

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Suatu penelitian teori diperlukan sebagai landasan teori berfikir untuk mendukung masalah secara sistematis. Untuk itu perlu disusun landasan teori yang akan memuat pokok-pokok fikiran yang akan dapat menggambarkan dari sudut mana masalah peneliti akan dibahas. Teori pada suatu penelitian berfungsi buat membantu peneliti mengungkapkan kenyataan sosial atau kenyataan alami sebagai sentra perhatiannya.

Dalam kerangka teoritis, secara logis dikembangkan, digambarkan dengan jaringan-jaringan dari asosiasi antara variabel-variabel yang diidentifikasi melalui survei atau telaah literatur (Silalahi, 2009:92).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi persuasif yang di kembangkan Burgon dan Huffner. Teori ini menyatakan bahwa proses komunikasi bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain, supaya menyesuaikan pendapat dengan komunikator, komunikasi mengajak atau membujuk orang lain menggunakan tujuan mengubah sikap, keyakinan, pendapat sesuai ke inginkan komunikator.

a. Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, tak terlepas dari kegiatan komunikasi. Sejak lahir segala yang dilakukan merupakan suatu bentuk dari komunikasi. Namun, apakah komunikasi itu sebenarnya. Banyak ahli yang mendefinisikan komunikasi tersebut, tetapi definisi tersebut mungkin terlalu sempit ataupun terlalu luas bergantung pada pemanfaatannya untuk menjelaskan suatu fenomena.

1. Pengertian Komunikasi

Walaupun istilah "komunikasi" sudah sangat akrab di telinga namun membuat definisi mengenai komunikasi ternyata tidaklah semudah yang diperkirakan. Stephen Littlejohn mengatakan: *Communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, proses numerous meanings*

(komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata "komunikasi" bersifat abstrak, misalnya kebanyakan istilah, mempunyai berbagai arti). (Cangara, 2014).

Komunikasi adalah pertukaran verbal dari pemikiran dan gagasan. Asumsi berdasarkan definisi ini merupakan pemikiran atau gagasan yang selalu berhasil dipertukarkan. Definisi lainnya, sebaliknya tidak menilai apakah hasil komunikasi itu akan berhasil atau tidak. Misalnya *communication is the transmission of information*. Di sini terjadi pengiriman informasi, tetapi pengiriman itu wajib berhasil (diterima atau dipahami). (Morison, 2013).

Komunikasi adalah suatu proses sosial yang sangat fundamental dan juga penting pada kehidupan manusia. Dikatakan fundamental lantaran setiap warga manusia baik primitif juga modern berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan tentang banyak sekali anggarannya sosial melalui komunikasi. Dikatakan penting lantaran setiap individu mempunyai kemampuan buat berkomunikasi menggunakan individu-individu lainnya, sebagai akibatnya menaikkan kesempatan individu itu buat bertahan hidup. (Rakhmat, 2008:1).

Menurut Everet M. Rogers pada kitab Cangara, (2014: 22) seseorang ahli sosiologi pedesaan Amerika yg sudah banyak memberi perhatian dalam studi riset komunikasi, khususnya pada hal penyebaran penemuan menciptakan definisi bahwa komunikasi merupakan proses pada suatu ide baru dialihkan dari narasumber ke pada satu penerima atau lebih, dengan maksud buat mengubah tingkah laku mereka.

Rogers beserta D. Lawrence Kincaid pada kitab Cangara, (2014:22). Menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana 2 orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran berita dengan satu sama lainnya, yang pada saat dibicarakan akan saling mengerti secara mendalam. Menurut Joseph Dominick setiap insiden komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yg meliputi: asal, *encoding*, pesan, saluran, *decoding*, penerima, umpan balik, dan gangguan. Pada dasarnya gagasan tentang elemen komunikasi ini merupakan teori yang melihat menurut unsur-unsur atau elemen yg membentuknya.

Menurut Sendjaja (Bungin, 2006: 258), pada tataran teoritis, paling tidak kita mengenal atau memahami komunikasi menurut dua perspektif, yaitu perspektif kognitif dan perspektif perilaku. Komunikasi dari Cherry pada kitab Bungin, (2006 : 258), yang mewakili perspektif kognitif merupakan penggunaan lambang- lambang (simbol) buat mencapai kesamaan makna atau berbagi informasi mengenai suatu objek atau kejadian. Informasi merupakan sesuatu atau fakta, opini, gagasan menurut suatu partisipan pada partisipan lain melalui penggunaan istilah-istilah atau lambang lainnya. Apa bila pesan disampaikan atau diterima secara akurat, *receiver* akan mempunyai informasi yang sama, misalnya dimiliki sender, oleh karena itu tindak komunikasi sudah terjadi.

