P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

# PENGGUNAAN MEDIA PROMOSI DALAM KOMUNIKASI TERAPEUTIK BAGI PASIEN DI KAB. SERANG

Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Promosi Dalam Komunikasi Terapeutik Tenaga Medis kepada Pasien di Puskesmas Tunjung Teja, Kab.Serang

**Ditha Prasanti**
**Benazir Bona Pratamawaty**
Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
**dithaprasanti@gmail.com**

***ABSTRACT***

Communications and media are the two things are related. Humans communicate due to the relationship with the environment. When humans communicate, certainly require communication media. Media communications here are all facilities used to produce, reproduce, distribute or disseminate and present information. In this study, researchers interested in the use of communication media raised the issue of medical use medical personnel to patients in Serang district. It is based on data obtained from the Ministry of Health that health problems are still high, one in Kab.Serang. Researchers interested in studying this issue so visible root of the problem that occurred. Therefore, researchers wanted to know how to use communication media in the promotion of therapeutic medical personnel to patients in Kab.Serang. The approach used in this study is a qualitative approach with a qualitative descriptive study method. Data collection techniques used were observation, interview and documentation study. The results of this study indicate that the use of communication media medical personnel in health care to patients is still limited to (1) the print media, such as brochures, pamphlets, banners, (2) media board / billboard; (3) The media phone. But even this has started to be supported by the existence of websites in the online media.

*Keywords: Use, Media Promotion, Therapeutic Communication, Kab.Serang*.

## Abstrak

Komunikasi dan media merupakan dua hal yang saling berhubungan. Manusia berkomunikasi dikarenakan untuk melakukan hubungan dengan lingkungan. Saat manusia berkomunikasi, pastinya memerlukan media komunikasi. Media komunikasi disini adalah seluruh sarana yang digunakan untuk memproduksi, mereproduksi, menyalurkan atau menyebarkan dan juga menyajikan informasi. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik mengangkat masalah penggunaan media komunikasi kesehatan yang digunakan tenaga medis kepada pasien di kabupaten Serang. Hal ini berdasarkan data yang diperoleh dari Departemen Kesehatan bahwa masalah kesehatan masih tinggi, salah satunya di Kabupaten Serang. Peneliti tertarik untuk meneliti masalah ini agar terlihat akar masalah yang terjadi. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik tenaga medis kepada pasien di Kab.Serang. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media komunikasi tenaga medis dalam pelayanan kesehatan kepada pasien adalah masih terbatas pada (1) media cetak, seperti brosur, pamflet, spanduk, (2) media papan/billboard; (3) media telepon. Tetapi inipun sudah mulai didukung dengan keberadaan website dalam media online.

Kata Kunci: *Penggunaan, Media Promosi, Komunikasi Terapeutik, Kab. Serang*

## PENDAHULUAN

Komunikasi berlangsung dalam setiap dimensi dalam kehidupan manusia. Dalam proses komunikasi tentu akan berhubungan dengan media sebagai penghubung komunikasi tersebut. Jika berbicara tentang

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

komunikasi, maka kita akan terhubung dengan peran media dalam komunikasi tersebut. Terlepas dari konteks komunikasi yang ada, dalam penelitian ini, peneliti mengangkat konteks komunikasi terapeutik dalam pelayanan kesehatan kepada pasien.

Komunikasi menciptakan hubungan antara tenaga medis dengan pasien untuk mengenal kebutuhan dan menentukan rencana tindakan. Kemampuan komunikasi tidak terlepas dari tingkah laku yang melibatkan aktifitas fisik, mental dan dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pengalaman, usia, pendidikan dan tujuan. Komunikasi terapeutik adalah komunikasi yang direncanakan secara sadar, bertujuan dan dipusatkan untuk kesembuhan pasien. Komunikasi terapeutik mengarah pada bentuk komunikasi interpersonal. Stuart G.W. (1998) mengatakan bahwa komunikasi terapeutik merupakan hubungan interpesonal antara bidan dengan pasien, dalam hubungan ini bidan dan pasien memperoleh pengalaman belajar bersama dalam rangka memperbaiki pengalaman emosional pasien (Prasanti & Fuady, 2016: 5).

Pemberian informasi kesehatan diharapkan pengetahuan masyarakat mengenai kesehatan menjadi bertambah, yang pada gilirannya diharapkan terjadi perubahan dari yang tadinya berperilaku tidak sehat menjadi berperilaku sehat. Perlu ditanamkan kesadaran pada masyarakat bahwa kesehatan bukan hanya ketidakhadiran penyakit, tetapi adalah kondisi fisik, mental, paripurna yang baik (Mulyana, 2002). Oleh karena itu, menurut Siregar, "Pembangunan kesehatan memerlukan suatu kemasyarakatan antara lain depat melalui komunikasi, informasi, dan edukasi (Siregar, 2000).

