

RANCANGAN STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN DINKES KOTA BANDUNG DALAM PROGRAM VAKSINASI COVID-19

Dicky Yusuf Budiman Kusmayadi¹, Deddy Mulyana², Diah Fatma Sjoraida³
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

Email: dicky20005@mail.unpad.ac.id

Email: deddy.mulyana@unpad.ac.id

Email: diah.fatma@unpad.ac.id

ABSTRACT

The Covid-19 vaccination program in its implementation involves so many fields with various scopes of work, requiring very high intensity coordination and cooperation. Cross-sector collaboration in the scope of communication has also not escaped the attention of the Indonesian Ministry of Health. This study focuses on how the Bandung City Health Office designs a communication strategy that is used to convey health communication messages that are applied to the Covid-19 vaccination program. This research uses a qualitative approach and the Covid-19 vaccination program as a research topic. The paradigm used in this study is constructivist. data. This study uses interview data collection techniques with informants who are considered to have the potential to obtain research information on health communication in the Covid-19 vaccination program and assessment report at the regional apparatus organizational level regarding the management of social media with the Instagram platform in July 2022. Conducted by the Communication and informatics offices using FAIR assessment indicators, the Bandung City Health Office's performance is ranked 3rd out of the top 20 West Java Health Offices in July 2022. This needs to be addressed by increasing content productivity, as well as interaction. Covid-19 vaccination implemented requires inter-sectoral collaboration to support. The Communication Strategy Design in the Covid-19 vaccination program carried out by the Bandung City Health Service through the Public Relations division which starts with managing a communication strategy based on the theory of Risk and Crisis Communication Management.

Keyword : Communication strategy, Health Communication, Bandung City Health Offices performance

ABSTRAK

Pelaksanaan program vaksinasi Covid-19 melibatkan berbagai bidang dengan lingkup kerja yang beragam, sehingga memerlukan koordinasi dan kerja sama lintas sektor dengan intensitas tinggi. Kerja sama lintas sektor dalam komunikasi juga menjadi perhatian Kementerian Kesehatan RI. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang dirancang oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung dalam menyampaikan pesan kesehatan terkait program vaksinasi Covid-19. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan informan yang relevan dan laporan asesmen mengenai pengelolaan media sosial Instagram pada Juli 2022. Berdasarkan penilaian menggunakan indikator FAIR, kinerja Dinas Kesehatan Kota Bandung menduduki peringkat ke-3 dari 20 besar Dinas Kesehatan di Jawa Barat pada Juli 2022. Hal ini memerlukan peningkatan produktivitas konten dan interaksi. Vaksinasi Covid-19 membutuhkan kolaborasi lintas sektoral untuk mendukung efektivitas program. Strategi komunikasi yang dirancang oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui divisi Humas berlandaskan pada teori Manajemen Komunikasi Risiko dan Krisis.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Kesehatan, Kinerja Dinas Kesehatan Kota Bandung

I. PENDAHULUAN

Fenomena program vaksinasi Covid-19 sebagai upaya penanganan penyebaran penyakit virus *Corona* yang terus gencar dilaksanakan sampai saat ini menjadi fokus utama pemerintahan seluruh daerah di Indonesia dari mulai pemerintahan pada tingkatan nasional hingga pemerintahan tingkatan daerah. Fenomena berupa program dengan garis besar bidang kesehatan yang diawali oleh seruan dari WHO dimulai pada penghujung bulan Maret tahun 2020. Di dalam seruannya organisasi kesehatan dunia tersebut menyerukan pesan yang berisikan sebuah gagasan mengenai langkah selanjutnya dalam upaya pengendalian penyebaran virus *Corona*. Gagasan yang dimaksud adalah cara melakukan vaksinasi Covid-19 secara menyeluruh dan merata untuk seluruh masyarakat seluruh dunia di setiap negara, dengan harapan apabila setiap negara mampu melakukan vaksinasi Covid-19 minimal sebesar 70% pada keseluruhan jumlah populasi di negaranya maka akan tercipta kekebalan secara kelompok atau (*herd immunity*). Kekebalan kelompok inilah yang akan menciptakan proteksi silang, melalui kekebalan kelompok yang ditimbulkan dari cakupan imunisasi yang tinggi. Selain menciptakan kekebalan terhadap suatu penyakit tertentu program vaksinasi Covid-19 juga diharapkan mampu meminimalisir risiko penularan penyakit dari orang sekitarnya menjadi lebih kecil. Gagasan tersebut dapat memberikan gambaran bahwa imunisasi dengan cakupan yang tinggi dan merata pada seluruh lapisan masyarakat sangatlah penting.

Vaksinasi sendiri mempunyai pengertian yaitu upaya pemberian vaksin yang secara aktif bertujuan untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh

terhadap penyakit. Dengan cara vaksinasi ini, diharapkan jika satu individu terjangkit oleh penyakit ataupun terpapar suatu penyakit maka tubuh secara alami akan mampu bertahan dari penyakit tersebut dan tidak akan menjadi sumber infeksi atau mediator penyebaran penyakit terhadap individu yang lain.

