.

2.1.7.2. Cara Penularan HIV/AIDS

Penularan HIV/AIDS dapat terjadi mulai berbgai cara yaitu : kontak seksual, kontak dengan darah atau secret yang infeksius, ibu ke anak selama masa kehamilan, persalinan dan peberian ASI (air susu ibu).

1. Seksual, penularan melalui hubungan heteroseksual adalah yang paling dominan dari semua cara penularan. Penularan melalui hubungan dapat terjadi selama senggama laki-laki dengan laki-laki atau laki-laki dengan perempuan. Senggama yang artinya kontak

seksual dengan penetrasi vagina, anal (anus), oral (mulut) antara dua individu. Resiko tertinggi adalah venetrasi vagina atau anal yang tidak terlindungi dari individu yang terinfeksi HIV/AIDS.

2. Melalui transfuse darah atau produk darah yang sudah tercemar dengan virus HIV.
3. Melalui jarum suntik atau alat kesehatan lain yang ditusukuan atau tertusuk kedalam tubuh yang terkontaminasi dngan virus HIV/AIDS, seperti jarum tato atau pada pengguna narkotika suntik secara bergantian. Bias juga terjadi ketika melakukan prosedur tindakan medis ataupun terjadi pada kecelakaan kerja (tidak sengaja)
4. Melalui silet atau pisau pencukur jenggot secara bergantian hendaknya dihindarkan karena dapat menularkan virus HIV/AIDS, kecuali benda-benda tersebut disterilkan sepenuhnya sebelum digunakan.
5. Melalui transplantasi organ pengidap HIV/AIDS.
6. Penularan dari ibu ke anak, kebanyakan infeksi HIV/AIDS pada anak didapat dari ibunya saat ia ada dikandungan, dilahirkan, dan sesudah lahir bias melalui ASI (air susu ibu).
7. Penularan HIV/AIDS melalui pekerjaan contohnya: pekerja kesehatan dan petugas laboratorium.

Terdapat resiko penularan melalui pekerjaan yang kecil namun defentif, yaitu pekerj kesehatan, petugas laboratorium, dan orang lain yang

bekerja dengan specimen /bahan terinfksi HIV/AIDS, terutama bila menggunakan benda tajam

Tidak ada bukti yang meyakinkan bahwa air liur dapat menularkan infeksi baik melalui ciuman maupun pajanan lain misalnya sewaktu bekerja pada pekerja kesehatan. Selain itu air liur terdapat inhibitor terhadap aktivitas HIV/AIDS.

2.1.7.3. Tanda-tanda Gejala Terinfeksi HIV/AIDS

Tanda tanda gejala secara klinis pada seseorang penderita HIV/AIDS adalah diidentifikasi sulit karena gejal-gejala yang dirunjukan pada umunya adalah bermula dari gejala-gejala umum yang lazim didaat pada berbagai penderita penyakit lain, namun secara umum dapat kiranya dikemukakan sebagai berikut :

1. Rasa lelah dan lesu
2. Berat badan menurun secara drastis
3. Demam yang sering dan berkeringat diwaktu malam
4. Mencret dan kurang nafsu makan
5. Bercak-bercak putih di lidah dan di dalam mulut
6. Pembengkakan leher dan lipatan paha
7. Radang paru-paru
8. Kanker kulit

2.1.7.4. Pencegahan HIV/AIDS

Menurut Muninjaya (1998), tiga cara untuk pencegahan HIV/AIDS adalah Puasa seks (abstinensia), artinya tidak (menunda)

melakukan hubungan seks, Setia (S) pada pasangan seks yang sah(*befaithful/fidelity*), artinya tidak berganti-ganti pasangan seks, dan penggunaan Kondom pada setiap melakukan hubungan seks yang beresiko tertular virus AIDS atau penyakit menular seksual (PMS) lainnya. Ketiga cara tersebut sering disingkat dengan PSK.

Bagi mereka yang belum melakukan hubungan seks (remaja) perlu diberikan pendidikan. Selain itu, paket informasi AIDS untuk remaja juga perlu dilengkapi informasi untuk meningkatkan kewaspadaaan remaja akan berbagai bentuk rangsangan dan rayuan yang datang dari lingkungan remaja sendiri (Muninjaya, 1998:29-32).

Mencegah lebih baik daripada mengobati karena kita tidak dapat melakukan tindakan yang langsung kepada sipenderita AIDS karena tidak adanya obat-obatan atau vaksin yang memungkinkan penyembuhan IDS. Oleh karena itu kita perlu melakukan pencegahan sejak awal sebelum terinfeksi. Informasi yang benar tentang AIDS sangat dibutuhkan agar masyarakat tidak mendapat berita yang salah agar penderita tidak dibebani dengan perilaku yang tidak masuk akal (Anita, 2000: 35-41).