Masalah kesehatan menjadi point penting yang mendapatkan sorotan publik yang terjadi di Kab.Serang. Salah satu data yang ditemukan adalah data Angka Kematian Ibu (AKI). Angka Kematian Ibu (AKI) merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh tenaga medis yang menangani langsung komunikasi terapeutik kepada pasien. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kesehatan Kabupaten Serang yang terdapat di situs republika online, yaitu Kepala Bidang Pelayanan Kesehatan Dinkes Kabupaten Serang, Agus Sukmayadi, menurutnya medis sangat berperan untuk menekan angka kematian ibu, melalui sistem rujukan yang dimaksimalkan dengan pelayanan prima untuk menyelamatkan ibu dan bayi. Namun, selain medis yang menjadi faktor tingginya kematian ibu juga faktor sosial masyarakat yang belum sadar akan pentingnya keselamatan. Meski sebelumnya juga faktor

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

ekonomi yang sering menjadi alasan utama penyebab kematian tersebut.

Hal inipun dipertegas oleh penuturan Sekretaris Daerah Kabupaten Serang, Lalu Atharussalam, yang menegaskan bahwa tingginya angka kematian ibu (AKI) di Serang harus menjadi bahan evaluasi dari kinerja dinkes dan mitranya dalam menekan aki tersebut, karena AKI di Kabupaten Serang tertinggi di Banten. Untuk menurunkan AKI, Dinas Kesehatan harus bekerja sama dengan organisasi-organisasi lainnya. Dalam hal ini, pihak Dinas Kesehatan telah membuat MAF (MDGs Acseleration framework) atau kerangka kerja untuk mengoptimalkan MDGs (Prasanti & Fuady, 2016: 5).

Media massa merupakan wahana informasi dan komunikasi timbal balik antara sesama warga masyarakat dan antara masyarakat dengan pemerintah. Selain itu media massa juga dapat mengembangkan komunikasi sosial serta dapat menyalurkan aspirasi dan menggairahkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan (Hariwibowo, 2008).

Dalam rangka menunjang keberhasilan proses komunikasi tersebut, tentu diperlukan adanya peran media komunikasi yang optimal. Hal inilah yang menjadi permalasahan dalam penelitian yang dilakukan peneliti. Peneliti ingin melihat tentang "Penggunaan Media Promosi dalam Komunikasi Terapeutik bagi Masyarakat Serang". Peneliti ingin mengetahui bagaimana penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik yang dilakukan tenaga medis kepada pasiennya. Apalagi mengingat bahwa salah satu data kesehatan yang menunjukkan AKI yang tinggi terdapat di Kabupaten Serang. Dinas Kesehatan pun terus mengupayakan bekerjasama dengan semua pihak, termasuk rumah sakit dan Puskesmas yang tersebar di Kabupaten Serang.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di Puskesmas Tunjung Teja, Kabupaten Serang. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

**Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti ingin mengetahui fokus penelitian berikut ini:

Bagaimana penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik tenaga medis kepada pasien di Puskemas Tunjung Teja Kab.Serang?

**TINJAUAN PUSTAKA**

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

**Media Promosi dalam Komunikasi Terapeutik**

Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001). Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996).

Media komunikasi terapeutik adalah semua sarana atau upaya untuk menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik itu melalui media cetak, elektronik dan media luar ruang, sehingga sasaran dapat meningkat pengetahuannya yang akhirnya diharapkan dapat berubah perilakunya kearah positif terhadap kesehatan (Notoatmodjo, 2010). Media komunikasi kesehatan pada hakikatnya adalah alat bantu pendidikan (AVA), alat-alat tersebut merupakan alat untuk memudahkan penyampaian dan penerimaan pesan-pesan kesehatan bagi masyarakat (Fitriani, 2011). Berdasarkan fungsinya sebagai penyaluran pesan-pesan kesehatan, maka media dapat dibagi menjadi 3 (Fitriani, 2011), yakni:

1. Media cetak seperti booklet, leaflet, flyer(selebaran), flipchart( lembar balik), rubrik, poster, foto.
   a. Poster adalah sehelai kertas atau papan yang berisikan gambar-gambar dengan sedikit kata-kata. Kata- kata dalam poster harus jelas artinya, tepat pesannya dan dapat dengan mudah dibaca pada jarak kurang lebih 6 meter.

Poster biasanya ditempelkan pada suatu tempat yang mudah dilihat dan banyak dilalui orang misalnya di dinding balai desa, pinggir jalan, papan pengumuman, dan lain-lain. Gambar dalam poster dapat berupa lukisan, ilustrasi, kartun, gambar atau photo. Poster terutama dibuat untuk mempengaruhi orang banyak, memberikan pesan singkat. Karena itu cara pembuatannya harus menarik, sederhana dan hanya berisikan satu ide atau satu kenyataan saja. Poster yang baik adalah poster yang mempunyai daya tinggal lama dalam ingatan orang yang melihatnya serta dapat mendorong untuk bertindak (Notoatmodjo, 2010).

   b. Leaflet adalah selembaran kertas yang berisi tulisan dengan kalimat-kalimat yang singkat, padat, mudah dimengerti dan gambar-gambar yang sederhana.

