

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah kajian yang berfokus pada penelitian-penelitian terdahulu, tujuannya adalah sebagai eksplorasi mendalam terhadap temuan yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan sehingga aspek-aspek dari penelitian terdahulu yang belum pernah diteliti dapat diperlukan dalam penelitian yang akan datang. Kajian pustaka ini juga menunjukkan kebenaran penelitian tentang model komunikasi dan Sosialisasi Satgas *Covid-19*.

Subjek penelitian ini adalah Model Komunikasi dan Sosialisasi Satgas *Covid-19* (Studi Deskriptif Tentang Model komunikasi dan Sosialisasi Satuan Gugus Tugas *Covid-19* Di Kecamatan Leles). Hal ini untuk memberikan referensi agar komunikasi yang dihadapi mahasiswa dapat dipahami secara komprehensif sehingga peneliti ini mampu menyajikan hasil penelitian yang dimiliki nilai originalitas dan nilai yang sangat bermanfaat bagi bidang akademik yang ilmiah. Adapun penelitian sebelumnya yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu sebagai berikut :

2.1.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian

2.1.1.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu 1

1. Aulia Rahman (2017) tentang : Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan.

Terdapat kegiatan yang mengimplementasikan strategi komunikasi pemerintah kabupaten subang untuk mensosialisasikan Program “Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat”, namun sejauh ini afektivitasnya, belum dapat dirasakan secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Untuk Menyosialisasikan Program “Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat”, khususnya salah satu dari program Kabupaten Subang mengenai pengembangan infrastruktur untuk masyarakat yang disebut GAPURA INTAN (Gerakan Pembangunan Untuk Masyarakat Infrastruktur Berkelanjutan). Penelitian difokuskan pada pemahaman aparaturnya Pemerintah Kabupaten, bagaimana pemahaman masyarakat, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Subang dan hambatan apa saja yang dialami dalam menyosialisasikan program ini ke masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode studi kasus. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* dan jumlah informan pada penelitian ini sebanyak 9 orang.

Hasil penelitian ini adalah, infrastruktur merupakan permasalahan paling mendesak di Kabupaten Subang. Program GAPURA INTAN bertujuan untuk

menangani permasalahan infrastruktur seperti salah satunya perbaikan jalan Kabupaten yang rusak sehingga tidak bisa digunakan oleh masyarakat. Upaya pemerintah dalam mengkomunikasikan program ini kepada masyarakat dengan cara hierarki pemerintahan dan menyosialisasikan kepada masyarakat secara langsung pada berbagai kesempatan yang ada. Namun *awareness* atau kesadaran masyarakat terhadap program ini masih sangat sedikit yaitu hanya 9% masyarakat yang mengetahui program GAPURA INTAN.

2.1.1.1.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu 2

2. Ahmad Januardi, dkk (2020) tentang : Strategi Komunikasi Dalam Melakukan Pencegahan Penyakit Tuberkulosis Di Puskesmas Sidomulyo Samarinda.

Penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, dokumen- dokumen, serta arsip yang ada di Puskesmas Sidomulyo, buku ilmiah, jurnal dan sumber internet yang valid.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa untuk mencegah penyakit Tuberkulosis di lingkungan Puskesmas Sidomulyo, maka strategi komunikasi yang dilakukan dengan melakukan penjangkaran pasien Tuberkulosis yang dilakukan sekaligus mengenali karakteristik khalayak dan wilayah tersebut, juga melalui bentuk edukasi seperti mengadakan sosialisasi pencegahan Tuberkulosis kepada masyarakat yang menderita aktif TB maupun kepada para PMO dan masyarakat umum, kemudian penyuluhan melalui gerakan ketuk pintu yaitu

gerakan mendatangi rumah sekitar penderita positif TB dengan melakukan penyuluhan secara langsung, dan di anjurkan untuk berobat apabila ditemukan gejala TB. Pesan yang dibuat untuk masyarakat yaitu melalui gerakan TOSS TB yang bersifat edukatif dan persuasif. Media yang digunakan dalam menyampaikan pesan berupa leaflet yang dibagikan pada masyarakat dan brosur serta media cetak banner dan spanduk yang diletakan pada area Puskesmas Sidomulyo.

Untuk dapat meningkatkan minat masyarakat maka Puskesmas Sidomulyo harus selalu membuat konten-konten yang dapat membangkitkan minat masyarakat dalam melakukan penanggulangan TB seperti membuat event berupa pameran, perlombaan dan juga senam sehat TB untuk meningkatkan perhatian melalui cara yang menyenangkan.

2.1.1.1.3 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu 3

3. Fadila Isra (2019) tentang : Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi *Measles-Rubella*.

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program imunisasi *measles-rubella* (MR). Imunisasi MR merupakan program Kementerian Kesehatan RI yang bertujuan agar Indonesia bebas campak dan rubella di tahun 2020. Maka peneliti merumuskan permasalahannya yaitu “Bagaimana strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program imunisasi *measles-rubella*”. sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas

Kesehatan Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program imunisasi *measles-rubella*. informan penelitian ini ada tiga orang yaitu kepala bidang pencegahan dan pengendalian penyakit, kepala seksi survailain dan imunisasi, dan kepala seksi promosi kesehatan.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian dan wawancara yang telah peneliti lakukan adalah secara keseluruhan strategi komunikasi telah dilakukan namun sosialisasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau belum maksimal karena belum tercapainya target imunisasi yang telah ditetapkan dan masih terjadinya kontroversi ditengah masyarakat di Provinsi Riau.

