

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoritis

2.1.1. Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)

Teori S-O-R (Stimulus Organism Response) teori ini dinyatakan oleh Houland, et. al pada tahun 1953. Ilmu psikologi yang mempengaruhi komunikasi melahirkan teori S-O-R ini. Terjadinya hal ini dikarenakan kedua ilmu tersebut mempunyai kajian yang serupa. Kajian itu adalah jiwa manusia seperti sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Teori ini berasumsi bahwa perubahan perilaku terjadi tergantung dari kualitas rangsangan yang diberikan oleh komunikator kepada organisme. (Nurul Asti Adealila, Sholihul Abidin, S.Sos.I., 2020)

Proses perubahan sikap yang dilakukan individu menurut teori SOR bisa dijabarkan sebagai berikut. Stimulus yang diberikan oleh komunikator kepada organisme dapat ditolak ataupun diterima. Jika ditolak, maka stimulus itu kurang efektif untuk mempengaruhi suatu individu. Bila diterima, menandakan bahwa ada perhatian dari suatu organism dan juga berarti bahwa stimulus tersebut efektif. Setelah itu, organisme akan mulai memproses stimulus yang diterimanya, dan bersedia untuk melakukan stimulus yang diterimanya. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi kinerja dari teori SOR adalah:

1. Faktor Komunikator

Faktor Komunikator merupakan penyampaian pesan yang berkaitan dengan pemberi stimulus. Komunikator di haruskan untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga bisa menarik perhatian para komunikan.

2. Faktor Media

Media merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Media perlu di pikirkan secara matang agar dapat diterima oleh komunikan.

3. Faktor Karakteristik Komunikan

Karakteristik dari komunikan mempengaruhi suatu stimulus akan diterima atau ditolak. Karena itu, karakteristik dari komunikan harus kita dalami agar tingkat keberhasilan suatu stimulus menjadi kuat.

Sebagai suatu teori, teori SOR memiliki beberapa kelebihan dan juga kekurangan. Diantararanya adalah:

1. Kelebihan

Teori yang efektif dalam memberikan persuasi kepada seseorang atau sekelompok orang. Kemungkinan berhasilnya teori ini relatif tinggi karena intensitas yang dilakukan Antara penyampai pesan dan penerima pesan.

2. Kekurangan

Teori ini tak menjamin jika stimulus yang dikasi akan berhasil. Keberhasilan teori SOR bergantung pada proses komunikasi yang terjadi

2.2. Kajian Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Manusia di kehidupan sehari harinya tidak terlepas dari komunikasi, komunikasi ialah suatu bagian integral dari system dan tatanan kehidupan sosial

masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari manusia dapat dilihat aspek komunikasi di dalamnya yaitu dari terjaga tidur saat pagi hari sampai manusia tertidur kembali di malam harinya. Setiap hari manusia selalu berhubungan dengan aktivitas komunikasi yang bersifat rutinitas. Dalam presentase yang dapat dilihat dari hasil penelitian penggunaan waktu untuk berkomunikasi sangatlah besar, yaitu 75% - 90% dari semua waktu kegiatan. Di situ dapat dilihat betapa pentingnya proses komunikasi dalam masyarakat. Waktu berkomunikasi tersebut meliputi 5% di pergunakan untuk menulis, 10% membaca, 35% berbicara, dan 50% mendengar.

Proses komunikasi dikatakan sebagai pertukaran informasi yang biasa disebut pesan dari pemicara kepada pendengar. Tujuan adanya proses tersebut untuk mencapai saling pengertian dari kedua pihak yang terlibat. Berikut definisi komunikasi dari beberapa pakar (Rivai, 2016)

1. Lasswell mengatakan jika komunikasi merupakan proses yang melukiskan siapa yang mengatakan apa dilakukan dengan cara apa, diberikan untuk siapa dan apa efek yang akan ditimbulkan.
2. Carl I. Hovland mengemukakan jika komunikasi adalah proses dimana seorang individu atau pembicara memberi stimulan. Dilakukan dengan lambing-lambang Bahasa baik secara verbal atau juga non verbal untuk mempengaruhi perilaku.
3. Theodoreson dan Theodorson sepakat mengatakan komunikasi merupakan perluasan informasi, ide-ide sebagai sikap atau emosi dari seseorang kepada orang lain terutama dengan menggunakan simbol.

4. Dikemukakan oleh Erwin Emery jika komunikasi adalah salah satu seni dalam menyampaikan pesan, sikap seseorang dan juga ide kepada orang lain.
5. Delton E. Mc Farland menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses interaksi yang dilakukan manusia.
6. William Albright menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses sosial, dalam artian pelembaran pesan atau juga lambang yang mana mau tidak mau akan berpengaruh pada semua proses dan akibat pada bentuk perilaku manusia dan adat kebiasaan.
7. Charles H. Cooley menyebut komunikasi adalah mekanisme suatu hubungan manusia satu dengan yang lain yang dilakukan dengan mengartikan simbol secara lisan maupun tulisan melalui ruang dan disampaikan dalam waktu.
8. A. Winnicott memaparkan jika komunikasi merupakan suatu proses yang dilakukan komunikator untuk mengalihkan suatu maksud yang akan disampaikan kepada komunikan.

Definisi dari beberapa ahli tersebut dapat dibagi menjadi tiga pengertian utama dari komunikasi, yaitu:

1. Berdasarkan epistemologis, komunikasi dipelajari menurut asal muasal kata. Berasal dari Bahasa latin "communication" dan kata ini bersumber dari kata "communis" yang artinya sama makna mengenai sesuatu hal yang sedang dibicarakan.