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Ada beberapa yang disajikan secara berlipat. Leaflet digunakan untuk memberikan keterangan singkat tentang suatu masalah, misalnya deskripsi pengolahan air di tingkat rumah tangga, deskripsi tentang diare dan penecegahannya, dan lain- lain. Leaflet dapat diberikan atau disebarkan pada saat pertemuan-pertemuan dilakukan seperti pertemuan FGD, pertemuan Posyandu, kunjungan rumah, dan lain-lain. Leaflet dapat dibuat sendiri dengan perbanyakan sederhana seperti di photo copy (Notoatmodjo, 2010).

c. Booklet, media cetak yang berbentuk buku kecil. Terutama digunakan untuk topik dimana terdapat minat yang cukup tinggi terhadap suatu kelompok sasaran. Ciri lain dari booklet adalah : Berisi informasi pokok tentang hal yang dipelajari, Ekonomis dalam arti waktu dalam memperoleh informasi, Memungkinkan seseorang mendapat informasi dengan caranya sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar dengan booklet ada beberapa hal antara lain booklet itu sendiri, faktor-faktor atau kondisi lingkungan juga kondisi individual penderita. Oleh karena itu dalam pemakaiannya perlu mempertimbangkan kemampuan baca seseorang, kondisi fisik maupun psikologis penderita dan juga faktor lingkungan dimana penderita itu berada.

Di samping itu perlu pula diketahui kelemahan yang ada, oleh karena kadang informasi dalam booklet tersebut telah kadaluwarsa. Dan pada suatu tujuan instruksional tertentu booklet tidak tepat dipergunakan (Notoatmodjo, 2010).

d. Flipchart ( lembar balik) adalah media penyampaian pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk lembar balik. Biasanya didalam setiap lembaran buku berisi gambar peragaan dan dibaliknya terdapat kalimat yang berisi pesan-pesan dan informasi yang berkaitan dengan gambar tersebut (Fitriani, 2011).

Lembaran balik akan memudahkan pekerjaan untuk menerangkan dan memberikan informasi dengan gambar tahap demi tahap. Setiap tahapan memiliki satu gambar yang bernomor setelah selesai menyelesaikan isi satu nomor maka lembaran bergambar tersebut dibalikkan begitu sampai seterusnya hingga akhir Sekumpulan lembaran balik merupakan suatu pelajaran atau informasi yang lengkap sehingga akan dapat dipilih untuk segera digunakan seperlunya. Kelebihan lembar balik adalah

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

gambar yang jelas dan dapat dilihat secara bersama-sama, menarik dan mudah dimengerti, (Sulaiman, 1985). .

e. Rubrik adalah tulisan dalam surat kabat atau majalah mengenai bahasan suatu masalah kesehatan atau hal yang berkaitan dengan kesehatan (Fitriani, 2011).

f. Brosur adalah suatu alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya. Brosur berisi pesan yang selalu tunggal, dibuat untuk menginformasikan, mengedukasi, dan membujuk atau mempengaruhi orang.

2. Media elektronik yaitu televisi, film atau video dan radio.

a. Televisi yaitu media penyampaian pesan atau informasi melalui media televisi dapat bentuk sandiwara, sinetron, forum diskusi atau tanya jawab yang berkaitan dengan masalah kesehatan, pidato, TV spot, qiuz atau cerdas cermat dan sebagainya (Fitriani, 2011).

b. Radio yaitu penyampaian pesan atau informasi melalui berbagai obrolan seperti tanya jawab, sandiwara, ceramah, radio spot dan sebagainya (Fitriani, 2011).

c. Film atau video yaitu merupakan media yang dapat menyajikan pesan bersifat fakta maupun fiktif yang dapat bersifat informatif, edukatif maupun instruksional (Fitriani, 2011). Film atau video menjadi alat bantu belajar yang sangat baik, video dan film dapat mengatasi kekurangan keterampilan dalam membaca dan penguasaan bahasa, mengatasi keterbatasanpengelihatan, video dan film sangat baik untuk menerangkan suatu proses dengan menggunakan pengulangan gerakan secara lambat demi memperjelas uraian dan ilustrasi, memikat perhatian, merangsang dan memotivasi kelompok sasaran, video dan film sangat baik untuk menyajikan teori dan praktik, menghemat waktu.

3. Media papan seperti billboard.

a. Media papan disini mencakup berbagai pesan yang ditulis pada kain, papan yang ditempel pada kendaraan umum ( mobil dan bus) (Fitriani, 2011).

**Komunikasi Terapeutik**

Kalthner, dkk (1995) mengatakan bahwa komunikasi terapeutik terjadi dengan

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

tujuan menolong pasien yang dilakukan oleh orang-orang yang professional dengan menggunakan pendekatan personal berdasarkan perasaan dan emosi. Di dalam komunikasi terapeutik ini harus ada unsur kepercayaan. (Mundakir, 2006:115).

