

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penulisan ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan. Baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari jurnal skripsi dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang Strategi Komunikasi Kementerian Kesehatan Pada Penerapan Vaksinasi Anak Usia 12-17 Tahun. penelitian tersebut memiliki fokus kajian yang berbeda dari peneliti terdahulu, yaitu:

2.1.1.1 Penelitian Dalam Perspektif 1

Penelitian yang pertama yaitu, Mayangga Dwi Nanjaya. Judul skripsi Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi pada Anak (2017). Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia tahun 2017. Penelitian ini dilatar belakangi oleh Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam mensosialisasikan program imunisasi pada anak yang bertujuan untuk mengetahui streategi kampanye serta ingin mengetahui peluang dan hambatan yang dihadapi Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam program imunisasi pada anak.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data pada skripsi ini ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi/ studi pustaka. Narasumber dalam penelitian ini adalah pada Bidang Pengendalian Masalah Kesehatan (PMK), Seksi Pengendalian Wabah dan Bencana di Dinas Kesehatan Kota Jambi, Pemegang Program Imunisasi dan Koordinator Imunisasi di Puskesmas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kota Jambi tidak memiliki Bagian Humas. Strategi kampanye imunisasi di Dinas Kesehatan Kota Jambi dikelola oleh kepala Bidang Pengendalian Masalah Kesehatan (PMK) dan Kepala Seksi Pengendalian Wabah dan Bencana. Kampanye yang telah dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Jambi juga telah memenuhi unsur-unsur *Intended Effect, Communication Objective, Target Population dan The Receiving Group*. Analisis situasi dan kondisi di Kota Jambi yang semakin berkembangnya jumlah mitra kerja, berkembangnya jumlah LSM peduli kesehatan, pertumbuhan sarana pelayanan imunisasi dan meningkatnya aktivitas Perguruan Tinggi Kesehatan merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan mengatasi *weakness* atau hambatan seperti kondisi penduduk semakin kompleks, target seluruh kelurahan harus mencapai UCI dan tuntutan iptek bidang kesehatan.

2.1.1.2 Penelitian Dalam Perspektif 2

Penelitian yang kedua yaitu **Baiq Fitri Wulandari**. Dengan judul skripsi yaitu, “**Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Program Imunisasi *Measles-Rubella***” (2020). Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas

Islam Yogyakarta. Penelitian ini dilatar belakangi oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melaksanakan imunisasi MR, penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melaksanakan kampanye imunisasi MR yang dimana masyarakat Nusa Tenggara Barat merupakan masyarakat mayoritas Muslim dan juga ingin mengetahui peluang dan hambatan dalam mengkampanyekan imunisasi MR.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah obeservasi langsung dan wawancara.

Kesimpulan dari penelitian Baiq Fitri Wulandari adalah Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa strategi komunikasi dalam melakukan kamoany imunisasi yaitu strategi komunikasi melalui sosialisasi dan koordinasi, mengadakan pelatihan petugas kesehatan, kadr promosi keshatan mendatangi langsung masyarakat, strategi omunikasi melalui beberapa media, menggunakan strategi *testimonial dvice*. Faktor pendukung dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat ialah pertama adanya komitmen antara *stakeholder*, selanjutnya adanya dukungan dari media yang memudahkan dalam penyebarluasan pesan atau informasi tentang imunisasi MR. Kemudian faktor penghambatnya yaitu pertama, pemberian vaksin belum merata karena sekolah diliburkan selama 3 minggu saat adanya bencana gempa bumi. Kedua munculnya atau beredarnya isu di masyarakat

tentang kandungan vaksin yang masih haram dan yang terakhir pemberian informasi atau jadwal kampanye berbenturan dengan jam kerja masyarakat.

2.1.1.3 Penelitian Dalam Perspektif 3

Penelitian yang ketiga yaitu **Detcya Riza Putri**, dengan judul skripsi **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kesehatan Kota Padang Dalam Mensosialisasikan Virus Difteri”** (2018). Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universita Sumatera Utara Medan. Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh Dinas Kesehatan dalam mensosialisasikan Virus Difteri. Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Dinas Kesehatan dalam Mensosialisasikan virus Difteri, serta faktor pendukung dan penghambat dalam sosialisasi tersebut. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Komunikasi dan Komunikasi Kesehatan, Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Massa, Komunikasi Pemasaran, Sosialisasi, Imunisasi dan S-O-R.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif kuantitatif, dengan jumlah populasi dalam penelitian ini sebesar 137 orang, dengan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 93 oran. Teknik penarikan sampel didalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*).

Hasil dari penelitian Detcya Riza Putri menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Padang yang pertama advokasi, kedua bina suasana, ketiga pemberdayaan masyarakat dan

keempat kemitraan serta faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh peneliti adalah pertama pada faktor pendukung, berhasilnya sosialisasi ini adalah minat dan ketertarikan masyarakat dan yang menjadi faktor penghambat sosialisasi adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai difteri.

Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terdahulu Penelitian Kualitatif tentang “Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi pada Anak”.