2. Berdasarkan terminologis, mengartikan komunikasi sebagai proses pemberian suatu pernyataan dari seseorang kepada orang lain.
3. Berdasarkan paradigmatis, komunikasi diartikan sebagai pola yang memiliki beberapa komponen yang berkorelasi antara satu dengan lainnya secara fungsional dalam misi mencapai satu tujuan.

2.2.2 Komunikasi kesehatan

Komunikasi yang dilakukan dokter dan pasiennya ialah bentuk komunikasi kesehatan yang bersifat intrapersonal. Komunikasi kesehatan ialah sebuah studi yang belajar bagaimana cara kita memakai strategi komunikasi untuk menyebarkan pesan tentang kesehatan yang dapat memberikan pengaruh kepada individu dan juga komunitas untuk membuat sebuah keputusan yang benar mengenai pengelolaan kesehatan. Komunikasi kesehatan ini adalah study yang menekankan jika peran komunikasi dapat digunakan dalam praktek dan juga penelitian tentang promosi kesehatan. (Setyawan, 2018)

Komunikasi kesehatan ialah bagian dari komunikasi antara manusia yang berfokus tentang bagaimana seseorang atau masyarakat menanggapi isu mengenai kesehatan dan menjaga kesehatan mereka. Fokus utamanya adalah terjadinya sebuah interaksi yang secara spesifik memiliki hubungan dengan isu kesehatan dan juga faktor yang akan berpengaruh pada transaksi tersebut. Transaksi yang terjadi antar ahli kesehatan, ahli kesehatan dengan pasien, antara pasien dengan keluarga pasien merupakan perhatian utama dalam komunikasi kesehatan. (Indrawati E, 2015)

Komunikasi kesehatan ialah sebuah upaya yang dilakukan untuk memberikan pengaruh positif pada perilaku kesehatan individu dan juga kelompok masyarakat. Yang menggunakan metode dan juga prinsip dari komunikasi. Baik itu komunikasi interpersonal ataupun komunikasi massa. Komunikasi ini dipahami sebagai study yang mempelajari bagaimana sebuah strategi komunikasi dipakai untuk menyebarkan info kesehatan dan bisa mempengaruhi perilaku individu dan komunitas supaya membuat keputusan yang tepat. (Rizal, V. Z., & Lubis, 2014)

Informasi yang bisa di berikan melalui komunikasi kesehatan meliputi tentang cara mencegah penyakit, mempromosikan kesehatan, kebijakan perawatan kesehatan regulasi bisnis dibidang kesehatan. Seluas mungkin bisa merubah dan memperbarui kualitas individu dalam suatu kelompok masyarakat yang mempertimbangkan ilmu pengetahuan dan etika. Maka itu dapat di mengerti bahwa komunikasi kesehatan ini adalah aplikasi dari konsep dan juga teori komunikasi dalam melakukan transaksi yang berlangsung antara individu dan juga kelompok mengenai isu-isu kesehatan. Tujuannya untuk merubah perilaku kesehatan untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat.

2.2.2 Model komunikasi

Mulyana dalam Ardianto (2017:67) menyatakan bahwa dalam memahami fenomena komunikasi perlu terlebih dahulu untuk mengetahui model komunikasi. Model komunikasi merupakan sebuah representasi dari suatu fenomena baik itu nyata ataupun abstrak dengan memunculkan bagian penting dari fenomena itu. Model bukanlah fenomena, tetapi sering tercampur antara model dengan fenomena itu sendiri. Model adalah alat yang digunakan untuk menjelaskan sebuah fenomena

dimana ia akan menjelaskan secara mudah fenomena tersebut. Tidak hanya itu, model juga mereduksi fenomena dimana ada bau komunikasi lain yang bisa saja terabaikan sehingga tidak dijelaskan model tersebut. Maka, jika tidak hati hati dalam menggunakan model malah model itu sendiri yang akan menyesatkan.(Mulyana, 2012)

Sereno dan Mortensen yang dikutip oleh Elvinaro Ardianto dkk (2017:67) dalam buku yang berjudul Komunikasi Massa suatu pengantar menyatakan jika model komunikasi adalah penjelasan yang tepat tentang apa yang sebenarnya dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Ia menyajikan secara abstrak ciri penting dan melenyapkan komunikasi yang tidak diperlukan dalam dunia nyata.(ARDIANTO, 2017)

Sedangkan B. Aubrey Fisher yang dikutip oleh Elvinaro Ardianto dkk (2017:68) dalam buku yang berjudul Komunikasi Massa suatu pengantar mengatakan, model komunikasi ialah pemikiran yang mengabstraksikan dan juga memilih bagian dari keseluruhan unsur, sifat, atau komponen yang penting dari fenomena. Bisa di sebut juga model adalah teori yang di sederhanakan.

Adapun fungsinya menurut Gordon Wiseman dan Larry Barker dalam Ardianto (2017:68) adalah menggambarkan proses komunikasi, yang menunjukkan hubungan visual, dan juga membantu dalam menemukan dan memperbaiki kesalahan komunikasi.

Mempelajari model komunikasi memiliki beberapa keuntungan, menurut DeVito dalam Ardianto (2017:68) yaitu:

1. Mengorganisasikan, model dapat menghubungkan dan menurutkan satu system dengan system lain dan juga memberikan gambaran menyeluruh.
2. Membantu menjelaskan sesuatu dengan menyajikan informasi secara sederhana yang dimana tanpa model, informasi itu akan menjadi rumit.
3. Model juga memungkinkan adanya perkiraan hasil atau jalannya suatu kejadian.