2. Unsur-unsur Komunikasi

Unsur komunikasi merupakan bagian-bagian yang saling mendukung guna berlangsungnya suatu komunikasi yang sempurna. Apabila tidak terdapat unsur-unsur komunikasi yang dimaksud, maka dapat disimpulkan komunikasi tidak dapat berlangsung. Adapun unsur komunikasi tersebut ialah:

a) Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuatan atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu atau dalam bentuk kelompok. Sumber sering disebut sebagai pengirim, komunikator atau pada bahasa Inggris nya diklaim *source*, *sender* atau *encoder*. Proses komunikasi dimulai atau berawal menurut asal (*source*) atau pengirim pesan yaitu pada mana gagasan, pandangan baru atau pikiran dari yg lalu akan disampaikan pada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan tak jarang juga diklaim menggunakan "komunikator". Sumber atau komunikator mampu jadi merupakan individu, gerombolan atau bahkan organisasi. Komunikator mungkin mengetahui atau mengetahui pihak yang akan mendapat pesannya. apabila sedang berbicara menggunakan seorang sahabat yang mampu mengetahui siapa sahabat anda itu, bagaimana sifatnya, hal-hal apa saja yang mungkin menyinggung perasaannya. (Morrison, 2013: 17).

b) Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau propaganda. Penerima pesan memiliki kontrol yang berbeda-beda terhadap berbagai bentuk pesan yang diterimanya. Ada pesan yang mudah sekali diabaikan atau ditolak oleh penerima, dalam hal ini penerima memiliki kontrol yang besar terhadap pesan yang diterimanya, namun ada pula pesan yang sulit untuk dikontrol atau dihentikan. Misalnya, bagaimana cara menghentikan percakapan tatap muka dengan orang tua atau menghentikan percakapan melalui telepon dengan teman dibandingkan dengan ketika tengah menonton televisi. (Morrisan, 2013: 19).

c) Media

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.

Para ahli komunikasi pada mulanya berpendapat bahwa komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) atau disebut juga dengan komunikasi interpersonal sebagai bentuk komunikasi yang memiliki efek atau pengaruh yang paling kuat jika dibandingkan dengan komunikasi massa, karena komunikasi interpersonal terjadi secara langsung, melibatkan sejumlah kecil orang atau mungkin hanya dua orang yang sedang berbicara, serta adanya umpan balik yang bersifat segera. Adapun komunikasi massa tidak dapat dilakukan secara langsung atau bersifat satu arah (*linear*), melibatkan sejumlah besar orang serta umpan balik yang tidak bersifat segera.

Namun perkembangan komunikasi massa menunjukkan bahwa pengaruh atau efek komunikasi massa saat ini sudah sangat sulit dibedakan dengan komunikasi interpersonal. Perkembangan dewasa ini menunjukkan bahwa umpan balik pada komunikasi massa bisa bersifat langsung dan segera. Kecepatan umpan balik yang diterima media Penyiaran dari audiensinya, misalnya dalam program interaktif, memiliki kecepatan yang sama sebagaimana komunikasi tatap muka (interpersonal). Sesuatu yang tidak terbayangkan sebelumnya.

d) Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Audiensi tidak selalu memiliki respon yang sama terhadap setiap pesan. Tidak semua anak-anak, misalnya, mudah terpengaruh dengan tayangan kekerasan di televisi atau cerita di buku komik. Dengan kata lain, pengaruh atau efek pesan yang disampaikan media massa tergantung pada jenis atau tipe pesan yang disampaikan media massa, tergantung pada jenis atau tipe dari audiensi yang dituju.

