

**STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN PENANGANAN COVID-19**

**Almadina Rakhmaniar**

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan**

**Email : [madin.archive@gmail.com](mailto:madin.archive@gmail.com)**

**ABSTRACT**

*The process for handling covid-19 in Indonesia considered ineffective, the public needs clear information in dealing with the Covid-19 pandemic. Therefore, it needs a proper and effective health communication strategy carried out by the government in handling it. The purpose of this research is to provide input or recommendations to the government on how to develop a health communication strategy to handle it. The research method used is a literature study by collecting data and information from various sources or materials, such as from books, studies, documents and other references. By conducting an integrated and sustainable health communication campaign about how to prevent the spread of Covid-19 and further provides guidance regarding steps that need to be taken to overcome or how to treat if exposed to virus-19; creating and implementing appropriate and effective communication strategies in handling Covid-19 with regard to the communication elements which created an effective and targeted communication, such as: choosing and sorting the right communicator, use an effective message, understand the communicant who is the target and the expected effect of the conducted health communication; And then how to choosing the right steps to integrate a health communication strategy for handling Covid-19 be the level of action and procedural tactics and techniques appropriately, effectively and efficiently.*

**Keywords: Health Communication, Covid-19**

## I. PENDAHULUAN

Tahun 2020 dunia dihebohkan dengan kasus penyebaran virus yang dilaporkan pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, pada tanggal 31 Desember 2019 lalu, Virus tersebut diberi nama Covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*) atau lebih sering dikenal dengan virus corona. Virus tersebut dengan cepat menyebar keseluruh dunia, termasuk ke Indonesia. Menurut data real time dari *The GISAID Global Initiative on Sharing All Influenza Data* (by Johns Hopkins CSSE), setidaknya 69 negara terus berjuang melawan ancaman virus corona. Dari 69 negara tersebut, per hari ini (Senin, 2 Maret 2020) nama Indonesia masuk ke dalam negara yang terjangkit virus corona.

Presiden Joko Widodo mengumumkan virus corona Wuhan menjangkiti dua warga Indonesia, tepatnya di kota Depok, Jawa Barat. Kedua orang tersebut merupakan seorang ibu (64) dan putrinya (31) yang sempat kotak dengan warga Jepang yang positif mengidap Covid-19. Warga Jepang tersebut baru terdeteksi Covid-19 di Malaysia, setelah meninggalkan Indonesia.<sup>1</sup>

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari situs Satgas Penanganan Covid-19 [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id), hingga 26 Oktober 2020 menurut data sebaran penderita yang bersumber dari WHO, virus ini secara Global menunjukkan dari 218 Negara yang tertular, 42.966.344 orang terkonfirmasi positif dan 1.152.604 orang meninggal, sementara di Indonesia, tercatat 392.934 orang terkonfirmasi positif, 317.672 orang sembuh, serta 13.411 orang

dinyatakan meninggal dunia.<sup>2</sup> Covid-19 (*coronavirus disease 2019*) adalah penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu Sars-CoV-2, Covid-19 ini dapat menimbulkan gejala gangguan pernafasan akut seperti demam diatas 38°C, batuk dan sesak nafas bagi manusia. Selain itu dapat disertai dengan lemas, nyeri otot, dan diare. Pada penderita Covid-19 yang berat, dapat menimbulkan pneumonia, sindroma pernafasan akut, gagal ginjal bahkan sampai kematian.<sup>3</sup>

Covid-19 ini ibarat petir disiang bolong bagi dunia, semua negara termasuk di Indonesia, pemerintah seakan kalang kabut dan tidak siap menghadapi penyebaran informasi mengenai pandemi Covid-19 di Indonesia, bingung tidak tahu harus bertindak apa dan apa yang harus dilakukan, bahkan diawal kedatangan virus ini, pemerintah Indonesia menunjukkan ketidaksiapannya, sehingga menimbulkan kebingungan dari semua bidang, termasuk bidang kesehatan untuk menghadapi permasalahan ini. Bidang kesehatan di Indonesia terlihat kebingungan dalam mengkomunikasikan virus Covid-19 ini kepada masyarakat. Komunikasi kesehatan selain diketahui sebagai bagian dari komunikasi massa adalah tidak lain dari model komunikasi yang peduli kepada kesehatan masyarakat. Komunikasi kesehatan diperlukan untuk memahami pola penanganan kesehatan masyarakat dan sebagai panduan untuk bertindak melakukan sesuatu dalam masa pandemi ini.

Covid-19 menjadi realitas penyakit yang mengubah struktur sosial

---

<sup>1</sup> <https://www.halodoc.com/artikel/kronologi-len-gkap-virus-corona-masuk-indonesia>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020, pukul 09.30.

<sup>2</sup> <https://covid19.go.id/>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020, pukul 09.40.

<sup>3</sup> <http://www.padk.kemkes.go.id/article/read/2020/04/23/21/hindari-lansia-dari-Covid-19.html>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020, pukul 09.38.

masyarakat. Perilaku sosial berubah, begitu pun kohesi sosial. Cara (*usage*), kebiasaan (*folkways*), tata kelakuan (*mores*), dan adat istiadat (*custom*) dalam kehidupan sosial turut beradaptasi. Masyarakat kesehatan membutuhkan informasi yang jelas dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini. Para praktisi komunikasi kesehatan di Indonesia harus sungguh-sungguh memahami informasi dan layanan kesehatan secara bersama. Penyebaran berita bohong atau hoaks harus diperangi sehingga kebutuhan masyarakat akan informasi dan layanan kesehatan khususnya berkaitan dengan penanganan atau penanggulangan virus Covid-19 dapat diterima secara utuh.

Virus Covid-19 yang terjadi serta bagaimana penanganan yang dilakukan pemerintah terhadap virus ini, dapat menjadi salah satu kajian komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan saat pandemi mengalami suatu permasalahan, karena banyaknya informasi yang datang dan sulit dibendung. Banyak “noise” dalam berita dan sejak awal pemerintah pun tidak siap untuk menangkalnya. Semua orang berbicara tentang kesehatan dari sekadar meneruskan pesan bahkan menambahkan pesan tersebut dan beberapa yang tidak kompeten terutama di media sosial seperti pada *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Whatsapp Group* maupun media sosial lainnya, yang dapat menambah masalah baru. Semua orang mendadak ingin berbicara dan menjadi “ahli” tentang masalah virus ini.

Knapp & Vangelisti (2000: 420) dalam Putra (2016) mengemukakan bahwa seorang komunikator harus memiliki empat faktor penting, yaitu pengetahuan, pengalaman, motivasi dan sikap. Hal tersebut menunjukkan, ketika berkomunikasi seharusnya seorang komunikator mengetahui siapa dirinya

dan siapa lawan yang diajaknya untuk berkomunikasi, harus mampu berbicara sesuai dengan pengetahuan, kemampuan dan pengetahuannya serta memiliki sikap dan motivasi yang baik sesuai dengan pesan yang akan disampaikan, seseorang tidak boleh asal bicara, sehingga tidak memberikan informasi yang salah kepada orang lain, apalagi untuk permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan kepentingan umum yang berdampak besar bagi kehidupan banyak orang.

Saat ini juga terdapat berbagai permasalahan pada manajemen rumah sakit, komunikasi dengan sejawat yang bertugas di pelayanan fungsional maupun di struktural manajemen. Dengan banyaknya perkembangan penyakit yang bisa setiap hari bahkan hingga hitungan menit berubah dengan cepat, menimbulkan “kegaduhan” di rumah sakit itu sendiri khususnya terkait penanganan virus Covid-19 ini yang statusnya telah menjadi kejadian luar biasa. Komunikasi Kesehatan yang dilakukan harus ditangani oleh komunikator kesehatan tepat dan cepat tanggap serta diisi oleh orang-orang yang cakap dan kompeten, karena ketika berbicara tentang kesehatan, ini berkaitan dengan kepentingan semua kalangan, termasuk kalangan medis di dalamnya, karena mereka saat ini benar-benar sangat dibutuhkan di lapangan sebagai garda depan dalam pelayanan media sekaligus dalam penyampaian informasi yang akurat, cermat dan tepat sesuai dengan keilmuannya kepada masyarakat, maka artinya komunikasi kesehatan perlu ditangani oleh orang-orang yang cakap dan paham selain tentang dunia kesehatan, tetapi juga paham tentang berkomunikasi yang baik dan efektif.