Model menjadi suatu dasar untuk pernyataan kemungkinan terhadap alternatif dan karenanya dapat menolong untuk membuat hipotesis untuk sebuah penelitian.

Model komunikasi langsung ialah sebuah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung menggunakan metode tatap muka. Sama halnya dengan kita berbicara dengan orang lain tanpa adanya perantara ataupun media untuk mengantarkan pesan. Berikut beberapa jenis dari komunikasi langsung:

1. Individu dengan individu

Komunikasi langsung antara individu bisa juga di sebut dengan komunikasi langsung antar personal. Komunikasi ini dilakukan antara dua individu yang sedang melakukan komunikasi. Seperti si A berbicara dengan si B, maka hal itu bisa di sebut sebagai komunikasi langsung antar personal.

2. Individu dengan Kelompok

Komunikasi antara individu dengan kelompok adalah komunikasi langsung yang dilakukan oleh satu orang ke banyak orang. Hal ini dapat dilihat contohnya seperti guru yang sedang menjelaskan materi kepada muridnya.

3. Kelompok dengan Individu

Komunikasi langsung antara kelompok dan individu ialah komunikasi yang dilakukan secara langsung yang dilakukan oleh banyak orang kepada seseorang. Dapat dilihat dari contoh saat orang sedang berunjuk rasa yang sedang menyampaikan pendapatnya dengan turun ke jalan dan menyampaikannya ke satu orang seperti petinggi.

4. Kelompok dengan Kelompok

Komunikasi ini dilakukan oleh kelompok dengan kelompok. Dimana komunikasi disampaikan oleh kelompok dan diberikan kepada kelompok juga. Contoh komunikasi ini adalah dalam debat.

Lain halnya dengan komunikasi langsung. Komunikasi tidak langsung adalah proses komunikasi yang dijalankan secara tidak langsung. Komunikasi tidak langsung harus menggunakan media atau alat komunikasi untuk menyampaikan suatu pesan yang berfungsi sebagai media komunikasi. Media umumnya digunakan sebagai alat perantara untuk mengantarkan pesan agar sampai kekomunikasi atau penerima pesan.

Karena itu komunikasi secara tidak langsung ini tidak berlangsung begitu saja tetapi memerlukan adanya media yang digunakan untuk berkomunikasi. Komunikasi ini umumnya digunakan dalam berkomunikasi jarak jauh. Jenis komunikasi ini dibedakan menjadi beberapa bagian tergantung dari tinjauannya.

1. Individu dengan Individu

Komunikasi tidak langsung ini biasa disebutkan komunikasi tidak langsung antarpersonal. Sebagai contoh saat seseorang sedang melakukan panggilan telepon dengan orang lain.

2. Individu dengan Kelompok

Komunikasi tidak langsung antara individu dan kelompok merupakan komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media komunikasi dimana pesan disampaikan oleh satu orang dan diterima oleh banyak orang. Sontoh dari komunikasi ini dapat dilihat dari pidato petinggi negara yang disiarkan melalui saluran televisi.

3. Kelompok dengan Individu

Komunikasi tidak langsung kelompok dengan individu ini terjadi dengan menggunakan media komunikasi dimana penyampai pesan merupakan beberapa orang atau kelompok dan pesan diterima oleh satu orang.

4. Kelompok dengan Kelompok

Komunikasi tidak langsung antar kelompok terjadi dengan menggunakan media komunikasi dimana kelompok sebagai penyampai pesan dan diterima kembali oleh kelompok juga.

2.2.4. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu rencana yang di buat oleh penyampai pesan dalam menyampaikan pesannya. Unsur komunikasi seperti sluran, isi, formalitas dan frekuensi membuat pesan yang ingin disampaikan akan dengan mudah sampai ke penerima pesan. Dan dapat merubah prilaku dan sikap penerima pesan sesuai dengan keinginan dari pemberi pesan.

Effendi dalam Vardhani (2019:34) mengemukakan jika strategi merupakan perencanaan yang efektif dalam menyampaikan pesan sehingga akan mudah dipahami

untuk dapat mengubah sikap dan perilaku dari si penerima pesan.(Vardhani & Tyas, 2019)

Sedangkan menurut Kulvisaechana dalam Vardhani (2019:34) strategi komunikasi adalah penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi yang didalamnya terdapat formalitas komunikasi, saluran komunikasi, isi komunikasi, dan frekuensi komunikasi.(Vardhani & Tyas, 2019)

Strategi komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dilakukan agar tercapainya suatu tujuan. Strategi komunikasi juga berhubungan dan berkaitan erat dengan tujuan yang akan dicapai dengan resiko atau masalah yang perlu dipertimbangkan. Selanjutnya membuat rencana bagaimana untuk mencapai konsekuensi harus sesuai dengan hasil yang diinginkan. (Priyono, 2016)

2.2.4.1 Teknik Strategi Komunikasi

Arifin dalam Vardhani (2019:39) menyebutkan teknik komunikasi yang bisa digunakan, sebagai berikut:

1. Redudancy (Repetition), teknik ini berupa cara mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang pesan secara terus menerus. Banyak manfaat yang dapat diambil dengan menggunakan teknik ini seperti khalayak akan tertarik pada pesan tersebut karena berbanding dengan pesan yang dilakukan hanya sekali sehingga akan lebih banyak menarik perhatian.