Mereka yang menunjukkan sikap agresif kepada pihak lainnya juga cenderung tidak terpengaruh dengan pesan yang menentang sikap agresif tersebut. Sebaliknya, audiensi yang memiliki penghargaan diri yang rendah (*low-self-esteem*), serta kurang melakukan hubungan sosial akan lebih mudah terpengaruh dengan pesan yang bersifat persuasif dibandingkan dengan mereka yang memiliki penghargaan diri yang tinggi serta memiliki sikap "cuek" terhadap orang lain.

e) Umpan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti

pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Semakin besar gangguan maka pesan yang diterima menjadi semakin tidak jelas. Umpan balik penting untuk mengurangi efek gangguan. Semakin cepat umpan balik diterima semakin cepat pula gangguan dapat diatasi. (Muhammad, 2009: 9).

3. Fungsi Komunikasi

Harold D. Laswell mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain:

- a) Manusia dapat mengontrol lingkungannya.
- b) Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta.
- c) Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya.

Menurut William I. Gordon dalam komunikasi memiliki 4 fungsi, yakni komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental.

1. Komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

2. Komunikasi ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3. Komunikasi ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun hingga upacara kematian. Dalam upacara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa, membaca kitab suci, naik haji, perayaan lebaran juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka.

4. Komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka ke semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui. (Marbun, 2021).

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang.

4. Model Komunikasi

Model dibangun agar kita dapat mengidentifikasi, menggambarkan atau mengategorikan komponen-komponen yang relevan dari suatu proses. Sebuah model dapat dikatakan sempurna, jika ia mampu memperlihatkan semua aspek-aspek yang mendukung terjadinya sebuah proses. Misalnya, dapat melakukan

spesifikasi dan menunjukkan kaitan antara satu komponen dengan komponen lainnya dalam suatu proses, serta keberadaannya dapat ditunjukkan secara nyata.

b. Komunikasi Persuasif

Secara *persuasi* bersumber pada ungkapan latin *persuasion*. Kata kerjanya adalah *persuader* yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. (Uchjana, 2008) Kegiatan (mulyana, 2005) komunikasi tidak hanya informatif yaitu agar orang lain mengerti, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan untuk melakukan suatu perbuatan kegiatan dan lain-lain. Ungkapan lain komunikasi persuasif yaitu suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publik nya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksanya dan tanpa kekerasan. (Widjaja, 2002).

Komunikasi persuasif dalam pandangan islam:

وَلَا يَصُدُّكَ عَنْ آيَاتِ اللَّهِ بَعْدَ إِذْ أَنْزَلْتُ إِلَيْكَ وَأَدْعُ إِلَى رَبِّكَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinya: *dan jangan sampai mereka menghalang-halangi engkau untuk menyampaikan perintah Allah, setelah perintah itu diturunkan kepada mu, dan serulah manusia agar melaksanakan perintah yang diberi Tuhanmu, dan janganlah engkau termasuk orang-orang musyrik.(Q.S.Al.Qashash 87).*

Berangkat dari pengertian di atas serta adanya anjuran Al - Qur'an tentang mempersuasi seseorang dengan tujuan yang baik peneliti merasa komunikasi yang tepat untuk dipakai dalam memberikan gambaran nasehat adalah komunikasi persuasif, sebab sesuai dengan pengertiannya komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan maksud untuk mempersuasi , mengajak , mengubah keyakinan dan merubah perilaku atau sikap seorang komunikan sesuai dengan apa yang diinginkan komunikator.

Hadis

عَنْ أَبِي مَالِكٍ الْأَشْعَرِيِّ أَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الطُّهُورُ شَطْرُ الْإِيمَانِ

Dari Abu Malik Al Asy'ari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "kebersihan adalah setengah keimanan.

Dari hadis ini kita tahu bahwasanya, kesehatan sangat perlu untuk di jalan kan, karena kesehatan itu sangat mahal untuk di dapatkan.

Pada dasarnya kegiatan persuasif memiliki tujuan untuk memberikan dorongan kepada komunikan agar berubah sikap, pendapat dan tingkah lakunya atas kehendak sendiri dan bukan karena keterpaksaan. Hal tersebut diungkapkan Suranto A.W bahwa dalam kegiatan persuasif tersebut, seseorang atau sekelompok orang yang dibujuk diharapkan sikapnya berubah secara suka rela dengan senang hati sesuai dengan pesan-pesan yang diterimanya. (W, 2005:21).