Selain strategi pemilihan komunikator untuk komunikasi kesehatan yang tepat agar penanganan

virus ini berjalan efektif, strategi selanjutnya untuk membahas permasalahan kesehatan tentunya harus dilakukan dengan menciptakan komunikasi yang efektif. Tubbs & Moss dalam Rakhmat (2000) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif setidaknya menghasilkan 5 hal, yakni Pengertian (*Understanding*), Kesenangan (*Pleasure*), Mempengaruhi sikap (*Attitude Influence*), Hubungan sosial yang baik (*Improved Relationship*), serta Tindakan (*Action*).<sup>4</sup> Hal tersebut mengindikasikan perlu kiranya dilakukan komunikasi yang efektif dari semua pihak agar penanganan virus Covid-19 ini berjalan dengan baik. Diantaranya melalui kerjasama, koordinasi dan kolaborasi yang baik dari semua pihak termasuk didalamnya dari pihak pemerintah, pejabat, tenaga kesehatan, aparat, pemuka agama dan tokoh masyarakat serta seluruh masyarakat Indonesia untuk bahu membahu dan bergandengan tangan untuk bersama-sama menghadapi dan melewati permasalahan ini dengan tidak menyalahkan suatu keadaan dan menghilangkan keegoisan masing-masing, semua harus satu tekad satu suara dan satu niat untuk menghadapi dan melewati badai pandemi ini secara bersama-sama. Sehingga akan tercipta rasa aman, senang dan nyaman, saling pengertian, perubahan sikap, hubungan baik, serta tindakan-tindakan yang benar dan tepat terkait penanganan virus ini dari seluruh pihak yang berkepentingan dan seluruh rakyat Indonesia.

Bentuk penanganan yang dilakukan dapat berjalan dengan baik jika adanya komunikasi kesehatan yang efektif dan baik pula. Komunikasi kesehatan adalah

salah satu jenis komunikasi antar manusia tentang bagaimana seorang individu dalam suatu kelompok/masyarakat menghadapi isu-isu yang berhubungan dengan kesehatan serta berupaya untuk memelihara kesehatannya, fokus utamanya adalah isu kesehatan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, diantaranya interaksi antar ahli kesehatan, antara ahli kesehatan dengan pasien dan antara pasien dengan keluarga pasien (Northouse dalam Notoatmodjo, 2005).

Penanganan Covid-19 ini tidak hanya dapat dilakukan melalui komunikasi kesehatan berskala besar oleh pemerintah. Tetapi komunikasi kesehatan juga dapat dilakukan dimulai dari skala kecil seperti didalam keluarga, antara petugas kesehatan dengan pasien, hingga dilingkungan masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Rahmadiana (2012), Komunikasi kesehatan dapat dilakukan untuk menjalankan proses penyembuhan serta menjadi upaya preventif untuk mencegah penyakit, yang terdiri dari tiga jenis, yaitu komunikasi kesehatan dengan pasien; komunikasi kesehatan dengan pihak keluarga; dan komunikasi kesehatan untuk masyarakat.

Maka dari itu, Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan sebagai pihak yang paling berwenang, perlu kiranya membuat strategi komunikasi kesehatan yang efektif, tepat, akurat, dan cermat dalam rangka penanganan virus Covid-19 ini agar semua pihak dapat terlibat dan berperan aktif dalam mensukseskan penanganan ini, sehingga wabah ini segera berakhir dan semua aspek kehidupan dapat berjalan normal seperti sedia kala.

### **Covid-19**

Dalam [www.covid19.kemkes.go.id](http://www.covid19.kemkes.go.id), web milik Kementerian Kesehatan,

---

<sup>4</sup><https://www.universitaspikologi.com/2018/07/jenis-faktor-dan-komunikasi-efektif.html>. Diakses pada tanggal 20 Januari 2021, pukul 10.12.

menyatakan bahwa *Coronavirus* merupakan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). *Coronavirus* jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019* (Covid-19).<sup>5</sup>

Gejala umum Covid-19 berupa demam  $\geq 38^{\circ}\text{C}$ , batuk kering, dan sesak napas. Jika ada orang yang dalam 14 hari sebelum muncul gejala tersebut pernah melakukan perjalanan ke negara terjangkit, atau pernah merawat/kontak erat dengan penderita Covid-19, maka terhadap orang tersebut akan dilakukan pemeriksaan laboratorium lebih lanjut untuk memastikan diagnosis. Seperti penyakit pernapasan lainnya, Covid-19 dapat menyebabkan gejala ringan termasuk pilek, sakit tenggorokan, batuk, dan demam. Sekitar 80% kasus dapat pulih tanpa perlu perawatan khusus.

Seseorang dapat terinfeksi dari penderita Covid-19. Penyakit ini dapat menyebar melalui tetesan kecil (droplet) dari hidung atau mulut pada saat batuk atau bersin. Droplet tersebut kemudian jatuh pada benda di sekitarnya. Kemudian jika ada orang lain menyentuh benda yang sudah terkontaminasi dengan droplet tersebut, lalu orang itu menyentuh mata, hidung atau mulut (segitiga wajah), maka orang itu dapat terinfeksi Covid-19. Atau bisa juga seseorang terinfeksi Covid-19 ketika tanpa sengaja menghirup droplet dari penderita. Inilah sebabnya mengapa

kita penting untuk menjaga jarak hingga kurang lebih satu meter dari orang yang sakit. Cara penularan utama penyakit ini adalah melalui tetesan kecil (droplet) yang dikeluarkan pada saat seseorang batuk atau bersin.

### **Komunikasi Kesehatan**

Komunikasi kesehatan merupakan bagian dari komunikasi antar manusia yang memiliki fokus pada bagaimana seorang individu dalam suatu kelompok/masyarakat menghadapi isu-isu yang berhubungan dengan kesehatan serta berupaya untuk memelihara kesehatannya (Northouse dalam Notoatmodjo, 2005). Fokus utama dalam komunikasi kesehatan adalah terjadinya transaksi yang secara spesifik berhubungan dengan isu-isu kesehatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi tersebut. Transaksi yang berlangsung antar ahli kesehatan, antara ahli kesehatan dengan pasien dan antara pasien dengan keluarga pasien merupakan perhatian utama dalam komunikasi kesehatan.<sup>6</sup>

Komunikasi kesehatan adalah usaha yang sistematis untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan individu dan komunitas masyarakat, dengan menggunakan berbagai prinsip dan metode komunikasi baik komunikasi interpersonal, maupun komunikasi massa. Selain itu, komunikasi kesehatan juga dipahami sebagai studi yang mempelajari bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi untuk menyebarluaskan informasi kesehatan yang dapat mempengaruhi individu dan komunitas agar dapat membuat keputusan yang

---

<sup>5</sup> covid19.kemkes.go.id. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020, pukul 15.00.