Tabel 2.1 "Matriks Penelitian Terdahulu 1"

No.	Item	Penelitian Terdahulu 1
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Aulia Rahman (2017) tentang : Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Menyosialisasikan Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat Infrastruktur Berkelanjutan.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Subang Untuk Menyosialisasikan Program “Gerakan Pembangunan Untuk Rakyat”, khususnya salah satu dari program Kabupaten Subang mengenai pengembangan infrastruktur untuk masyarakat yang disebut GAPURA INTAN (Gerakan Pembangunan Untuk Masyarakat Infrastruktur Berkelanjutan).
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif kualitatif.
4.	Teori	Interaksi Simbolik
5.	Hasil Penelitian	infrastruktur merupakan permasalahan paling mendesak di Kabupaten Subang. Program GAPURA INTAN bertujuan untuk menangani permasalahan infrastruktur seperti salah satunya perbaikan jalan Kabupaten yang rusak sehingga tidak bisa digunakan oleh masyarakat. Upaya pemerintah dalam mengkomunikasikan program ini kepada masyarakat dengan cara hierarki pemerintahan dan menyosialisasikan kepada masyarakat secara langsung pada berbagai kesempatan yang ada. Namun <i>awareness</i> atau kesadaran masyarakat terhadap program ini masih sangat sedikit yaitu hanya 9% masyarakat yang mengetahui program GAPURA INTAN.
6.	Perbedaan dan persamaan penelitian	Perbedaan peneliti ini adalah tidak membahas soal kesehatan ataupun penyakit, lebih membahas tentang pemerintahan dan infrastruktur pembangunan dan peneliti ini hanya terfokus kepada media saja. Persamannya adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif , sama sama meneliti strategi komunikasi, melakukan sosialisasi kepada masyarakat.
7.	Kritik	Kurangnya penjelasan mengenai teori.

Tabel 2.2 "Matriks Penelitian Terdahulu 2"

No.	Item	Penelitian Terdahulu 2
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Ahmad Januardi, (2020) tentang : Strategi Komunikasi Dalam Melakukan Pencegahan Penyakit Tuberkulosis Di Puskesmas Sidomulyo Samarinda.
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisa Strategi Komunikasi Dalam Melakukan Pencegahan Penyakit Tuberculosis di Puskesmas Sidomulyo Samarinda.
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif.
4.	Teori	Model Lasswel
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menemukan bahwa untuk mencegah penyakit Tuberkulosis di lingkungan Puskesmas Sidomulyo, maka strategi komunikasi yang dilakukan dengan melakukan penjangkaran pasien Tuberkulosis yang dilakukan sekaligus mengenali karakteritik khalayak dan wilayah tersebut, juga melalui bentuk edukasi seperti mengadakan sosialisasi pencegahan Tuberkulosis kepada masyarakat yang menderita aktif TB maupun kepada para PMO dan masyarakat umum, kemudian penyuluhan melalui gerakan ketuk pintu yaitu gerakan mendatangi rumah sekitar penderita positif TB dengan melakukan penyuluhan secara langsung, dan di anjurkan untuk berobat apabila ditemukan gejala TB. Pesan yang dibuat untuk masyarakat yaitu melalui gerakan TOSS TB yang bersifat edukatif dan persuasif. Media yang digunakan dalam menyampaikan pesan berupa leaflet yang dibagikan pada masyarakat dan brosur serta media cetak banner dan spanduk.
6.	Perbedaan dan persamaan penelitian	Perbedaan penelitian ini adalah teori yang berbeda, sasaran hanya ke puskesmas saja dan lokasi juga tidak sama. Persamannya sama sama menggunakan strategi komunikasi, tujuan mengubah masyarakat lebih baik, membahas tentang pentingnya kesehatan dan melakukan pencegahan penyakit.
7.	Kritik	Kurangnya penjelasan mengenai teori dan tidak jelasnya tujuan penelitian tersebut.

Tabel 2.3 “Matriks Penelitian Terdahulu 3”

No.	Item	Penelitian Terdahulu 3
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Fadila Isra (2019) tentang : Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi <i>Measles-Rubella</i>
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program imunisasi <i>measles-rubella</i> . informan penelitian ini ada tiga orang yaitu kepala bidang pencegahan dan pengendalian penyakit, kepala seksi survailain dan imunisasi, dan kepala seksi promosi kesehatan.
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif
4.	Teori	Lasswell
5.	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian dan wawancara yang telah peneliti lakukan adalah secara keseluruhan strategi komunikasi telah dilakukan namun sosialisasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau belum maksimal karena belum tercapainya target imunisasi yang telah ditetapkan dan masih terjadinya kontraversi ditengah masyarakat di Provinsi Riau
6.	Perbedaan dan persamaan penelitian	Perbedaannya meneliti tentang program imunisasi dan peneliyian ini tidak terfokus kepada semua masyarakat, menggunakan teori dan konsep yang berbeda. Persamaannya adalah menggunakan strategi komunikasi, meneliti tentang kesehatan dan melakukan pengendalian dan pencegahan
7.	Kritik	Kurangnya penjelasan mengenai teori dan tidak adanya dokumentasi.

2.1.2 Kerangka Pemikiran

2.1.2.1 Kerangka Teoritis

Dalam Kerangka Teoritis membahas mengenai teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Kata komunikasi atau *communications* berasal dari bahasa latin yang artinya yaitu “sama”. Komunikasi berarti suatu pikiran yang memiliki satu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Effendy, 2017, p. 9). “Sama” disini berarti satu makna. Jadi, ketika dua orang terlibat dalam suatu bentuk komunikasi, maka komunikasi berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai hal yang dikomunikasikan, baik dari si penerima maupun si pengirim pesan memahami maksud pesan tertentu.

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya untuk merumuskan asas-asas penyampaian informasi secara pembentukan sifat dan pendapat. (Effendy, 2017, p. 10). Hovland juga mengungkapkan bahwa objek studi ilmu komunikasi selain penyampaian informasi juga ada pembentukan pendapat umum (*public attitude*) yang memainkan peranan yang penting dalam kehidupan sosial dan politik. Hovland juga mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dalam mengubah atau mempengaruhi perilaku orang lain (Effendy, 2017, p. 10). Jadi, selain mempengaruhi seseorang atau banyak orang untuk melakukan suatu hal yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi dalam berkomunikasi juga seseorang dapat mengubah pendapat, sikap atau perilaku

orang lain. Hal ini terjadi ketika komunikator bersikap komunikatif dalam menyampaikan pesan yaitu pesan harus dapat dimengerti dan dipahami oleh komunikan supaya tujuan pesan dapat tercapai.