Hal tersebut ditegaskan Ronald L. A. dan Karl W. E. Anatol yang dikutip dan diterjemahkan oleh Dedy D. Malik dan Yosol Iriasantara bahwa persuasif adalah sebuah proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok untuk memperoleh (secara sengaja atau tidak sengaja) suatu respon tertentu dan individu atau kelompok lain secara verbal dan non-verbal serta dilakukan secara halus dan manusiawi sehingga komunikan bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati. (Malik, 1999 : 52).

Secara spesifik Burgon & Huffner meringkas beberapa pendapat dari beberapa ahli mengenai definisi komunikasi persuasif sebagai berikut:

1. Proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator. Proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator.
2. Pada definisi ini “ajakan” atau “bujukan” adalah tanpa unsur ancaman atau paksaan. Maka dari itu komunikasi persuasif termasuk pola komunikasi yang asertif, yaitu kemampuan komunikasi yang mampu menyampaikan pendapat secara luas kepada orang lain (komunikan) namun tidak melukai

atau menyinggung secara verbal maupun non verbal. (Herdiyan Maulana, 2013 : 7).

3. Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, dan pesan menimbulkan efek pada komunikan. Persuasif didefinisikan sebagai proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri. (Raharjo, 2016 : 323).

1) Bagian komunikasi persuasif

Dalam komunikasi persuasif terdapat bagian atau elemen sehingga dapat disebut sebagai komunikasi persuasif. Komponen tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan komunikasi sehingga dapat sampai dan dimengerti oleh penerimanya.

Seorang komunikator harus orang yang memiliki kredibilitas tinggi sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan bagi mereka yang menerima pesan. Disamping kredibilitas, komunikator juga dituntut untuk menilai positif dan mendukung tujuan komunikasi. Komunikator juga harus terbuka dan jujur, memiliki empati atau kepekaan sebenarnya apa yang diinginkan dan disukai oleh sasaran komunikasi.

2. Pesan

Pesan komunikasi berbeda dengan pesan informative yang sangat kuat dalam memberikan instruksi atau saran tindakan, atau dengan pesan yang terasa dan jelas sekali ancaman yang disampaikan, pesan persuasif harus sangat halus dan tidak terlihat adanya paksaan. Pesan tidak boleh diarahkan pada sasaran, tetapi justru berkesan bahwa pesan adalah untuk orang lain.

3. Media

Media merupakan saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Terdapat tiga saluran yang bisa digunakan sebagai berikut:

4. Saluran interpersonal

Seperti komunikasi tatap muka, distribusi ke komunitas, kunjungan rumah, pelatihan, diskusi, dan penyuluhan-umumnya merupakan saluran yang paling baik untuk menjaga kredibilitas pesan-pesan, menyediakan informasi, dan mengajarkan ketrampilan. Saluran ini penting untuk menyediakan umpan balik positif.

5. Saluran media

Saluran yang berdaya tinggi untuk meraih sejumlah orang besar dengan pesan-pesan komunikasi, seperti radio dan tv.

6. Saluran media cetak

Seperti pamflet, selebaran, dan poster. Umumnya sebagai saluran yang paling baik untuk memberikan sebuah pengingat kunci pesan komunikasi secara tepat waktu. (Judith A. Graeff, 1996 : 102)

7. Komunikan

Adalah orang yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan mampu memberikan respon, tanggapan kepada komunikator sesuai informasi yang diperolehnya.

8. Efek

Dampak yang terjadi setelah proses komunikasi berlangsung. Bagaimana reaksi komunikan setelah diterpa pesan dari komunikator. (effendy, 2002)

2) Model komunikasi persuasif

Model adalah gambaran atau persamaan aspek-aspek tertentu dari peristiwa- peristiwa, struktur-struktur atau sistem-sistem yang kompleks, yang dibuat dengan menggunakan simbol- simbol atau objek-objek dengan berbagai cara sehingga menyerupai sesuatu yang dibuat model nya tersebut. Model berfungsi untuk menyederhanakan realitas sosial dan alam yang kompleks. (Suryaningsih, 2020)

1. Model psiko dinamik.

Dalam komunikasi persuasif didasarkan pada teori-teori perbedaan-perbedaan individu, setiap individu memiliki motivasi dan pengalaman yang berbeda. Adanya perbedaan tersebut, menyebabkan terbentuknya kepribadian yang unik. Oleh karena itu persepsi masing-masing individu terhadap suatu objek, akan berbeda pula. Menurut model ini, pesan komunikasi akan efektif dalam persuasif apabila memiliki kemampuan psikologis mengubah minat atau perhatian individu dengan cara sedemikian rupa, sehingga menyebabkan individu akan menanggapi pesan-pesan komunikasi sesuai dengan kehendak komunikator.

