

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **A. Strategi Komunikasi**

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam penegembangannya strategi memiliki definisi yang bermacam macam, setiap orang berbeda beda dalam mendefinisikan strategi. Dalam dunia komunikasi strategi memiliki makna sebagai sarana maupun kegiatan yang dilakukan oleh seseorang komunikator agar pesan dapat disampaikan dengan baik sekaligus mengurangi kemungkinan presentasi terjadinya noise atau gangguan yang akan terjadi semaksimal mungkin

Kata strategi bersumber dari yunani “*stratos*” yang berarti tentara serta kata “*agein*” yang berarti pemimpin. Maka strategi yang ditujukan untuk memimpin tentara. Yang kemudian timbul kata “*strategos*” yang maknanya memimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi asal muasal katanya bisa dibilang adalah dari konsep militer yang mampu dimaknai selaku seni perang pada jendral pada jendral (*The Art of General*), ataupun sebuah rancangan terbaik guna memenangkan peperangan (*Cangara,2014*)

Istilah komunikasi di bahasa inggris communication beserta dari bahasa latin communication, serta berasal dari kata communis yang maknanya sama. Sama itu bermaksud ialah sama maknanya. Maka jika terdapat 2 individu yang turut di komunikasi, contohnya berwujud percakapan hingga komunikasi hendak terlaksanakan sepanjang terdapat kesamaan arti tentang apa yang dibicarakan. Kesamaan bahasa yang dipakai saat perbincangan tersebut belum pasti memunculkan arti yang sama.

Maka, paham bahasanya saja belum pasti paham artinya yang bawakan oleh bahasa itu. Namun komunikasi mempunyai makna komunikasi tersebut memuat kesamaan antar dua pihak yang berkaitan.

Salah satu Strategi Komunikasi yang terbilang terkenal dan terhitung populer adalah Teori dari Harold D.Lasswell, beliau adalah pakar komunikasi yang sudah tidak diragukan lagi atas pemikiran-pemikirannya, tentu saja beliau adalah salah satu pakar komunikasi yang sangat antusias dalam setiap proses komunikasi yang terjadi di kehidupan sehari-hari disekitarnya, dan ada satu diantara teori beliau yang terabadikan dalam buku "*The Communication of Ideas*" dalam buku itu tertulis bahwa beliau menemukan suatu pemikiran tentang komunikasi bahwasannya setiap kegiatan komunikasi yang terjadi ialah harus memenuhi beberapa elemen yang tidak dapat di ganggu gugat keberadaannya, diantaranya :

1. *Who* (siapa komunikatornya)

- Komunikator merupakan orang ataupun actor yang bertugas menyebarkan pesan menggunakan suatu media dengan tepat yang bertujuan untuk bisa membentuk suatu opini kesimpulan pada komunikan atau orang yang menerima pesan sehingga dengan adanya setiap kesimpulan bagi penerima pesan (opini public) diharapkan memberikan suatu effect sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penyebar pesan
- Maka dengan deskripsi demikian, amat sangat perlu untuk dilaksanakan adanya strategi pemilihan komunikator, dikarenakan apabila suatu pesan di deliver oleh komunikator yang tepat maka akan sangat memperbesar presentase keberhasilan dari faktor faktor penyebaran informasi yang akan dilakukan,.

2. *Says what* ( pesan apa yang hendak diutarakan)

- Menurut Onong Uchjana Effendy, beliau mengatakan bahwa pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa perpaduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang.
- Suatu komunikasi tidak akan dikatakan berjalan atau bisa dikatakan gagal jika di dalamnya tidak ada pesan yang akan diutarakan atau disampaikan, maka dari itu sebelum dilakukan proses sebuah komunikasi wajib hukumnya untuk menentukan pesan apa yang akan diutarakan. Dan tak lupa pula penentuan bagaimana strategi penyebaran pesan agar bersifat konstruktif sistematis, sehingga berorientasi pada kemampuannya dalam menarik komunikan dan membuat pesan menjadi lebih mudah difahami oleh siapa saja yang menerima pesan