---

<sup>6</sup> Metta Rahmadiana. "Komunikasi Kesehatan: Sebuah Tinjauan". Jakarta: Jurnal Psikogenesis. Vol. 1, No. 1/ Desember 2012, Fakultas Psikologi, Universitas YARSI. 2012. Hal 89.

tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan (Liliweri, 2008).<sup>7</sup>

Menurut *Healthy People* (2010) Komunikasi kesehatan meliputi study dan penggunaan dari strategi komunikasi untuk memberikan informasi dan mempengaruhi keputusan, sikap dan perilaku seseorang atau kelompok masyarakat untuk meningkatkan kesadaran tentang kesehatan. Dalam bidang ini mewakili antara komunikasi dan kesehatan agar semakin dikenal sebagai elemen yang diperlukan untuk meningkatkan kesehatan pribadi maupun banyak orang. Komunikasi kesehatan berkontribusi di hampir semua aspek pencegahan dari suatu penyakit dan promosi kesehatan.<sup>8</sup>

Ada dua perspektif utama yang diambil ketika mempertimbangkan komunikasi kesehatan dalam praktik promosi kesehatan saat ini. Beberapa praktisi memandang komunikasi massa sebagai proses menyeluruh yang membingkai penerapan intervensi promosi kesehatan. Praktisi ini memandang komunikasi kesehatan sebagai strategi atau aktivitas sempit seperti publikasi informasi atau sejenis komunikasi. Antar personal yang mungkin berlangsung antara pendidik kesehatan dan kliennya. Kedua pemikiran itu menyebabkan komunikasi kesehatan rentan terhadap penafsiran yang luas dan kesalahpahaman. Komunikasi kesehatan diperlukan di bidang kesehatan karena komunikasi dalam kesehatan merupakan kunci

pencapaian peningkatan taraf atau tingkat kesehatan masyarakat.<sup>9</sup>

Komunikasi kesehatan meliputi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijaksanaan pemeliharaan kesehatan, regulasi bisnis dalam bidang kesehatan yang sejauh mungkin mengubah dan memperbaharui kualitas individu dalam suatu komunitas masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ilmu pengetahuan dan etika. Dengan demikian dapat dipahami bahwa komunikasi kesehatan merupakan aplikasi dari konsep dan teori komunikasi dalam transaksi yang berlangsung antar individu/kelompok terhadap isu-isu kesehatan. Tujuan pokok dari komunikasi kesehatan adalah perubahan perilaku kesehatan dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan.<sup>10</sup>

Sejauh ini komunikasi senantiasa berkembang seiring berkembangnya dunia teknologi komunikasi. Komunikasi yang dahulunya biasa dilakukan dengan penyuluhan yang secara langsung berhadapan dengan masyarakat dan dilakukan dengan media audio/radio sekarang lebih populer dengan penyampaian pesan atau informasi kesehatan melalui media internet maupun media cetak dan elektronik. Tidak hanya bernilai praktis namun mempunyai nilai ekonomis dan tampilannya lebih menarik. Media yang berkembang tersebut sangat membantu dalam ketercapaian komunikasi kesehatan karena tercapai atau tidaknya komunikasi kesehatan lebih dikarenakan penggunaan media informasi yang tepat,

---

<sup>7</sup> Metta Rahmadiana. "Komunikasi Kesehatan : Sebuah Tinjauan". Jakarta: Jurnal Psikogenesis. Vol. 1, No. 1/ Desember 2012, Fakultas Psikologi, Universitas YARSI. 2012. Hal 89..

<sup>8</sup> Oriza Maya. "Definisi Komunikasi dan Komunikasi Kesehatan, menurut Richard K. Thomas". [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com). Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020, pukul 11.00.

---

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Metta Rahmadiana. "Komunikasi Kesehatan : Sebuah Tinjauan". Jakarta: Jurnal Psikogenesis. Vol. 1, No. 1/ Desember 2012, Fakultas Psikologi, Universitas YARSI. 2012. Hal 89.

pesan yang sistematis dan mudah dimengerti.<sup>11</sup>

### **Peran Komunikasi Kesehatan**

Komunikasi kesehatan berperan untuk meningkatkan kesadaran individu tentang isu-isu kesehatan, masalah kesehatan, resiko kesehatan serta solusi kesehatan.<sup>12</sup> Intinya bahwa peran komunikasi kesehatan adalah untuk memberikan pemahaman kepada individu dalam masyarakat agar memiliki perilaku sehat, sehingga perlu dilakukan perubahan perilaku agar individu menjadi lebih sehat melalui komunikasi kesehatan.

Komunikasi kesehatan berkaitan interaksi antara kesehatan dengan perilaku individu. Individu tersebut berada dalam situasi biologis, psikologis dan sosial kemasyarakatan. Ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap status kesehatan seorang individu. Melalui komunikasi kesehatan, kita mempelajari timbal balik antara ketiga faktor tersebut. Pemahaman ini penting agar kedepannya dapat dikembangkan intervensi program kesehatan yang bertujuan untuk mengubah perilaku individu menjadi lebih sehat. Karena kecenderungan yang terjadi belakangan ini, kebanyakan penyakit termasuk penyakit kronis justru terjadi disebabkan oleh faktor sosial dan pengaruh perilaku (*behaviour*). Banyak gangguan penyakit terlebih penyakit kronis terjadi disebabkan oleh ketidakmampuan individu untuk menjalani hidup sehat dan ketidakmampuan individu untuk bertanggungjawab atas status kesehatannya sendiri karena telah

tenggelam dalam gaya hidup yang kurang sehat.

Apabila digunakan secara tepat, komunikasi kesehatan dapat memengaruhi sikap, persepsi, kesadaran, pengetahuan, dan norma sosial yang kesemuanya berperan sebagai precursor dalam perubahan perilaku. Komunikasi kesehatan sangat efektif dalam memengaruhi perilaku karena didasarkan pada psikologi sosial, pendidikan kesehatan, komunikasi massa, dan pemasaran untuk mengembangkan dan menyampaikan promosi kesehatan dan pesan pencegahan-pencegahan.<sup>13</sup>

### **Fungsi Komunikasi Kesehatan**

Menurut Liliweri (2008), komunikasi dapat diartikan sebagai pengalihan suatu pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami. Proses komunikasi biasanya melibatkan dua pihak, baik antar individu dengan individu, individu dengan kelompok atau antar kelompok dengan kelompok yang berinteraksi dengan aturan-aturan yang disepakati bersama. Adapun fungsi komunikasi itu sendiri, yakni:

- 1) Untuk menyampaikan pesan (informasi) atau menyebarluaskan informasi kepada orang lain. Artinya, dari penyebarluasan informasi ini diharapkan penerima informasi akan mengetahui apa yang ingin diketahui.
- 2) Untuk menyampaikan pesan (informasi) atau menyebarluaskan informasi yang bersifat mendidik orang lain. Artinya, dari penyebarluasan informasi ini diharapkan penerima informasi

---

<sup>11</sup> Reni Agustina Harahap dan Fauzi Eka Putra. "Buku Ajar Komunikasi Kesehatan". Jakarta: Prenada Media Group. 2019. Hal 116.

<sup>12</sup> Metta Rahmadiana. "Komunikasi Kesehatan : Sebuah Tinjauan". Jakarta: Jurnal Psikogenesis. Vol. 1, No. 1/ Desember 2012, Fakultas Psikologi, Universitas YARSI. 2012. hal 90.

---

<sup>13</sup> Reni Agustina Harahap dan Fauzi Eka Putra. "Buku Ajar Komunikasi Kesehatan". Jakarta: Prenada Media Group. 2019. Hal 115.

akan menambah pengetahuan tentang sesuatu yang ingin diketahui.

- 3) Untuk memberikan instruksi kepada penerima pesan.
- 4) Untuk mempengaruhi dan mengubah sikap penerima pesan.

Jika dikaitkan dengan penjelasan dari Liliweri tentang fungsi komunikasi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi komunikasi kesehatan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menyampaikan pesan atau informasi kesehatan atau menyebarkan informasi kesehatan kepada orang lain. Artinya, dari penyebaran informasi kesehatan ini diharapkan penerima informasi akan mengetahui apa yang ingin diketahui atau untuk menambah pengetahuan kesehatan orang lain.
- 2) Untuk menyampaikan pesan (informasi) atau menyebarkan informasi yang bersifat mendidik orang lain tentang kesehatan. Artinya, dari penyebaran informasi kesehatan ini diharapkan penerima informasi akan menambah pengetahuan tentang kesehatan yang ingin diketahuinya.
- 3) Untuk memberikan instruksi mengenai kesehatan kepada penerima pesan.
- 4) Untuk mempengaruhi dan mengubah sikap penerima pesan terkait pesan atau informasi kesehatan.