2.1.2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi

Cara terbaik menjelaskan komunikasi menurut Lasswell dalam (Effendy, 2017, p. 10) adalah dengan menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Menggunakan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Seperti Apa?. Jawaban dari pertanyaan tersebut merupakan unsur-unsur yang ada dalam komunikasi. Unsur-unsur komunikasi menurut Lasswell adalah sebagai berikut:

1. Sumber (*source*)

Kata lain dari sumber yaitu *sender, communicator, speaker, encoder* atau *originator* merupakan pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber dapat berupa seorang individu, sekelompok orang, organisasi, perusahaan dan negara.

2. Pesan (*message*)

Pesan merupakan seperangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber (*source*)

3. Saluran (*channel, media*)

Saluran merupakan sarana yang digunakan oleh sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya (*message*) kepada penerima (*receive*). Saluran dapat berupa bentuk pesan atau cara penyajian pesan.

4. Penerima (*receive*)

Kata lain dari penerima adalah *destination*, *communicate*, *decoder*, *audience*, *listener*, dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan.

5. Efek (*effect*)

Efek merupakan hal yang terjadi pada penerima (*receive*) setelah ia menerima pesan tersebut. (Mulyana D. , 2007, pp. 69-71)

Setiap unsur dalam komunikasi memiliki peran penting dalam suatu proses komunikasi. Kelima unsur ini saling berhubungan satu sama lain artinya tanpa adanya salah satu unsur akan berpengaruh pada proses komunikasi.

2.1.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

(Effendy, 2003, p. 8)

Fungsi komunikasi yaitu sebagai penyampaian informasi yang utama, mendidik, menghibur dan mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun bertindak.

2.1.2.1.3 Pengertian Komunikasi verbal

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang nonverbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan, contoh : komunikasi verbal melalui lisan dapat dilakukan dengan menggunakan media, contoh seseorang yang bercakap-cakap melalui telepon. Sedangkan komunikasi verbal melalui tulisan dilakukan dengan cara tidak langsung antara komunikator dengan komunikan. Proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan berupa media surat, lukisan, gambar, grafik dan lain-lain.

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Mulyana, 2005). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Menurut Larry L. Barker (dalam Mulyana, 2005), bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming atau labeling*), interaksi, dan transmisi informasi. Penamaan atau penjurukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam

komunikasi. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.

Ada beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal, yaitu:

1. Bahasa

Pada dasarnya bahasa adalah suatu system lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang dipergunakan adalah bahasa lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik. Bahasa suatu bangsa atau suku berasal dari interaksi dan hubungan antara warganya satu sama lain.

Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek, kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung bersifat dikotomis, misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, dsb.

Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual, kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula. Kata berat, yang mempunyai makna yang nuansanya beraneka ragam. Misalnya:

tubuh orang itu berat; kepala saya berat; ujian itu berat; dosen itu memberikan sanksi yang berat kepada mahasiswanya yang nyontek.

Kata-kata mengandung bias budaya, bahasa terikat konteks budaya. Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan sub- budaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebe- tulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketika mereka menggunakan kata yang sama. Misalnya kata awak untuk orang Minang adalah saya atau kita, sedangkan dalam bahasa Melayu (di Palembang dan Malaysia) berarti kamu.

Komunikasi sering dihubungkan dengan kata Latin *communis* yang artinya sama. Komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki makna yang sama. Pada gilirannya, makna yang sama hanya terbentuk bila kita memiliki pengalaman yang sama. Kesamaan makna karena kesamaan pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif disebut isomorfisme. Isomorfisme terjadi bila komunikasi-komunikasi berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama; pendeknya mempunyai sejumlah maksimal pengalaman yang sama. Pada kenyataannya tidak ada isomorfisme total.

Ketika kita berkomunikasi, kita menterjemahkan gagasan kita ke dalam bentuk lambang (verbal atau nonverbal). Proses ini lazim disebut penyandian

(*encoding*). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitu baik (lihat keterbatasan bahasa di atas), untuk itu diperlukan kecermatan dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

2. kata

Kata merupakan unit lambang terkecil dalam bahasa. Kata adalah lambing yang melambangkan atau mewakili sesuatu hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang.

Berikut adalah jenis-jenis komunikasi verbal:

a. Berbicara dan menulis

Bericara adalah komunikasi verbal-vokal. Sedangkan menulis adalah komunikasi verbal-nonvocal. Contoh komunikasi verbal-vocal adalah presentasi dalam rapat dan contoh komunikasi verbal-nonvocal adalah surat-menyurat bisnis.

b. Mendengarkan dan membaca

Mendengar dan mendengarkan itu kata yang mempunyai makna berbeda, mendengar berarti semata-mata memungut getaran bunyi sedangkan mendengarkan adalah mengambil makna dari apa yang

didengarmendengarkan melibatkan 4 unsur, yaitu mendengar, memperhatikan, memahami, dan mengingat. Membaca adalah suatu cara untuk mendapatkan informasi dari sesuatu yang ditulis.

2.1.2.1.4 Pengertian Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih bersifat jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan.

Nonverbal juga bisa diartikan sebagai tindakan-tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya umpan balik (*feed back*) dari penerimanya. Dalam arti lain, setiap bentuk komunikasi tanpa menggunakan lambang-lambang verbal seperti kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan. Komunikasi nonverbal dapat berupa lambang-lambang seperti gesture, warna, mimik wajah dll.

Komunikasi nonverbal (*nonverbal communication*) menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi nonverbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi nonverbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya.