Program vaksinasi Covid-19 menjadi fenomena yang teramat penting dalam beberapa tahun terakhir untuk mengakhiri masa pandemi Covid-19 yang tengah berlangsung. Pemerintah pusat maupun daerah begitu gencar menyelenggarakan program vaksinasi Covid-19. Instansi resmi pemerintahan maupun organisasi mandiri atau swastapun turut ikut ambil bagian dan memulai pergerakan dalam program vaksinasi Covid-19. Program vaksinasi Covid-19 yang dilaksanakan dalam situasi kegentingan ini kian menyita begitu banyak konsentrasi dalam pelaksanaannya. Program yang diharapkan dapat menghentikan fenomena penyebaran penyakit berupa virus *Corona* yang berbahaya bagi kehidupan manusia ini, membutuhkan perhatian khusus dari berbagai bidang, baik bidang kesehatan yang berperan sebagai pelaksana teknis secara langsung maupun bidang-bidang lain yang terkait sebagai pembantu kesuksesan terlaksananya program vaksinasi Covid-19.

Vaksinasi Covid-19 di Indonesia pada pelaksanaannya dilakukan secara berangsur-angsur dalam beberapa tahapan. Tahapan yang pertama, vaksinasi dilakukan kepada tenaga kesehatan; tahapan yang kedua, target vaksinasi adalah petugas pelayanan publik, serta tahapan yang ketiga, target vaksinasi diperuntukan bagi masyarakat yang rentan terhadap kondisi geospasial, sosial, dan ekonomi, dan pada tahapan keempat, vaksinasi dilakukan kepada masyarakat umum dan pelaku perekonomian dengan menitikberatkan

kluster vaksinasi yang bergantung kepada ketersediaan vaksin.

Program vaksinasi Covid-19 di dalam pelaksanaannya melibatkan begitu banyak bidang dengan berbagai macam ruang lingkup pekerjaan, membutuhkan koordinasi dan kerjasama dengan intensitas yang sangat tinggi agar dapat mempermudah pekerjaan baik pekerjaan secara teknis maupun non-teknis. Dalam hal ini kementerian kesehatan republik indonesia menjadi pemilik kewenangan. Panduan utama dalam pembagian ruang lingkup dan porsi kerja pada setiap bidang secara resmi telah dirumuskan oleh kementerian kesehatan republik indonesia merumuskannya di dalam Surat keputusan menteri kesehatan republik indonesia nomor hk.01.07/menkes/4638/2021 yang juga mengatur bagaimana pelaksanaan kerjasama dapat terlaksana dengan efektif, dibutuhkan Tim Pelaksana mulai dari tingkat provinsi, kabupaten/kota dan puskesmas. Tim ini harus melibatkan seluruh lintas program di lingkungan sektor kesehatan serta lintas sektor terkait. Tim Pelaksana setidaknya terdiri dari lima bidang yaitu bidang perencanaan; bidang vaksin, logistik dan sarana prasarana; bidang pelaksanaan; bidang komunikasi, advokasi dan pemberdayaan masyarakat; serta bidang monitoring dan evaluasi.

Panduan pelaksanaan kerjasama lintas bidang dalam ruang lingkup komunikasi juga tidak luput dari perhatian Kementerian Kesehatan Indonesia, pekerjaan pada bidang komunikasi dapat dikatakan dikatakan sangat penting karena bidang ini diproyeksikan mampu menjadi penghubung dipihak internal pemerintahan maupun eksternal antara pemerintah dengan pihak-pihak lain yang bekerja sama didalam melaksanakan program vaksinasi Covid-19.

Bidang komunikasi pada ruang lingkup kerjanya mengemban tugas sebagai

pengelola seluruh kegiatan komunikasi yang akan dilakukan dalam program vaksinasi Covid-19, dengan tugas utamanya yakni bertanggung jawab untuk merancang strategi komunikasi yang akan dilakukan, menyampaikan pesan-pesan yang bermuatan informasi komunikasi kesehatan, menentukan dan mengelola media penyebaran pesan-pesan komunikasi kesehatan, serta melayani kebutuhan masyarakat terutama pelayanan informasi mengenai vaksinasi Covid-19, hal tersebut juga secara langsung ditegaskan didalam Surat keputusan menteri kesehatan republik Indonesia nomor hk.01.07/menkes/4638/2021 tentang petunjuk teknis pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi *corona virus disease 2019 (covid-19)* pada *point* ruang lingkup dapat menjadi acuan sebagai petunjuk teknis pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi *corona virus disease 2019 (covid-19)* yang meliputi perencanaan kebutuhan, sasaran, pendanaan, distribusi serta manajemen vaksin dan logistik, pelaksanaan pelayanan, kerja sama, pencatatan dan pelaporan, strategi komunikasi, pemantauan dan penanggulangan kejadian ikutan pasca vaksinasi covid-19, serta monitoring dan evaluasi.

Strategi Komunikasi secara garis besar di rumuskan oleh pemerintah dalam konsep komunikasi perubahan perilaku yang bertujuan untuk mencegah penyebaran Covid-19. Konsep ini dilaksanakan dalam ruang lingkup nasional di berbagai tingkatan, mulai dari pusat, provinsi, kabupaten hingga kota sampai pada tingkatan desa/kelurahan. Penyebarluasan pesan-pesan melalui kampanye masih terus dilaksanakan untuk memastikan bahwa publik tetap mempertahankan adopsi perilaku pencegahan utama dalam situasi pandemi.

Perilaku pencegahan tersebut yaitu pakai masker – jaga jarak – cuci tangan pakai sabun dengan air mengalir, mengurangi mobilitas dan menghindari kerumunan. Dua pesan terakhir merupakan pengkinian pesan yang disesuaikan dengan situasi dan perkembangan informasi global.

Selain kampanye perubahan perilaku, Pemerintah saat ini juga melakukan vaksinasi Covid-19 melalui beberapa tahap. Untuk itu rancangan strategi komunikasi dalam program vaksinasi Covid-19 diperlukan untuk masyarakat dan kelompok khusus di seluruh tingkatan.