NO	Item	Penelitian I
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Mayangga Dwi Nanjaya. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia tahun 2017. Judul skripsi “Strategi Kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi Dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi Pada Anak”.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye Humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam mensosialisasikan program imunisasi pada anak serta ingin mengetahui peluang dan hambatan yang dihadapi Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam program imunisasi anak.
3.	Pendekatan Penelitian	Deskriptif Kualitatif
4.	Teori penelitian	Fokus penelitian ini adalah teori strategi kampanye dan manajemen kampanye kehumasan yang berfokus pada Strategi kampanye humas Dinas Kesehatan Kota Jambi dalam mensosialisasikan program imunisasi pada anak.
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini ialah : Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kota Jambi tidak memiliki Bagian Humas. Strategi kampanye imunisasi di Dinas Kesehatan Kota Jambi dikelola oleh kepala Bidang Pengendalian Masalah Kesehatan (PMK) dan Kepala Seksi Pengendalian Wabah dan Bencana. Kampanye yang telah dilakukan Dinas Kesehatan Kota Jambi Juga telah memenuhi unsur-unsur <i>Intended Effect Communication Objective, Target Population and The Receiving Group</i> . Analisis situasi dan kondisi di Kota Jambi yang semakin berkembangnya jumlah mitra kerja, berkembangnya jumlah mitra kerja,

		berkembangnya jumlah LSM peduli kesehatan pertumbuhan sarana pelayanan imunisasi dan meningkatnya aktivitas Perguruan Tinggi Kesehatan merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan mengatasi <i>weakness</i> atau hambatan seperti kondisi penduduk semakin kompleks, target seluruh kelurahan harus mencapai UCI dan tuntutan IPTEK bidang kesehatan
6.	Perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan datang adalah memiliki objek yang sama yaitu Dinas Kesehatan, namun perbedaannya terletak pada masalah penelitian dan teori yang digunakan.
7.	Kritik	Kurang menjelaskan terkait pada teknik pengumpulan data pada studi pustaka/dokumentasi.

Tabel 2.2

Matriks Penelitian Terdahulu Pendekatan Kualitatif tentang “Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam Mengkampanyekan Program Imunisasi *Measles-Rubella*”.

NO	Item	Penelitian 2
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Baiq Fitri Wulandari. Jurusan Ilmu Kmunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Yogyakarta tahun 2020. Dengan Judul skripsi “Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Mengkampanyekan Program Imunisasi <i>Measles-Rubella</i> ”.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam melaksanakan kampanye imunisasi MR yang dimana masyarakat Nusa Tenggara Barat merupakan masyarakat Muslim dan juga ingin mengetahui peluang dan hambatan dalam mengkampanyekan imunisasi MR.
3.	Pendekatan Penelitian	Kualittatif
4.	Teori penelitian	Teori strategi komunikasi
5.	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian Baiq Fitri Wulandari adalah Dinas Kesehatan Nusa Tenggara Barat melakukan beberapa strategi komunikasi dalam melakukan kampanye imunisasi yaitu strategi komunikasi melalui sosialisasi dan koordinasi mengadakan pelatihan petugas kesehatan, kader promosi kesehatan mendatangi langsung masyarakat, strategi komunikasi melalui beberapa media, menggunakan starategi <i>testimonial device</i> . Faktor pendukung dalam pelaksanaan kampanye imunisasi MR yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Nusa

		Tenggara Barat ialah pertama adanya komitmen antara <i>stakeholder</i> , selanjutnya adanya dukungan dari media yang memudahkan dalam penyebarluasan pesan atau informasi tentang imunisasi MR. Kemudian faktor penghambatnya yaitu pertama pemberian vaksin belum merata karena sekolah diliburkan selama 3 minggu saat adanya bencana gempa bumi. Kedua munculnya atau beredarnya isu di masyarakat tentang kandungan vaksin yang masih haram dan yang terakhir pemberian informasi atau jadwal kampanye berbenturan dengan jam kerja masyarakat.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilakukan	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi dan perbedaanya terletak pada objek penelitian dan teknik pengumpulan data.
7.	Kritik	Tidak ada, karena teori yang digunakan sudah dijelaskan secara rinci begitupun dengan metode penelitian dan teknik pengumpulan data.

Tabel 2.3
Matriks Penelitian Terdahulu Pendekatan Kualitatif tentang “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kesehatan Kota Padang Dalam Mensosialisasikan Virus Difteri”.

NO	Item	Penelitian 3
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Detcya Riza Putri, jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan tahun 2018. Dengan judul skripsi “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kesehatan Kota Padang Dalam Mensosialisasikan Virus Difteri”.
2.	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Dinas Kesehatan dalam mensosialisasikan virus difteri, serta faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi peneliti dalam sosialisasi tersebut.
3.	Pendekatan Penelitian	Kuantitatif
4.	Teori penelitian	Komunikasi dan Komunikasi Kesehatan, Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Massa Komunikasi Pemasaran, Sosialisasi, Imunisasi dan S-O-R.
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian dari Detcya Riza Putri menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Padang yang pertama advokasi, kedua bina suasana, ketiga pemberdayaan masyarakat dan keempat kemitraan serta faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh peneliti adalah pertama pada faktor pendukung, berhasilnya sosialisasi ini adalah minat dan ketertarikan masyarakat dan yang menjadi faktor

		penghambat sosialisasi adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai difteri.
6.	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilakukan	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi dan perbedaanya terletak pada metode penelitian dan objek penelitian serta teknik pengumpulan data
7.	Kritik	Tidak ada, karena teori yang digunakan sudah dijelaskan secara rinci begitupun dengan metode penelitian dan teknik pengumpulan data.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

Di dalam sebuah penelitian diperlukan sebuah landasan teoritis, untuk dijadikan salah satu acuan untuk sebuah penelitian, adapun teori yang penulis gunakan, yaitu:

2.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make normal*). Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai "proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih. menurut Carl I. Hovland komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).