Heri Purwanto mengemukakan bahwa komunikasi terapeutik adalah komunikasi yang direncanakan secara sadar dan bertujuan dalam kegiatannya difokuskan untuk kesembuhan pasien, dan merupakan komunikasi professional yang mengarah pada tujuan untuk penyembuhan pasien (Mundakir, 2006:115).

Mulyana mengatakan komunikasi terapeutik termasuk komunikasi interpersonal yaitu komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. (Mundakir, 2006:116).

Komunikasi terapeutik adalah komunikasi yang direncanakan secara sadar, bertujuan dan dipusatkan untuk kesembuhan pasien. Komunikasi terapeutik mengarah pada bentuk komunikasi interpersonal. Northouse (1998:12).

Dengan memiliki keterampilan berkomunikasi terapeutik, perawat akan lebih mudah menjalin hubungan saling percaya kepada klien, sehingga akan lebih efektif dalam mencapai tujuan asuhan keperawatan yang telah diterapkan, memberikan kepuasan profesional dalam pelayanan keperawatan dan akan meningkatkan profesi.

Tujuan Komunikasi terapeutik adalah :

1. Membantu pasien untuk memperjelas dan mengurangi beban perasaan dan pikiran serta dapat mengambil tindakan untuk mengubah situasi yang ada bila pasien percaya pada hal yang diperlukan.
2. Mengurangi keraguan, membantu dalam hal mengambil tindakan yang efektif dan mempertahankan kekuatan egonya.
3. Memengaruhi orang lain, lingkungan fisik, dan dirinya sendiri. (Damaiyanti, 2010:11).

Stuart dan Sundeen dalam Christina, dkk (2003) mengatakan ada dua persyaratan dasar untuk komunikasi terapeutik efektif :

1. Semua komunikasi harus ditunjukan untuk menjaga harga diri pemberi maupun penerima pesan.
2. Komunikasi yang menciptakan saling pengertian harus dilakukan terlebih dahulu sebelum memberikan saran, informasi maupun masukan. (Damaiyanti, 2010:12).

Persyaratan - persyaratan untuk komunikasi terapeutik ini dibutuhkan untuk

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

membentuk hubungan perawat-klien sehingga klien memungkinkan untuk mengimplementasikan proses keperawatan. Komunikasi terapeutik ini akan efektif bila melalui penggunaan dan latihan yang sering.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti setatus sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskipsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. "Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban" (Mulyana, 2008: 145). Menurut Sugiyono (2007: 1), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif (Mulyana, 2008: 150).

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif. Disebut sebagai metode deskriptif karena penelitian ini tidak menggunakan hipotesis dan variabel melainkan hanya menggambarkan dan menganalisis kejadian yang ada tanpa perlakuan khusus atas objek-objek yang diteliti.

Observasi yang peneliti lakukan yaitu penelitian berdasarkan kondisi di lapangan, peneliti tidak terlibat dalam kegiatan tersebut hanya mengamati gejala-gejala yang ada di lapangan yang kemudian dilakukan analisis untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

1) Observasi

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan dilakukan dengan cara *nonparticipant observation*, terhadap objek yang diteliti yaitu yang berkaitan dengan penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik di masyarakat kab.Serang.

2) Wawancara

Wawancara yang dilakukan penulis dalam penelitian dimaksudkan untuk mengetahui pandangan, kejadian, kegiatan, pendapat, perasaan dari nara sumber (subjek matter expert). Wawancara yang dilakukan yaitu untuk mengetahui mengenai penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik di masyarakat kab.Serang. Penggunaan teknik ini sangat penting bagi penelitian kualitatif, terutama untuk melengkapi data dan upaya memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat.

3) Studi Dokumentasi

Menurut Burhan Bungin (2007: 121), metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan terutama untuk memperkaya landasan-landasan teoritis dan mempertajam analisis penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik di masyarakat kab.Serang.

**Teknik Analisis Data**

Analisis atau mengolah data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematik catatan hasil observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi dengan tujuan meningkatkan pemahaman penelitian tentang temuan-temuan atas permasalahan yang diteliti. Bajari, (2009) menyatakan bahwa "Hakekatnya dalam penelitian kualitatif, mengolah data adalah memberi kategori, mensistematisir, dan bahkan memproduksi makna oleh si "peneliti" atas apa yang menjadi pusat perhatiannya".

Menurut Mile dan Huberman (1992: 16), data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap semua informasi yang penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data ini dikelompokkan sesuai dengan topik permasalahan.
2. Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga data berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai masalah penelitian.
3. Melakukan interprestasi pada data, yaitu dengan menginterprestasi apa

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

yang telah diberikan dan diinterprestasikan informan terhadap masalah yang diteliti.

4. Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi telah disusun pada tahap ketiga, sehingga dapat memberikan jawaban atas masalah penelitian.
5. Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada kesimpulan tahap empat. Tahap ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan interprestasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan penelitian yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus tentang penelitian ini.