3. *Wich Channel* ( media apa yang akan dipakai dalam penyampaian pesan)

- Media komunikasi merupakan alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan sebuah pesan kepada komunikan, Dalam alur proses komunikasi, pesan yang disebarkan akan diterima oleh pancaindra manusia, yang selanjutnya diproses dalam pikirannya untuk kemudian menghasilkan feedback. Pesan yang disampaikan dalam media berbentuk gambar dan suara biasanya akan lebih menarik dari pada pesan yang disampaikan hanya lewat tulisan saja.
- Secara garis besar menurut Onong Uchjana Efendy ada beberapa bentuk komunikasi, diantaranya : Komunikasi Verbal, Komunikasi Nonverbal, Komunikasi personal(intrapersonal dan interpersonal), serta komunikasi kelompok baik besar maupun kecil (Onong Uchjana Effendy,2015)

-

4. *To whom* ( siapa komunikan atau penerima pesannya)

- Komunikan merupakan target dari sasaran komunikasi oleh sang komunikator atau yang biasa disebut dengan penerima pesan, tanpa adanya komunikan dalam suatu alur proses komunikasi maka akan terbilang gagal lah proses komunikasi tersebut, dan konteks penerima pesan disini bukan hanya bersifat individu, namun bisa jadi adalah suatu kelompok masyarakat, komunitas, organisasi maupun yang lainnya
- Sebagai penerima pesan, para komunikan disini tentunya memiliki peran vital dalam prosesi komunikasi, bukan hanya eksistensinya saja yang diwajibkan untuk ada dalam sebuah alur komunikasi, namun juga sebuah keharusan untuk menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator, maka terjadinya pola komunikasi yang tidak searah berpotensi memiliki efektifitas yang lebih baik dalam sebuah prosesi komunikasi

5. *With what effect* ( dampak apa yang diinginkan dari penyebaran pesan)

- Pola dari alur komunikasi sempurna yang terakhir adalah adanya efek, eksistensi keberadaan efek adalah tanda berhasilnya suatu prosesi komunikasi dari suatu pesan yang disampaikan
- Dalam hal ini efek adalah outlet impact atau dampak yang diharapkan oleh komunikator kepada komunikan, dikarenakan pesan yang disebarkan oleh komunikator memang pada awalnya mengharapkan suatu dampak maupun effect

Kelimitya terangkum dengan sebuah kalimat pertanyaan yang terkenal dari lasswell, yaitu *"Who, Says What, Which Channel, To Whom, With What Effect?"*

Metode persuasive menurut Devito adalah proses mempengaruhi sikap, keyakinan, nilai atau perilaku oranglain. Persuasif mampu menjadikan dunia lebih baik seperti layaknya persuader yang telah melakukan persuasi dari waktu ke waktu sehingga menjadikan keadaan yang lebih baik, Tujuan komunikasi persuasif menurut Devito adalah untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, dan sifat sasaran. Di dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Antarmanusia* ia juga menjelaskan bahwa pembicaraan persuasif mengetengahkan pembicaraan yang bersifat memperkuat, memberikan ilustrasi, dan memberikan informasi kepada seluruh khalayak, tetapi tujuan utamanya adalah mengubah sikap dan perilaku sehingga penggunaan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya (Devito,2011).

Menurut Robert Cialdini ada beberapa prinsip-prinsip dalam melakukan persuasif, yang diantaranya:

1. *Reciprocation* (Timbal Balik) Cialdini mengungkapkan bahwa melalui prinsip ini, orang akan mau menolong dan memenuhi keinginan kita, apabila kita pernah memberikan atau memperlakukan mereka sama seperti yang kita ingin diperlakukan . Selanjutnya, memberikan senyuman sebagai tanda penghargaan, pujian, dan pemberian hadiah yang sewajarnya merupakan penerapan dari prinsip ini (Cialdini, 2009).