Kaitannya dengan dunia bisnis, komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan

Bentuk komunikasi nonverbal sendiri di antaranya adalah, bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara. Beberapa contoh komunikasi nonverbal:

- a. Sentuhan, Sentuhan dapat termasuk: bersalaman, menggenggam tangan, berciuman, sentuhan di punggung, mengelus-elus, pukulan, dan lain-lain.
- b. Gerakan Tubuh, Dalam komunikasi nonverbal, kinesik atau gerakan tubuh meliputi kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh. Gerakan tubuh biasanya digunakan untuk menggantikan suatu kata atau frase, misalnya mengangguk untuk mengatakan ya; untuk mengilustrasikan atau menjelaskan sesuatu; menunjukkan perasaan.
- c. Vokalik atau paralanguage adalah unsur nonverbal dalam suatu ucapan, yaitu cara berbicara. Contohnya adalah nada bicara, nada suara, keras atau lemah-nya suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, dan intonasi.
- d. Kronemik, Kronemik adalah bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal meliputi durasi yang dianggap cocok bagi suatu aktivitas, banyaknya aktivitas yang dianggap patut dilakukan dalam jangka waktu tertentu, serta ketepatan waktu (*punctuality*).

Pesan-pesan nonverbal sebagai berikut :

1. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang ber- arti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural.
2. Pesan fasial menggunakan air muka untuk menyampaikan makna tertentu. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa wajah dapat menyampaikan paling sedikit sepuluh kelompok makna: kebahagiaan, rasa terkejut, ketakutan, kema- rahan, kesedihan, kemuakan, pengecaman, minat, ketakjuban, dan tekad. Leathers (1976) menyimpulkan penelitian-penelitian tentang wajah sebagai berikut: a. Wajah mengkomunikasikan penilaian dengan ekspresi senang dan taksenang, yang menunjukkan apakah komunikator memandang objek peneli- tiannya baik atau buruk; b. Wajah mengkomunikasikan berminat atau tak ber- minat pada orang lain atau lingkungan; c. Wajah mengkomunikasikan inten- sitas keterlibatan dalam situasi situasi; d. Wajah mengkomunikasikan tingkat pengendalian individu terhadap pernyataan sendiri; dan wajah barangkali mengkomunikasikan adanya atau kurang pengertian.
3. Pesan gestural menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna.
4. Pesan postural berkenaan dengan keseluruhan anggota badan, makna yang dapat disampaikan adalah: a. Immediacy yaitu ungkapan kesukaan dan ketidak sukaan terhadap individu yang lain. Postur yang condong ke arah yang diajak bicara menunjukkan kesukaan dan

penilaian positif; b. Power mengungkapkan status yang tinggi pada diri komunikator. Anda dapat membayangkan postur orang yang tinggi hati di depan anda, dan postur orang yang merendah; c. Responsiveness, individu dapat bereaksi secara emosional pada lingkungan secara positif dan negatif. Bila postur anda tidak berubah, anda mengungkapkan sikap yang tidak responsif.

5. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan oranglain.
6. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan persepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita membentuk citra tubuh dengan pakaian, dan kosmetik.
7. Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan secara berbeda. Pesan ini oleh Mulyana (2005) disebutnya sebagai parabahasa.
8. Pesan sentuhan dan bau-bauan. Alat penerima sentuhan adalah kulit, yang mampu menerima dan membedakan emosi yang disampaikan orang melalui sentuhan. Sentuhan dengan emosi tertentu dapat

mengkomunikasikan: kasih sayang, takut, marah, bercanda, dan tanpa perhatian.

9. Bau-bauan, terutama yang menyenangkan (wewangian) telah berabad-abad digunakan orang, juga untuk menyampaikan pesan –menandai wilayah mereka, mengidentifikasi keadaan emosional, pencitraan, dan menarik lawan jenis.

2.1.2.1.5 Hambatan Dalam Proses Komunikasi

Komunikasi manusia tidak selalu lancar karena ada kalanya mengalami hambatan, gangguan atau distorsi. Mengingat perkembangan model awal komunikasi berbasis pada teknik matematika, Shannon dan Weaver mengartikan konsep *noise* sebagai “kebisingan”. Bayangkan anda sedang berdiri di tepi trotoar, lalu menelpon teman anda dengan telpon seluler. Apa yang terjadi? Anda mengalami kebisingan karena hiruk mudik kendaraan di jalan raya. Jika suara bising semakin keras, anda semakin sulit mengirim pesan dan semakin sulit pula teman anda menerima, apalagi memahami pesan maksud anda. *Noise* dapat berbentuk fisik, psikologis, fisiologis, dan semantik (Orbe dan Bruess, 2015).

Ada beberapa jenis hambatan, yaitu sebagai berikut :

1. Fisik, meliputi kebisingan yang bersumber dari suara, seperti kebisingan lalu lintas, musik yang keras, badai atau angin, ombak, sensor atau gergaji mesin, mesin-mesin mobil di bengkel, hingga bau badan atau bau mulut.
2. Jarak, misalnya anda tidak bebas berkomunikasi dengan seseorang karena

dipisahkan oleh sebuah meja besar didepan anda.

3. Psikologis, meliputi semua jenis gangguan yang bersumber dari faktor-faktor psikologis, seperti *self-awareness*, *self-perception*, persepsi, motivasi, hambatan mental yang mengganggu kelancaran pengiriman dan penerimaan pesan.
4. Sosiologis, misalnya hambatan status sosial, stratifikasi sosial, kedudukan atau peran yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan. Faktor-faktor ini mengurangi tingkat kebebasan berkomunikasi antarpersonal.
5. Antropologis, melalui hambatan kultural, seperti perbedaan latar belakang budaya, kebiasaan, adat istiadat, dan lain-lain antara pengirim dan penerima yang memengaruhi komunikasi.
6. Hambatan fisiologis, yaitu hambatan yang mencakup semua aspek fisik yang dapat mengganggu komunikasi.
7. Semantik, yaitu hambatan yang muncul dalam bentuk kata-kata yang dapat mengganggu perhatian pengirim dan penerima terhadap pesan (Orbe dan Bruess, 2005). Contoh, perbedaan bahasa atau konsep terhadap pesan antara pengirim dan penerima.

Berbagai situasi dan kondisi yang menyertai unsur-unsur komunikasi dapat juga menimbulkan hambatan, misalnya sosiologis atau bisa di artikan sebagai sosialisasi berpendapat bahwa dalam proses komunikasi kehidupan manusia dalam masyarakat.