Dalam proses analisis data digunakan metode induktif, karena itu penelitian ini tidak membuktikan hipotesis, tetapi lebih merupakan pembentukan abstraksi berdasarkan bagian-bagian yang telah dikumpulkan dan dikelompokkan. Analisis dimulai ketika pengumpulan data dilakukan dan dikerjakan secara intensif setelah meninggalkan lapangan. Analisis data dimulai dengan menelaah sumber data yang tersedia dari berbagai sumber, kemudian dilakukan reduksi data dengan cara membuat abstraksi (rangkuman inti) sehingga menjadi suatu informasi. Satuan-satuan ini kemudian disusun dan terakhir mengadakan keabsahan data.

Burhan Bungin (2007: 253-259) menyatakan bahwa penelitian kualitatif menghadapi persoalan penting mengenai pengujian keabsahan hasil penelitian. Banyak hasil penelitian kualitatif diragukan keabsahannya karena beberapa hal; (1) Subjektifitas peneliti, (2) Kelemahan-kelemahan metode wawancara, (3) Sumber data kualitatif yang kurang dapat dipercaya. Untuk mendapat keabsahan hasil penelitian tentang penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik di kab.Serang, peneliti menggunakan teknik-teknik pemeriksaan keabsahaan sebagai berikut.

a. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan di lapangan yang dilakukan penulis dimaksudkan untuk memperoleh derajat keabsahan yang tinggi. Pengamatan dilakukan secara nonparticipant, yaitu penulis melakukan mengamati kegiatan komunikasi tanpa ikut berperan serta.

b. Trianggulasi.

Trianggulasi yang dilakukan penulis yaitu triangulasi sumber data, yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

c. Kecukupan Refensial

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Kecukupan refensial dilakukan dengan memperbanyak referensi yang dapat menguji dan mengoreksi hasil penelitian yang dilakukan, baik referensi yang berasal dari orang lain maupun referensi yang diperoleh selama penelitian. Berdasarkan tahapan-tahapan yang telah dipaparkan, data dapat ditafsirkan dan diolah menjadi hasil penelitian.

**Informan Penelitian**

Adapun informan penelitian sebagai berikut:

1. Rini, tenaga medis, 39 tahun
2. Neneng, tenaga medis, 35 tahun
3. Sumiati, pasien, 45 tahun
4. Isti, pasien, 28 tahun

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, ada beberapa temuan di lapangan berkaitan dengan topik penelitian peneliti, yakni "Penggunaan Media Promosi dalam Komunikasi Terapeutik bagi Masyarakat kab.Serang".

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan media komunikasi kesehatan pada hakikatnya merupakan faktor penunjang keberhasilan proses komunikas terapeutik bagi masyarakat Kab.Serang. Walaupun sebenarnya data yang ada menunjukkan sebagian masyarakat tidak mengerti pada pesan yang disampaikan dalam media komunikasi tersebut.

Terlihat bahwa dalam komunikasi terdapat tiga unsur penting, yaitu : komunikator, pesan, dan komunikan. Komunikator adalah sumber yang memiliki ide atau gagasan mengenai sesuatu yang akan disampaikan kepada komunikan. Pesan adalah gagasan yang berupa lambang-lambang yang berarti dan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan, sedangkan komunikan adalah orang atau badan yang menerima pesan. Kegiatan komunikasi tidak akan berjalan secara efektif apabila tidak didukung dengan ketiga faktor tersebut yaitu komunikator, pesan, dan komunikan.

Dengan demikian, agar komunikasi berlangsung secara efektif maka kita harus memerhatikan faktor-faktor tersebut, yaitu komunikator, pesan, dan komunikan. Faktor lain yang penting dalam suatu proses komunikasi adalah umpan balik atau efek. Umpan balik memegang peranan penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan oleh komunikator . Dengan kata lain, umpan balik menentukan sukses atau tidaknya sebuah proses komunikasi dilangsungkan (Prasanti & Fuady, 2016: 12).

1. Tenaga Medis sebagai Komunikator

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Kredibilitas merupakan salah satu faktor dari komunikator yang mempunyai peranan penting agar pesan yang dikomunikasikan dapat berjalan lancar dan dapat diterima atau dipahami komunikan. Menurut Jalaludin Rakhmat (2008:257), dalam bukunya psikologi komunikasi, kredibilitas adalah, "seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Dalam penelitian peneliti, kredibilitas tenaga medis tentu menjadi point penting yang menunjang keberhasilan proses komunikasi terapeutik.

2. Sosialisasi sebagai Pesan

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator (Effendy, 1998). Dalam menyampaikan pesan secara lisan, faktor pemilihan kata-kata merupakan hal yang sangat penting agar sasaran yang dituju mengerti dengan maksud yang disampaikan. Dalam penelitian ini, tenaga medis menyampaikan sosialisasi kepada para pasien yang berkaitan dengan informasi kesehatan di kabupaten Serang.

3. Pasien sebagai Komunikan

Pasien yang menjadi komunikan dalam hal ini bisa siapa saja.