2. *Commitment and Consistency* (Komitmen dan konsistensi) Prinsip ini mengungkapkan bahwa orang orang yang tidak suka mundur dari suatu kesepakatan. Mereka lebih memilih untuk melakukan sesuatu setelah menyetujui baik secara verbal maupun non verba. Menurut Cialdini, mereka juga lebih suka untuk mematuhi dan mengikuti suatu sikap, nilai, dan tindakan yang sudah ada sebelumnya (Cialdini, 2009).

3. *Social Proof* (Bukti sosial) Ini merupakan suatu prinsip metode yang dapat digunakan untuk menentukan suatu perilaku yang benar dan untuk mengetahui apa yang orang lain pikir bahwa itu benar. Kebanyakan dari orang akan berfikir bahwa yang dilakukannya adalah sebuah tindakan yang benar berdasarkan dengan apa yang mereka lihat (Cialdini, 2009)
4. *Liking* (Kegemaran) Seseorang akan lebih memilih untuk setuju kepada orang-orang yang dikenal dan disukai (Cialdini, 2009).
5. *Authority* (Otoritas) Otoritas juga dapat mempengaruhi orang lain, manusia juga tergerak kalau dipengaruhi oleh pihak yang banyak mempengaruhinya. Manusia bertindak dipengaruhi oleh otoritas yang mereka kagumi. (Cialdini, 2009,)
6. *Scarcity* (Kelangkaan) Suatu keterbatasan menjadikan sesuatu yang penting. Yang dimana kita hanya memberikan sebuah manfaat kepada orang lain terlebih dahulu dengan cara menjelaskan kepada audiens, apa yang membuat rugi jika mereka tidak mendengarkan presentasi kita (Cialdini, 2009,).

## **B. Respon Dan Penyebaran Informasi**

Respon di kamus besar Bahasa Indonesia ialah Tanggapan, reaksi maupun bentuk jawaban, Sementara merespon adalah bentuk kalimat aktif dari asas kata memberikan respon atau menanggapi, Jadi dengan kata lain respon adalah bentuk suatu perhatian yang ber outputkan suatu tindakan atas suatu stimulus

Penyebaran Informasi atau biasa disebut dengan Sosialisasi merupakan satu diantara kegiatan komunikasi yang bermaksud guna menciptakan transformasi pengetahuan, perilaku khalayak serta sikap mental pula. Substansi pesan di ide sosialisasi berwujud ide pembaharuan ataupun inovasi, baik inovasi social ataupun teknologi. (Setiawati, 2019).

Sosialisai dilakukan bersama maksud guna memberi sebuah proses sosial, yakni audien diajari guna mengetahui, mengerti serta menerima norma serta nilai yang berlaku di tatanan hidup. Beserta merubah kebiasaan masyarakat hingga bisa berdampak pada pola berfikir di kehidupan. Butuh proses yang benar agar bisa menciptakan nilai pesan yang berdampak di tatanan berfikir serta kebiasaan baru (Sartika, 2015)

### **C. Satgas Covid-19**

1. Definisi Satgas (Satuan Tugas) Covid-19 ialah suatu golongan yang berorientasikan pada tugas ataupun golongan kecil yang dimaksudkan guna menuntaskan sebuah ataupun beberapa pekerjaan.<sup>52</sup> Sedang Covid -19 ataupun yang lebih familiar bersama virus corona ialah penemuan virus macam baru yang menular serta menginfeksi manusia. Di bahasa biologi ialah MERS-CoV (Middle East Respiratory Syndrome-Corona Virus). Covid-19 jadi penemuan pertama yang berpindahkan dari kelelawar ke musang, sebelum mengenai manusia.

Hingga Satgas Covid-19 bisa dimaknai selaku suatu golongan yang berorientasikan terhadap tugas penuntasan wabah Covid-19 guna meminimalisasikan perluasan virus didaerah terefek.