2. Model sosial budaya.

Dalam proses persuasif didasarkan pada anggapan bahwa pesan-pesan komunikasi massa dapat digunakan untuk mengarahkan individu agar menerima gejala yang telah didukung kelompok. Hal itu sebagai dasar individu untuk bertindak. (Suprpto, 2009 : 29).

Model ini bersumber dari teori hubungan sosial yang menyatakan bahwa dalam menerima pesan-pesan komunikasi yang disampaikan media, orang umumnya lebih banyak memperoleh pesan berdasarkan hubungan atau kontak dengan orang lain melainkan langsung melalui media massa. Jadi yang ditekankan adalah hubungan antar pribadi sebagai sumber informasi maupun sebagai penguat pengaruh media komunikasi.

3) Proses komunikasi Persuasif

Persuasif adalah salah satu teknik komunikasi. Jadi proses persuasif adalah sekaligus proses komunikasi, yang ditujukan untuk mempersuasi kan sesuatu pihak yang menjadi sasaran komunikasi. Proses komunikasi dibagi menjadi 2 (dua) tahap sebagai berikut:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing/symbol sebagai media. Lambang sebagai media

primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi bahasa yang jelas karena hanya bahasa lah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.

2. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Surat kabar, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lainnya adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. (et.al, 1999 : 39).

Komunikasi persuasif merupakan proses pertukaran makna yang memiliki sifat atau tujuan untuk mengarahkan atau mempengaruhi lawan bicaranya. Ada beberapa hal yang menjadi dasar dari komunikasi persuasif. Hal tersebut adalah komunikator, pesan dan media yang digunakan. Komunikator merupakan pemberi pesan sehingga perlu diperhatikan pemilihan orang yang akan menjadi komunikator sehingga pesan atau ajakan yang ditujukan dapat tersampaikan.

Pesan merupakan apa yang ingin disampaikan kepada lawan bicara, sedangkan media merupakan media atau alat yang dapat digunakan oleh komunikator dalam penyampaian pesan. Komunikasi persuasif biasanya banyak ditemukan pada iklan, himbuan atau ceramah. Namun dalam kehidupan sehari-hari tanpa disadari komunikasi persuasif juga sering digunakan pada saat seseorang menginginkan sesuatu. Komunikasi persuasif pada dasarnya selalu memiliki kejelasan tujuan baik itu untuk menggiring opini maupun perilaku. Secara garis besar dapat dikatakan bahwa dalam penggunaan metode komunikasi persuasif ini terdapat lima tahapan yang pada akhirnya mengacu pada adanya keputusan perubahan pendapat maupun sikap. (Frieda Isyana Putri, 2015).

c. Covid 19 di Pasaman Barat

Pasaman Barat merupakan kabupaten daerah bagian dari Provinsi Sumatra Barat, masyarakat disana mayoritas islam, jadi di sinilah nantinya kita mengetahui seperti apa komunikasi persuasif dinas kesehatan pasaman barat mengkampanyekan protokol kesehatan selama pandemi covid 19, masyarakat disana terdiri dari berbagai macam suku, membuat watak dan karakter berbeda-beda. Karakter adalah cara berpikir dan berperilaku yang menjadi ciri khas tiap individu untuk hidup dan bekerja sama, baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa dan negara. Dengan kata lain karakter merupakan sifat nyata dan berbeda yang ditunjukkan oleh individu. Sedangkan masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi.

1. Pengertian covid 19

Corona merupakan virus yang mengakibatkan penyakit yang terjadi dalam fauna ataupun insan. Manusia yang terserang virus tadi akan dapat membuat penyakit infeksi saluran pernapasan seperti flu hingga yang lebih serius, misalnya *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)* atau sindrom pernapasan akut berat. Corona virus sendiri jenis baru yang ditemukan manusia semenjak timbul pada Wuhan China. Pada Desember 2019 dan diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS- COV2)*. Sehingga, penyakit ini dinamakan *Coronavirus Disease-2019 (COVID-19)* (*World Health Organization! WHO, 2020*). Kasusnya dimulai menggunakan pneumonia atau radang paru-paru misterius dalam Desember 2019. Kasus ini diduga berkaitan menggunakan pasar fauna Huanan pada Wuhan yg menjual aneka macam jenis daging binatang. Termasuk yang tidak biasa dikonsumsi, misal ular, kelelawar, dan aneka macam jenis tikus (*Kementerian Kesehatan, 2020*). (*Idah Wahidah, 2020*).