2. Canalizing, teknik ini meneliti dan juga memahami seberapa besar kelompok berpengaruh terhadap individu dan khalayak. Teknik ini bermula dengan memenuhi standard kelompok dan masyarakat lalu berangsur berubah kearah yang diinginkan. Jika tidak memungkinkan, maka perlahan lahan anggota kelompok akan dipecahkan sehingga mereka tidak mempunyai hubungan yang kuat lagi. Maka dari itu pengaruh dari kelompok akan pudar bahkan akhirnya bisa lenyap. Dengan ini maka pesan-pesan tersebut bisa lebih mudah tersampaikan kepada komunikan.
3. Informatif, pada teknik ini penerangan merupakan jenis pesan yang digunakan untuk memberi pengaruh kepada khalayak. Penerangan bermaksud untuk menyampaikan sesuatu dengan apa adanya, apa yang sebenarnya terjadi, diatas fakta, data, dan pendapat yang benar. Teknik ini lebih bertujuan kepada penggunaan akal pikirna khalayak dan dijalan kan dengan bentuk berupa penerangan, keterangan, berita dan lainnya yang serupa.
4. Persuasif, menggunakan cara membujuk untuk bisa memberikan pengaruh kepada khalayak. Khalayak diberi pengaruh baik dari segi pikiran dan perasaan. Situasi baik akan ditentukan oleh kecakapan seseorang dalam memberikan sugesti dan saran kepada komunikan.
5. Edukatif, menyampaikan pernyataan pernyataan umum yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak. Pesan yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman merupakan wujud dari kegiatan edukatif. Dengan teknik ini komunikator dapat mendidik khalayak dengan memberikan fakta, pendapat, dan

pengalaman yang harus bisa dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya. Hal ini dilakukan dengan sengaja, beraturan dan memiliki rencana yang matang dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan komunikator.

6. Koersif, bentuk yang bisa dibidang kasar dalam mempengaruhi khalayak yaitu dengan cara memaksa. Perwujudan teknik ini bisa dilihat dalam bentuk peraturan, perintah, maupun intimidasi. Untuk melancarkan pelaksanaannya dibutuhkan suatu kekuatan yang cukup tangguh dibelakangnya.

2.2.4.2 Langkah-langkah Strategi Komunikasi

Penyusunan strategi komunikasi dengan cara sistematis, sebagai suatu usaha untuk mengubah sikap, tingkah laku, dan juga pengetahuan dari khalayak. Agar suatu pesan tersampaikan dengan efektif, maka diperlukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui khalayak

Kepentingan antara komunikator dan khalayak harus disamakan terutama dalam pesan, metode, dan medianya untuk tercapainya suatu hasil yang positif dalam sebuah proses komunikasi. Untuk itu maka komunikator diharuskan untuk memahami dan mengerti pola pikir dan pengalaman lapangan khalayak dengan tepat. Dalam hal ini komunikator harus mengerti hal dasar yang dapat mempengaruhinya seperti kondisi fisik dan juga kepribadian khalayak seperti pengetahuan mereka terhadap pokok permasalahan, pengetahuan untuk menerima pesan melalui media yang digunakan, dan pengetahuan khalayak terhadap kata kata yang digunakan. Yang kedua kelompok masyarakat yang mempengaruhi dengan

nilai dan norma yang digunakan dalam kelompok itu. Dan yang terakhir bagaimana situasi tempat kelompok itu berada.

2. Menentukan tujuan

Fokus strategi yang akan dipakai ditentukan oleh tujuan. Interaksi komunikasi merupakan salah satu tujuan dari komunikasi yang termasuk dalam memberikan informasi. Masyarakat condong akan merasa lebih baik jika di berikan informasi yang mereka perlukan yang termasuk kedalam bagian dari percaya dan rasa aman. Yang kedua, penyelesaian masalah dan pembuatan keputusan karena dengan jabatan yang tinggi seseorang tentu akan membutuhkan orang lain untuk keahlian teknis sehingga untuk menyelesaikan suatu permasalahan atau membuat keputusan diperlukan komunikasi baik untuk meminta data dan juga sebagai bahan pertimbangan.

3. Menyusun pesan

Sebuah pesan harus dibuat dengan rancangan yang baik dan benar untuk mendapatkan perhatian dari khalayak atau sasaran yang ingin di tuju. Hal ini merupakan salah satu syarat yang diperlukan dalam melakukan penyusunan pesan. Sumber pesan dan orang yang menjadi sasaran harus memiliki pemahaman dan pengalaman yang sama dari pesan yang akan disampaikan, agar bisa sama sama dipahami oleh keduanya. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa hal untuk memperoleh kebutuhan tersebut. Dan juga sebuah pesan sebaiknya memberikan suatu jalan yang dibutuhkan oleh masyarakat dimana itu akan memberikan jawaban yang mereka kehendaki.

4. Memilih media yang akan digunakan dan menetapkan metode yang akan digunakan

Untuk tercapainya efektivitas komunikasi, selain kemantapan dalam membuat pesan yang sejalan dengan kondisi yang dialami khalayak dan lainnya, metode juga termasuk hal mempengaruhi penyampaian pesan dari sumber kepada komunikan. Dan pemilihan media juga penting untuk diperhatikan, komunikasi yang menggunakan media terdapat dalam ciri pokok berikut. Yang pertama, komunikasi harus melalui media teknis dimana hal ini bersifat tidak langsung. Tidak ada interaksi antara penyampai pesan dengan komunikan yang berarti komunikasi berlangsung secara satu arah. Dan bersifat terbuka, dimana pesan ditujukan kepada public yang terbatas dan anonym dan mempunyai public secara geografis paling besar.