Umpan balik dari komunikan bisa bersifat verbal dalam bentuk, seperti "ya" untuk tanda setuju atau "tidak" untuk tanda menolak, bisa juga bersifat non verbal dalam bentuk gerakan anggota kepala tanda tidak mau, mengerutkan kening tanda tidak mengerti, mencibirkan bibir tanda mengejek, dan lain-lain. (Effendy, 1998).

**Pembahasan**

**Penggunaan Media Promosi dalam Komunikasi Terapeutik bagi Masyarakat Kab.Serang**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi di lapangan, peneliti menemukan hasil penelitian tentang penggunaan media komunikasi kesehatan bagi masyarakat kab.Serang.

Rini, salah satu tenaga medis yang bekerja di puskesmas Tunjung Teja Kab.Serang tersebut menceritakan tentang media promosi yang biasa digunakan untuk menunjang keberhasilan komunikasi terapeutik.

> *"Iya kalo ditanya soal media promosi yang digunakan, puskesmas kami emang belum optimal juga. Kami biasanya pake yang lebih mudah digunakan aja, kayak media cetak gitu, brosur, pamflet, flyer, selebaran gitu ya, jadi setiap kali kami ngasih penyuluhan, media promosi itu yang kami bawa dan kami bagikan kepada para pasien."*

Informan lain, Neneng juga menceritakan hal yang serupa tentang penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik bagi masyarakat di Puskesmas Tunjung Teja, kab.Serang. Optimalisasi media promosi ini memang

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

masih terbatas pada media cetak, berikut penuturannya:

> *"Wah iya benar sekali, media promosi kesehatan ini sangat penting dalam proses komunikasi terapeutik yang kami lakukan. Daridulu sampe sekarang, memang media promosi yang kami gunakan hampir sama saja, yaitu dalam jenisnya, kami lebih sering menggunakan media promosi dalam bentuk media cetak, kami rasa ini yang lebih efektif buat kami, ya meskipun kalo kita amati dari perkembangan zaman sekarang, tentu ada media internet ya yang lebih canggih, hehe... Tapi beberapa tahun terakhir ini, kami juga udah menggunakan media promosi dalam internet kok, kami udah punya website."*

Dalam sesi wawancara yang lain, Neneng juga menyebutkan jenis-jenis dari media promosi yang digunakan dalam proses komunikasi terapeutik selama ini di puskesmas Tunjung Teja.

> *"Selama ini sih yang kami pake memang media cetak ya, karena itu yang paling mudah sampai juga ke masyarakat, walaupun media itu sendiri masih belum efektif sebenarnya. Kan ada banyak yang udah kami gunakan, mulai dari brosur, pamflet, poster yang dipasang di puskesmas, posyandu, atau spanduk yang dipasang terbentang di jalan, isinya pasti ya seputar informasi kesehatan yah. Terus ya, setiap kali kami turun ke desa, tentu selain secara lisan, kami juga bagiin pamflet atau brosur itu, intinya ya kami berharap masyarakat juga makin sadar dengan informasi kesehatan yang ingin kami sampaikan."*

Rini juga menambahkan tentang penggunaan media promosi yang telah digunakannya selama bekerja sebagai tenaga medis bagi masyarakat di Tunjung Teja, kab.Serang. Berikut ini adalah penuturannya:

> *"Betul memang, selain media promosi melalui media cetak, kami udah ada media promosi dalam media online loh, hehe....tapi emang belum maksimal. Sayangnya, karena dirasa kurang efektif juga. Kami udah punya website, tapi ya gimana ya, pasien kami juga kan hampir ga ada juga yang update, atau bahkan bisa menggunakan media internet itu. Jadi, lagi lagi deh, media promosinya kami maksimalkan menggunakan media cetak dan billboard alias papan pengumuman gitu. Media ini malahan yang lebih efektif, karena kan mudah dibaca sama pasiennya."*

Selain mewawancarai para tenaga medis yang berada di Puskesmas Tunjung Teja, peneliti pun melakukan penelitian ini dengan mewawancarai beberapa pasien, untuk mengetahui bagaimana penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik, dalam perspektif pasien sendiri. Salah seorang pasien yang memiliki dua orang anak, bernama Isti, menceritakan pendapatnya sebagai berikut:

> *"Saya tahu beberapa informasi kesehatan biasanya langsung nelpon gitu, atau via telepon dari ibu kader. Misalnya, ada posyandu, ada penyuluhan, ada pembagian biskuit gratis buat anak yang gizi buruk, ya*

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

*saya dateng. Apalagi anak saya ini kata bu dokternya itu kena gizi buruk gitu, duh saya juga kurang paham ya. Terus kalo media apa tadi ya, iya pengumuman gitu ya, saya tahu nya baca aja di papan pengumuman ya, atau poster atau yang ditempel gitu ya, takut penting juga. Aduh, kalo internet mah saya ga paham, nonton tv juga jarang kan saya sering ke sawah juga bantuin suami cari uang, mba".*