Menurut Harold Lasswell komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” “dengan saluran apa” “kepada siapa” dan “dengan akibat apa” atau hasil apa” (*Who Says What in Which Channel to Whom and With What Effect*. (Suryadi, 2018).

Banyak teori komunikasi yang sudah diketengahkan oleh para ahli tetapi untuk strategi komunikasi yang memadai untuk dijadikan pendukung strategi komunikasi ialah yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell (Suryadi, 2018).

Berdasarkan pemahaman para ahli, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah usaha penyampaian pesan atau informasi baik secara verbal ataupun non

verbal kepada satu atau lebih komunikan dengan adanya feedback yang diberikan oleh komunikan.

b. Tujuan Komunikasi

Tujuan umum komunikasi menurut Stanton (1982) ada lima tujuan komunikasi yaitu:

1. Mempengaruhi orang lain.
2. Membangun atau mengelola relasi antar.
3. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan.
4. Membantu orang lain.
5. Bermain atau bergurau. (Liliweri, 2011)

Tujuan komunikasi perlu memerhatikan rencana komunikasi untuk berinteraksi atautkah komunikasi dapat dijalankan secara alamiah saja. Tujuan komunikasi secepat mungkin harus memperhatikan elemen-elemen utama komunikasi, yaitu:

1. Pengirim, orang yang mengirimkan pesan (encoder)
2. Penerima, orang yang menginterpretasi pesan (decoder)
3. Saluran, metode bagi seseorang untuk mengoptimalkan daya guna sehingga dapat mengirimkan sebuah pesan secara verbal, nonverbal, atau termediasi.
4. Pesan, informasi yang distimulasikan itu dikirim oleh pengirim ke dalam alam pikiran penerima.
5. Umpan balik, respon yang diberikan penerima kepada pengirim

6. Lingkungan, dunia fisik dan nonfisik sebagai tempat terjadinya interaksi.
7. Gangguan, dari luar yang hanya dapat terlihat dan terasa dalam peristiwa komunikasi. (Liliweri, 2011)

c. Fungsi-Fungsi Komunikasi

Secara umum ada empat kategori fungsi utama komunikasi, yaitu:

1. Fungsi Informasi

Pepatah mengatakan bahwa siapa yang menguasai informasi, maka dialah yang menguasai dunia, dan komunikasi menyediakan informasi tentang keadaan dan perkembangan lingkungan sekelilingnya. Informasi dapat kita peroleh dari komunikasi lisan maupun tulisan melalui komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok/organisasi maupun melalui media massa. Semakin kaya informasi seorang semakin meningkat kualitas pada hidup mereka dan menjadi tempat bertanya bagi orang lain disekitarnya.

2. Fungsi Hiburan

Hiburan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi semua orang. Komunikasi menyediakan hiburan yang tiada habis-habisnya, misalnya melalui film, variety show, televisi, media sosial, radio, drama, musik, literatur, komedi, dan permainan.

3. Fungsi Instruksi

Instruksi adalah informasi plus. Fungsi instruksi adalah fungsi informasi yang disebut instruksi itu terutama “mewajibkan” kita “menguasai” materi yang diinstruksikan.

4. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif adalah komunikasi yang mengajak untuk melakukan tujuan yang sama, atau komunikasi persuasif mendorong kita untuk terus berkomunikasi dalam rangka penyatuan pandangan yang berbeda dalam rangka pembuatan keputusan personal maupun kelompok atau organisasi. Fungsi persuasif ini mengharapkan penerima pesan akan berubah pikiran dan perilakunya.

d. Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam buku komunikasi (Liliweri, 2011), terdapat unsur-unsur komunikasi, yaitu:

1. Pengirim/Sumber

Pengirim adalah orang yang membuat pesan. (Orbe & Bruess, 2005). Sebagai pengirim pesan yang bertujuan tertentu, maka pengirim tidak selalu berada dalam posisi serba tahu atau serba kenal terhadap penerima, karena itu pengirim mentransmisi pesan untuk mendapat respons demi menyamakan persepsi terhadap pesan.

2. Penerima

Penerima adalah orang yang menafsirkan pesan yang disampaikan. Ketika suatu pesan diterima, maka orang yang menerima menginterpretasi pesan-pesan kemudian mendapatkan timbal balik dan dikirimkan kembali kepada pengirim.

3. *Encoding* dan *Decoding*

Encoding adalah proses dimana pengirim menerjemahkan ide atau maksudnya kedalam simbol-simbol berupa kata-kata atau nonverbal. *Decoding* adalah aktivitas dari seorang penerima yaitu menerjemahkan simbol-simbol verbal dan nonverbal tadi ke dalam pesan yang bisa saja miri, persis sama dengan, atau sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan pengirim.

4. Pesan

Pesan adalah gagasan, perasaan atau pemikiran yang telah di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima.