Berdasar peraturan presiden No. 82 Tahun 2020 mengenai komite penanganan Corona Virus Disease 2019 serta pemulihan Ekonomi Nasional yang menghapuskan Gugus Tugas beralih jadi Satgas penuntasan Covid-19 menjabarkan:

- a. Satgas Penanganan Covid-19 tugasnya menjalankan serta mengontrol penerapan kebijakan strategis yang berhubungan bersama Covid-19.
- b. Satgas tugasnya menuntaskan persoalan kebijakan strategis yang berhubungan bersama penuntasan virus itu secara cepat serta tepat.

c. Satgas penanganan Covid-19 memonitor kebijakan strategis berhubungan bersama penuntasan virus.

d. Satgas penanganan Covid-19 menentukan serta melakukan kebijakan beserta Langkah lainnya yang dibutuhkan guna penuntasan Covid-19

#### **D. Covid 19 Dan Varian Turunannya**

Covid-19 ataupun Novel Coronavirus 2019, ialah virus jenis baru yang pertama kali teridentifikasi di Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok diakhir tahun 2019. Virus ini mematikan, menular, serta menyebar amat cepat. Covid-19 dibidang virus macam baru, dimakna lainnya virus ini belum pernah diketahui serta tak sepadan bersama virus lain yang biasa terluas diantara manusia serta mengakibatkan pernyakir ringan misalnya pilek biasa

Coronavirus ialah keluarga besar virus yang mengakibatkan penyakit di manusia serta hewan. Di manusia lazimnya mengakibatkan penyakit infeksi saluran pernapasan, dimulai flu biasa sampai penyakit yang serius misalnya Middle East Respiratory Syndrome (MERS) serta Sindrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Coronavirus macam baru yang dijumpai di manusia semenjak kondisi luar biasa timbul di Wuhan Cina, di Desember 2019, lalu dinamai Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2), serta mengakibatkan penyakit Coronavirus Disease-2019 (COVID-19).

Sistem tata nama yang ditentukan guna penamaan serta pelacakan garis keturunan genetik SARS-CoV-2 oleh GISAID , Nextstrain dan Pango kini serta hendak tetap dipakai ilmuwan serta di penelitian ilmiah. Guna membantu diskusi publik mengenai varian, WHO menghimpun segolongan ilmuwan dari Kelompok Kerja Evolusi Virus WHO (kini dinamai Kelompok Penasihat Teknis mengenai Evolusi



Virus), jaringan laboratorium rujukan COVID-19 WHO, perwakilan dari GISAIID, Nextstrain, Pango serta pakar tambahan di virologi, nomenklatur mikroba serta komunikasi dari sejumlah negara serta lembaga guna menimbang label yang gampang diucap serta tak memunculkan stigma guna VOI serta VOC. Kini, kelompok ahli yang diciptakan WHO ini sudah disarankan pemakaian huruf Alfabet Yunani, yakni Alpha, Beta, Gamma , Delta yang hendak lebih gampang serta praktis guna dibahas oleh audiens non-ilmiah. (sumber informasi website : tentang covid 19 RI

Sebagai informasi sesuai yang kita ketahui bersama bahwa ada sejumlah varian mutasi selain varian Covid 19 awal yang sudah masuk dan menyebar di Indonesia , antara lain:

- Sars\_COV-2 atau yang lebih familiar bersama varian ALPHA yang ditemukan di united kingdom (Inggris)
- Varian turunan BETA yang ditemukan dan sedang menyebar secara massive di Benua Afrika yang sampai saat ini belum menunjukkan penurunan trend
- Varian turunan DELTA yang ditemukan dan menyebabkan kasus kematian massal yang sangat mengerikan di Negara India
- Varian turunan OMNICRON yang ditemukan pertama kali di benua Eropa yang punya tingkat penyebaran diatas varian awal