2.2.4.3 Hambatan Strategi Komunikasi

Penyampaian pesan dalam komunikasi tidak selalu berjalan mulus, sering kali terjadi kesalahan penyampaian atau penerimaan pesan baik dari komunikator maupun komunikan. Dimana hal ini bisa menyebabkan terjadinya kesalahan pemahaman. Kejadian ini biasanya bisa dikenal dengan hambatan komunikasi. Pesan tidak dapat diterima dengan sempurna karena beberapa perbedaan seperti lambing dan Bahasa antar apa yang digunakan dengan yang diterima. Bisa juga dari hambatan teknis dimana ini bisa menyebabkan gagasan kelancaran system komunikasi dari keduanya. Ada empat jenis hambatan yang bisa mempengaruhi strategi, yaitu:

1. Hambatan dalam proses penyampaian (process barrier), ini bisa terjadi pada pihak komunikator, dimana komunikator merasa kesulitan sat memberikan atau menyampaikan suatu pesan. Bisa dari tidak menguasai materi, dan juga masih bekum memiliki kemampuan yang memadai sebagai komunikator yang handal. Bisa juga berasal dari si penerima pesan, komunikan yang sulit dalam memahami pesan data disebabkan oleh tingkat menuasai materi yang kurang, rendahnya tingkat penggunaan Bahasa, pendidikan, intelektual dan banyak hal lainnya.
2. Hambatan secara fisik (physical barrier), pkomunikasi yang efektif bisa tehambat karena sarana fisik. Sebagai contoh misalnya dari pendengaran yang kurang tajam dan gangguan pada system pengeras suara. Yang biasanya terjadi dalam suatu ruangan misalnya kuliah, seminar dan lainnya. Ini dapat membuat pesan yang disampaikan tidak secara efektif diterima oleh komunikan.
3. Hambatan semantik (semantik barrier), perbedaan pengertian dan juga pemahaman antara komunikator dan komunikan merupakan salah satu hambatan dalam strategi komunikasi. Bisa jadi dari Bahasa yang disampaikan dan yang di mengerti berbeda sehingga akan sulit untuk diterima secara efektif.
4. Hambatan psiko-sosial (psychosocial barrier), aspek aspek seperti kebudayaan, adat istiadat, persepsi, nilai dan kebiasaan antara komunikator dan komunikan berbeda. Sehingga harapan yang di harap kedua belah pihak juga berbeda. Misalnya, seorang pembicara menyampaikan kata momok yang

di kamus besar sudah benar bisa diartikan lain dalam Bahasa sunda yang memiliki konotasi tidak baik. Jika diucapkan dalam pidato/kata sambutan di acara formal yang dihadiri pejabat, tokoh dan juga sesepuh masyarakat sunda maka citra pembicara akan turun karena adanya salah paham.

2.2.5 Covid-19

Virus corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) virus yang menginfeksi system pernafasan pada manusia. Covid-19 merupakan nama yang diberikan untuk penyakit yang disebabkan oleh virus ini. Virus ini bisa membuat gangguan ringan pada system pernafasan, infeksi paru-paru yang berat hingga kematian. *Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) yang lebih terkenal sebagai irus corona merupakan jenis baru dari virus yang menular kepada manusia. Virus ini menyebar ke semua kalangan, seperti lansia, orang dewasa, anak-anak, dan bayi. Termasuk ibu hamil dan menyusui. Kota Wuhan merupakan tempat virus ini dilahirkan pertama kalinya yaitu pada akhir Desember 2019. Virus bisa dikatakan menyebar secepat kilat kesetiap penjuru dunia termasuk indonesia. (Priyono, 2016)

Beberapa negara dengan terpaksa harus menerapkan kebijakan untuk tidak boleh keluar rumah dan membatasi kegiatan dalam upaya mencegah penyebaran virus ini. Di Indonesia di berlakukan PSBB (pembatasan social berskala besa) untuk menekan penyebaran corona. Gangguan pernafasan merupakan serangan dari sekumpulan virus corona. Di banyak kasus virus menyebabkan infeksi ringan seperti flu tetapi bisa juga menyebabkan infeksi pernafasan berat seperti sesak nafas dan infeksi paru paru. Menular melalui percikan dahak yang bisa disebut droplet dari saluran pernafasan. Msial ketika seseorang berada di ruangan tertutup dan ramai dengan sirkulasi udara tidak baik dan kontak langsung denga penderita.

2.2.5.1 Tingkat Kematian Akibat Virus Corona (COVID-19)

Siapa saja bisa berkemungkinan untuk terserang Covid-19 yang disebabkan oleh virus corona. Menurut data yang dirilis Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Republik Indonesia, konfirmasi jumlah kasus positif hingga 12 Maret 2021 adalah 1.403.722 orang. Jumlah kematian 38.049 orang. Tingkat kematian (case fatality rate) akibat COVID-19 adalah sekitar 2,7%. Presentase merupakan angka kematian yang digolongkan dari urutan usia, maka kelompok usia 46-59 tahun adalah kelompok usia yang memiliki presentasi paling tinggi dibandingkan dengan yang lainnya. Jika berdasarkan jenis kelamin, 56,4% penderita yang meninggal akibat COVID-19 adalah laki-laki dan 43,6% sisanya adalah perempuan. (Priyono, 2016)

2.2.5.2 Gejala Virus Corona (COVID-19)

Flu merupakan gejala awal dari virus ini yang di tandai dengan batuk, pilek demam, sakit tenggorokan danlainnya. Gejala bisa hilang atau sembuh tetapi bisa juga menjadi gejala berat. Gejala berat pada penderita dapat dilihat dengan adanya demam tinggi, sesak nafas, batu kerdahak bahkan berdarah. Gejala bermunculan ketika tubuh sedang bereaksi melawan virus.secara umum berikut beberapa gejala yang biasa muncul seperti demam dengan suhu badan diatas 38 drajat Celsius, sesak saat bernafas, dan juga batuk kering. Gejala lain yang juga terlihat seperti diare, sakit kepala, terganggunya indra perasa dan penciuman, dan ruam pada kulit, gejala ini juga terlihat meskipun jarang terjadi.(Indasari & Anggriani, 2020)

Gejala biasa muncul setelah dua hari sampai dengan dua minggu setelah penderita terinfeksi. Sebagai penderita bisa mengalami penurunan oksigen tanpa gejala apapun. Untuk memastikan apakah ada gejala atau tidak dibutuhkan untuk melakukan test swab atau PCR.

