

STRATEGI KOMUNIKASI GERAKAN SAYANG IBU DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN KESEHATAN BAGI IBU HAMIL DI KELURAHAN BELIMBING KECAMATAN BONTANG BARAT

Rinaldi Hakim¹, Sugandi², Kheyene Molekandella Boer³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang efektif dalam mempertahankan kesehatan serta menekan angka kematian ibu melalui program-program kerja dan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi minat masyarakat khususnya ibu hamil untuk hidup lebih sehat. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah wakil ketua Gerakan Sayang Ibu kelurahan belimbing kecamatan Bontang Barat. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dan pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling. Fokus penelitian ini adalah mengenai strategi komunikasi yang dilakukan Gerakan Sayang Ibu dalam upaya mempertahankan kesehatan bagi Ibu Hamil di kelurahan belimbing kecamatan Bontang Barat. Hasil penelitian ini diketahui bahwa Gerakan Sayang Ibu Kelurahan Belimbing menggunakan tiga tahap komunikasi yaitu, tahap menentukan sasaran, tahap memformulasikan aksi dan strategi respon, dan tahap menggunakan komunikasi efektif. Hal tersebut terbukti dari tugas-tugas yang dijalankan serta program-program kegiatan yang direncanakan. Gerakan Sayang Ibu melakukan kerja sama dengan puskesmas setempat guna menarik minat masyarakat untuk ikut bergabung dalam kegiatan GSI tersebut. Dengan penerapan strategi komunikasi yang efektif, GSI kelurahan belimbing dapat diterima oleh masyarakat setempat. Hal ini dilihat dari banyaknya masyarakat yang sudah turut serta membantu memberikan informasi tentang ibu hamil di beberapa daerah agar bisa dikunjungi oleh GSI. Hal tersebut akan membantu GSI dalam mensukseskan Visi & Misi yang bertugas untuk menekan angka kematian ibu di kota Bontang yang diakibatkan kelalaian dalam menjaga kesehatan dalam keadaan hamil.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Gerakan Sayang Ibu, Ibu Hamil*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: reynaldirey@gmail.com

² Pembimbing I dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Pembimbing II dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Pemerintah khususnya Dinas Kesehatan terus berupaya untuk menekan Angka Kematian Ibu (AKI) yang pada umumnya disebabkan oleh kehamilan, persalinan, dan nifas yang tidak sehat. Sebagai suatu bentuk awal perhatian pemerintah dalam penekanan AKI, pada tahun 1996 dibuatlah suatu gerakan masyarakat yang disebut Gerakan Sayang Ibu (GSI) atau *safe motherhood*. Harapannya, AKI pada tahun-tahun berikutnya dapat diturunkan dari 225 per 100.000 kelahiran hidup menjadi 80 per 100.000 kelahiran hidup pada tahun 2018 atau akhir pembangunan Jangka Panjang Kedua. Sadar bahwa kesehatan ibu dan bayi bukan hanya tanggung jawab ibu seorang, program ini juga berupaya bekerja sama dengan badan atau organisasi terkait, seperti Aliansi Pita Putih. Program ini tentunya juga bukan wacana yang hanya diperdengarkan di level nasional saja. Pada prakteknya, program ini sangat mengandalkan instansi pemerintahan di level yang terdekat dengan masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis mengambil Kelurahan Belimbing sebagai subjek penelitian yang mana artinya ia merupakan instansi pemerintah terdekat dengan masyarakat yang berperan aktif dalam sosialisasi GSI ini.

Angka kematian ibu di Kalimantan Timur secara keseluruhan di Tahun 2016 berjumlah 95 orang, dan angka kematian ibu paling tinggi dipimpin oleh Kutai Kartanegara dengan jumlah 32 orang di tahun 2016. Namun angka tersebut terhitung lebih rendah dibandingkan dengan angka kematian ibu di tahun 2015 yang berjumlah 100 orang hal ini tentunya didukung oleh program-program pemerintah dalam mengurangi angka kematian ibu tersebut dan kesadaran diri dari ibu itu sendiri. Kota Bontang merupakan kota yang jumlah populasi penduduknya cukup besar dan menjadi kota nomor dua di Kalimantan Timur sebagai kota terendah dalam angka kematian ibu yang berjumlah 4 orang setelah Mahakam Ulu yang memiliki jumlah populasi lebih rendah dibandingkan dengan kota Bontang. Hal ini tidak lepas dari peran pemerintah dalam menjalankan program-programnya salah satu programnya ialah GSI (Gerakan Sayang Ibu) yang sudah berjalan dari tahun 1998 di Kota Bontang untuk mengedukasi para ibu dan calon ibu yang ada di Kota Bontang agar menekan angka kematian ibu di Kalimantan Timur. Gerakan Sayang Ibu (GSI) merupakan Gerakan yang dilaksanakan oleh masyarakat dan Pemerintah, bertujuan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia, terutama untuk mempercepat penurunan Angka Kematian Bayi. Angka kematian bayi sendiri dapat ditekan dengan menyehatkan para ibu dan calon ibu yang akan memiliki atau sudah memiliki bayi.