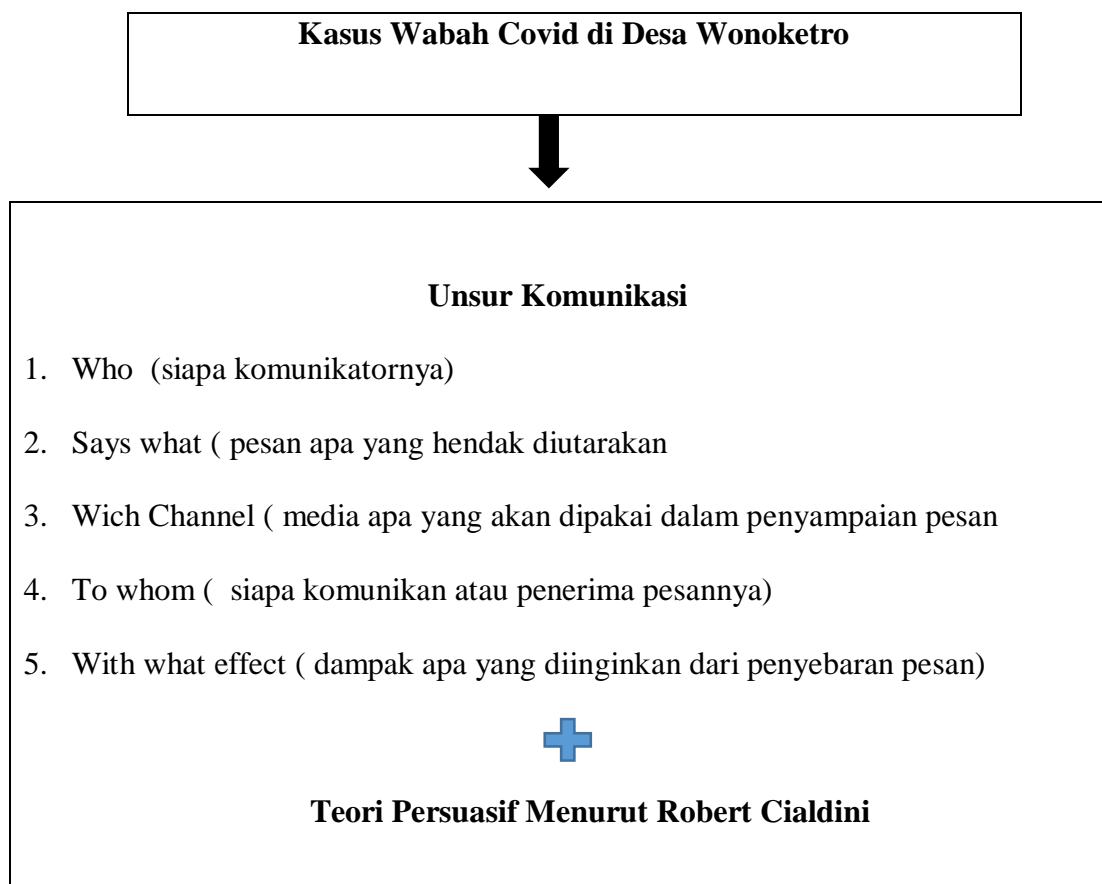
## **E. Kerangka pikir**

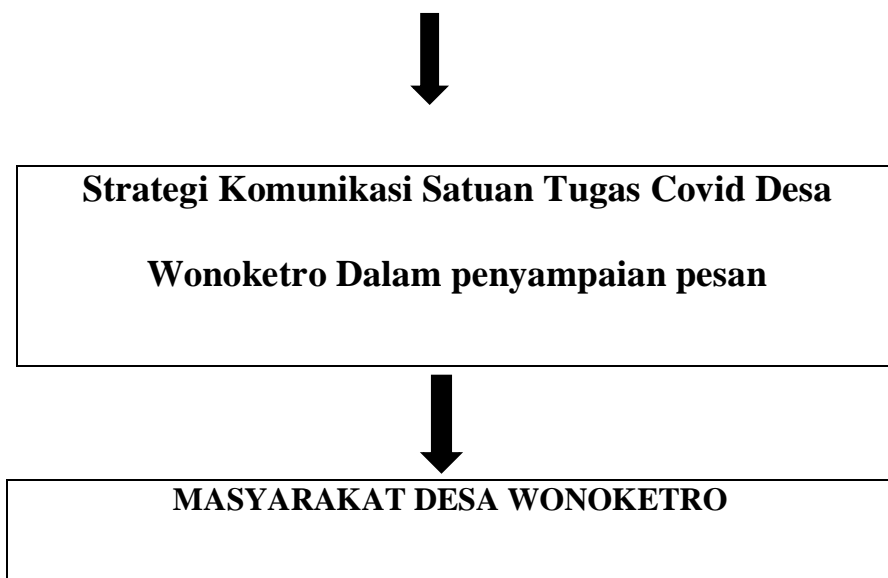
Kerangka pikir penelitian merupakan pendeskripsikan alur berfikir peneliti dalam melakukan penelitian, kerangka pemikiran terwujud dari pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti berdasarkan teknik penentuan dari kutipan yang benar. Kerangka pemikiranlah yang memberikan peneliti dasar pemikiran untuk dijadikan subjek penelitian. Dalam hal ini satuan tugas terus meningkatkan pemahaman dan kesadaran kepada seluruh elemen masyarakat di Desa Wonoketro