Peranan pendidikan kesehatan adalah melakukan intervensi faktor perilaku sehingga perilaku individu, masyarakat maupun kelompok sesuai dengan nilai-nilai kesehatan. Pengetahuan kesehatan akan berpengaruh kepada perilaku sebagai hasil jangka menengah (intermediate impact) dari pendidikan kesehatan. Kemudian perilaku kesehatan akan berpengaruh

pada peningkatan indikator kesehatan masyarakat sebagai keluaran (outcome) pendidikan kesehatan.

Paket komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) tentang masalah AIDS adalah salah satu cara yang perlu terus dikembangkan secara spesifik di Indonesia khususnya kelompok masyarakat ini. Namun dalam pelaksanaannya masih belum konsisten (Muninjaya, 1998:29-32).

Keimanan dan ketaqwaan yang lemah serta tertekannya jiwa menyebabkan remaja berusaha untuk melarikan diri dari kenyataan hidup dan ingin diterima dalam lingkungan atau kelompok tertentu. Oleh karena itu diperlukan peningkatan keimanan dan ketaqwaan melalui ajaran-ajaran agama (BNN,2009).

Sebagian masyarakat Indonesia menggangap bahwa seks masih merupakan hal yang tabu. Termasuk diantaranya dalam pembicaraan, pemberian informasi dan pendidikan seks. Akibatnya jalur informasi yang benar dan mendidik sulit dikembangkan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran, peneliti mengambil dan memilih beberapa teori dan definisi yang sesuai dengan apa yang diteliti oleh peneliti. Teori-teori dan definisi tersebut dijadikan bahan pandangan dalam penelitian ini. Teori-teori dan definisi tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

Seorang pakar perencanaan komunikasi *Middleton* (1980) dalam buku Hafied Cangara yang berjudul "Perencanaan & Strategi Komunikasi" menyatakan bahwa:

> "Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima pesan sampai dengan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuang komunikasi yang optimal."

1. Target, langkah mengidentifikasi target biasa di sebut pemetaan pemangku kepentingan (*stake mapping*). Di sini pemetaan dilakukan untuk mengetahui apakah khalayak yang menjadi target sasaran bentuk perorangan (*individu*) atau berkelompok. Menghadapi perorangan atau kelompok tentu itu sangat berbeda, artinya perorangan lebih mudah di bandingkan berkelompok. Dalam mengahadapi khalayak berkelompok harus lebih hati-hati karena, respon dan tanggapan dari mereka bisa bermacam-macam tentunya citra akan menjadi bahan penilaian yang sulit dipertimbangkan karena adanya perbedaan yang cukup luas.
2. Media, memilih saluran yang tepat terlebih dahulu harus mengetahui informan lapangan yang telah dipetakan. Media akan sangat berpengaruh apabila tersebar dengan sangat luas dan tepat sasaran ketika masyarakat di luar kelompok dapat mengetahui adanya suatu kegiatan positif yang dilakukan sebuah hotel.
3. Pesan harus dapat memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalaak yang menjadi target, karena dalam tahap memilah pesan sangat krusial dalam memasuki area khalayak. Pesan

juga harus memiliki suatu hubungan dengan citra yang akan terbangun pada Hotel. Apakah nanti kelompok akan dapat menerima pesan dengan baik sebagai suatu bentuk yang positif sebagai bahan untuk membangun citra sebuah perusahaan.

4. Tujuan tentu harus jelas dan perubahan yang dikehendakinya bisa terbaca dengan memacu pada tujuan maka perencanaan bisa digunakan model perencanaan apa yang sesuai dengan tujuan yang dicapai. Tujuan pada konteks ini harus tepat mengarah dalam membangun citra sebuah Hotel yang sejauh ini kurang baik di mata masyarakat terlebih setelah beredarnya kasus *prostitusi online* di Hotel yang terkesan bebas.

Pada kerangka pemikiran ini pengumpulan data dengan pencarian informasi mengenai Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan AIDS Pada Kegiatan "*Sosialisasi dan pembinaan"* Dalam Mengatasi Penyebaran HIV di Kota Banjar.

1. Target.

   Sebelum melaksanakan kegiatan *Sosialisasi dan Pembinaan* tentunya memerlukan suatu pemahaman siapa yang akan menjadi target pada kegiatan tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengetahui Komisi Penanggulangan AIDS mengarah pada bentuk perorangan atau lebih mengarah suatu kelompok. Tentunya menentukan target menjadi suatu pertimbangan Komisi Penanggulangan AIDS pada kegiatan *Sosialisasi dan Pembinaan* untuk menilai suatu keberhasilan dari kegiatan tersebut. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan dari strategi tersebut, apakah

ditujuakn untuk sekadar mengetahui informasi atau agar terjadi suatu bentuk persuasive dari target.