2.2. Penelitian Terdahulu

1. Implementasi Model Komunikasi Kesehatan Two Step Flow Communication dalam Menyebarkan Informasi Kesehatan Ibu dan Janin Melalui Para Dukun Beranak Di Jawa Barat

Penulis: Lukiati Komala, Hanny Hafiar, Trie Damayanti, Lilis Puspitasari

Jurnal: Jurnal Komunikasi KAREBA, v. 3, n. 1, 1 Januari 2014. ISSN 569-842.

2. The effects of quality of evidence communication on perception of public health information about COVID-19: two randomised controlled trials

Penulis: Claudia R. Schneider, Alexandra L. J. Freeman, David Spiegelhalter, Sander van der Linden

Jurnal: PLoS One, November 2021; 16 (11): e0259048

3. Pencegahan Corona Virus Disease 19 (Covid-19) pada Pedagang Pasar Helvetia Kelurahan Helvetia Tengah

Penulis: Elsarika Damanik, Yunida Turisna Simanjuntak, Dicky Yuswadi Wiratama

Jurnal: Jurnal Abdimas Mutiara Vol.1, No.2 September 2020 ISSN 2686-6999.

4. Model Komunikasi Efektif bagi Perkembangan Kemampuan Berpikir Kreatif Anak

Penulis: Edy Suyad

Jurnal: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.8, No.3 Desember 2010 ISSN 263-279.

5. Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi

Penulis: Farida Nurul R, Surokin, Netty Dyah K, Nikmah Surayandari

Jurnal: Jurnal Komunikasi Vol.9, No.2 September 2015 ISSN 1978-4597.

6. Pengaruh Penggunaan Model Gallery Walk Sebagai Media Komunikasi Pembelajaran Terhadap Minat Belajar Siswa MAN Batam

Penulis: Nurul Asti Adealila, Sholihul Abidin

Jurnal: SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa, [S.l.], v. 2, n. 3, oct. 2020. ISSN 2714-593X.

7. Pola Komunikasi Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pt Asuransi Sinarmas Kota Batam

Penulis: Monika Simarmata, Sholihul Abidin

Jurnal: SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol. 4 No. 2 (2021). ISSN 2714-593X.

8. Komunikasi Pemerintah Melalui Media Center Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kepada Publik

Penulis: Riska Oktariani

Jurnal: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.3, No.2 November 2020 ISSN 2621-0304

Tabel 2.1 *State of The Art*

NO	Judul, Nama Penulis, Tahun	Metode	Hasil	<i>State of The Art</i>
1.	Implementasi Model Komunikasi Kesehatan Two Step Flow Communication dalam Menyebarkan Informasi Kesehatan Ibu dan Janin Melalui Para Dukun Beranak Di Jawa Barat Penulis: Lukiati Komala, Hanny Hafiar, Trie Damayanti, Lilis Puspitasari (2014)	Kualitatif dan kuantitatif	Tujuan untuk mendatangkan dukun beranak yang dilakukan oleh ibu hamil di daerah pedesaan jawa barat adalah untuk melakukan kegiatan kesehatan tradisional seperti pijit bayi, membetulkan posisi bayi dalam kandungan dan pijit kandungan. Model komunikasi yang ditemukan adalah model komunikasi verbal dan	Penelitian yang digunakan pada dukun beranak yang ada di Jawa Barat ini menggunakan perpaduan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Terdapat perbedaan dengan penelitian pada petugas

			<p>non verbal.</p> <p>Komunikasi verbal berupa Bahasa yang mereka gunakan adalah Bahasa daerah sehingga menimbulkan kesamaan antara pasien dan dukun beranak. Untuk non verbal dilihat dari sikap sabar si dukun beranak saat menangani kelahiran.</p>	<p>kesehatan yang ada di Laboratorium Plus, dimana pada penelitian ini data didapat hanya dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>
2.	<p>The effects of quality of evidence communication on perception of public health information about COVID-19: two randomised controlled trials</p>	Kuantitatif	<p>Tanpa kualitas isyarat bukti, peserta menanggapi bukti tentang intervensi kesehatan masyarakat seolah-olah itu berkualitas tinggi dan ini mempengaruhi persepsi subjektif</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Lain hal dengan penelitian pada petugas kesehatan</p>

	<p>Penulis: Claudia R. Schneider, Alexandra L. J. Freeman, David Spiegelhalter, Sander van der Linden (2021)</p>		<p>mereka tentang kemandirian dan kepercayaan pada informasi yang diberikan. Hal ini menimbulkan dilema etika yang menimbang pentingnya menyatakan secara transparan ketika basis bukti sebenarnya berkualitas rendah dibandingkan dengan bukti yang memberikan informasi tersebut dapat menurunkan kepercayaan, persepsi kemandirian intervensi, dan kemungkinan mengadopsinya.</p>	<p>Laboratorium Plus menggunakan penelitian kualitatif.</p>
--	--	--	--	---