Ada dua hal utama yang terkandung di dalam “makna” pesan, yaitu :
(Liliweri, 2011)

- *Content meaning* merupakan pesan yang disampaikan mudah dipahami karena pesan selalu diucapkan atau ditulis dengan menggunakan bahasa yang sama di antara pengirim dan penerima.
- *Relationship meaning* adalah makna pesan yang dipahami secara emosional.

5. Saluran

Saluran komunikasi merupakan sarana untuk mengangkut atau memindahkan pesan dari pengirim ke penerima.

6. Gangguan/Noise

Dalam berkomunikasi tidaklah selalu lancar, komunikasi sering mengalami hambatan, gangguan atau distorsi. Ada beberapa jenis noise, yaitu : (Liliweri, 2011)

- Fisik, meliputi kebisingan yang bersumber dari suara, seperti kebisingan lalu lintas, musik yang keras, badai atau angin dan lain-lain.
- Jarak
- 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.
- Sosiologis, misalnya status sosial, stratifikasi sosial, kedudukan dan peran yang berbeda antara pengirim dan penerima.
- Antropologis, meliputi hambatan kultural seperti perbedaan latar belakang budaya
- Hambatan fisiologis adalah hambatan yang mencakup semua aspek fisik yang dapat mengganggu komunikasi
- Semantik adalah hambatan yang muncul dalam bentuk kata-kata yang dapat mengganggu perhatian pengirim dan penerima terhadap pesan.

2.2.1.2 Tinjauan *Public Relations*

Public relations menurut Harlow adalah sebuah fungsi manajemen yang khas yang membantu dalam membangun dan memelihara hubungan mutualistik dari komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dan publik; melibatkan manajemen masalah atau isu; membantu manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk terus mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi tren; serta memanfaatkan penelitian dan teknik komunikasi etis sebagai alat utamanya (Suwatno, 2018).

Tujuan utama PR adalah penyelenggara komunikasi timbal balik antara suatu organisasi dan publik yang berpengaruh atas tujuan organisasi. Bertujuan untuk menciptakan saling pengertian atau *mutual understanding* dan dukungan tercapainya tujuan, kebijakan, dan tindakan organisasi (Liliweri, 2011).

2.2.1.2.1 Unsur Utama *Public Relations*

Unsur utama *Public Relations* terdiri dari 15 unsur utama, yaitu:

1. *Counseling*, jasa untuk melakukan konseling kepada para manajemen organisasi.
2. Riset, menentukan sikap dan perilaku publik dan menentukan sebab baginya untuk merencanakan, menerapkan, dan mengukur aktivitas untuk memengaruhi atau mengubah perilaku dan sikap tersebut.
3. Hubungan media, berperan sebagai penghubung antara organisasi dengan media komunikasi yang berfungsi untuk melakukan publisitas.

4. Publisitas, penyebarluasan informasi secara terencana melalui media yang terpilih tanpa dipungut biaya dari masyarakat.
5. Relasi kerja, bertanggung jawab dalam kepedulian atas proses informasi dan motivasi terhadap para anggota organisasi.
6. Hubungan masyarakat, proses komunikasi berkelanjutan, melalui proses perencanaan dan keikutsertaan aktif masyarakat untuk memelihara dan meningkatkan lingkungannya.
7. *Public Affairs*, pengembangan keterlibatan semua manajemen dalam menerapkan kebijakan publik yang efektif, dan membantu organisasi agar dapat menyesuaikan diri sesuai dengan harapan publik.
8. *Government affairs*, yang menghubungkan legislatif dengan agensi regulatif sebagai agen untuk mengelolanya atas nama suatu organisasi
9. *Issues management*, mengidentifikasi dan mengalatkan isu dari kepedulian publik yang mendorong kepedulian organisasi.
10. *Financial relations*, menciptakan dan mengelola kepercayaan investor untuk membangun relasi yang positif dengan komunitas finansial.
11. *Industry relations*, berhubungan dengan perusahaan lain dalam industri atas kerja sama perdagangan.
12. *Development/fund raising*, mengembangkan kebutuhan untuk memperoleh dan mengumpulkan anggota organisasi, teman-teman, pendukung dan pihak lain yang dapat secara sukarela memberikan dukungan terhadap organisasi.

13. *Minority relations/multicultural affairs*, berhubungan dengan individu dan kelompok kecil.
14. *Special events and public participation*, mendorong suatu minat melalui personal produk, atau organisasi untuk memfokuskan diri pada suatu acara *happening* atau aktivitas yang dirancang agar organis dapat berinteraksi dengan publik.
15. *Marketing communications*, kombinasi aktivitas yang dirancang sedemikian rupa untuk menjual produk, layanan dan gagasan termasuk periklanan, publisitas materiil, promosi, pengemasan, dan display, mempertunjukkan merek dagang dan menciptakan *special events*.
(Liliweri, 2011)

2.2.1.2.2 Peranan Public Relations

Menurut Dozier & Broom (1995) dalam buku (Liliweri, 2011), peranan PR dalam suatu organisasi terdiri dari empat kategori, yaitu:

1. *Expert prescriber*, berperan karena pengalaman, kemampuan, keterampilan memecahkan persoalan.
2. *Communication facilitator*, berperan mendengar, menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi.
3. *Problem solving process facilitator*, memfasilitasi kegiatan dalam proses pemecahan masalah
4. *Communication technician*, menyediakan pelayanan teknis komunikasi
(Liliweri, 2011).