Sebagai salah satu program yang ditargetkan untuk berhasil mengurangi AKI, tentunya diperlukan strategi-strategi komunikasi yang baik dan benar dalam pensosialisasiannya. Banyak cara yang dilakukan GSI dalam melakukan edukasi salah satunya dengan melakukan kunjungan setiap minggunya ke rumah para ibu hamil yang sudah didata sebelumnya oleh kader-kader GSI yang tersebar di setiap Rukun Tetangga Kelurahan Belimbing. Melakukan edukasi tentang baiknya memberikan ASI eksklusif bagi bayi mereka yang baru lahir, melakukan senam

bagi ibu hamil, memantau kesehatan ibu hamil dan bayi yang baru lahir secara rutin, mensosialisaikan bagaimana melakukan pemeliharaan tali pusar bagi bayi yang baru lahir dan sebagainya.

Hal ini dilakukan GSI dengan rutin melakukan sosialisasi, kunjungan dan edukasi dari mulut ke mulut sehingga masyarakat dapat merasakan dampaknya secara merata. Program tersebut sudah berjalan sejak tahun 2014 sampai dengan 2018 dan dari tahun ke tahun banyak kendala yang dirasakan oleh GSI. Salah satunya adalah kurang terbukanya pandangan masyarakat khususnya ibu-ibu hamil akan pentingnya menjaga kesehatan bayi dan diri mereka sendiri, namun kendala yang dirasa cukup besar adalah kurang berminatnya masyarakat tentang fasilitas yang telah disediakan pemerintah seperti kartu BPJS dan JamKesDa. Oleh karena itu kader GSI terpaksa turun langsung untuk menggalang dana demi membantu biaya persalinan ibu-ibu hamil tersebut.

Hal inilah yang penulis rasa menarik untuk diangkat sebagai suatu topik penelitian. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan lebih berfokus pada “Bagaimana Strategi Komunikasi Gerakan Sayang Ibu (GSI) Dalam Upaya Mempertahankan Kesehatan Bagi Ibu Hamil di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat”. Seperti yang terpapar pada judul skripsi ini, pertanyaan penelitian ini akan dibatasi oleh ruang lingkup dan kerangka waktu. Pada ruang lingkup, penelitian ini secara khusus hanya akan meneliti strategi komunikasi GSI di Kelurahan Belimbing, Kecamatan Bontang Barat.

Penulis mengangkat kawasan ini sebagai ruang lingkup penelitian, secara umum karena penulis ingin meneliti lebih dalam tentang aspek ilmu komunikasi khususnya strategi-strategi komunikasi salah satu program pemerintah, dalam hal ini program Kementerian Kesehatan, dari spektrum pemerintahan terkecil, yaitu kelurahan. Penulis juga melihat bahwa kota Bontang merupakan kota kedua dengan angka kematian ibu terkecil dan tentunya hal ini didukung dengan strategi-strategi komunikasi yang matang dan baik dalam upaya mempertahankan kesadaran yang terjadi pada kesehatan ibu hamil di Kelurahan Belimbing, Bontang Barat. Penulis lebih memfokuskan penelitian pada GSI Kelurahan Belimbing dikarenakan GSI Kelurahan Belimbing lebih aktif dan inovatif dibandingkan dengan GSI kelurahan lain di Kota Bontang. Program kerja GSI Kelurahan Belimbing juga lebih banyak untuk lebih menekan AKI dibanding GSI Kelurahan lain berdasarkan dari pengalaman-pengalaman raihan lomba yang terbukti dengan memenangkan beberapa penghargaan dalam lomba bidang kesehatan baik di tingkat kecamatan maupun tingkat kota. Sebagai contoh adalah pernah menjuarai lomba GSI tingkat kota bontang dan kecamatan di tahun 2012 – 2014, lomba keluarga harmonis, lomba KB (Keluarga Berencana) Lesatari, lomba posyandu, dan lain-lain.