Secara umum tujuan menyusun strategi komunikasi adalah untuk menyediakan informasi mengenai vaksinasi Covid-19 yang akurat, dipercaya dan konsisten melalui berbagai pilihan saluran komunikasi, sehingga memudahkan para pelaku komunikasi edukasi, petugas lapangan dan fasilitator masyarakat untuk melaksanakan tugas mereka dalam membantu menyebarkan informasi penting tentang vaksinasi Covid-19, berdasarkan informasi yang sesuai dengan standar dan protokol.

Faktor pembeda dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Almadina Rakhmaniar dengan judul Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan Covid-19 pada tahun 2021 yang meneliti tentang strategi komunikasi yang digunakan untuk penanganan dan pencegahan penyebaran virus *Corona* (Rakhmaniar Almadina, 2021). Penelitian ini juga berbeda dengan karya ilmiah yang berjudul Komunikasi Kesehatan Di Era Digital : Strategi Pemerintah Dalam Sosialisasi Program Vaksin Covid-19 yang ditulis oleh Ihsan Suri1, Nurul Hidayat, Umar Halim, dari Prodi Ilmu Komunikasi , Universitas Pancasila, Indonesia, Prodi Dharma Usada, Sekolah Tinggi Agama Buddha Nalanda, Indonesia pada tahun 2021, yang melakukan penelitian mengenai kendala

pemanfaatan media digital penyebaran pesan komunikasi kesehatan dalam program vaksinasi. (Suri et al., n.d.) . Dalam penelitian sebelumnya yang juga membahas mengenai komunikasi kesehatan perbedaan mencolok dapat ditemukan seperti pada karya ilmiah yang berjudul Komunikasi Kesehatan di Masa *New Normal* , ditulis oleh Lia Hindayani, Novia Ulfah Haika, Julia Putri Herdati, Achmadi, Marhaeni Fajar Kurniawati , dari Ilmu Komunikasi, Program Magister Ilmu Komunikasi, UNISKA, Kalimantan Selatan. Yang meneliti tentang Indonesia sedang memasuki era “New Normal” dari pandemi Covid-19, yang mana protokol kesehatan harus di terapkan pada setiap kegiatan, terutama pada konteks kesehatan. (Hindayani et al., n.d.)

Sedangkan penelitian yang dilakukan pada penulisan karya ilmiah ini berfokus tentang bagaimana Dinkes Kota Bandung merancang sebuah strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi kesehatan yang diterapkan pada program vaksinasi Covid-19. Penelitian mengenai strategi komunikasi kesehatan terkait vaksin Covid-19 ini memiliki beberapa keunikan dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya , selain penjelasan persamaan dan perbedaannya, keunikan penelitian ini menjadi penting untuk mendapatkan nilai tambah yang dibandingkan dengan penelitian-penelitian sejenis yang sudah ada, seperti latar belakang kasus. Keunikan penelitian dalam hal ini terdapat pada latar belakang bagaimana permasalahan komunikasi pada penelitian ini ditemukan, permasalahan komunikasi Dinkes Kota Bandung ditemukan setelah mendapat laporan yang kurang memuaskan dari Dinas Komunikasi Dan Informatika yang melakukan penilaian kinerja tentang pengelolaan media sosial . maka penelitian ini akan meneliti tentang bagaimana Dinkes

Kota Bandung mengelola akun media sosialnya sebagai strategi yang digunakan untuk menyebarkan pesan komunikasi kesehatan sebagai pada program vaksinasi Covid-19.

Ruang Lingkup Penelitian strategi komunikasi kesehatan Dinkes Kota Bandung dalam program vaksinasi Covid-19 merupakan penelitian dengan ruang lingkup instansi pemerintahan tingkat kota yang mendapatkan sebuah tanggung jawab terkait program vaksinasi Covid-19, keunikan penelitian dalam hal ini akan membahas bagaimana instansi pemerintah melakukan komunikasi antar instansi mulai dari pemerintah pusat, pemerintah provinsi sampai ke instansi pemerintahan kota juga instansi lain yang bersangkutan dengan program vaksinasi Covid-19.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teori *Risk and Crisis Communication Management Theory* teori yang diusung oleh (Sellnow & Seeger, 2013), berfokus kepada praktisi komunikasi yang merencanakan, mengelola, proses komunikasi. dilakukan ketika sebuah krisis komunikasi terjadi agar proses komunikasi dapat berjalan dengan fleksibel dan efektif. Landasan teoritis tersebut akan membedah bagaimana sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung sebagai praktisi komunikasi merancang perencanaan strategi komunikasi yang bermuatan sebuah pesan tentang kesehatan yakni vaksinasi Covid-19.

Penelitian selanjutnya akan mengarah kepada pengelolaan proses komunikasi yaitu proses yang meneliti tentang bagaimana Dinkes Kota Bandung berperan sebagai pengelola penyebaran dan penerima sebuah pesan.

Risk and Crisis Communication Management Theory juga melakukan kritisi untuk menunjukkan kompleksitas peran yang dimainkan komunikasi dalam

manajemen krisis sebagai kebutuhan akan fleksibilitas dalam lingkungan yang dinamis. Teori ini juga berpendapat peneliti harus mampu mencatat peran penting media yang mendorong hubungan antara praktisi komunikasi dan rekan media mereka sebagai sebuah jalan untuk mengelola sebuah krisis. teori ini juga memiliki gagasan mengenai pekerjaan lanjutan setelah Krisis dinyatakan selesai untuk menghubungkan penelitian berbasis teori dengan praktisi.