Berdasarkan penjelasan tinjauan *public relations* maka kegiatan Strategi Komunikasi Kementerian Kesehatan Pada Penerapan Vaksinasi Covid-19 Anak Usia 12-17 Tahun relevansi dengan jurusan *Public Relations* adalah termasuk kedalam mata kuliah Manajemen *Public Relations* karena mempunyai peranan yang penting dalam upaya mengefektifkan organisasi dengan membangun hubungan jangka panjang dengan lembaga-lembaga strategis. Manajemen dalam konteks strategi mempunyai peran untuk membantu perusahaan atau lembaga menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan dalam lingkungan (Kasali, 2003).

2.2.1.3 Fungsi *Public Relations*

Fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publik, intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, dalam upaya menciptakan iklim pendapat umum (opini publik) yang menguntungkan lembaga (organisasi).

Fungsi utama hubungan masyarakat menurut Cutlip & Centre dan Canfield, yaitu:

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/ organisasi dengan pihak publiknya, sebagai khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan/ organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.

4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tercapainya tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/ organisasi ke publiknya atau terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (Liliweri, 2011)

2.2.1.4 Strategi Komunikasi

Strategi berasal dar bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Kata *strategos* bermakna sebagai:

1. Keputusan untutuk melakukan suatu tindakan dalam jangka panjang dengan segala akibatnya
2. Penentuan tingkat kerentanan posisi kita dengan para pesaing (ilmu perang dan bisnis)
3. Pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas terhadap kemungkinan penyadapan informasi para pesaing.
4. Penggunaan fasilitas komunikasi untuk penyebaran informasi yang menguntungkan berdasarkan analisis geografis dan topografis.
5. Penemuan titik-titik kesamaan dan perbedaan penggunaan sumber daya dalam pasar informasi (Liliweri, 2011).

Henry Mintzberg, dalam buku berjudul *The Rise and Fall of Strategic Planning* (1994) strategi pada umumnya mencakup empat makna, yaitu:

1. Strategi adalah sebuah rencana, “bagaimana”, suatu cara untuk mendapatkan sesuatu dari sini atau dari sana.
2. Strategi adalah pola tindakan dari waktu ke waktu misalnya, sebuah perusahaan yang secara teratur memasarkan produknya yang sangat mahal sehingga harus menggunakan strategi *gigh-end* (dari awal sampai akhir tetap mahal demi menjamin nama produk).
3. Strategi adalah suatu posisi yang mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau jasa tertentu di pasar tertentu.
4. Strategi adalah perspektif terhadap visi, dan arah terhadap visi (Liliweri, 2011).

Sepuluh langkah perencanaan komunikasi, yaitu:

1. Analisis isu dan peranan komunikasi
2. Seleksi kelompok sasaran/audiens dan *stakeholder*
3. Menentukan target komunikasi
4. Mengembangkan strategi dan seleksi mitra
5. Menentukan pesan
6. Seleksi tujuan utama komunikasi
7. Mengorganisasikan komunikasi melalui pertemuan bersama dengan mitra.
8. Perencanaan kegiatan.
9. Aktivitas penganggaran

10. Pemantauan dan evaluasi

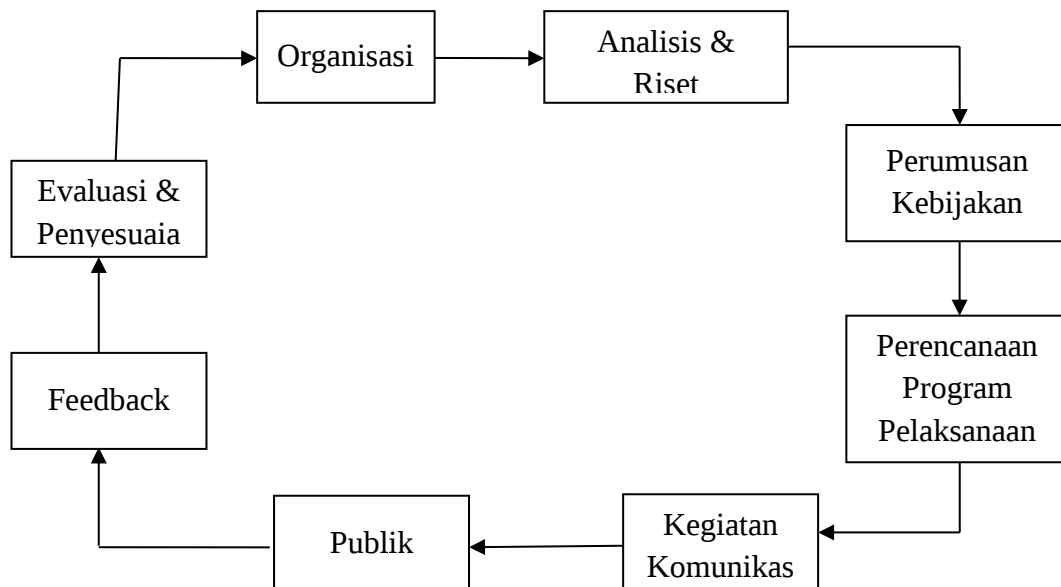
2.2.1.5 Landasan Teori Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly

Model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly (1972) agak mirip dengan model yang dibuat oleh Cutlip dan Center. Model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly terdiri atas dua komponen utama, yakni Organisasi yang menggrakkan kegiatan dan Publik yang menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen Organisasi terdapat empat tahapan, sedangkan dalam komponen Publik terdapat dua tahapan.