2.1.2.1.6 Model Komunikasi Stimulus Respon

Penelitian ini model yang digunakan adalah model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*). Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (McQuail, 2010:466).

Menurut model ini, *organism* menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi *stimulus* khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah : media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. *Stimulus Respon Theory* atau *SR Theory*.

Menurut Hosland, et al (1953) dalam McQuail, (2010:464) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada masyarakat yang terdiri dari :

1. *Stimulus* (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif.
2. Apabila *stimulus* telah mendapat perhatian dari *organism* (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dilanjutkan kepada proses berikutnya.
3. Setelah itu *organism* mengelolah *stimulus* tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi *stimulus* yang telah diterimanya (bersikap)

4. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka *stimulus* tersebut mempunyai efek tindakan dari masyarakat tersebut

Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi komunikasi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Teori ini merupakan prinsip yang sederhana dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience.

Menurut McQuail, (2010:467) Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) yang berkeyakinan bahwa penyebab sikap yang dapat berubah tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisasi.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika perhatian komunikan. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan *organism*. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*soerces*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat

2.1.2.1.7 Sosialisasi

Sosialisasi adalah sebuah proses belajar seumur hidup dimana seorang individu mempelajari kultur dan kebiasaan masyarakat yang meliputi nilai – nilai, cara hidup, dan norma – norma sosial yang terdapat didalam masyarakat agar bisa berpartisipasi aktif dan dapat diterima didalam nya.

Dalam arti sempit, sosialisasi merupakan proses memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan reaksi serta tanggapannya. Sosialisasi dipengaruhi oleh lingkungan sosial, ekonomi, dan kebudayaan dimana individu tersebut berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman – pengalaman serta kepribadiannya (Mardatila, 2020).

Sosialisasi merupakan proses interaksi sosial yang menyebabkan dimana seorang individu mengenal individu lain dari cara berpikir, berperasaan, dan bertindak laku sehingga individu tersebut dapat berperan serta dalam kehidupan masyarakatnya (Syarif, 2008). Cara seorang individu untuk berpikir, berperasaan, dan bertindak-laku itu didapat dan dipelajari dari anggota masyarakat lainnya. Secara sadar maupun tidak sadar, setiap individu mendapat informasi dari apa yang diajarkan oleh orang tua, saudara, anggota keluarga yang lain, dan guru di sekolah. Berbagai situasi juga dapat diamati dari tingkah laku orang lain, membaca buku, menonton televisi, dan kebiasaan-kebiasaan di lingkungannya. Interaksi individu dengan lingkungannya merupakan proses sosialisasi.

Sosialisasi merupakan proses belajar, pada dasarnya manusia memiliki sifat tidak akan pernah puas untuk belajar tentang sesuatu hal yang belum diketahuinya, seperti belajar norma - norma untuk bisa beradaptasi dengan

lingkungan sosialnya sendiri, hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Peter L Berger yang mengatakan bahwa sosialisasi merupakan proses di mana seseorang belajar menjadi anggota masyarakatnya.

Lewat proses – proses sosialisasi, individu masyarakat belajar mengetahui dan memahami tingkah perkeriti apakah yang harus dilakukan dan yang harus tidak dilakukan di dalam masyarakat. Ringkasnya, lewat sosialisasi warga masyarakat itu sendiri akan saling mengetahui peranan masing - masing dalam masyarakat.

Sosialisasi apabila dikaitkan dengan prosesnya, terdapat jenis-jenis sosialisasi. Menurut Peter L Berger dan Luckman terdapat 2 jenis sosialisasi yaitu:

- a. Sosialisasi primer, sosialisasi yang pertama kali yang dijalani oleh individu semasa kecil dan menjadi pintu bagi individu tersebut untuk belajar menjadi anggota masyarakat.
- b. Sosialisasi sekunder, proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu tersebut kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat.

Kedua proses tersebut berjalan secara menyeluruh, di tempat tinggal dan tempat kerja. Dalam dua tempat tersebut, terdapat sejumlah individu lain dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luar dan jangka waktu tertentu, bersama - sama menjalani proses kehidupan (Oktafina, 2020).

Menurut Narwoko dan Bagong dalam “Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan” proses sosialisasi yang ternyata relevan bagi pembentukan kepribadian dapat dibedakan atas:

- a. Proses sosialisasi yang dikerjakan (tanpa sengaja) lewat proses interaksi sosial.
- b. Proses sosialisasi yang dikerjakan (secara sengaja) lewat proses pendidikan dan pengajaran (Bagong, Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan, 2007).

Sosialisasi dilakukan oleh person – person yang memiliki kedudukan sederajat dengan mereka yang disosialisasi dan walaupun di dalam proses sosialisasi macam ini diusahakan juga tertanamnya pemahaman atas norma – norma sosial kedalam ingatan individu yang disosialisasikan, akan tetapi memiliki tujuan utama yaitu agar individu yang disosialisasi itu dapat diajak memasuki suatu hubungan kerjasama yang koordinatif dan kooperatif dengan pihak yang mensosialisasi dengan kata lain didalam proses sosialisasi ekualitas ini tidak ada unsur paksaan atau pengekangan karena proses sosialisasinya dilaksanakan dengan terbuka saling berbagi pengalaman berbagi cerita karena memiliki derajat yang sama atau setara.

Perlu dicatat, bahwa aktivitas melaksanakan sosialisasi itu tidak selalu, dan tidak selamanya, dilakukan secara sadar dan sengaja. Di samping usaha pendidikan, pengajaran, *indoktrinasi*, pemberian petunjuk-petunjuk, dan nasihat-nasihat, dan lain lain kegiatan melaksanakan sosialisasi yang formal lainnya, banyak sekali kita jumpai aktivitas-aktivitas sosialisasi yang dilaksanakan tanpa disadari oleh person yang mengerjakan itu. Sesungguhnya tanpa disadarinya telah

“mengajarkan” yaitu memberikan contoh-contoh kepada pihak yang disosialisasi ini tentang bagaimanakah orang di dalam situasi-situasi tertentu seharusnya bertingkah pekerti. Kalau seorang ibu atau ayah, misalnya, mengerjakan sekian banyak rangkaian tingkah pekerti di dalam ketika menyabut tamu yang berkunjung ke rumahnya dan ibu tersebut langsung menggunakan masker untuk mencegah terjadinya penularan *Covid – 19*, dan anak – anaknya menyaksikannya, maka sesungguhnya sang ibu atau ayah ini tanpa disadari telah mensosialisasikan norma – norma “bagaimana seharusnya menyambut tamu ketika sedang dalam masa *Covid – 19*” kepada anak – anaknya. Begitu pula dengan hal sebaliknya.