Kerangka Dasar Teori

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan Effendy (2007:208). Strategi adalah suatu cara atau langkah-langkah yang terencana yang digunakan sebagai pedoman untuk bekerja, berupaya, dan berguna untuk mencapai suatu tujuan yang disesuaikan dengan kebutuhan. Demikian pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Menurut Laswell (dalam Mulyana, 2014 : 62), menyatakan, bahwa dalam proses komunikasi harus dapat menjawab pertanyaan “*who says what, in which channel to whom and with what effect*”, yaitu :

- a. *Who?* (Siapa) siapa yang menjadi komunikator
- b. *Says what?* (Pesan apa yang dinyatakannya) isi pesan yang disampaikan harus diikuti atau dilaksanakan
- c. *In which channel?* (Media apa yang digunakannya) media yang digunakan dalam proses komunikasi adalah langsung atau tatap muka.
- d. *To whom?* (Siapa komunikannya) tujuan sasaran atau komunikan
- e. *With what effect?* (Efek apa yang diharapkan) hasil yang ditimbulkan setelah pesan itu disampaikan yaitu timbulnya suatu tindakan.

Langkah-langkah Menyusun Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang baik disusun dengan hati-hati dan penuh pertimbangan yang matang. Hal ini dikarenakan agar pesan dapat tersampaikan dengan baik sehingga dapat tercapai pula tujuan yang akan dituju. Dalam rangka menyusun suatu strategi komunikasi perlu diperhatikan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini juga bergantung kepada tujuan komunikasi terhadap komunikan, apakah menginginkan agar komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu.

Dalam proses mengenali sasaran terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan dari diri komunikan adalah:

- 1) Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang berbeda dengan orang lain. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam

dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan sebagainya.

2) Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan situasi di sini adalah situasi komunikasi pada saat komunikasi akan menerima pesan yang disampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan.

Yang dimaksud dengan kondisi di sini adalah *state of personality* komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasi pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi tidak akan efektif apabila komunikasi sedang marah, sedih, bingung, sakit, atau lapar.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak sekali jumlahnya. Namun pada umumnya media komunikasi ini dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio-visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi, kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan dicapai, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Namun apapun tekniknya, pertama-tama komunikasi harus mengerti pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna, kial (*gesture*), dan sebagainya.

d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu:

1) Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika komunikasi merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikasi bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

2) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikasi kepada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Berdasarkan kedua faktor di atas, seorang komunikator dalam menghadapi komunikasi harus bersikap empatik (*empathy*), yaitu kemampuan untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. (Effendy, 2007:35-39).

Mengimplementasikan Strategi

Implementasi Strategi digambarkan perwujudan dan pelaksanaan dari sebuah rencana tentang bagaimana organisasi mencapai tujuannya. Menurut Hunger & Wheelen (2010:17) bahwa Implementasi Strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Sebagaimana diutarakan Hunger dan Wheelen, bahwa wujud implementasi strategi dilakukan dalam kegiatan sejumlah program. Agar program tersebut berhasil dibawah ini dikutipkan salah satu pedoman dengan nama *Seven habits of Highly Successful Program* (2010:96), yang lainnya adalah Komitmen Kepemimpinan, Keterlibatan Karyawan, Tujuan Yang Jelas, Upaya Terpadu, Struktur yang Mendukung, Konteks Kultural, Hasil yang terukur. Pendapat diatas bahwa keberhasilan program melibatkan para semua yang ada dalam organisasi tersebut serta menempatkan komitmen para petinggi organisasi ditempatkan teratas, sebagai motivator. Pertimbangan lain sebelum mengimplementasikan program komunikasi PR seperti diusulkan Cutlip (2011:389) sebagai berikut :

1. Kredibilitas (*Credibility*), kompetensi pemberi informasi
2. Konteks (*Context*), isi pesan yang disampaikan konteksnya harus menginformasikan, bukan menentang.
3. Isi (*content*), pesan harus bermakna, relevan dengan situasi penerima pesan.
4. Kejelasan (*clarify*), pesan harus diberikan dalam istilah sederhana.
5. Kontinuitas dan konsistensi (*continuity and consistency*), berita harus konsisten dan merupakan proses tanpa akhir.
6. Saluran (*channel*), pemilihan saluran yang sesuai sasaran.
7. Kapabilitas atau kemampuan audiens (*capability of the audience*), kemampuan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti waktu yang mereka miliki, kebiasaan, kemampuan membaca dan pengetahuan yang dimiliki.