Fungsi teori dalam *Risk and Crisis Communication Management Theory* berfungsi sebagai pembangunan dan pengembangan teoritis, dengan kritik sebagai landasanya, dengan melakukan beberapa pengkategorian teori yang dapat digunakan untuk memahami krisis komunikasi. Teori disajikan dengan kelompok progresif dalam urutan fase krisis sebelum, selama, dan setelah krisis. substantif mencakup krisis perkembangan, peringatan, hasil krisis, tanggap darurat, krisis yang dimediasi, pengaruh, risiko manajemen, dan etika, dan penggunaan teori yang dapat diterjemahkan dari perspektif akademis untuk aplikasi praktis bagi praktisi komunikasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang mana penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk menganalisa fenomena yang terjadi berkaitan dengan subyek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan hal-hal lainnya secara holistic dengan cara penggambaran melalui kata-kata pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Seperti dijelaskan oleh (Mulyana, 2013) bahwa dalam memahami penelitian kualitatif, diperlukan pemahaman tentang realitas sosial yang terjadi, pemahaman akan realitas yang dikonstruksi secara sosial akan memunculkan hubungan antara peneliti dengan apa yang diteliti serta

kendala sosial yang muncul dalam penelitian.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini menempatkan program vaksinasi covid-19 yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung sebagai realitas penelitian, berdasarkan sudut pandang strategi komunikasi kesehatan. Pihak peneliti dan dinkes Kota Bandung sebagai pihak yang diteliti selanjutnya menghasilkan gambaran termasuk yang disepakati bersama, kendala-kendala sosial yang dihadapi oleh dinkes kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, penggunaan paradigma ini dipandang tepat karena dapat menganalisa ilmu sosial secara sistematis terhadap tindakan yang bermakna secara sosial melalui observasi secara terperinci dan pengamatan secara langsung.

Fitur yang paling penting dari paradigma konstruktivis adalah bahwa itu menyelidiki dan menunjukkan konstruksi realitas para aktor, dan penyelidikan tetap bergantung pada konteks. Studi skala besar tidak mengikuti pendekatan ini, dan alih-alih pengetahuan umum, realitas lokal ditekankan dalam paradigma konstruktivis.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif. Penelitian eksploratif didefinisikan sebagai penelitian yang digunakan untuk menyelidiki masalah yang tidak didefinisikan dengan jelas. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang ada, namun tidak akan memberikan hasil yang konklusif.

Penelitian ini memungkinkan peneliti memulai dengan ide umum dan menggunakan penelitian ini sebagai media untuk mengidentifikasi masalah, yang dapat menjadi fokus penelitian di masa depan. Aspek penting di sini adalah bahwa peneliti harus bersedia mengubah arahnya sesuai dengan pengungkapan data atau wawasan

baru. Penelitian semacam itu biasanya dilakukan ketika masalahnya berada pada tahap awal. Ini sering disebut sebagai pendekatan teori dasar atau penelitian interpretatif karena digunakan untuk menjawab pertanyaan seperti apa, mengapa dan bagaimana.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga metode yang diantaranya adalah wawancara mendalam dan observasi lapangan. Teknik pengumpulan data ini dipilih karena memiliki sifat yang lebih fleksibel dalam menggali informasi. Hal tersebut menjadi penting karena penelitian ini akan membahas sebuah program mengenai penanganan penyakit menular yaitu vaksinasi Covid-19. Dimana peneliti pun harus memahami bahkan merasakan apa yang dialami oleh *key informant* secara mendalam dari sudut pandang *key informant* demi mendapatkan informasi penelitian. Wawancara sendiri diartikan sebagai diskusi antara dua orang atau lebih untuk memperoleh suatu informasi tertentu (Kahn & Cannell, 1957)

Penelitian ini juga menentukan beberapa orang yang dianggap potensial sebagai *key informant* dengan beberapa kriteria. Penarikan informan dalam penelitian ini pada awalnya menggunakan purposive sampling yang mana memilih informan yang dianggap mampu menjelaskan informasi, namun pada pengerjaannya *key informant* yang sudah dipilih juga berkontribusi untuk merekomendasikan informan lain yang dianggap memiliki data yang kredibel untuk didapatkan, oleh karena teknik penarikan informan dalam penelitian juga menggunakan snowball sampling.

Informan penelitian yaitu subjek penelitian yang mana dari mereka data penelitian dapat diperoleh, memiliki pengetahuan luas dan mendalam mengenai

permasalahan penelitian sehingga memberikan informasi yang bermanfaat. Informan juga berfungsi sebagai pemberi umpan balik terhadap data penelitian.

Dalam penelitian ini *key informant* yang dipilih adalah para pelaku yang terlibat langsung didalam strategi komunikasi kesehatan program vaksinasi Covid-19 dengan beberapa kriteria. Penjelasan kriteria *key informant* didalam penelitian ini.

Key informant dengan kriteria pemangku jabatan didalam ruang lingkup internal Dinkes Kota Bandung yang bertanggung jawab terhadap kegiatan komunikasi dan pelaksanaan program vaksinasi Covid-19, dengan kriteria tersebut maka kepala sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung dan kepala bagian Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit dipilih sebagai *key informant*.

Key informant dengan kriteria petugas lapangan, didalam penelitian ini petugas lapangan yang dimaksud adalah admin media sosial yang bertugas mengelola akun media sosial Dinkes Kota Bandung yang digunakan untuk kegiatan komunikasi, selain admin media sosial kriteria petugas lapangan yang selanjutnya adalah vaksinator atau tenaga kesehatan yang melakukan vaksinasi Covid-19.