1. Organisasi pengelola kegiatan, bisa dalam bentuk lembaga pemerintah, perusahann swasta, atau organisasi sosial. Pada penelitian ini organisasi terletak pada objek penelitian yakni Dinas Kesehatan Garut. Dalam komponen Organisasi maka langkah yang harus dilakukan adalah Analisis dan Riset, Perumusan Kebijakan, Perencanaan Program Pelaksanaan, dan Kegiatan Komunikasi.
 1. Analisis riset dilakukan sebagai tahap awal untuk mendiagnosis atau mengetahui permasalahan yang dihadapi, dalam penelitian ini ingin mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam penerapan vaksinasi Covid-19 pada anak usia 12-17 tahun.
 2. Perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang akan digunakan. Perumusan kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan dalam penerapan vaksinasi covid-19 pada anak usia 12-17 tahun.
 3. Pada tahap perencanaan program pelaksanaan sudah ditetapkan sumber daya yang digerakkan, antara lain tenaga, dana dan fasilitas.

4. Kegiatan komunikasi adalah tindakan yang harus dilakukan, yakni membuat dan menyebarluaskan informasi baik melalui media massa maupun media saluran-saluran komunikasi lainnya (kelompok, tradisional, media baru, *focus group*, publik).
2. Publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Dalam komponen publik, langkah yang harus dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi atau penyesuaian. Publik pada penelitian ini adalah anak usia 12-17 tahun yang menerima vaksin serta orang tua dari anak usia 12-17 tahun yang menerima vaksin.
 1. Umpan balik dapat diketahui melalui riset dengan cara mengedarkan kuesioner, wawancara, atau melalui *focus group discussion*. Tujuannya untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak tersebut dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan, dan penyesuaian program yang akan dilakukan oleh organisasi atau lembaga pelaksana.
 2. Evaluasi adalah proses identifikasi untuk mengukur/menilai apakah sebuah kegiatan atau program dilaksanakan sesuai perencanaan dan berhasil mencapai tujuan atau tidak (Cangara, 2014).

Berikut adalah bagan dari model perencanaan komunikasi Phillip Lesly.



Sumber : (Cangara, 2014)

Bagan 2.1 Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly

Model perencanaan komunikasi Phillip Lesly terdiri atas dua komponen utama yaitu Organisasi dan Publik. Organisasi adalah yang menggerakkan kegiatan dan publik merupakan sasaran dari kegiatan organisasi. Pada komponen organisasi terdapat empat langkah yaitu analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan dan kegiatan komunikasi. Sedangkan pada komponen publik ada dua langkah yaitu umpan balik/feedback dan evaluasi yang dilakukan organisasi. Dinas kesehatan adalah sebagai organisasi pemerintahan yang mempunyai publik sasaran yaitu masyarakat yang pada penelitian ini fokus pada anak usia 12-17 tahun. Segala bentuk aktifitas komunikasi dalam hal perencanaan, perumusan kebijakan hingga pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh Dinas Kesehatan. Publik yang menjadi sasaran atau Anak Usia 12-17 tahun berperan

sebagai penerima dan pemberi nilai atas kegiatan yang telah direncanakan dan dilakukan oleh Dinas Kesehatan.

Dinas kesehatan pada bidang pencegahan dan pengendalian penyakit mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam menangani urusan yang meliputi urusan penyelenggaraan pencegahan dan pengendalian penyakit terfokus pada surveilans dan imunsasi. Banyak permasalahan yang harus ditangani oleh Dinas Kesehatan, mulai dari meningkatkan upaya pencegahan, melakukan kegiatan penanggulangan yang efektif, hingga upaya untuk meminimalisir penyebaran Covid-19.

Jumlah kasus Covid-19 yang makin meningkat, banyak populasi yang dikhawatirkan dan permasalahan kehidupan yang makin kompleks dari segala aspek merupakan beberapa tugas pokok yang harus dilakukan oleh Dinas Kesehatan. Penekanan jumlah kasus positif Covid-19 menjadi salah satu utama Dinas Kesehatan dan untuk mencapai tujuan tersebut harus berawal dari penyusunan strategi komunikasi yang baik dan efektif.

Salah satu model perencanaan dalam strategikomunikasi adalah model perencanaan komunikasi Philip Lesly yang menjelaskan mengenai proses perencanaan komunikasi yang menjadi fokus peneliti adalah komponen organisasi yang terdiri tahapan analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, kegiatan komunikasi.

Tahapan-taapn didalam komponen organisasi memiliki indikator yang menjelaskan mengenai pengidentifikasin tahapan. Indikator pada tahapan analisis dan riset adalah diagnosa dan identifikasi permasalahan. Kemudia indikator pada

tahapan perumusan kebijaka adalah strategi. Lalu indikator pada tahapan perencanaan program pelaksanaan adalah tenaga, dana, dan fasilitas. Dan yang terakhir, indikator pada tahapan kegiatan komunikasi adlaah penggunaan saluran komunikasi kelpok, tradisional. Media baru. *Focus Group Discussion*, dan publik.