Keberhasilan dalam strategi komunikasi ditentukan oleh perumusan dan implementasi strategi yang baik. Bila salah satu buruk, maka secara keseluruhan dianggap gagal.

Tahapan Strategi Komunikasi

Strategi adalah keseluruhan rencana organisasi, meliputi apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Maletzke (dalam Shi dan Qian, 2016) bahwa pengkonsepan tujuan dan sasaran adalah elemen penting yang harus di pertimbangkan dalam mendesain strategi komunikasi agar yang disampaikan sampai dengan efektif. Terdapat tiga tahapan dalam strategi menurut Effendy (2007:35) diantaranya:

1. Tahap menetapkan tujuan dan sasaran

Tujuan merupakan pernyataan tentang suatu isu dan gambaran bagaimana mencapai harapan yang diinginkan. Tujuan komunikasi dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yakni :

- a. *Reputation Management Goal*, yang berhubungan dengan persepsi atau citra organisasi di mata organisasi.
- b. *Relationship Management Goal*, yang berkaitan dengan hubungan organisasi dengan para publiknya.
- c. *Task Management Goal*, yang berhubungan dengan cara melakukan sesuatu tugas.

Sedangkan sasaran atau objek adalah pernyataan yang muncul dari tujuan organisasi. Sasaran harus dinyatakan dengan jelas dan dapat diukur, memusatkan pada publik dan dampak, dan dinyatakan dengan waktu untuk mencapai sasaran.

2. Tahap memformulasikan aksi dan strategi respon

Strategi perencanaan komunikasi yang dapat digunakan ada dua jenis yaitu : *Proactive Strategies*, yakni strategi komunikasi yang muncul atas inisiatif organisasi sesuai dengan rencana organisasi sebelumnya. Tahapan ini sesuai dengan Teori S-O-R dikemukakan oleh Hovland (dalam Effendy, 2003:255) yaitu singkatan dari (*Stimulus-Organisme-Response*) bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku (*response*) bergantung pada kualitas rangsangan (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan komunikan (*organisme*). Sedangkan *Reactive Strategies* adalah strategi yang merupakan reaksi atas pengaruh lingkungan dan peluang dari lingkungan organisasi. Strategi yang digunakan dalam perencanaan program komunikasi ini adalah *Proactive Strategies*. *Proactive Strategies* ini terdiri dari *action* atau aksi dan *communication* atau komunikasi yang keduanya saling berkaitan, yakni :

1. *Action Strategies*

- a. *Organizational performances*, meyakinkan publik bahwa organisasi memiliki kualitas yang terbaik.
- b. *Audience Participation*, menggunakan taktik komunikasi dua arah dan melakukan aktivitas dari publik yang berkepentingan untuk secara langsung melakukan kontak dengan produk dan jasa yang dihasilkan organisasi, diantaranya dengan cara memberikan kesempatan kepada audience memberikan feedback.
- c. *Special Events*, dimana perusahaan dapat melakukan kegiatan seperti seminar dan workshop dengan pembicara tokoh komunikasi yang terkenal dari media massa.
- d. *Alliances adn Cloalitions*, mengadakan kerjasama (aliansi) dengan berbagai pihak terkait seperti media massa.

2. *Communication Strategies*

Terdapat tiga jenis strategi komunikasi, yakni publisitas media massa terhadap organisasi, orang, produk, jasa maupun gagasan untuk mendapatkan dukungan publik.

3. Tahap menggunakan komunikasi efektif

Hal yang perlu diperhatikan dalam perumusan komunikasi yang efektif ialah komunikator yang akan menyampaikan pesan, pendekatan yang digunakan dalam menyusun pesan, struktur pesan termasuk kata dan simbol yang akan digunakan. Model komunikasi yang digunakan dalam perencanaan komunikasi adalah model informatif, persuasif dan dialog untuk mendapatkan pemahaman yang saling menguntungkan.