mengenai penyebaran penyakit Virus Corona (COVID-19), sebagai bagian dari pelaksanaan komunikasi. Maka tentu saja diperlukan untuk melakukan strategi komunikasi ataupun perencanaan yang tepat demi mencapai sebuah tujuan yang diharapkan

Dan sesuai dengan apa yang peneliti jabarkan diatas bahwasannya membahas tentang strategi komunikasi bermakna pula berbicara tentang bagaimana proses suatu komunikasi. Proses komunikasi ialah serangkaian tahap yang berurutan yang mengaitkan beragam bagian komunikasi yakni (komunikator, pesan, media/channel, komunikan serta efek).

Secara singkat kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat dijabarkan dengan contoh gambar sederhana sebagai berikut :





Dalam penelitian ini penulis menggunakan model strategi komunikasi yang memiliki lima unsur besar, yakni siapa komunikator atau penyebar pesannya (who), pesan apa yang hendak diutarakan (says what), penggunaan media apa yang akan dipergunakan untuk prosesi penyampaian pesan (with channel), siapa komunikan atau penerima pesannya (to whom), dan dampak apa yang diinginkan dari penyebaran pesan (with what effect). Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil olahan peneliti, dimana pada awal kerangka dibuat pemaparan fenomena dan realita dalam penelitian, dalam hal ini adalah bagaimana strategi satuan kerja (Satgas) Covid Desa Wonoketro dalam melakukan sosialisasi program pencegahan penyakit Virus Corona (COVID-19) kepada masyarakat wilayah Desa Wonoketro

Dikarenakan berbagai upaya untuk memutus penularan virus ini tentunya sudah menjadi tema besar ataupun masterplan bukan hanya di Negara Indonesia, Namun di berbagai belahan Negara, Termasuk mempersiapkan semua elemen agar mampu menghadapi, beradaptasi dan mampu menghadapi dampak dari wabah ini.

Salah satu sector upaya yang menjadi concern pemerintah selain sectoral kesehatan adalah sectoral komunikasi tentunya, dalam hal ini juga yang diperhatikan

oleh satuan tugas Covid-19 Indonesia dengan cara membentuk satuan satuan di berbagai scoop, dari scoop pusat sampai daerah lengkap dengan sistematika informasi dan berbagai varian cara metode penyampaian pesan, Karena setiap krisis selalu memunculkan dimensi teknis dan dimensi komunikasi, Ini bertujuan agar penyampaian pesan baik berupa himbauan, ajakan maupun larangan dapat tersampaikan ke segala penjuru masyarakat

Lantas penelitian ini hadir untuk mengetahui seperti apa dan bagaimana standard atau acuan metode penyampaian pesan yang dilaksanakan satgas Covid-19 Indonesia umumnya dan bagaimana eksekusi apa yang dilaksanakan satgas Covid 19 Desa Wonoketro pada khususnya, karena tentu saja setiap daerah mempunyai kultural masyarakat sendiri sendiri dan berbeda antar satu dan wilayah lainnya.