Penelitian ini juga menempatkan masyarakat penerima vaksin Covid-19 sebagai *key informant* sebagai pemberi data sekunder pada penelitian ini, kriteria *key informant* yang dipilih adalah masyarakat penerima vaksin yang melakukan vaksinasi Covid-19 setelah mendapatkan informasi dari media sosial Instagram Dinkes Kota Bandung, informasi yang dimaksud adalah informasi yang berasal dari konten yang diunduh atau interaksi melalui kotak pesan pada akun media sosial Instagram Dinkes Kota Bandung.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pada dasarnya berbicara

tentang sebuah perencanaan, pengelolaan, untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 1993). Strategi komunikasi menjelaskan suatu rencana yang dikelola agar sebuah pesan dapat disampaikan dan diterima dengan efektif dalam proses komunikasi. (Littlemore, 2003) dalam *The Communicative Effectiveness of Different Types of Communication Strategy* berpendapat bahwa strategi komunikasi merupakan rangkaian upaya yang harus dikerjakan untuk mendapatkan efektivitas komunikasi yang maksimal. Strategi komunikasi didalam penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan kesehatan untuk menanggulangi masalah kesehatan yaitu pesan yang berkaitan dengan vaksinasi Covid-19.

Komunikasi kesehatan merupakan proses interaksi yang pesannya bermuatan informasi mengenai kesehatan, yang bertujuan untuk memberikan pesan kepada individu dalam suatu kelompok masyarakat menghadapi permasalahan yang berhubungan dengan kesehatan. (Notoatmodjo, 2005)

komunikasi kesehatan juga merupakan kajian yang mempelajari bagaimana cara menyusun rangkaian strategi komunikasi untuk menyebarkan pesan yang bermuatan informasi kesehatan dengan tujuan mempersuasi individu dan komunitas agar dapat membuat keputusan yang tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan.

Menurut (Liliweri, 2007) saat ini ada dua sudut pandang utama yang diambil ketika komunikasi kesehatan diterapkan dalam upaya promosi kesehatan. Beberapa praktisi beranggapan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah proses yang memiliki cakupan komunikasi yang menyeluruh dan mampu menyampaikan segala bentuk upaya promosi kesehatan. Praktisi ini menempatkan komunikasi kesehatan sebagai bagian dari sebuah

rangkaian upaya atau kegiatan dalam ruang lingkup yang kecil sebagai contoh kegiatan menyebarkan pesan seperti komunikasi antar personal yang terjadi antara pendidik kesehatan dan kliennya. Kedua sudut pandang tersebut menjadikan komunikasi kesehatan menjadi rapuh terhadap interpetasi dengan penerjemahan dalam ruang lingkup yang lebih besar. Komunikasi kesehatan diperlukan di bidang kesehatan karena komunikasi dalam kesehatan merupakan kunci pencapaian peningkatan taraf atau tingkat kesehatan masyarakat.

Berdasarkan temuan di lapangan Dinkes Kota Bandung melakukan beberapa tahapan dalam merancang strategi komunikasi. Di mulai dari tahap awal yang berupa perintah, tahap perencanaan yang dilakukan oleh internal, tahap pelaksanaan oleh sub bagian humas hingga ke tahap evaluasi. Dengan demikian tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung akan diteliti menggunakan teori *Risk and Crisis Communication Management*, yang memiliki model fase krisis manajemen komunikasi (*model of the phases of crisis management*) yang terbagi dua tingkatan yaitu *pre-crisis management* yang meliputi fase *Prevention* hingga fase *Preparation* dan tingkatan *crisis management* yang meliputi fase *crisis incident management* hingga fase *post-crisis management*. (Littlejohn et al., 2017).

Merencanakan Rancangan Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Program Vaksinasi Covid-19

Berdasarkan hasil dari pengamatan di lapangan peneliti menemukan bahwa Proses merancang strategi komunikasi kesehatan yang dilaksanakan oleh Dinkes Kota Bandung dapat diidentifikasi menggunakan teori *Risk and Crisis Communication Management*. hal tersebut

dapat dilihat melalui langkah-langkah manajemen yang dilakukan dimulai dari tingkatan pada *pre-crisis management*, dilakukan dalam dua fase yakni :

Prevention (pencegahan)

Pencegahan diawali dengan melakukan pengamatan terhadap resiko krisis komunikasi, Yang bertujuan untuk meminimalisir kemungkinan resiko yang akan diterima ketika pelaksanaan strategi komunikasi mengalami sebuah krisis.

Setelah melalui tahap pengamatan langkah selanjutnya adalah membuat keputusan mengenai bagaimana pengelolaan krisis komunikasi. Dengan cara menentukan strategi komunikasi kesehatan yang akan dilakukan, yang bertujuan untuk menciptakan panduan bekerja pada bidang komunikasi, yang meliputi perancangan garis-garis besar pekerjaan, sesuai dengan tanggung jawab pada setiap sektoral yang mengelola kegiatan komunikasi. Perancangan strategi komunikasi ini dilakukan dengan cara menentukan siapa yang akan berperan menjadi operator akun media sosial, menentukan pesan apa yang akan disampaikan, bagaimana *design* pesannya dan memilih *platform* sebagai penyebaran informasi komunikasi kesehatan.