Peneliti pun menemui seorang pasien lainnya, untuk memastikan tentang penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik yang selama ini telah berlangsung. Sumiati, seorang ibu yang telah memiliki 4 orang anak ini, menceritakan pengetahuannya tentang media promosi kesehatan yang digunakan di puskesmas Tunjung Teja. Berikut ini adalah penuturannya :

*"Saya biasanya tahu informasi kesehatan dari ibu Kader, mba. Kan kami disini suka dikumpulin gitu, dikasih pengarahan, ibu Kader-nya baik banget mba, kami diteleponin satu-satu gitu, diingetin kalo kami lupa. Kalau ada info apa-apa ya saya tahu-nya langsung dari ibu Kader aja. Kalo internet, aduh saya ga bisa juga pakenya, gak ngerti. Terus kalo brosur, pamflet gitu ya, iya suka dibagiin pas penyuluhan, tapi saya suka lupa lagi gitu ga ada waktu juga bacanya, hehehe...anak saya banyak mba, jadi ngandelin info ya baca di pengumuman, gambar gede-gede gitu ya takut penting juga.*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, peneliti menjabarkan penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik bagi masyarakat di Tunjung Teja, kab.Serang. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan beberapa data sebagai berikut:

1. Media cetak seperti booklet, leaflet, flyer(selebaran), flipchart( lembar balik), rubrik, poster, foto.

a. Poster adalah sehelai kertas atau papan yang berisikan gambar-gambar dengan sedikit kata-kata. Kata- kata dalam poster harus jelas artinya, tepat pesannya dan dapat dengan mudah dibaca pada jarak kurang lebih 6 meter. Poster biasanya ditempelkan pada suatu tempat yang mudah dilihat dan banyak dilalui orang misalnya di dinding balai desa, pinggir jalan, papan pengumuman, dan lain-lain. Gambar dalam poster dapat berupa lukisan, ilustrasi, kartun, gambar atau photo. Poster terutama dibuat untuk mempengaruhi orang banyak, memberikan pesan singkat. Karena itu cara pembuatannya harus menarik, sederhana dan hanya berisikan satu ide atau satu kenyataan saja. Poster yang baik adalah poster yang mempunyai daya tinggal lama dalam ingatan orang yang melihatnya serta dapat mendorong untuk bertindak (Notoatmodjo, 2010).

b. Leaflet adalah selembaran kertas yang berisi tulisan dengan kalimat-kalimat yang singkat, padat, mudah dimengerti dan gambar-gambar yang

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

sederhana. Ada beberapa yang disajikan secara berlipat. Leaflet digunakan untuk memberikan keterangan singkat tentang suatu masalah, misalnya deskripsi pengolahan air di tingkat rumah tangga, deskripsi tentang diare dan penecegahannya, dan lain- lain. Leaflet dapat diberikan atau disebarkan pada saat pertemuan-pertemuan dilakukan seperti pertemuan FGD, pertemuan Posyandu, kunjungan rumah, dan lain-lain. Leaflet dapat dibuat sendiri dengan perbanyakan sederhana seperti di photo copy (Notoatmodjo, 2010).

c. Booklet, media cetak yang berbentuk buku kecil. Terutama digunakan untuk topik dimana terdapat minat yang cukup tinggi terhadap suatu kelompok sasaran. Ciri lain dari booklet adalah : Berisi informasi pokok tentang hal yang dipelajari, Ekonomis dalam arti waktu dalam memperoleh informasi, Memungkinkan seseorang mendapat informasi dengan caranya sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar dengan booklet ada beberapa hal antara lain booklet itu sendiri, faktor-faktor atau kondisi lingkungan juga kondisi individual penderita. Oleh karena itu dalam pemakaiannya perlu mempertimbangkan kemampuan baca seseorang, kondisi fisik maupun psikologis penderita dan juga faktor lingkungan dimana penderita itu berada.Di samping itu perlu pula diketahui kelemahan yang ada, oleh karena kadang informasi dalam booklet tersebut telah kadaluwarsa. Dan pada suatu tujuan instruksional tertentu booklet tidak tepat dipergunakan (Notoatmodjo, 2010).

d. Flipchart ( lembar balik) adalah media penyampaian pesan atau informasi kesehatan dalam bentuk lembar balik. Biasanya didalam setiap lembaran buku berisi gambar peragaan dan dibaliknya terdapat kalimat yang berisi pesan-pesan dan informasi yang berkaitan dengan gambar tersebut (Fitriani, 2011). Lembaran balik akan memudahkan pekerjaan untuk menerangkan dan memberikan informasi dengan gambar tahap demi tahap. Setiap tahapan memiliki satu gambar yang bernomor setelah selesai menyelesaikan isi satu nomor maka lembaran bergambar tersebut

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

dibalikkan begitu sampai seterusnya hingga akhir Sekumpulan lembaran balik merupakan suatu pelajaran atau informasi yang lengkap sehingga akan dapat dipilih untuk segera digunakan seperlunya. Kelebihan lembar balik adalah gambar yang jelas dan dapat dilihat secara bersama-sama, menarik dan mudah dimengerti.

e. Rubrik adalah tulisan dalam surat kabat atau majalah mengenai bahasan suatu masalah kesehatan atau hal yang berkaitan dengan kesehatan (Fitriani, 2011).
f. Brosur adalah suatu alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya. Brosur berisi pesan yang selalu tunggal, dibuat untuk menginformasikan, mengedukasi, dan membujuk atau mempengaruhi orang.