Keempat tahapan tersebut dapat digunakan dalam menganalisis strategi komunikasi Dinas Kesehatan pada penerapan vaksinasi pada anak usia 12-17 tahun di Kabupaten Garut . secara sederhana, berikut adalah gambaran kerangka pemikiran dari konsep yang buat oleh peneliti ada pada 2.2.3.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Vaksinasi

Vaksin merupakan salah satu cara terpenting dan tepat guna untuk mencegah penyakit dan menjaga kondisi tubuh. Vaksin membantu menciptakan kekebalan tubuh untuk melindungi dari infeksi tanpa mengakibatkan efek samping yang membahayakan (Docdoc, 2020)

Vaksinasi adalah proses pemberian vaksin melalui disuntikkan maupun diteteskan ke dalam mulut untuk meningkatkan produksi antibodi guna mangkal penyakit tertentu. Vaksinasi termasuk kedalam imunisasi aktif sebagai upaya memicu tubuh mengeluarkan antibodi terhadap penyakit tertentu (alodokter, 2021).

Manfaat dari vaksinasi dapat membantu sistem kekebalan tubuh untuk dapat mempelajari cara melawan penyakit secara tepat guna dan permanen. Efek samping dari melakukan vaksinasi, yaitu (NationalHealthService, 2014):

1. Rasa gatal dan tidak nyaman pada area bekas suntikan
2. Rasa skit, kemerahan, atau pembengkakan pada area bekas suntikan
3. Demam ringan
4. Ruam ringan pada kulit
5. Pusing, rasa mual atau pingsan (biasanya pada remaja)
6. Sakit kepala.

2.2.2.2 Covid-19

Covid-19 adalah nama penyakit dari *Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-Cov-2) atau lebih dikenal dengan nama virus Corona adalah jenis baru dari *Coronavirus* yang menular ke manusia. Virus ini dapat menyerang

siapa aja, mulai dari lansia (golongan usia lanjut), orang dewasa, anak-anak dan bayi, sampai ibu hamil dan ibu menyusui.

Infeksi virus Corona yang disebut Covid-19 (Corona Virus Disease 2019) pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir bulan Desember 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat dan menyebar ke hampir semua negara termasuk Indonesia, hanya dalam waktu beberapa bulan. *Coronavirus* adalah kumpulan virus yang 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).

Gejala awal infeksi virus coroa atau Covid-19 bisa menyerupai gejala flu, yaitu demam, pilek, batuk kering, sakit tenggorokan, dan sakit kepala. Penderita Covid-19 dengan gejala berat bisa mengalami demam tinggi, batuk berdahak bahkan berdarah, sesak napas, atau nyeri dada. Secara umum, ada tiga gejala umum yang bisa menandakan seseorang terinfeksi virus Corona, yaitu:

- Demam (suhu tubuh di atas 38 derajat celsius)
- Batuk kering
- Sesak napas
- Diare
- Konjungtivitis
- Hilangnya kemampuan mengecap rasa
- Hilangnya kemampuan untuk mencium bau (anosmia)
- Ruam di kulit (alodokter, 2021).

2.2.2.3 Vaksinasi Covid-19

Vaksinasi Covid-19 adalah sebuah vaksin inaktivasi terhadap Covid-19 yang menstimulus sistem kekebalan tubuh tanpa risiko menyebabkan penyakit. Setelah vaksin inaktivasi ini bersentuhan dengan sistem kekebalan tubuh, produksi antibodi terstimulasi, sehingga tubuh siap memberikan respons terhadap infeksi SARS-CoV-2 hidup. Vaksin ini mengandung adjuvan (aluminium hidroksida), untuk memperkuat respons sistem kekebalan.

Empat manfaat dilakukannya vaksinasi Covid-19, yaitu:

1. Merangsang sistem kekebalan tubuh
2. Mengurangi resiko penularan
3. Mengurangi dampak berat dari virus
4. Mencapai *herd immunity* (Kemenkes, Kemenkes, 2021)

Vaksinasi Covid-19 merupakan bagian terpenting dalam rangkaian upaya penanggulangan Covid-19. Setelah keluarnya kebijakan vaksinasi tahap 1 pada tenaga kesehatan dan tahap 2 bagi kelompok lanjut usia dan petugas pelayanan publik, dan adanya perizinan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah mengeluarkan izin penggunaan darurat atau Emergency Use Authorization (EUA) vaksin *Sinovac* untuk anak usia 12 sampai dengan 17 tahun dinyatakan aman untuk digunakan.

Vaksinasi untuk anak penting dilakukan untuk membentuk kekebalan komunal. Hal yang harus diperhatikan sebelum dan setelah dilakukannya vaksinasi adalah:

1. Sebelum anak mendapatkan vaksin, orang tua perlu memastikan dua hal berikut ini
 - Anak tidak memiliki keluhan dan tidak ada riwayat penyakit penyerta
 - Perut sudah terisi yang artinya anak sudah makan sebelum vaksin. Jangan melakukan vaksin dengan kondisi perut kosong.
2. Setelah anak mendapatkan vaksin:
 - Biasanya terdapat Kejadian Ikutan Pasca Imunisasi (KIPI) pada anak usia 12-17 tahun setelah mendapatkan vaksin Covid-19.
 - Efek yang timbul setelah anak mendapatkan vaksin Covid-19 yaitu nyeri pada lokasi suntik dan berlangsung lebih 1 hari.