Preparation (persiapan)

Persiapan yang dilakukan Dinkes Kota Bandung dimulai dengan cara membentuk tim yang akan berkerja pada bidang komunikasi kesehatan dalam program vaksinasi Covid-19, memberikan simulasi kerja serta memberikan pelatihan kepada setiap petugas, tentang bagaimana cara Humas Dinkes Kota Bandung melakukan kegiatan komunikasi, dengan media apa kegiatan komunikasi ini dilakukan, dan apa yang harus disampaikan

oleh petugas didalam kegiatan komunikasinya .

Pelaksanaan Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Program Vaksinasi Covid-19 Dinkes Kota Bandung

Proses selanjutnya adalah pelaksanaan yang termasuk pada tingkatan *crisis management* atau pengelolaan pada pelaksanaan ketika strategi komunikasi sedang berlangsung, yang dilakukan dalam dua fase yakni :

Crisis Incident Management

Pelaksanaan strategi komunikasi diawali dengan melakukan pengelolaan pada hambatan komunikasi tidak terencana yang berpotensi menyebabkan terhambatnya pelayanan kebutuhan informasi . dengan cara memberikan informasi yang bermuatan seruan peringatan awal berupa unggahan konten berupa gambar digital yang bermuatan informasi mengenai program vaksinasi Covid-19.

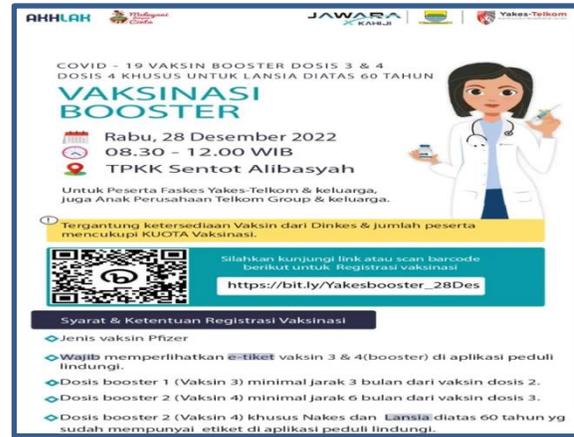
Hasil pengamatan di lapangan menemukan bahwa isi konten yang diunggah oleh Dinkes Kesehatan dibuat berdasarkan panduan dari Kementerian Kesehatan. Panduan yang dimaksud adalah panduan tentang tema dari isi pesan yang akan disampaikan, sedangkan *design* dari pesan dan pemilihan kata-kata diserahkan kepada sub bagian Humas instansi kesehatan pada setiap daerah. Hal tersebut bertujuan agar design dan isi pesan dapat disesuaikan dengan pola komunikasi dan budaya berbahasa pada setiap daerah. Konten gambar digital dari akun Instagram Dinkes Kota Bandung dapat dilihat pada gambar 1.

Vol. 7. No. 2 (2024)



Gambar 1

Konten informasi vaksin boster.
 Sumber : arsip Humas Dinkes Kota Bandung



Gambar 2

Konten informasi vaksin dosis 3 & 4.
 Sumber : arsip Humas Dinkes Kota Bandung



Gambar 3 Konten peringatan penggunaan masker.
 Sumber : arsip Humas Dinkes Kota Bandung

Pelayanan kebutuhan informasi dilakukan secara tanggap darurat. Tanggapan darurat dilakukan dengan cara berinteraksi dengan masyarakat umum yang memberikan pesan masuk melalui media sosial terkait kebutuhan informasi seputar program vaksinasi Covid-19, interaksi melalui media sosial juga dilakukan dengan cara membalas setiap komentar yang masuk pada dinding akun media sosial resmi Dinkes Kota Bandung dan dilakukan secara rutin. Interaksi melalui media sosial yang dilaksanakan secara *real time* juga tidak luput dari perhatian siaran langsung atau yang lebih populer dikenal dengan istilah *Live* juga dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung melalui akun resminya.

Pelaksanaan Strategi komunikasi yang bertujuan mengurangi resiko komunikasi juga dilakukan Dinkes Kota Bandung dengan cara bekerja sama dengan instansi pemerintahan diluar Dinkes Kota Bandung untuk pengelolaan pesan sebagai contoh Dinkes Kota Bandung bekerja sama dengan Diskominfo Kota Bandung untuk pengelolaan berita bohong yang tersebar.

Post-Crisis Management

Fase selanjutnya adalah melakukan pengelolaan setelah pelayanan komunikasi diberikan. Pada fase ini Dinkes kota Bandung melakukan evaluasi, yang bertujuan untuk menilai kinerja dari rancangan strategi komunikasi komunikasi yang telah dilaksanakan, yang dimulai dari tahap pencegahan, tahap persiapan, tahap perancangan, tahap pelaksanaan, hingga tahap pengelolaan.

Evaluasi kinerja terhadap terhadap kinerja personil Humas yang berkeja juga dilakukan untuk menilai apakah pekerjaan dilakukan sudah sesuai dengan panduan oprasional berdasarkan rancangan strategi komunikasi kesehatan yang ditentukan.

Pengelolaan berupa kegiatan

Vol. 7. No. 2 (2024)

evaluasi ini akan menghasilkan sebuah kesimpulan yang nantinya dapat digunakan sebagai pedoman untuk meningkatkan kinerja jika dimasa depan terjadi krisis komunikasi pada sebuah program yang dicanangkan oleh Dinkes Kota Bandung.