Kasus infeksi pneumonia misterius ini memang ditemukan pada pasar hewan tersebut. Virus Corona atau COVID-19 diduga dibawa kelelawar dan hewan lain yang dimakan insan sampai terjadi penularan. Corona virus sebetulnya tidak asing pada global kesehatan hewan, akan tetapi hanya beberapa jenis yg sanggup menginfeksi. (*Alam, 2020*).

2. Protokol kesehatan

Protokol kesehatan merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan agar bisa menghindari berbagai macam penyakit yang dapat membahayakan kita dan diri orang lain. Protokol kesehatan dibuat menggunakan tujuan supaya masyarakat bisa beraktivitas secara kondusif, biar jangan membahayakan keamanan atau kesehatan orang lain. Apabila rakyat bisa mengikuti segala anggaran tertera pada protokol kesehatan, maka penularan COVID-19 bisa diminimalisir. Protokol kesehatan terdiri dari beberapa macam, misalnya pencegahan pengendalian. (Winarso Sugeng, 2020).

Kementerian Kesehatan sudah mengeluarkan protokol kesehatan pencegahan dan pengendalian secara khusus melalui Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 mengenai Protokol Kesehatan bagi Masyarakat pada Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan juga Pengendalian Corona Virus *Disease* 2019 (COVID-19).

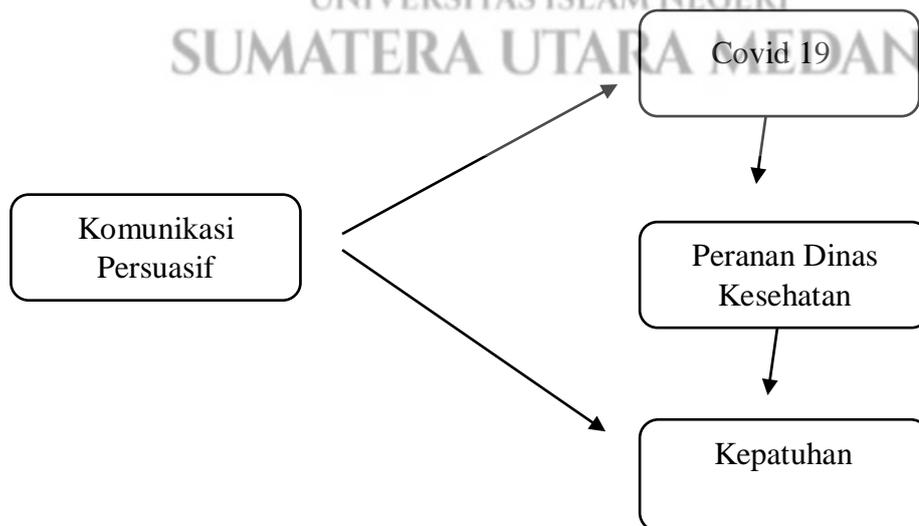
3. Kepatuhan Sosial Masyarakat

Pengertian Kepatuhan Berfungsinya suatu peraturan tentunya terkait dengan bagaimana masyarakat menyikapi peraturan tersebut. Agar peraturan yang terbentuk dapat berfungsi dengan mencapai tujuannya, maka diperlukan sikap patuh 22 dari anggota masyarakat, yang biasa dikenal dengan kepatuhan (Kusumadewi,S., Hardjajani, T., & Priyatama , 2012). Kepatuhan berasal dari kata patuh, yang berarti disiplin dan taat. Kepatuhan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah perilaku sesuai aturan dan berdisiplin. Sedangkan Menurut Rahmawati (2015 : 3) kepatuhan merupakan sikap disiplin atau perilaku taat terhadap suatu perintah maupun aturan yang ditetapkan dengan kesadaran . Sedangkan menurut Baron (2014:253) kepatuhan atau obedience merupakan pemenuhan harapan, permintaan, atau perintah yang tegas (Hanifa dan Muslikah , 2019) . Kepatuhan adalah salah satu perilaku pemeliharaan kesehatan yaitu usaha seseorang untuk memelihara kesehatan atau menjaga kesehatan agar tidak sakir dan usaha penyembuhan apabila sakit (Notoatmodjo, 2003).