2.1.2.1.8 Sosialisasi dan Komunikasi

Menurut Charlotte Buhler (1978:55), Sosialisasi merupakan suatu proses yang terjadi didalam anggota masyarakat untuk menyesuaikan diri dan belajar terhadap cara hidup dan bagaimana cara berpikir kelompoknya, agar ia dapat berperan dalam kelompok tersebut. Dalam sistem sosial Sosialisasi termasuk suatu proses, secara singkat sosialisasi dapat dikatakan sebagai proses penyerapan warisan-warisan sosial dan budaya oleh seseorang dalam suatu masyarakat, melalui sosialisasi seseorang akan berfungsi dalam kelompoknya.

Melalui proses sosialisasi individu didalam masyarakat akan menjadi tahu bagaimana cara bertingkah laku di tengah masyarakat, sehingga membawa keadaan diri menjadi masyarakat yang beradab. Seseorang akan terus berfikir bagaimana cara bermasyarakat yang baik. Tujuan Sosialisasi di Masyarakat secara rinci sebagai berikut:

1. Agar setiap anggota masyarakat memahami suatu lingkungan sosial dan budaya, baik lingkungannya sendiri dimana ia tinggal maupun lingkungan baru.
2. Agar individu mengembangkan kemampuan untuk berkomunikasi satu sama lain, misalnya kemampuan menulis, membaca, dan lain-lain.
3. Agar setiap anggota masyarakat mengetahui nilai-nilai dan norma yang ada pada suatu kelompok masyarakat.

Sosialisasi dilakukan setiap harinya oleh masyarakat itu sendiri, dalam melakukan sosialisasi melalui proses komunikasi yang begitu intens. Dalam proses komunikasi merupakan unsur terpenting dalam menentukan berhasil atau tidaknya proses penyampaian dari komunikator kepada komunikan yang itu menjadi tujuan utama dari sebuah proses komunikasi. Jika proses komunikasi baik dan tersampaikan dengan baik, maka hasilnya juga pasti sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seorang komunikator.

Proses komunikasi inilah yang kemudian sering menimbulkan salah paham. Wajar saja, hal ini dikarenakan merupakan sebuah jalan yang menjadi perantara penyampaian informasi. Jika jalan tersebut rusak atau putus maka hasil dari komunikasi itu akan berantakan. Dalam proses komunikasi yaitu seorang komunikator dengan tujuan utamanya adalah untuk mengubah sikap atau perilaku komunikan atau penerima tersebut. dalam proses komunikasi yang disebut sebagai transfer informasi ini, secara tidak langsung dijelaskan, bahwa tujuan utama untuk mengoptimalkan proses komunikasi adalah untuk mencapai tujuan, yakni mengubah sikap seseorang.

1. Agen sosialisasi

Agen sosialisasi merupakan tempat dimana sosialisasi itu terjadi atau sarana untuk sosialisasi. Yang dimaksud agen – agen sosialisasi adalah pihak – pihak dimana seseorang individu menerima nilai – nilai atau tempat dimana seseorang individu tersebut belajar terhadap segala sesuatu yang kemudian menjadikannya dewasa, secara rinci, beberapa agen sosialisasi yang utama adalah:

a. Keluarga

Pertama kali manusia mengalami proses sosialisasi adalah di dalam keluarganya sendiri dimana manusia itu dilahirkan. Ayah, ibu, dan anak merupakan kelompok terkecil dalam masyarakat. Dari sinilah anak tersebut mengenal lingkungan sosialnya dan budayanya, juga mengenal seluruh anggota keluarganya. Dari sinilah keluarga sebagai media pertama untuk melatih anak tentang penguasaan diri, pemahaman nilai – nilai, norma – norma sosial, serta melatih anak dalam mempelajari peranan sosial.

b. Kelompok bermain atau teman sebaya

Agen sosialisasi selanjutnya atau media sosialisasi ini adalah kelompok sebaya atau teman sepermainan. Teman sebaya yaitu terdiri atas beberapa orang anak yang usianya hampir sama. Mereka sering bermain bersama bahkan juga mereka saling berinteraksi satu dengan yang lainnya untuk memperoleh kesenangan (rekreatif).

Dalam kelompok temannya itulah seseorang anak yang pertama mendapatkan proses sosialisasi mulai menerapkan prinsip hidupnya bersama diluar lingkungan keluarganya. Mereka bekerja sama dengan teman temannya

dalam berbagai macam hal. Jalinan antar individu dengan kelompok sebayanya yang sangat kuat, sehingga bisa melahirkan nilai dan norma tertentu yang dijunjung tinggi dalam pergaulan mereka (Narwoko, 2007).

c. Sekolah

Sekolah merupakan agen sosialisasi yang sangat penting dalam proses sosialisasi. Sebagai media sosialisasi, sekolah memiliki peran fungsi sebagai berikut:

- Sekolah menciptakan integrasi sosial
- Sekolah mengajarkan media transmisi kebudayaan
- Mengajarkan peranan sosial
- Sekolah membentuk kepribadian

Proses sosialisasi pengetahuan dan keterampilan merupakan program yang bersifat nyata (*real curriculum*). Artinya, proses pembelajaran yang terprogram dalam kurikulum sekolah tersebut, sedangkan sosialisasi nilai dan sikap merupakan kurikulum tersembunyi (*hidden curriculum*). Pelaksanaannya tidak terprogram secara eksplisit, tetapi terintegrasi dalam semua proses kegiatan di sekolah.

d. Media Massa

Dalam kehidupan masyarakat modern, komunikasi merupakan suatu yang sangat penting untuk kebutuhan menerima dan menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak yang lainnya. Media massa merupakan sarana yang dapat dimanfaatkan oleh banyak orang (massa). TV, film, surat kabar, majalah, dan lainnya mempunyai peranan penting dalam

proses tranformasi norma – norma dan nilai – nilai baru kepada masyarakat.