Hasil penelitian menemukan fakta bahwa Dinkes Kota Bandung dalam hal ini memiliki dua strategi komunikasi kesehatan, yaitu menyebarkan informasi kesehatan melalui media berbasis internet. Media yang dipilih adalah media sosial *platform* Instagram karena dianggap mampu menyebarkan pesan-pesan komunikasi kesehatan secara cepat dan efektif pada target audien, yaitu masyarakat kota Bandung khususnya generasi muda dengan kemampuan akses media sosial, selain itu Dinkes kota Bandung juga memiliki strategi komunikasi kesehatan dengan cara melakukan soaialisai mengenai vaksinasi Covid-19.

Fenomena dilapangan faktanya menunjukkan program vaksinasi Covid-19 yang sedang berjalan sampai saat ini masih banyak ditemukannya permasalahan. Dinkes Kota Bandung melalui humasnya juga mengemukakan permasalahan dalam beberapa ruang lingkup mengenai faktor yang menghambat jalannya program vaksinasi Covid-19:

“Sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung yang menyatakan bahwa hal tersebut terjadi karena adanya masalah dalam ruanglingkup khusus yakni masalah komunikasi antara Dinkes Kota Bandung sebagai penyedia informasi dengan masyarakat sebagai penerima informasi, yang berpengaruh terhadap tingkat antusias masyarakat untuk ikut ambil bagian pada program vaksinasi Covid-19. Sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung juga menyatakan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang pentingnya vaksinasi Covid-19 hal ini dikarenakan kurangnya informasi

yang bersifat mempersuasi dan kurangnya interaksi dalam kegiatan komunikasi antara Dinkes Kota Bandung sebagai pengelola informasi dengan masyarakat sebagai target audien”

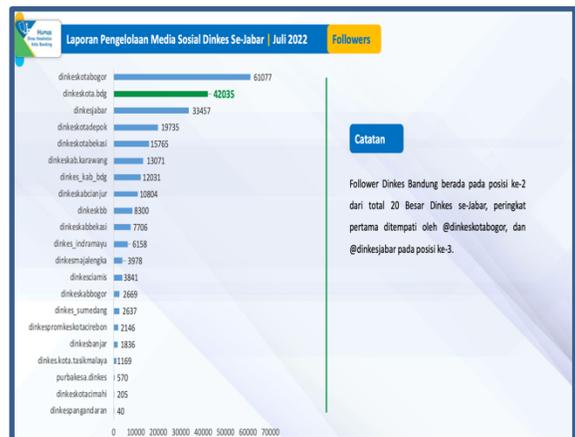
Dinkes Kota Bandung dalam hal ini memiliki beberapa strategi komunikasi kesehatan yaitu dengan menyebarkan informasi melalui media sosial berbasis internet, dengan target sasaran dari strategi komunikasi yang dicanangkanya adalah masyarakat kota Bandung khususnya generasi muda dengan kemampuan akses media sosial, selain itu Dinkes kota Bandung juga memiliki strategi komunikasi kesehatan dengan cara melakukan sosialisasi mengenai vaksinasi Covid-19. Permasalahan yang terkait dengan bidang komunikasi secara khusus yang dapat ditemukan dilapangan adalah masih minimnya interaksi dan respon melalui pengelolaan media yang dilakukan oleh Humas Dinkes Bandung.

Berdasarkan laporan penilaian pada tingkat organisasi perangkat daerah mengenai pengelolaan media sosial dengan platform Instagram pada bulan Juli 2022, Dinas Komunikasi Dan informatika menggunakan indikator penilaian FAIR atau dalam penjabarannya yakni penilaian pengelolaan sosial berdasarkan *point follower* yang menilai banyaknya jumlah pengikut , *point Activity* menilai seberapa sering aktivitas komunikasi yang dilakukan, *point Interaction* yang menilai seberapa banyak interaksi yang dilakukan , *responsiveness* yang menilai seberapa sering dan cepat nya sebuah tanggapan yang diberikan.

Penilaian dimulai dari *point follower*, pengikut media sosial akun resmi dinkes kota Bandung dengan platform instagram sejauh penelitian ini mencatat jumlah 42035 *follower* yang menempatkan Dinkes Kota

Bandung pada peringkat ke-2 dari 20 besar dinas kesehatan di provinsi Jawa Barat yang juga dinilai dengan metode dan indikator yang sama.

“Posisi pada peringkat ke-2 tersebut merupakan sebuah pencapaian yang baik meskipun masih tertinggal cukup jauh dari peringkat pertama yang ditempati oleh Dinkes Kota Bogor dengan jumlah pengikut sebanyak 61077 pada akun resmi platform Instagram. Yang artinya dinkes kota bandung juga harus memperbaiki beberapa hal yang menyangkut pengikut pada media sosial“



Gambar 4

Data penilaian follower Dinkes Kota Bandung.
 Sumber: Humas Dinkes Kota Bandung

Peringkat yang juga baik didapatkan Dinkes Kota Bandung pada *point* penilaian selanjutnya yakni penilaian pada *activity* atau penilaian tentang seberapa banyaknya aktivitas yang dilakukan pada media sosial. Dinkes Kota Bandung menempati posisi ke-2 dengan rata-rata nilai melakukan unggahan 0,7 unggahan per harinya.

“Berkaitan dengan tugas serta peran dan fungsinya , konten yang diunggah oleh akun resmi Dinkes

Kota Bandung haruslah bermuatan pesan-pesan mengenai komunikasi kesehatan demi melayani kebutuhan informasi masyarakat, mengingat masa pandemi Covid-19 masih belum usai juga program vaksinasi Covid-19 yang masih berlanjut maka dengan demikian Dinkes Kota Bandung membuat konten-konten yang berisi mengenai pelayanan informasi seperti jadwal vaksinasi Covid-19, edukasi mengenai bahaya penyebaran virus Corona, edukasi mengenai pentingnya vaksinasi, juga tak ketinggalan membuat dan mengunggah konten-konten yang bersifat mempersuasi masyarakat untuk ikut ambil bagian dalam program vaksinasi Covid-19.