2. Media papan seperti billboard.
   a. Media papan disini mencakup berbagai pesan yang ditulis pada kain, papan yang ditempel pada kendaraan umum ( mobil dan bus) (Fitriani, 2011). Media papan ini ternyata lebih efektif karena berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, para pasien lebih tertarik untuk membaca pengumuman atau informasi kesehatan dalam media papan seperti billboard. Para pasien merasa bahwa informasi yang tertera dalam papan inilah justru yang biasanya penting untuk diketahui.
3. Media online seperti situs dan website Media online yang juga digunakan dalam proses komunikasi terapeutik di puskesmas Tunjung Teja adalah website. Tapi sayangnya, penggunaan website sebagai media promosi ini belum efektif. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan tentang media online di desa tersebut.
4. Media Telepon

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan tentang Penggunaan Media Promosi dalam Komunikasi Terapeutik bagi masyarakat di Puskesmas Tunjung Teja kab.Serang, sebagai berikut:

1. Media promosi yang digunakan dalam proses komunikasi terapeutik bagi masyarakat di kab.Serang ini meliputi: (1) media cetak seperti

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

booklet, leaflet, flyer(selebaran), flipchart( lembar balik), rubrik, poster, foto/ gambar; (2) media papan/billboard; (3) media online seperti website; (4) media telepon. Tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi yang paling banyak digunakan tenaga medis adalah media cetak tersebut. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dari pasien untuk menggunakan media online.

2. Penggunaan media promosi dalam komunikasi terapeutik bagi masyarakat di kab.Serang merupakan faktor penunjang keberhasilan penyampaian informasi kesehatan kepada pasien. Meskipun ternyata pasien lebih sering menggunakan media telepon dalam penerimaan informasi kesehatan yang mudah diterima oleh pasien.

**SARAN**

Adapun saran yang ingin diberikan peneliti, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ini, yaitu:

1. Peneliti melihat adanya hambatan pengetahuan dan hambatan psikologis dari dalam diri pasien, khususnya dalam penerimaan informasi kesehatan yang telah disampaikan oleh para tenaga medis di puskesmas Tunjung Teja, kab.Serang. Oleh arena itu, penggunaan media promosi dalam proses komunikasi terapeutik yang dilakukan pun ternyata lebih efektif disampaikan melalui media telepon dan media papan/ billboard. Peneliti pun sangat mengapresiasi adanya pembentukan kader yang mau berkoordinasi dan mengontrol para pasien, dalam hal ini tentu berkaitan dengan penyampaian informasi kesehatan tersebut. Jadi, alangkah baiknya, jika pendekatan secara psikologis inilah yang tetap dijaga dan dipertahankan agar para pasien tetap dapat menerima beragam informasi kesehatan yang diperlukan.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Bungin, Burhan. 2007. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media

Christina Lia; dkk. 2003. Komunikasi Kebidanan. Jakarta:Penerbit Buku Kedokteran EGC. Group

Criticos (1996) “Media”. Gordon B.Davis (1990) (11) “ Pengertian Informasi

“Heinich et.al.(2002); Ibrahim, (1997); Ibrahim et.al., (2001) “ Definisi Media

Informasi “

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Damaiyanti, Mukhripah. 2010. Komunikasi Terapeutik Dalam Praktik Keperawatan. Bandung: Rifika Aditama.Cetakan Kedua.

Effendy, Onong Uchjana. 1998. Ilmu Komunikasi, Teori, dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya

Fitriani. S. 2011. Promosi Kesehatan. Ed 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Handayani , Wiwik dan Andi Sulistyo, Haribowo. 2008. Asuhan keperawatan pada klien dengan gangguan sistem hematologi. Salemba Medika : Jakarta.

Machfoedz, Mahmud. 2009. Komunikasi Terapeutik, Yogyakarta: Ganbika

Miles, B.B., dan A.M. Huberman. 1992. Analisa Data Kualitatif. Jakarta: UI Press.

Mulyana, Deddy.2002. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosda KaryaMulyana, Deddy. 2008. Metodologi Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mundakir, 2006. Komunikasi Keperawatan : Aplikasi dalam Pelayanan. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Northouse, Peter G. 1998. Health Communication: Strategies for Health Professionals (4th Edition). New York: Paperback.

Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.

Rakhmat, Jalaludin. 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Siregar & Pasaribu. 2000. Bagaimana mengelola media korporasi-organisasi. Yogyakarta : Kanisius.

**Jurnal**

Ditha Prasanti & Ikhsan Fuady. 2016. Hambatan Komunikasi Terapeutik Bidan dalam Upaya Penurunan AKI kepada ibu Hamil di kab.Serang. Jurnal Nomosleca: UMM.