### **Komunikasi Kesehatan untuk Masyarakat**

Komunikasi kesehatan dengan pasien dan keluarga memiliki efek langsung dalam penyembuhan penyakit, komunikasi kesehatan untuk masyarakat lebih cenderung pada tindakan preventif (pencegahan). Oleh sebab itu, bentuk komunikasi yang dilakukan biasanya berupa promosi kesehatan. Promosi kesehatan dapat diwujudkan dalam beberapa strategi. Menurut Mubarak dan Chayatin (2009), ada tiga langkah yang perlu dilakukan untuk menjalankan hal ini:

- 1) Advokasi, bentuk kegiatan yang memberikan bantuan informasi seputar kesehatan kepada masyarakat melalui pengampu kebijakan dalam bidang terkait.
- 2) Dukungan sosial, berupa dukungan yang berasal dari segala elemen masyarakat mulai tokoh informal (tetua adat, tokoh agama atau orang yang dihormati lain) hingga tokoh formal (petugas pemerintah dan pejabat pemerintah).
- 3) Pemberdayaan masyarakat, upaya untuk memberikan edukasi agar masyarakat memperoleh kemampuan dalam menjaga kesehatan dan meningkatkan kualitas kesehatan hidupnya. Hal paling umum dilakukan dengan penyuluhan.

### **II. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan studi literatur atau studi pustaka (*Library Research*). Yaitu melalui pengumpulan data serta informasi dengan bantuan bermacam materi, seperti yang terdapat pada buku, dokumen, majalah dan sebagainya (Mardalis: 1999). Studi kepustakaan

dapat dilakukan pula dengan mempelajari referensi-referensi dari buku serta hasil penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya yang bermanfaat untuk dijadikan landasan teori terkait permasalahan yang hendak diteliti (Sarwono, 2006).

Prosedur penelitian yang dilakukan melalui beberapa langkah, seperti: memilih topik, mengeksplorasi informasi, penentuan fokus penelitian, mengumpulkan sumber data, penyajian data serta menyusun laporan (Kuhlthau, 2002m dalam Mirzaqon & Purwoko, 2017).

Kemudian dilakukan analisis data berupa Content Analysis, untuk memperoleh kesimpulan valid dan konteksnya dapat diteliti ulang (Krippendorff, 1993), Langkah analisis data dilakukan dengan proses pemilihan, membandingkan, penggabungan dan pemilihan berbagai istilah atau pengertian hingga diperoleh pengertian yang sesuai dengan topik yang diteliti. (Serbaguna, 2005).

### ***Risk and Crisis Communication Management Theory***

Komunikasi kesehatan merupakan suatu kajian yang mendalam dan kompleks karena melibatkan berbagai elemen mulai dari individu komunikator, pesan, hubungan personal, hubungan dengan ahli kesehatan, organisasi, media, budaya dan juga masyarakat (Littlejohn, dkk., 2017). Dalam mengkaji fenomena komunikasi kesehatan, setidaknya ada beberapa teori komunikasi maupun pendekatan yang membahas berbagai hal mulai dari hubungan pasien dengan ahli kesehatan, proses edukasi informasi kesehatan pada masyarakat, pola kerja pekerja kesehatan hingga kesenjangan

akses kesehatan pada kelompok tertentu.<sup>14</sup>

*Risk and Crisis Communication Management Theory* adalah teori yang diusung oleh Matthew Seeger, biasanya digunakan untuk menganalisa fenomena krisis kesehatan seperti penyebaran virus menular (Littlejohn, dkk., 2017). Dalam teori ini, terdapat model fase manajemen krisis (*model of the phases of crisis management*) yang terbagi dalam empat tingkatan (Littlejohn, dkk., 2017):

1. *Prevention* (pencegahan), langkah pencegahan yang meminimalisir risiko.
2. *Preparation* (persiapan), mencakup strategi yang dibuat untuk menangani krisis.
3. *Response* (tanggapan), mencakup penanganan krisis yang dilakukan.
4. *Learning* (pembelajaran), tahap terakhir yang terjadi setelah krisis selesai.

Selain merumuskan model fase manajemen krisis, Seeger juga menciptakan 10 strategi yang dapat digunakan untuk keberhasilan manajemen krisis, di antaranya (Littlejohn, dkk., 2017):

1. Komunikator haruslah pemangku kebijakan dalam penanganan krisis.
2. Membuat perencanaan dengan menimbang risiko dari keadaan sejenis untuk menyampaikan krisis itu sendiri dan menciptakan strategi penanganan darurat.
3. Lakukan dialog dengan publik.
4. Dengarkan masukan dan keluhan publik untuk

---

<sup>14</sup> Anggita Inggari. 2020. “*Mengenal Teori Komunikasi Kesehatan*”.  
www.tambahpinter.com. Diakses pada tanggal  
28 Oktober 2020, Pukul 10:35.

mendapatkan gambaran kondisi yang sebenarnya.

5. Komunikasikan krisis dengan jujur dan keterbukaan data.
6. Berkoordinasi dan bekerjasama dengan stakeholder yang kredibel.
7. Melakukan komunikasi yang baik di media agar pesan secara efektif tersampaikan.
8. Berkomunikasi dengan empati dan perhatian.
9. Terima ketidakpastian keadaan saat krisis.
10. Jangan menjanjikan hal yang muluk-muluk karena keadaan dapat berubah kapan saja.

Berikan informasi yang jelas agar tidak ada kebingungan yang terjadi pada masyarakat. Teori ini berpusat pada penanganan krisis kesehatan yang terjadi di suatu negara atau daerah dengan memanfaatkan komunikasi yang efektif dan terbuka. Berkaitan dengan kondisi saat ini, virus Covid-19 yang menyebar dengan cepat keseluruh dunia, telah menyebabkan krisis diberbagai negara khususnya krisis kesehatan, sehingga perlu penanganan yang tepat, cepat, akurat dan efektif, agar krisis ini segera berakhir. Maka dari itu diperlukan manajemen komunikasi kesehatan yang tepat dan efektif untuk menanggulangnya dengan menggunakan strategi komunikasi kesehatan yang tepat pula.

### **III. Hasil dan Diskusi**

#### **Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19 di Indonesia**

Komunikasi kesehatan merupakan upaya sistematis yang secara positif memengaruhi praktik-praktik kesehatan populasi-populasi besar. Sasaran utama komunikasi kesehatan adalah melakukan perbaikan kesehatan yang berkaitan

dengan praktik dan pada gilirannya, status kegiatan. Meskipun banyak profesional yang bekerja di bidang ini menarik suatu perbedaan dalam hal istilah-istilah pendidikan kesehatan; komunikasi kesehatan; promosi kesehatan; serta informasi, pendidikan, dan komunikasi (IEC, *Information, Education, and Communication*).

Komunikator kesehatan tidak hanya merujuk kepada mereka-mereka yang telah dilatih secara khusus dalam bidang-bidang ini, melainkan juga bagi profesional kesehatan tertentu yang terlibat dalam perubahan perilaku kesehatan melalui program-program komunikasi.<sup>15</sup> Komunikasi kesehatan yang efektif merupakan suatu kombinasi antara seni dan ilmu. Setidak-tidaknya, salah satu dari kunci-kunci keberhasilan adalah penerapan metodologi komunikasi kesehatan yang ilmiah serta sistematis bagi masalah-masalah kesehatan masyarakat. Meskipun pada kenyataannya strategi komunikasi kesehatan pada satu negara berbeda secara mencolok dengan strategi di negara-negara lain, namun, metodologi yang digunakan adalah sama saja dan sama-sama penting bagi penyusunan program-program komunikasi yang benar-benar mencerminkan kebutuhan dan konteks kultural di tiap-tiap negara.<sup>16</sup>

Komunikasi kesehatan merupakan komunikasi yang dilakukan berkaitan dengan konteks atau masalah kesehatan. Maka ketika berbicara mengenai strategi komunikasi kesehatan, maka perlu memperhatikan dan memahami unsur-unsur dalam komunikasi, agar ketika menyusun strategi komunikasi

---

<sup>15</sup> Reni Agustina Harahap dan Fauzi Eka Putra. *"Buku Ajar Komunikasi Kesehatan"*. Jakarta: Prenada Media Group. 2019. Hal 118.