Dinkes Kota Bandung menyatakan bahwa *Point* interaksi ini adalah permasalahan komunikasi menjadi kelemahan di tubuh Dinkes Kota Bandung dalam melaksanakan strategi komunikasi kesehatan pada program vaksinasi Covid-19, sejauh ini interaksi dinilai melalui jumlah like pada setiap konten per unggahan sedangkan sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung hanya melakukan kegiatan interaksi melalui kegiatan membalas setiap pesan yang masuk melalui *inbox* pada akun instagram. Hal tersebut tentu tidak sebanding dengan *followers* tetapi interaksi yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung masih rendah. Data secara detail tentang poin interaksi dapat dilihat pada gambar.



Gambar 5

Data penilaian activity Dinkes Kota Bandung
 Sumber: Humas Dinkes Kota Bandung

Pada *point* interaksi dapat dijelaskan bahwa Dinkes Kota Bandung mendapat penilaian yang rendah, menempati posisi ke-18 pada tingkat Provinsi Jawa Barat. Sub bagian Humas



Gambar 6

Data penilaian interaksi Dinkes Kota Bandung
 Sumber : Humas Dinkes Kota Bandung

“Konten yang diunggah oleh Dinkes Kota Bandung sejati nya sudah sangat informatif dan lengkap, dengan selalu mengunggah konten yang berisikan informasi seputar dunia kesehatan. Seperti konten mengenai imunisasi secara umum, fungsi, dan manfaat dari pada imunisasi tersebut, pengertian vaksinasi yang bermuatan informasi mengenai pengertian vaksinasi secara umum dan kandungan dari pada vaksinasi,

penyakit virus *Corona* yang yang terus gencar dilaksanakan sampai saat ini membutuhkan kerjasama antar bidang untuk mendukung kesuksesannya, diantaranya adalah peran dari bidang komunikasi sebagai bidang yang bertugas untuk mengelola penyebaran pesan-pesan komunikasi kesehatan, seperti petunjuk langsung dari kementerian kesehatan didalam surat resmi hk.01.07/menkes/4638/2021 yang mengatur tentang kerja sama antar bidang dan instansi .

Rancangan Strategi Komunikasi dalam program vaksinasi Covid-19 yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui sub bagian Humas dimulai dari melakukan pengelolaan strategi komunikasi berdasarkan teori *Risk and Crisis Communication Management* memiliki model fase krisis manajemen komunikasi (*model of the phases of crisis management*) yang terbagi dalam beberapa fase sebagai tingkatan dari strategi komunikasi kesehatan .

Dinkes Kota Bandung dalam hal ini memiliki berberapa strategi komunikasi kesehatan yaitu dengan menyebarkan informasi melalui media sosial berbasis internet, dengan target sasaran dari strategi komunikasi yang dicanangkanya adalah masyarakat kota Bandung khususnya generasi muda dengan kemampuan akses media sosial, selain itu Dinkes kota Bandung juga memiliki strategi komunikasi kesehatan dengan cara melakukan soialisasi mengenai vaksinasi Covid-19.

Berdasarkan laporan penilaian pada tingkat organisasi perangkat daerah mengenai pengelolaan media sosial dengan *platform* instagram pada bulan Juli 2022. Yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Dan informatika menggunakan yang menggunakan indikator penilaian FAIR, Performa Dinkes Kota Bandung berada pada peringkat ke-3 dari total

Vol. 7. No. 2 (2024)

20 besar Dinkes Se-Jabar pada bulan Juli 2022, Hal ini perlu disikapi dengan meningkatkan produktivitas konten, juga interaksi.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O. (1993). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi* (1st ed.). Citra Aditya Bakti.
- Hidayani, L., Ulfah Haika, N., Putri Herdati, J., Fajar Kurniawati, M., Komunikasi, I., Magister Ilmu Komunikasi, P., & Selatan, K. (n.d.). *Komunikasi Kesehatan di Masa New Normal*.
- Kahn, & Cannell. (1957). *The dynamics of interviewing*.
- Liliwari. (2007). *Dasar-dasar komunikasi kesehatan* (1st ed., Vol. 363). Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, Foss, & Oetzel. (2017). *Theories of human communication* (11th ed., Vol. 477). Waveland Press, Inc.
- Littlemore. (2003). The communicative effectiveness of different types of communication strategy. *System*, 31(3), 331–347. [https://doi.org/10.1016/S0346-251X\(03\)00046-0](https://doi.org/10.1016/S0346-251X(03)00046-0)
- Mulyana. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif* (Vol. 302). Remaja Rosdakarya.
- Neuman. (n.d.). *Social research methods : qualitative and quantitative approaches*.
- Notoatmodjo. (2005). *Promosi kesehatan teori dan aplikasi* (Sudarti Kresno, Ed.; 1st ed., Vol. 389). Rineka cipta.
- Rakhmaniar Almadina. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN PENANGANAN COVID-19*.
- Sellnow, & Seeger. (2013). *Theorizing Crisis Communication* (2nd ed., Vol. 4). John Wiley & Sons.
- Suri, I., Hidayat, N., & Halim, U. (n.d.). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial KOMUNIKASI KESEHATAN DI ERA DIGITAL : STRATEGI PEMERINTAH DALAM SOSIALISASI PROGRAM VAKSIN COVID-19 1*. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i4.2021.850-858>