Selain itu, menurut Kozier (2010) kepatuhan adalah perilaku individu (misalnya: minum obat, mematuhi diet, atau melakukan perubahan gaya hidup) sesuai anjuran terapi dan kesehatan . Tingkat kepatuhan dapat dimulai dari tindak mengindahkan setiap aspek anjuran hingga mematuhi rencana (Kurniati , 2018) . Menurut Milgram tahun 1963 kepatuhan atau obedience merupakan salah satu jenis perilaku sosial dimana seseorang menaati dan mematuhi permintaan orang lain untuk melakukan sesuatu karena adanya unsur otoritas (Mahfudhoh and Rohmah, 2015).

d. Kerangka konsep

Kerangka teoretik merupakan teori-teori yang terkait yang menjadi dasar berfikir dalam melakukan penelitian. Suatu penelitian tentu memerlukan teori yang mendukungnya. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup tiga teori yang dianggap sesuai untuk dijadikan kerangka teoretik. Pertama tentang covid 19. Ke dua peranan Dinas kesehatan Pasaman barat dalam mengkampanyekan protokol kesehatan. Ke tiga bagaimana kepatuhan sosial masyarakat tentang protokol kesehatan. (Teguh Ibrahim, 2017).



e.Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk menemukan gambaran penelitian dengan topik dan tema yang sama atau mirip yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Penelitian-penelitian sebelumnya ini dapat menemukan konsep dan temuan empiric dari peneliti-peneliti yang lain, digunakan sebagai rujukan sebagai bahan perbandingan. (Pawito, 2007) .

Penelitian terdahulu memiliki tujuan untuk menemukan gambaran penelitian dengan topik dan tema yang sama atau mirip yang telah di lakukan oleh para peneliti terdahulu. Penelitian-penelitian sebelumnya ini dapat menemukan konsep dan temuan empiric dari peneliti-peneliti yang lain, digunakan sebagai rujukan sebagai bahan perbandingan. (Pawito, 2007).

1. Rini Puspita (2021). Komunikasi persuasif oleh Dinas Kesehatan Kota Prabumulih dalam menekan kasus Covid 19. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini dan peneliti terdahulu sama-sama menggunakan komunikasi persuasif dinas kesehatan yang memberikan informasi tentang kasus virus covid 19, Peneliti terdahulu hanya fokus terhadap penekanan kasus covid 19. Sedangkan peneliti sekarang fokus pada cara mengkampanyekan protokol Kesehatan di masyarakat oleh dinas kesehatan.
2. Novi Wahyu Pratama (2018). Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kesehatan Lingkungan Di Desa Rejeni Kremnung Siduarjo, Penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini dan peneliti terdahulu sama-sama menggunakan komunikasi persuasif. Peneliti terdahulu hanya fokus terhadap penekanan kesehatan lingkungan Sedangkan peneliti sekarang fokus pada cara mengkampanyekan protokol Kesehatan di masyarakat oleh dinas kesehatan.
3. Nuraenung (2019). Penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini dan peneliti terdahulu sama-sama menggunakan komunikasi persuasif dalam penelitiannya. Peneliti terdahulu hanya fokus terhadap penekanan kesehatan lingkungan dan pos yandu Sedangkan peneliti sekarang fokus pada cara mengkampanyekan protokol Kesehatan di masyarakat oleh dinas kesehatan.
4. Najmi Mahardika (2022). Strategi Komunikasi Humas dalam penyebaran informasi pencegahan covid 19 di Kabupaten Purwa karta. Penelitian yang

dilakukan oleh peneliti saat ini dan peneliti terdahulu sama-sama menggunakan komunikasi persuasif.

5. Rizkqy Alfyaty (2022). Perencanaan Komunikasi Dinas kesehatan dalam menyukseskan program vaksin covid 19 di kota palu Penelitian ini hanya membahas tentang vaksin, sedangkan penelitian hanya membahas komunikasi persuasif dan protokol kesehatan, namun kesamaan dari penelitian ini sama sama membahas covid19.