<sup>16</sup> Reni Agustina Harahap dan Fauzi Eka Putra. *"Buku Ajar Komunikasi Kesehatan"*. Jakarta: Prenada Media Group. 2019. Hal 118.

kesehatan unsur-unsur kesehatannya dapat terpenuhi dengan baik, sehingga diharapkan strategi komunikasi kesehatan dalam penanganan Covid-19 yang dipilih tepat dan efektif.

Strategi merupakan suatu cara yang dipilih untuk mencapai tujuan tertentu. Cara tersebut muncul tidak sembarangan, tetapi melalui proses berfikir yang cermat agar cara yang dipilih tersebut benar – benar bisa mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Faktor tujuan pada penyusunan strategi juga sangatlah penting. Tanpa tujuan yang jelas, maka tidak akan pernah memunculkan strategi yang tepat yang bisa mengantarkan kepada tujuan tersebut. Tujuan bisa berasal dari bidang apapun, bisa berupa bidang pemasaran, tujuan bidang politik, maupun tujuan dalam bidang komunikasi kesehatan. Dalam konteks penelitian ini, fokusnya adalah pada bidang komunikasi, sehingga yang dimaksud dengan strategi disini adalah cara – cara yang dipilih untuk bisa mencapai tujuan komunikasi kesehatan yang telah ditetapkan yaitu berkaitan dengan penanganan virus Covid-19, agar masyarakat Indonesia sehat terhindar dari penyebaran virus tersebut.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19 adalah cara-cara yang dilakukan melalui kegiatan komunikasi berkaitan dengan masalah-masalah kesehatan yaitu penularan virus covid-19, yang tujuannya agar virus tersebut dapat ditangani dengan baik dan efektif.

**Kampanya Komunikasi yang terigrasi dan berkelanjutan tentang cara mencegah Penularan Virus Corona atau Covid-19 dan bagaimana langkah penanganan yang perlu dilakukan apabila terkena Virus Corona atau Covid-19**

Hal utama yang perlu dilakukan pertama kali sebagai bentuk penanganan virus covid-19 adalah memberi pemahaman dan pengertian tentang bagaimana cara-cara untuk mencegah penularannya kepada seluruh masyarakat melalui kegiatan sosialisasi dan kampanye komunikasi yang terintegraasi dan berkelanjutan.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, Covid-19 adalah virus yang ciri utama penularannya menyebar melalui tetesan kecil (droplet) dari hidung atau mulut pada saat batuk atau bersin. Droplet tersebut kemudian jatuh pada benda di sekitarnya. Kemudian jika ada orang lain menyentuh benda yang sudah terkontaminasi dengan droplet tersebut, lalu orang itu menyentuh mata, hidung atau mulut (segitiga wajah), maka orang itu dapat terinfeksi Covid-19. Atau bisa juga seseorang terinfeksi Covid-19 ketika tanpa sengaja menghirup droplet dari penderita.

Kunci utama agar terhindar dari virus Covid-19 ini adalah dengan menjaga kebersihan tubuh, memakai masker, mencuci tangan, serta menjaga jarak hingga kurang lebih satu meter dari orang yang sakit atau bergejala seperti flu, batuk dan bersin sehingga dapat terhindar dari droplet yang mungkin terpercik. Beberapa cara yang bisa dilakukan untuk mencegah tertularnya virus ini adalah:<sup>17</sup>

- a) Menjaga kesehatan dan kebugaran agar stamina tubuh tetap prima dan sistem imunitas / kekebalan tubuh meningkat.
- b) Mencuci tangan dengan benar secara teratur menggunakan air dan sabun atau *hand-rub* berbasis alkohol. Mencuci tangan sampai bersih selain dapat membunuh virus

---

<sup>17</sup> covid19.kemkes.go.id. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020, pukul 15.00.

yang mungkin ada di tangan kita, tindakan ini juga merupakan salah satu tindakan yang mudah dan murah. Sekitar 98% penyebaran penyakit bersumber dari tangan. Karena itu, menjaga kebersihan tangan adalah hal yang sangat penting.

- c) Ketika batuk dan bersin, tutup hidung dan mulut Anda dengan tisu atau lengan atas bagian dalam (bukan dengan telapak tangan).
- d) Hindari kontak dengan orang lain atau bepergian ke tempat umum.
- e) Hindari menyentuh mata, hidung dan mulut (segitiga wajah). Tangan menyentuh banyak hal yang dapat terkontaminasi virus. Jika kita menyentuh mata, hidung dan mulut dengan tangan yang terkontaminasi, maka virus dapat dengan mudah masuk ke tubuh kita.
- f) Gunakan masker dengan benar hingga menutupi mulut dan hidung ketika Anda sakit atau saat berada di tempat umum.
- g) Buang tisu dan masker yang sudah digunakan ke tempat sampah dengan benar, lalu cucilah tangan Anda.
- h) Menunda perjalanan ke daerah/negara dimana virus ini ditemukan.
- i) Hindari bepergian ke luar rumah saat Anda merasa kurang sehat, terutama jika Anda merasa demam, batuk, dan sulit bernapas. Segera hubungi petugas kesehatan terdekat, dan mintalah bantuan mereka. Sampaikan pada petugas jika dalam 14 hari sebelumnya Anda pernah melakukan perjalanan terutama ke negara terjangkit, atau pernah

kontak erat dengan orang yang memiliki gejala yang sama. Ikuti arahan dari petugas kesehatan setempat.

Langkah selanjutnya setelah memberikan sosialisasi tentang cara mencegah penularan virus covid-19 adalah memberikan panduan mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk menanggulangi atau mengobati jika terkena virus-19. Hal-hal teknis seperti ini tentu saja memerlukan tim ahli kesehatan atau medis untuk menyusunnya.

### **Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19**

Strategi pada hakekatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendi (1993:301). Menurut Littlemore (2003:1) dalam *The Communicative Effectiveness of Diferent Types of Communication Strategy* menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan langkah-langkah yang harus diambil di dalam meningkatkan efektifitas komunikasi. Sedangkan menurut Effendi (1993: 301) strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Maka kesimpulannya adalah strategi komunikasi kesehatan merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Adapun tujuan strategi

komunikasi yang dilakukan adalah untuk menangani dan menanggulangi masalah kesehatan yaitu berkaitan dengan krisis penyebaran virus corona atau Covid-19.

Didasarkan pada konsep strategi komunikasi yang dijelaskan oleh Harold D. Laswell (2007: 216) seperti dikutip oleh Effendi (1986: 37), bahwa untuk bisa memahami strategi komunikasi maka harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut, yaitu siapakah komunikatornya, pesan apa yang dinyatakannya, media apa yang digunakannya, siapa komunikannya serta efek apa yang diharapkan. Dan keseluruhnya itu merupakan unsur-unsur dalam komunikasi. Maka dari itu, berikut ini adalah strategi komunikasi kesehatan yang dapat dilakukan terkait penanganan Covid-19 di Indonesia. Antara lain:

### **Komunikator dalam Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19.**

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet dalam bukunya *Techniques for effective Communication* sebagaimana dikutip oleh Effendi (1993:35) menyatakan bahwa tujuan sentral dari kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama yaitu: *to secure understanding*, *to establish acceptance*, dan *to motivate action*.

Faktor pertama adalah "*to secure understanding*" memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang ia terima. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina "*to establish acceptance*". Pada akhirnya kegiatan dimotivasi "*to motivate action*" Dengan demikian, orang yang menyampaikan pesan yaitu komunikator ikut menentukan berhasilnya komunikasi.