2. Penyampaian Pesan.

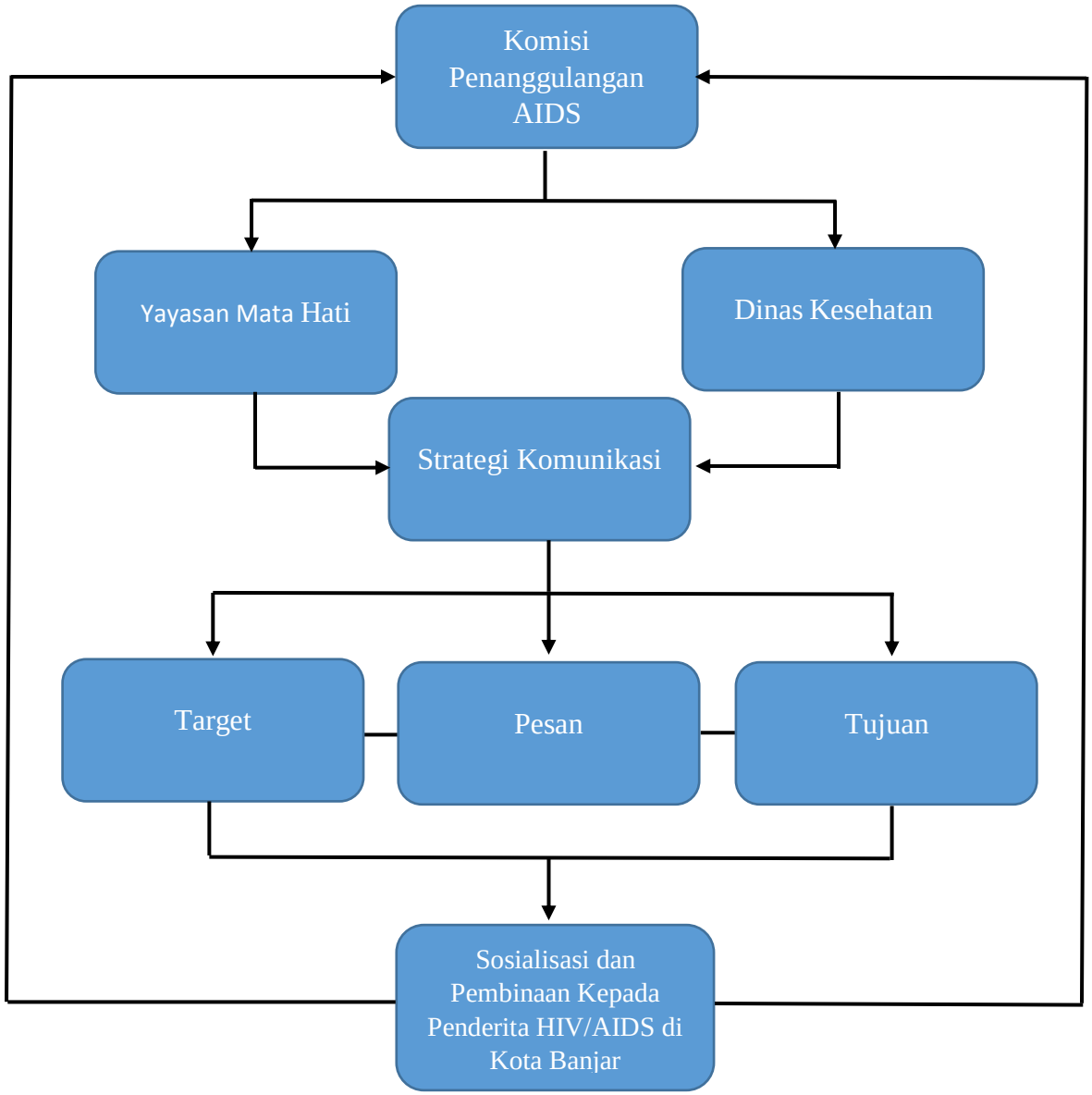
   Dalam suatu komunikasi tentunya terdapat sebuah pesan baik komunikasi lisan maupun tulisan yang diterima oleh komunikan. Pesan yang terdapat dari kegiatan *Sosialisasi dan Pembinaan* lebih menunjukkan sebagai bentuk untuk mempengaruhi komunikan atau mengajak komunikan agar lebih berhati-hati dengan adanya penyakit HIV/AIDS dan sebagai sesuatu yang dibutuhkan oleh komunikan sehingga dapat terlihat bahwa adanya suatu *feedback* diantara Penderita HIV/AIDS dan Komisi Penanggulangan AIDS.

3. Tujuan Akhir.

   Tahap berikutnya untuk melihat bagaimana tujuan akhir pada kegiatan *Sosialisasi dan Pembinaan* yang sebenarnya. Apakah sebagai bentuk kegiatan biasa atau memang ada suatu bentuk tujuan untuk menginformasikan dan mempengaruhi masyarakat agar masyarakat di Kota Banjar mengerti atau mengetahui akan bahayanya penyakit HIV/AIDS. Pada dasarnya tujuan harus jelas, dan harus terlihat untuk itu perlu suatu komitmen yang kuat untuk dapat mencapai tujuan akhir dari kegiatan *Sosialisasi dan Pembinaan.*

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber : Peneliti, 2016