Media massa merupakan media sosialisasi yang kuat dalam membentuk keyakinan – keyakinan baru atau mempertahankan keyakinan yang ada. Bahkan ruang lingkupnya dalam proses sosialisasi melalui media massa lebih laus dari media sosialisasi lainnya. Contohnya, iklan – iklan di media massa disinyalir telah menyebabkan terjadinya pola konsumsi, bahkan merubah gaya hidup masyarakat.

e. Tempat Kerja

Di dalam lingkungan kerja apapun dan manapun, seseorang akan selalu berinteraksi dengan orang lain. Interaksi itu akan membuat orang saling menerima dan memberi pengaruh. Di dalam lingkungan kerja inilah individu saling berinteraksi dan berusaha untuk menyesuaikan dengan norma dan nilai yang berlaku didalamnya. Di lingkungan birokrasi yang berbeda biasanya akan memiliki gaya hidup dan perilaku berbeda pula.

2. Proses Sosialisasi

Sosialisasi merupakan sebuah proses dimana individu belajar berinteraksi dengan orang lain, bagaimana cara bertindak, berpikir, dan merasakan, semua hal tersebut merupakan bagian penting untuk menghasilkan partisipasi sosial yang efektif dalam kelompok masyarakat. Menurut Lindsley dan Beach (2004), proses sosialisasi dalam masyarakat adalah sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan (*Preparatory Stage*)

Pada tahap ini dialami sejak manusia dilahirkan, dimana saat seorang anak mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosialnya, dan juga untuk memperoleh pemahaman tentang dirinya sendiri. Pada tahap ini juga anak-anak mulai melakukan kegiatan meniru berbagai macam hal meski tidak sempurna.

b. Tahap Siap Bertindak (*Game Stage*)

Dalam tahap siap bertindak, peniruan yang dilakukan pada tahap persiapan sudah mulai berkurang dan digantikan peran secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesadaran. Kemampuan untuk menempatkan diri pada posisi orang lain pun meningkat, sehingga memungkinkan adanya kemampuan bermain secara bersama-sama. Pada tahap ini juga lawan berinteraksi semakin banyak dan hubungannya semakin kompleks. Hubungan antara individu dengan individu lain sudah terjalin secara bersama.

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

Pada tahap ini seseorang telah dianggap dewasa, dapat menempatkan dirinya pada posisi masyarakat secara luas. Individu dapat berinteraksi tidak hanya berinteraksi dengan orang-orang sekitarnya tetapi dapat bersosialisasi dengan masyarakat luas. Peraturan yang ada menjadikan individu menyadari akan pentingnya aturan tersebut, bahkan adanya kemampuan untuk bekerja sama bahkan dengan orang lain yang belum dikenalnya, pada perkembangan diri individu ini telah menjadikan individu sebagai warga masyarakat dalam arti sepenuhnya (Riadi, 2020).

2.1.2.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.2.1 Covid-19

Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut *Covid-19*. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. *Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan nama virus Corona adalah jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia. Virus ini bisa menyerang siapa saja, baik bayi, anak-anak, orang dewasa, lansia, ibu hamil, maupun ibu menyusui.

Coronavirus adalah kumpulan virus yang bisa menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan, seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti infeksi paru-paru (pneumonia). Selain virus SARS-CoV-2 atau virus Corona, virus yang juga termasuk dalam kelompok ini adalah virus penyebab *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) dan virus penyebab *Middle-East Respiratory Syndrome* (MERS). Meski disebabkan oleh virus dari kelompok yang sama, yaitu coronavirus, *Covid-19* memiliki beberapa perbedaan dengan SARS dan MERS, antara lain dalam hal kecepatan penyebaran dan keparahan gejala.

Indonesia masih bergelut melawan virus Corona hingga saat ini, sama dengan negara lain di dunia. Jumlah kasus virus Corona terus bertambah dengan beberapa melaporkan kesembuhan, tapi tak sedikit yang meninggal. Usaha

penanganan dan pencegahan terus dilakukan demi melawan *Covid-19* dengan gejala mirip flu. Kasus virus Corona diketahui lewat penyakit misterius yang melumpuhkan Kota Wuhan, China. Tragedi pada akhir 2019 tersebut terus berlanjut hingga penyebaran virus Corona mewabah ke seluruh dunia. Metode penyebaran virus ini sangat cepat dan telah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan. Sehingga dalam hal ini pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengembangkan aplikasi Peduli Lindungi yang berbasis android yang dapat di unduh secara bebas oleh masyarakat untuk membantu menangani penyebaran virus Corona yang semakin hari semakin merajalela. Makalah ini akan membahas, terkait tata cara penggunaan aplikasi Peduli Lindungi memiliki fitur aplikasi tracking yang dapat mendeteksi pergerakan terpapar *Covid-19* selama 14 hari ke belakang. Berdasarkan hasil tracking dan tracing, masyarakat akan menerima warning untuk segera menjalankan protokol kesehatan apabila di sekitarnya terdapat pasien positif *Covid-19*.

2.1.2.2.2 Satgas Covid-19

Satuan Tugas Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019 adalah sebuah satuan tugas yang dibentuk pemerintah Indonesia untuk mengkoordinasikan kegiatan antarlembaga dalam upaya mencegah dan menanggulangi dampak penyakit koronavirus baru di Indonesia satuan tugas ini dibentuk pada 13 Maret 2020 berdasarkan keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang satuan tugas. Percepatan penanganan Corona Virus Disease 2019 dan berada di bawah serta bertanggung jawab langsung pada presiden Indonesia.