Dalam hubungan ini faktor *source credibility* komunikator memegang

peranan yang sangat penting. Istilah kredibilitas ini adalah suatu istilah yang menunjukkan nilai terpadu dari keahlian dan kelayakan dipercaya. Seorang komunikator memilih kredibilitas disebabkan etos pada dirinya, yaitu apa yang dikatakan oleh Aristoteles dan yang hingga kini dijadikan pedoman adalah *good sense, good moral, and good character* dan kemudian oleh cendekiawan modern diformulasikan menjadi itikad baik (*good intentions*), kelayakan untuk dipercaya, (*trustworthiness*) serta kecakapan atau keahlian (*competence or expertness*) (Effendi, 1998: 37).

Komunikator mempunyai peranan yang penting komunikasi. Seorang komunikator harus memiliki faktor yang penting dalam dirinya ketika melancarkan komunikasi, Faktor pertama yaitu sumber daya tarik, seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, dia akan mampu merubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan lain perkataan, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya, sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan komunikator (Effendi, 1998: 44).

Faktor kedua adalah sumber kepercayaan, kepercayaan komunikan kepada komunikator menjadi faktor yang dapat menyebabkan komunikasi berhasil. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Seorang dokter akan mendapat kepercayaan jika ia menerangkan soal kesehatan (Effendi, 1998:45).

Berdasarkan dua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik.

Dengan lain perkataan dapat merasakan apa yang dirasa orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa dan sebagainya. (Effendi, 1998: 45).

Kesimpulannya adalah dalam strategi komunikasi kesehatan penanganan Covid-19, maka pemerintah harus memilih sosok komunikator yang tepat. Jika didasarkan pada penjelasan diatas, maka kriteria yang dapat dipilih untuk menentukan komunikator kesehatan penanganan Covid-19 antara lain mempunyai *good sense, good moral, and good character* dan kemudian oleh cendekiawan modern diformulasikan menjadi itikad baik (*good intensions*), kelayakan untuk dipercaya, (*trustworthinnes*) serta kecakapan atau keahlian (*competence or expertness*).

### **Pesan dalam Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19**

Pesan dalam Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19 ini sangat jelas, yaitu pesan kesehatan untuk menghindari penyebaran atau penularan virus corona atau Covid-19. Maka pesan-pesan yang disusun adalah bagaimana seorang komunikator memberikan pesan-pesan tentang hal-hal yang harus dilakukan serta hal-hal yang tidak boleh dilakukan untuk mencegah atau terhindar dari virus ini. seperti pakai masker, cuci tangan menggunakan sabun, jaga jarak dan tidak boleh berkerumun.

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima atau komunikan (Sastropetro, 1991:87). Pesan hendaknya berisi inti pesan (tema) sebagai pengaruh didalam mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun perlu

diperhatikan dan diarahkan pada tujuan akhir dari komunikasi.

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu tapi lambang yang digunakan bermacam-macam. Lambang tersebut diantaranya bahasa, gambar, gesture (kial), warna dan sebagainya. Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan fakta dan opini hal yang konkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang dan lain sebagainya. Karena itu dalam komunikasi bahasa memegang peranan yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahas, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat (Effendi, 1998: 44).

Dalam komunikasi kesehatan penanganan Covid-19 ini, tujuan utamanya adalah bagaimana pesan tersebut tepat sasaran sehingga mampu difahami dan dimengerti oleh masyarakat Indonesia serta pada akhirnya mampu mengubah sikap dan perilaku masyarakat agar hidup sehat terhindar dari virus ini. Menurut Suryanto (2015:177) agar pesan yang disampaikan tepat dan mengenai sasaran, maka memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Pesan harus direncanakan dengan baik (disiapkan) serta sesuai dengan kebutuhan.
- 2) Pesan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.
- 3) Pesan itu harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.

Selanjutnya pesan-pesan tersebut harus juga informatif, persuasif dan koersif. Informatif yaitu pesan yang ditujukan untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengampilk kesimpulan dan keputusan sendiri. Persuasif yaitu pesan yang ditujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan mengubah sikap penerima pesan, perubahan ini diterima bukan karena paksaan melainkan atas kesadaran dan keterbukaan. Koersif yaitu pesan yang bersifat memaksa dan menggunakan sanksi-sanksi. Koersif berbentuk perintah atau instruksi untuk penyampaian suatu target (Suryanto, 2015: 182).

### **Media dalam Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19**

Pemilihan media komunikasi kesehatan dalam penanganan Covid-19 merupakan hal yang sangat penting, media berkaitan dengan bagaimana pesan kesehatan tentang penanganan Covid-19 ini dapat mencapai sasaran dan diterima serta dipahami oleh masyarakat Indonesia. Terlebih negara kita memiliki wilayah yang luas, maka perlu pertumbuhan matang untuk memilih media apa yang tepat yang dapat digunakan. Disesuaikan pula dengan pola perilaku, sikap dan budaya tiap daerah.

Sebagai contoh didaerah perkotaan yang masyarakatnya cenderung melek akan media sosial, maka pemilihan media sosial sebagai medium komunikasi dapat dipertimbangkan, namun bagi masyarakat yang berusia lanjut hal tersebut belum tentu tepat, maka melalui media konvensional dapat menjadi pilihan.

Dalam pemilihan media, kita dapat memilih salah satu atau bahkan memilih

gabungan dari beberapa media, tergantung dari tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan. Jika berbicara media mana yang baik, maka jawabannya adalah tidak dapat dipastikan, karena masing-masing media mempunyai kelebihan dan kekurangan masing masing.

Bisa menggunakan media cetak, media elektronik, maupun media internet atau media sosial. Bisa pula media berbentuk visual, audio, atau audiovisual (iklan), bisa gambar, foto, video, media luar ruangan seperti spanduk, baligho, poster, banner maupun bentuk lainnya. Contoh pesan melalui media tulisan/cetakan dan media visual memiliki keunggulan, yaitu dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Sementara Pesan melalui media audio dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk melakukan hal-hal lain, seperti mendengarkan berita radio ketika sedang mengemudikan mobil. Sedangkan pesan melalui media audio-visual dapat ditangkap secara lengkap, dapat dilihat dan didengarkan. (Effendi, 1998: 43).

Maka dari itu dalam memilih media komunikasi kesehatan penanganan Covid-19 ini harus memperhatikan hal-hal tersebut diatas, seperti tujuan yang ingin dicapai, target sasaran, serta mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan dari media yang akan digunakan.

### **Komunikasi dalam Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19**

Komunikasi adalah yang menjadi target sasaran komunikasi, pihak yang menjadi penerima pesan dalam sebuah komunikasi yang sekaligus adalah tujuan komunikasi, yaitu bagaimana komunikasi mengerti dan memahami pesan apa yang diharapkan oleh

komunikator, sehingga komunikasi yang dilakukan dapat berhasil serta sesuai dengan apa yang diharapkan. Dan yang menjadi komunikasi dalam komunikasi kesehatan penanganan Covid-19 ini adalah seluruh rakyat Indonesia. Penerima pesan dapat digolongkan dalam tiga jenis, yakni personal, kelompok, dan massa. (Suryanto, 2015: 192-194).

Mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi adalah hal yang penting dan disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang dilakukan. Apakah bersifat informatif, persuasif ataupun koersif. Pesan Informatif yaitu pesan yang ditujukan untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikasi mengampil kesimpulan dan keputusan sendiri, persuasif yaitu pesan yang ditujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan mengubah sikap penerima pesan, perubahan ini diterima bukan karena paksaan melainkan atas kesadaran dan keterbukaan sedangkan koersif yaitu pesan yang bersifat memaksa dan menggunakan sanksi-sanksi. koersif berbentuk perintah atau instruksi untuk penyampaian suatu target (Suryanto, 2015: 182).

Faktor yang perlu diperhatikan mengenai komunikasi sebagai sasaran komunikasi, antara lain faktor kerangka/bingkai referensi atau kerangka pemikiran (*frame of reference*) dan bidang pengalaman (*field of experience*), faktor kerangka/bingkai referensi adalah berkaitan dengan latar belakang yang berhubungan dengan pengetahuan, pendapat-pendapat tertentu, dan pendidikan seseorang. Sedangkan bidang pengalaman merujuk pada bidang pengalaman seseorang. atau latar belakang pengalaman yang dimiliki oleh orang-orang yang terlibat dalam kegiatan berkomunikasi.