3.	<p>Pencegahan Corona Virus Disease 19 (Covid-19) pada Pedagang Pasar Helvetia Kelurahan Helvetia Tengah</p> <p>Penulis: Elsarika Damanik, Yunida Turisna Simanjuntak, Dicky Yuswadi Wiratama (2020)</p>	Kualitatif	<p>Berdasar hasil dari penyuluhan yang dilakukan disimpulkan bahwa penyuluhan ini memiliki pengaruh yang amat besar terhadap peningkatan kesadaran dan pengetahuan masyarakat serta kepedulian pedagang untuk tetap waspada terhadap covid-19.</p>	<p>Penelitian terhadap pedagang pasar Halvetia berfokus pada penyuluhan yang diberikan kepada masyarakat apakah bisa memberikan pengaruh terhadap perilaku masyarakat, lain hal dengan penelitian pada petugas kesehatan Laboratorium Plus yang berfokus pada model</p>
----	---	------------	--	---

				komunikasi yang mereka gunakan.
4.	Model Komunikasi Efektif bagi Perkembangan Kemampuan Berpikir Kreatif Anak Penulis: Edy Suyadi (2010)	Verifikatif	Komunikasi anak dengan orang tua dan guru dilingkungannya masing masing berpengaruh secara positif terhadap perkembangan kemampuan berfikir anak. Adanya pengaruh tersebut, telah menempatkan komunikasi sebagai faktor penting terhadap perkembangan kemampuan berpikir kreatif anak. Terkait dengan fungsinya yang sangat penting itu, komunikasi anak	Penelitian ini merupakan penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Sesuai dengan tujuan penelitian yang dicapai, metode yang digunakan ialah metode explanatory survey method, yakni suatu metode

			<p>dengan orang tua dan guru di lingkungannya masing-masing seyogyanya mengacu kepada komunikasi yang efektif. Jika komunikasi yang terjadi Antara anak denagn orang tua dan guru itu efektif maka kemampuan berpikir kreatif anak akan berkembang sesuai dengan potensi yang dimilikinya.</p>	<p>penelitian survey yang bertujuan untuk menguji hipotesis dengan cara mendasarkan pada pengamatan terhadap akibat yang terjadi dan mencari factor penyebabnya melalui data tertentu. lain hal dengan penelitian pada petugas kesehatan Laboratorium Plus yang berfokus pada</p>
--	--	--	--	---

				model komunikasi yang mereka gunakan.
5.	Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi Penulis: Farida Nurul R, Surokin, Netty Dyah K, Nikmah Surayandari (2015)	Kualitatif	Keberadaan laboratorium komunikasi yang ada selmaa ini belum berjalan optimal karena beberapa kendala diantaranya keterbatasan infrastruktur dan SDM yang pada intinya menunjukkan kelemahan dlam structural sehingga mengakibatkan pelaku laboratorium tidak berdaya untuk melakukan aksi. Dalam penelitian ini, permasalahan tersebut	Teori yang digunakan pada penelitian Komunitas Virtual Anti Hoaks adalah teori Interaksi Simbolik, sedangkan pada penelitian ini menggunakan teori struktursi Anthony Giddens.

			<p>mencoba di bongkar dengan merevitalisasi laboratorium komunikasi dari model strukturak menuju model kultural yang memberikan peran penuh pada pelaku laboratorium untuk berkarya dengan segala keterbatasan infrastruktur, perubahan system, dan pemberian tanggungjawab tentu saja tetap dengan pantauan dan bimbingan program studi.</p>	
6.	<p>Pengaruh Penggunaan Model Gallery Walk Sebagai Media</p>	Kuantitatif	<p>Pengujian hipotesis dapat menunjukkan efek positif yang</p>	<p>Penelitian terhadap siswa MAN Batam.</p>

	<p>Komunikasi Pembelajaran Terhadap Minat Belajar Siswa MAN Batam</p> <p>Penulis: Nurul Asti Adealila, Sholihul Abidin (2020)</p>		<p>signifikan antara media gallery walk (X) terhadap minat belajar siswa (Y). Mereka menunjukkan hasil untuk t hitung 11,985. Nilai ini jauh lebih besar dari nilai t tabel pada tingkat signifikansi alpha 0,05 = 0,155. T hitung > T tabel atau 11.985 > 0,155. Maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dari tes di atas, R square adalah 0,475. Nilai 0,475 adalah kuadrat dari koefisien korelasi³, yaitu 0,689 X 0,689 = 0,475. R square juga disebut koefisien determinasi atau</p>	<p>menggunakan teori S-O-R (stimulus, organisme, respons, namun menggunakan metode survey (kuantitatif), sedangkan dalam penelitian petugas kesehatan Laboratorium Plus menggunakan metode kualitatif.</p>
--	---	--	---	--

			<p>identifikasi tekad.</p> <p>Ukuran pengaruh model perkerasan sebagai ukuran pendidikan (X) terhadap minat belajar (Y) dapat dilihat dari koefisien determinasi 0,475. Analisis menemukan bahwa 47,5% dari penggunaan media pembelajaran Gallery Walk berpengaruh terhadap minat belajar siswa Man Batam.</p>	
7.	<p>Pola Komunikasi Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pt Asuransi Sinarmas Kota Batam</p>	Kualitatif	<p>Capaian studi ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang efektif mampu meningkatkan kinerja karyawan.</p> <p>Kesimpulan pola</p>	<p>Penelitian ini terfokus pada pola komunikasi.</p> <p>Lain hal dengan penelitian pada</p>