Pada Vaksinasi Covid-19 pada anak usia 12-17 tahun wajib membawa kartu keluarga untuk dilakukannya vaksinasi covid-19.

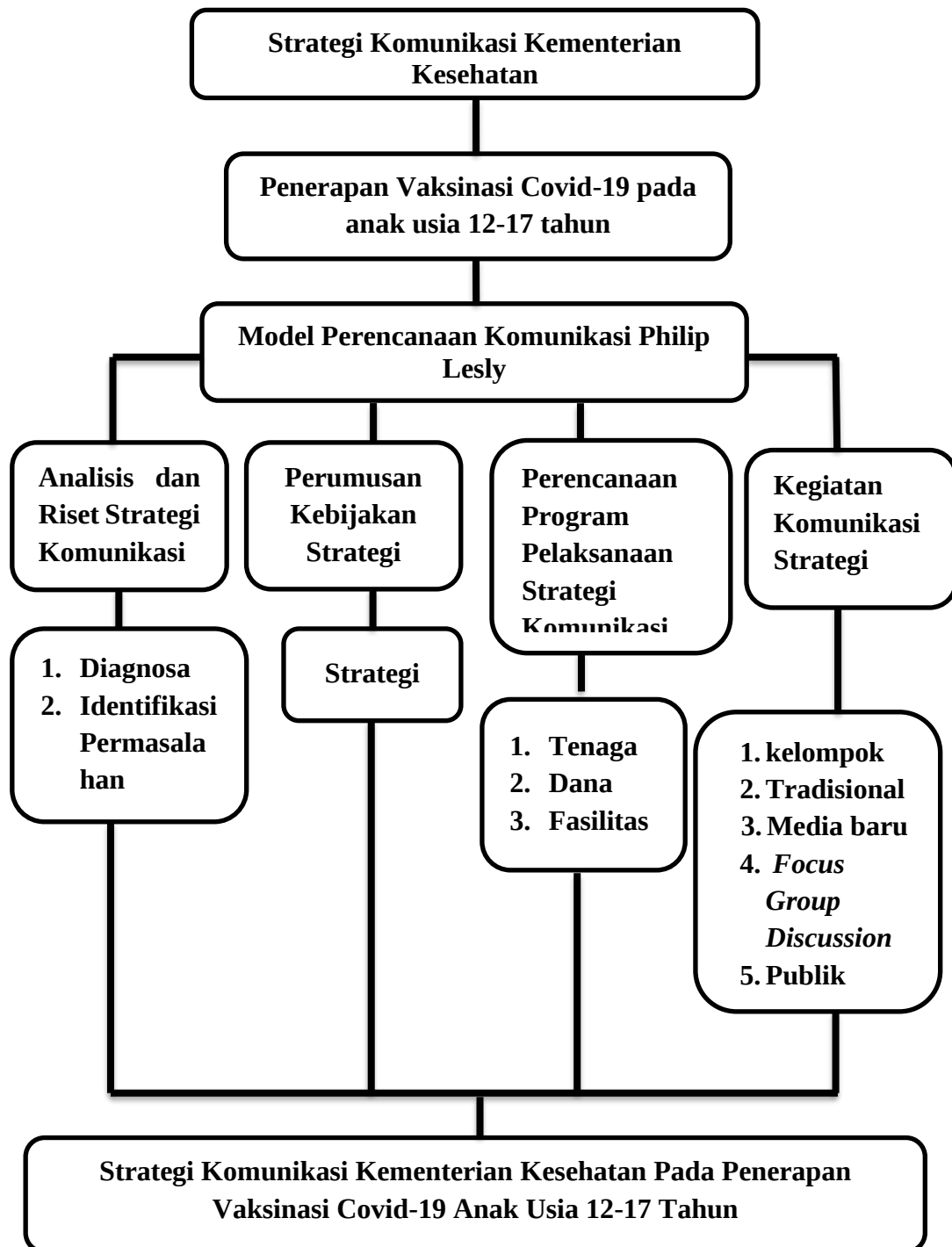
2.2.2.4 Anak Usia 12-17 Tahun

Memasuki usia 12 -17 tahun, anak akan mengalami berbagai perubahan yang cukup drastis. Umumnya anak di usia ini akan mengalami perubahan fisik, mental, emosional, dan sosial yang cukup berbeda dibanding anak usia sebelumnya. Anak usia 12-17 tahun ini berada pada tingkatan sekolah menengah pertama (SMP) dan sekolah menengah atas (SMA) Pada usia ini anak akan mengalami perkembangan kognitif yang dialami anak usia 12-17 tahun, meliputi:

- Bisa berpikir secara logis di berbagai situasi
- Mulai mengerti konsep keadilan dan kesetaraan
- Mulai memahami setiap perbuatan yang dilakukan mungkin saja memiliki dampak baik maupun buruk.

- Mulai bisa menyelesaikan masalah, meski belum bisa sempurna melakukannya (HelloSehat, 2021)

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Bagan 2.2 Kerangka Konseptual

Sumber : (Cangara, 2014) dan Modifikasi Peneliti