Komunikasi dalam komunikasi kesehatan penanganan Covid-19 ini adalah seluruh rakyat atau masyarakat Indonesia. Maka dari itu komunikasi dalam komunikasi kesehatan penanganan Covid-19 yaitu Pemerintah Indonesia, harus mampu memperhatikan faktor-faktor tersebut, terlebih negara Indonesia terdiri dari berbagai suku, Bahasa, dan budaya, serta adat kebiasaan yang beragam dan berbeda satu sama lain sehingga perlu pendekatan yang berbeda-beda pula satu dengan yang lainnya. Agar harapannya pesan komunikasi kesehatan ini berjalan efektif, berhasil dan tepat sasaran, sehingga dapat diterima, dimengerti, dipahami serta dilaksanakan dengan baik oleh masyarakat, sehingga pada akhirnya pandemi Covid-19 ini segera berakhir.

### **Efek yang diharapkan dari Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19**

Efek utama yang diharapkan dari Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19 adalah perubahan perilaku dari masyarakat Indonesia agar memiliki perilaku hidup sehat agar terhindar dari penyebaran virus Covid-19 ini. karena virus ini mudah menyebar melalui percikan droplet (cairan) dari bersin atau batuk maka cara yang dapat dilakukan untuk menghindari penularan virus ini adalah mencuci tangan pakai sabun, memakai masker, jaga jarak, jauhi tempat kerumunan dan keramaian, serta yang paling penting adalah membiasakan untuk berperilaku hidup sehat agar imunitas tubuh kuat dan terhindar dari Covid-19.

Untuk mengubah perilaku komunikasi dalam hal ini masyarakat Indonesia untuk dapat mengikuti protokol kesehatan agar terhindar dari penyebaran Virus Covid-19 ini, maka perlu dilakukan komunikasi kesehatan

yang efektif, tentunya dengan memperhatikan faktor penunjang dan faktor penghambat dari komunikasi efektif tersebut seperti pemenuhan unsur-unsur komunikasi yang telah dijabarkan.

Semoga melalui strategi komunikasi kesehatan yang tepat dan efektif, masyarakat Indonesia terhindar dari penyebaran Covid-19 sehingga negara kita dapat segera pulih dari krisis kesehatan ini.

### **Komponen Strategi Komunikasi**

Agar lebih mudah dalam melakukan dan mempraktikkan strategi komunikasi, maka kita harus mengetahui langkah taktis strategi komunikasi supaya mencapai tujuan yang diinginkan (Cutlip, 2007: 392-407) menegaskan bahwa. Berikut ini langkah-langkah tersebut:

1. Membingkai pesan, prinsip pertama dari pembingkai isi pesan untuk komunikasi adalah mengetahui dari dekat pandangan klien atau karyawan dan situasi problem. Prinsip kedua adalah mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan perhatian dari publik sasaran. Komunikasi yang efektif harus didesain agar sesuai dengan situasi, waktu, tempat dan audien.
2. Semantic, adalah ilmu tentang arti kata-kata. Bahasa senantiasa berubah, untuk itu dalam berkomunikasi kita harus senantiasa memahami makna kata yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan agar mudah dipahami.
3. Simbol, komunikasi bukan sekedar semantic, komunikasi juga menggunakan symbol dan stereotip. Simbol menawarkan cara dramatis dan langsung untuk berkomunikasi dengan

banyak orang dijalur komunikasi yang panjang. Symbol telah dipakai sejak awal sejarah untuk memadatkan dan menyampaikan pesan yang kompleks.

4. Rintangan dan stereotip, hambatan untuk menjelaskan pesan ada dipihak komunikator dan audiennya. Seperti dicatat Lippmann, setiap orang tinggal didalam lindungan (kepompong) lingkungannya sendiri-sendiri. Kepompong ini menyekat individu dari serbuan informasi yang tak ada hentinya dan semakin meningkat intensitasnya. Ada rintangan sosial, rintangan usia, rintangan bahasa atau kosakata, serta rintangan ekonomi dan politik. Ada rintangan ras; rintangan dan distorsi yang menutup komunikasi tampak jelas dalam perbedaan antar kelompok etnis dan ras di masyarakat Amerika yang multicultural. Sama halnya di Indonesia tentunya yang juga memeiliki keanekaragaman suku ras dan kepercayaan. Juga ada rintangan yang sering dilupakan yakni, kemampuan atau kesediaan audien untuk menyerap pesan. Terakhir ada persaingan untuk mendapatkan perhatian orang di arena publik. Dalam komunikasi, tak ada yang lebih menyulitkan ketimbang kenyataan bahwa kebanyakan audien media massa punya akses terbatas terhadap fakta. Dengan akses yang terbatas dan dengan beberapa informasi yang membingungkan ketimbang menjelaskan, orang sangat mengandalkan pada *stereotip*. Kesan spesifik dan

- signifikan menjadi sesuatu yang sangat umum atau digeneralisir.
5. Memasukkan semuanya ke dalam kampanye, Hyman dan Sheatesley menyebutkan alasan utama mengapa banyak kampanye organisasi batal. Alasan itu antara lain:
    - 1) Ada orang yang tidak tahu apa-apa tapi keras kepala. Orang-orang ini sulit diajak bicara, bahkan dengan informasi yang kuat sekalipun.
    - 2) Yang banyak mendapatkan informasi adalah orang-orang yang berminat pada informasi tersebut.
    - 3) Orang mencari informasi yang sesuai dengan sikap mereka dan menghindari informasi yang tidak sesuai dengan sikap mereka.
    - 4) Informasi tidak selalu merubah sikap. Perubahan pandangan atau perilaku setelah mendapat informasi pesan mungkin dipengaruhi predisposisi individual.
    - 5) Menyebarkan pesan, usaha agar ide atau inovasi diterima bukan hanya memberikan informasi kepada audien melalui media massa atau publikasi internal. Komunikasi harus diarahkan kepada sasaran yang tepat, bukan disebarkan kesegala arah.
  6. Mempertimbangkan kembali proses, tiga elemen yang ada untuk semua upaya komunikasi adalah sumber pengirim, pesan dan tujuan atau penerima. Kegagalan komunikasi dapat melibatkan satu atau lebih dari ketiga elemen ini. Komunikasi yang efektif membutuhkan

efisiensi disemua pihak diketiga elemen itu. Komunikator harus punya informasi yang memadai. Komunikator harus punya kredibilitas dimata penerima. Komunikator harus mampu menyampaikan informasi dengan cara yang dapat dipahami penerima. Komunikator harus menggunakan saluran yang akan menyampaikan pesan kepada penerima. Pesan harus sesuai kapasitas pemahaman penerima dan relevan dengan kepentingan atau kebutuhan penerima. Pesan harus memotivasi kepentingan penerima dan menimbulkan respon.

Guna memudahkan dalam memahami strategi perlu kiranya dijelaskan beberapa istilah kata yang identik dengan strategi diantaranya ialah, metode dan taktik. Metode ialah cara yang teratur dan sistematis untuk pelaksanaan suatu cara kerja agar tercapai hasil yang diharapkan. Sedangkan taktik ialah tahap-tahap atau langkah-langkah tertentu yang dipakai untuk melaksanakan strategi. Jika manajemen sudah merumuskan tujuan dan strateginya, maka ia berada dalam posisi untuk menentukan taktik.<sup>18</sup>

Dengan demikian maka dapat dipahami bahwa metode ruang lingkupnya lebih luas dibandingkan dengan strategi. Hal ini dikarenakan strategi sudah masuk pada wilayah perencanaan yang didukung dengan manajemen, sedangkan metode baru pada wilayah pembuatan cara yang tersistematis. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa metode sebagai kerangka besar sedangkan strategi

---

<sup>18</sup> <http://artipengetahuan.blogspot.com/2013>. diakses pada 28 Oktober 2020, pukul 14.27.

adalah bentuk turunan dari kerangka besar tersebut.