	Penulis: Monika Simarmata, Sholihul Abidin (2021)		komunikasi organisasi yang diterapkan yaitu menciptakan iklim positif, pola komunikasi rantai yang mampu menciptakan pemahaman yang sama, serta adanya dorongan/motivasi yang akan meningkatkan kinerja karyawan. Terciptanya komunikasi yang bersifat dua arah berupa komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal.	petugas kesehatan Laboratorium Plus yang berfokus pada model komunikasi.
8.	Komunikasi Pemerintah Melalui Media Center Gugus	Kualitatif	Pemerintah sebenarnya sudah menyiapkan semua	Fokus pada penelitian

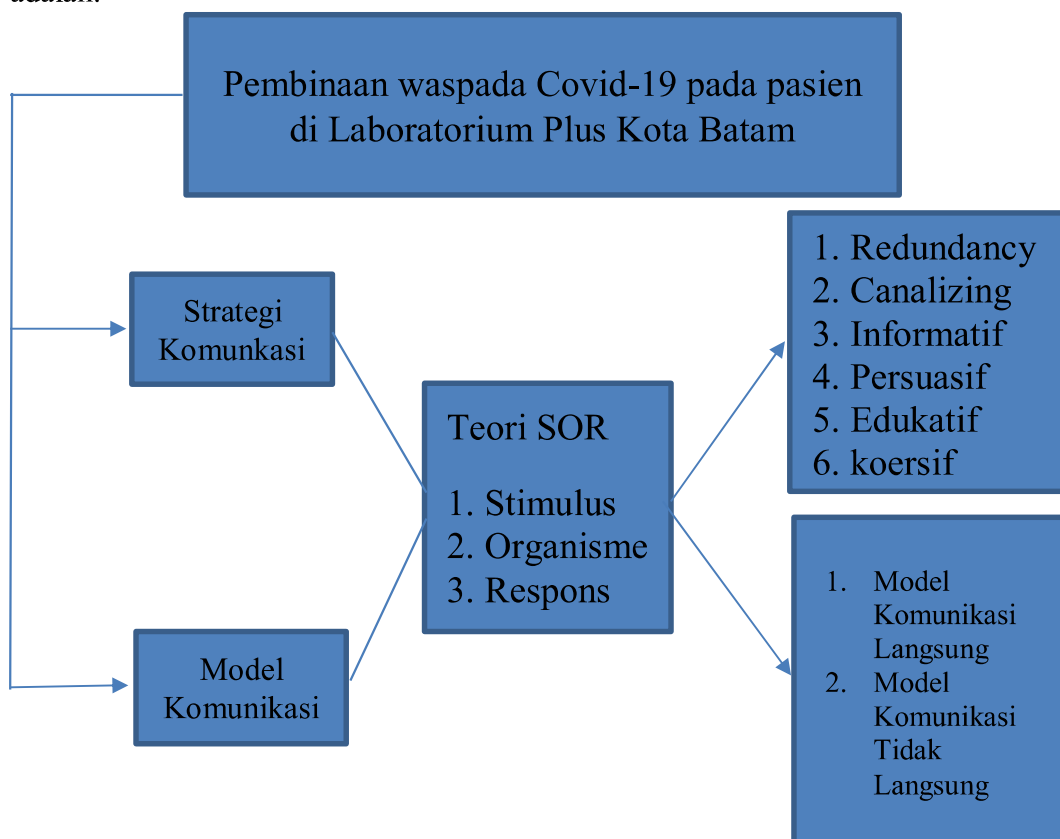
	<p>Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kepada Publik Penulis: Riska Oktariani (2020)</p>		<p>perencanaan awal sebelum pandemic mencapai krisis, dengan memiliki perencanaan manajemen komunikasi krisis dan melakukan update terus menerus. Memiliki tim manajemen komunikasi krisis yang terlatih. Melakukan simulasi untuk melakukan pengujian perencanaan yang ditetapkan dan satuan tugas komunikasi krisis. Memiliki pendasaran konsep pesan terutama dalam konten website,</p>	<p>pada komunikasi pemerintahan dalam menyelesaikan krisis yang terjadi, sedangkan pada penelitian petugas kesehatan di Laboratorium Plus berfokus pada model komunikasi yang mereka gunakan.</p>
--	---	--	--	---

			jejaring social, dan fitur untuk pernyataan dikala krisis.	
9.	The Use Of Competition as a Communication Strategy (To Increase Engagement as a Form of Brand Awareness about Local Skateboarding Shoes in Jabodetabek Area Penulis: Florenzia Shafira Esmeralda Riswanto, Anindita Alifiani Prianto, Alexander Mamby Aruan (2020)	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat banyak kompetisi skateboard di Indonesia yang telah digunakan sebagai strategi komunikasi. Kompetisi dianggap baik dan efektif bagi para merek sepatu skateboard lokal untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat sebagai bentuk kesadaran merek, karena mereka dapat berperan sebagai elemen pendukung atau	Fokus pada penelitian sepatu <i>skateboard</i> lokal ini berfokus pada <i>branding strategy</i> dimana menggunakan lomba sebagai ajang kesadaran merek. Penelitian yang dilakukan penulis berkuat di ranah

			<p>penyelenggara kompetisi skateboard. Kompetisi juga dapat memberikan kesan positif bagi merek itu sendiri. Selain itu, kompetisi yang diadakan secara offline perlu didukung oleh aktivitas online dan mencakup unsur edukasi.</p>	<p>komunikasi pembangunan.</p>
--	--	--	--	--------------------------------

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir yang bersifat teoritis atau konseptual mengenai masalah yang akan diteliti. Kerangka berpikir tersebut menggambarkan hubungan Antara konsep-konsep yang akan di teliti. Skema kerangka berpikir pada penelitian ini adalah:



Gambar 2.1. kerangka konseptual