Satuan tugas ini berada dalam lingkup Badan Nasional Penanggulangan Bencana, dengan melibatkan kementerian, lembaga, dan unit pemerintahan lain seperti Kementerian Kesehatan, Kepolisian Negara Republik Indonesia, Tentara Nasional Indonesia, dan pemerintah di daerah. Satuan tugas ini dibentuk tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di tingkat Provinsi dan Kabupaten/Kota. Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana Doni Monardo ditunjuk sebagai kepala pelaksana Satuan tugas ini, sementara Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Muhadjir Effendy ditunjuk sebagai kepala dewan pengarah. Lembaga ini dibubarkan pada 20 Juli 2020 berdasarkan Perpres Nomor 82 Tahun 2020. Tugas lembaga ini kemudian dipindahkan dalam satuan tugas penanganan *Covid-19* pada Komite Penanganan *Covid-19* dan Pemulihan Ekonomi Nasional.

Susunan keanggotaan Satuan Tugas Percepatan Penanganan *Covid-19* terbagi ke dalam dua bagian, yakni dewan pelaksana dan dewan pengarah. Dewan pelaksana bertugas dalam menetapkan dan melaksanakan rencana percepatan penanganan pandemi *Covid-19* di Indonesia. Sementara, dewan pengarah bertugas untuk memberikan arahan, melakukan pemantauan, dan mengevaluasi dewan pelaksana selama menjalankan tugas penanggulangan pandemi *Covid-19*. Anggota dewan pelaksana terdiri dari unsur badan penanggulangan bencana, unsur dari kementerian dan lembaga pemerintahan, unsur TNI, unsur Polri, dan unsur lainnya yang dapat ditetapkan oleh kepala pelaksana. Sementara, anggota dewan pengarah terdiri dari menteri koordinator bidang pembangunan manusia dan kebudayaan, menteri koordinator bidang politik, hukum, dan keamanan,

menteri kesehatan, menteri keuangan, menteri dan kepala lembaga terkait, panglima TNI, kapolri dan seluruh gubernur di Indonesia. Adapun tujuan pembentukan satuan tugas ini, yaitu :

- a. Meningkatkan ketahanan nasional dibidang kesehatan.
- b. Mempercepat penanganan *Covid-19* melalui sinergi antar kementriaan/lembaga dan pemerintah daerah.
- c. Meningkatkan antisipasi perkembangan eskalasi penyebaran *Covid-19*.
- d. Meningkatkan sinergi pengambilan kebijakan operasional.
- e. Meningkatkan kesiapan dan kemampuan dalam mencegah, mendeteksi, dan merespons terhadap *Covid-19*.

Satuan Tugas Percepatan Penanganan *Covid-19* sebagaimana yang dimaksud, terdiri atas pengarah dan pelaksana. Pengarah memiliki dua tugas, yaitu memberikan arahan kepada pelaksana dalam melaksanakan percepatan penanganan *Covid-19* dan melakukan pemantauan dan evaluasi pelaksanaan percepatan penanganan *Covid-19*. Sementara itu, pelaksanaan mempunyai lima tugas utama, yaitu:

- a. Menetapkan dan melaksanakan rencana operasional percepatan penanganan *Covid-19*.
- b. Mengoordinasikan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan percepatan penanganan *Covid-19*.
- c. Melakukan pengawasan pelaksanaan percepatan penanganan *Covid-19*.
- d. Mengarahkan sumber daya untuk pelaksanaan kegiatan percepatan penanganan *Covid-19*.

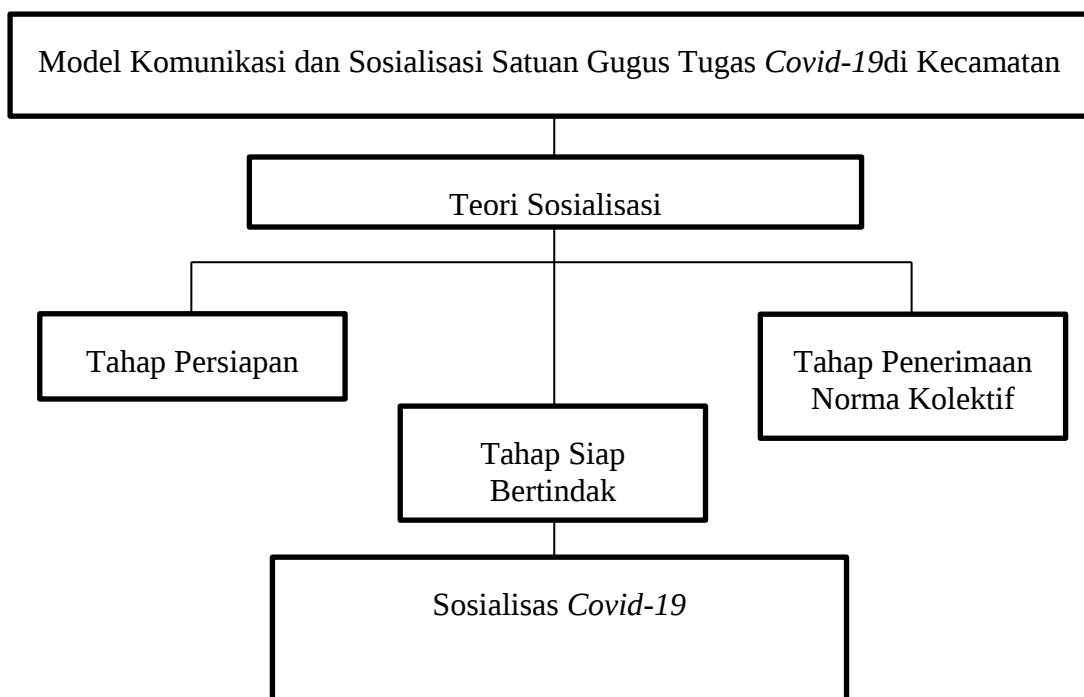
Melaporkan pelaksanaan percepatan penanganan *Covid-19* kepada Presiden dan
Pengarah

2.1.3 Bagan Kerangka Pemikiran

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran

Teori Sosialisasi Menurut Lindsley dan Beach (2004)

(Zunita, 2015, p. 7)



Sumber : Diolah oleh peneliti