Adapun taktik lebih bersifat spesifik karena sudah pada tataran praktik atau pelaksanaan sebuah strategi. Artinya metode dan strategi cenderung bersifat permanen sedangkan taktik bisa berubah-ubah sesuai dengan situasi dan kondisi tapi tanpa keluar dari kerangka besar metode dan strategi. Menurut peneliti hal ini dikarenakan metode memiliki target tujuan secara umum, sedangkan strategi sebagai tahapan langkah untuk mewujudkannya, adapun taktik sebagai sebuah langkah akhir dalam pelaksanaan sebuah rencana akan tetapi pada ruang lingkup yang lebih kecil namun menunjang keberhasilan dalam mencapai tujuan besar atau umum.

Sebelumnya telah dijelaskan tentang strategi komunikasi kesehatan penanganan Covid-19, maka tugas selanjutnya adalah menurunkan strategi komunikasi kesehatan tersebut kedalam taktik yang masuk kedalam tataran praktek. Taktik komunikasi kesehatan yang dilakukan terkait penanganan Covid-19 lebih kepada teknis tindakan dan prosedural kesehatan yang perlu dilakukan dan hal tersebut bisa mengacu, mencontoh atau mengadaptasi dari kesuksesan negara lain dalam penanganan Covid-19, seperti misalnya kesuksesan penanganan Covid-19 yang dilakukan Vietnam dan Selandia Baru.

#### **IV. Kesimpulan**

Strategi komunikasi kesehatan dalam penanganan Covid-19 dibuat bertujuan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi keputusan, sikap dan perilaku seseorang atau kelompok masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia untuk

dapat mengikuti berperilaku hidup sehat mengikuti protokol kesehatan seperti mencuci tangan pakai sabun, memakai masker, jaga jarak dan menghindari keramaian atau kerumunan demi terhindar dari penyebaran virus Covid-19.

Strategi komunikasi merupakan langkah-langkah yang harus diambil di dalam meningkatkan efektifitas komunikasi. Dalam hal ini, maka diperlukan sebuah strategi komunikasi kesehatan berupa perencanaan komunikasi kesehatan dan manajemen kesehatan yang tepat dan efektif agar penanganan Covid-19 dapat berjalan baik, efektif dan berhasil. Keberhasilan ini tentunya akan berjalan lancar ketika seluruh lapisan masyarakat dapat bersinergi dalam upaya hidup sehat.

Penulis juga memberikan saran tentang perlu adanya sosialisasi pada seluruh lapisan masyarakat mengenai perlunya perilaku hidup sehat dalam menghadapi pandemi Covid-19. Upaya ini dapat dilakukan melalui strategi komunikasi kesehatan oleh pihak-pihak yang bertugas sehingga dapat memberikan informasi dan mempengaruhi keputusan, sikap dan perilaku seseorang atau kelompok masyarakat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia untuk dapat mengikuti berperilaku hidup sehat mengikuti protokol kesehatan seperti mencuci tangan pakai sabun, memakai masker, jaga jarak dan menghindari keramaian atau kerumunan demi terhindar dari penyebaran virus Covid-19 sehingga akhirnya melalui strategi komunikasi kesehatan dalam penanganan yang tepat dan efektif dicapai hasil yaitu Indonesia segera terhindar dari Covid-19 dan kehidupan kembali berjalan dengan normal.

Adapun Strategi komunikasi kesehatan dalam penanganan Covid-19

dapat dilakukan melalui hal berikut, yaitu:

1. Kampanye Komunikasi kesehatan harus dilakukan secara terintegrasi dan berkesinambungan tentang bagaimana cara Mencegah Penularan Virus Corona atau Covid-19 sebagai tindakan pencegahan selanjutnya memberikan panduan mengenai langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk menanggulangi atau mengobati jika terkena virus-19. Dengan melibatkan tim ahli kesehatan atau medis dalam rangka menyusunnya.
2. Menciptakan dan menerapkan strategi komunikasi yang tepat dan efektif dalam penanganan Covid-19, salah satunya dengan memperhatikan unsur-unsur komunikasi agar komunikasi yang dijalankan efektif dan tepat sasaran, seperti: memilih dan memilah komunikator sebagai sumber pesan yang tepat; pemilihan dan penggunaan pesan yang efektif; memilih media komunikasi yang efektif dan tepat sasaran; memahami komunikan yang menjadi sasaran komunikasi kesehatan yakni masyarakat Indonesia, misalnya dengan memperhatikan kultur, psikologis, kerangka pemikiran (*frame of reference*) dan bidang pengalaman (*field of experience*) serta keunikan lainnya, karena rakyat Indonesia terkenal dengan keragamannya belum lagi faktor demografis dan geografis, hal-hal tersebut mutlak harus menjadi pertimbangan; serta efek yang diharapkan yaitu perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam mencegah penularan covid-19,
3. Untuk melakukan dan mengimplementasikan strategi

komunikasi kesehatan dalam rangka penanganan covid-19, selanjutnya harus dapat menurunkannya kepada tataran taktik dan teknis tindakan dan prosedural yang tepat, efektif dan efisien pula.

### **Referensi**

- Brannan, Tom. 2005. *Integrated Marketing Communications*. Jakarta: PPM.
- Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Goldsmith, Daena J. & Albrecht, Terrance L. 2011. "Social Support, Social Networks, and Health." dalam *The Handbook of Health Communication, 2<sup>nd</sup> edition*.
- Harahap, Reni Agustina dan Fauzi Eka Putra. 2019. *Buku Ajar Komunikasi Kesehatan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Inggari, Anggita. 2020. *Mengenal Teori Komunikasi Kesehatan*. [www.tambahpinter.com](http://www.tambahpinter.com).
- Krippendoff, Klaus. 1993. *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Citra Niaga Rajawali Press.
- Knapp, Mark L. dan Anita L. Vangelisti. 2000. *Interpersonal Communication and Human Relationships*, Fourth Edition. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Liliweri, Alo. 2008. *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, Stephen W., dkk. 2017. *Theories of Human Communication: Eleventh Edition*. Illinois: Waveland Press, Inc.

- L.Tubbs, Stewart & Moss, Sylvia.2008. *Human Communication: Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Maya, Oriza. *Definisi Komunikasi dan Komunikasi Kesehatan, menurut Richard K. Thomas*. [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com).
- Mirzaqon. T, A dan Budi Purwoko. (2017). *Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori dan Praktik Konseling Expressive Writing*. Jurnal BK Unesa, 8(1): 1-8.
- Mubarak, Wahit Iqbal dan Chayatin, Nurul. 2009. *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Medika.
- Pawit, M. Yusuf. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Ed.1. Jakarta: Bumi Aksara.
- Putra, Nirwansyah. 2016. *Karakteristik Komunikator Efektif dalam Komunikasi Antar Pribadi*. Medan: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Rahmadiana Metta. 2012. *Komunikasi Kesehatan: Sebuah Tinjauan*. Jakarta: Jurnal Psikogenesis. Vol. 1, No. 1/ Desember 2012, Fakultas Psikologi, Universitas YARSI.
- Rakhmat, Djalaluddin. 2000. *Psikologi Komunikasi edisi revisi*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sastropoetro, Santoso R.A. 1991. *Pendapat Publik, Pendapat Umum dan Khalayak Dallah Komunikasi Sosial*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Website:**
- <https://www.halodoc.com/artikel/kronologi-lengkap-virus-corona-masuk-indonesia>.
- <https://covid19.go.id/>.
- <http://www.padk.kemkes.go.id/article/read/2020/04/23/21/hindari-lansia-dari-Covid-19.html>.
- <https://covid19.kemkes.go.id/>
- <http://artipengetahuan.blogspot.com/2013>. diakses pada 28 Oktober 2020, pukul 14.27.
- <https://www.universitaspikologi.com/2018/07/jenis-faktor-dan-komunikasi-efektif.html>.Diakses pada tanggal 20 Januari 2021, pukul 10.12.