Menurut Kumar (2014 : 37 – 39), agar tercipta komunikasi yang efektif maka terdapat 7 (tujuh) prinsip yang harus dipenuhi, yaitu :

1. **Completeness** – Komunikasi haruslah lengkap. Dalam artian, komunikasi harus menyampaikan seluruh fakta yang dibutuhkan oleh khalayak. Pengirim pesan harus mempertimbangkan apa yang dipikirkan oleh khalayak dan mengirimkan pesan yang sesuai.
2. **Conciseness** – Mengkomunikasikan apa yang kita inginkan untuk mengekspresikan kata-kata tanpa adanya singgungan terhadap prinsip yang lain. *Conciseness* dibutuhkan dalam komunikasi yang efektif.
3. **Consideration** – Komunikasi yang efektif haruslah mempertimbangkan hal-hal yang dimiliki oleh khalayak seperti sudut pandang khalayak, latar belakang, pola pikir, tingkat pendidikan, dan lain-lain. Sebagai komunikator, maka kita harus melakukan usaha untuk memikirkan siapa yang menjadi khalayak sasaran beserta hal-hal yang melekat pada mereka. Kita juga harus dapat memastikan bahwa kita dapat mengelola penghargaan diri khalayak sasaran dan tidak akan menyakiti sisi emosi khalayak sasaran. Dalam menyusun pesan, kita harus dapat mengemas pesan sedemikian rupa yang disesuaikan dengan kebutuhan khalayak.
4. **Clarity** – Komunikasi yang efektif haruslah memiliki kejelasan pesan yang disampaikan atau tujuan yang ingin dicapai. Dalam komunikasi, kejelasan dapat memudahkan khalayak untuk memaknai dan memahami isi pesan.
5. **Concreteness** – komunikasi yang konkret berarti menjadi lebih jelas dan khusus. *Concreteness* menguatkan rasa percaya diri. Sebuah pesan yang konkret didukung oleh data dan fakta, menggunakan kata-kata yang jelas dan dapat membangun reputasi, serta pesan yang konkret tidak akan disalahartikan oleh khalayak.
6. **Courtesy** – Pesan yang disampaikan hendaknya dapat memperlihatkan ekspresi pengirim pesan sehingga memperoleh rasa hormat dari khalayak.
7. **Correctness** – Dalam komunikasi, *correctness* berarti tidak adanya kesalahan gramatika dalam komunikasi. Pesan-pesan yang disampaikan bersifat tepat, jelas, dan tepat waktu. Jika komunikasi dilakukan dengan

benar maka akan dapat meningkatkan rasa percaya diri khalayak karena pesan yang benar memberikan dampak yang besar terhadap khalayak. Pesan yang benar juga dapat memeriksa tingkat ketepatan dan akurasi dari data dan fakta yang digunakan dalam pesan. Pesan yang benar juga menggunakan bahasa yang sesuai dalam pesan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu jenis penelitian yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek-objek tertentu. Dalam penelitian ini peneliti melakukan jenis penelitian kualitatif deskriptif yaitu peneliti menjelaskan fenomena yang terjadi di lapangan dengan menggunakan metode wawancara, pengamatan langsung, dokumentasi, dan sebagainya. Dalam hal ini adalah “Strategi Komunikasi Gerakan Sayang Ibu Dalam Upaya Mempertahankan Kesehatan Bagi Ibu Hamil Di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat”.

Hasil Penelitian

Strategi Komunikasi Gerakan Sayang Ibu

Strategi komunikasi menurut Effendy (2007:208) pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi.

Dari hasil penelitian apabila dikaitkan dengan strategi komunikasi Gerakan Sayang Ibu (GSI) dalam upaya mempertahankan kesehatan bagi ibu hamil di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat dapat dinilai cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan hasil penelitian tentang kinerja GSI dalam memaksimalkan program kerja dalam upaya menekan angka kematian ibu hamil dan bayi. Sebagai usaha mensukseskan strategi komunikasi, GSI sendiri melakukan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam tahapan-tahapan yang dibagi. Strategi Komunikasi yang efektif dapat menimbulkan *feedback* yang baik. Partisipan yang tergabung dalam kegiatan program kerja GSI terlihat cukup senang mengikuti kegiatan-kegiatan dari GSI. Dan tidak hanya dalam seminar atau sosialisasi, ibu hamil yang sudah mendapatkan kunjungan ibu hamil tidak berhenti melakukan hal-hal yang dianjurkan dari GSI untuk menjaga kesehatan ibu itu sendiri serta bayi dalam kandungannya

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Effendy 2007:208) strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen

(*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Hal tersebut terbukti dari kutipan wawancara dengan ibu rini,

“Kelurahan belimbing melalui GSI banyak hal yang sudah dilakukan. Mulai dari senam ibu hamil, salah satu kegiatan kita dalam rangka menciptakan kesehatan masyarakat khususnya ibu hamil gitu. Setiap satu bulan sekali kita lakukan dengan mengundang bidan dan puskesmas setempat yang mana selain fungsi sebagai senam hamil juga sebagai sarana untuk penyuluhan atau pun sarana untuk silaturahmi sesama ibu hamil yang ada di kelurahan belimbing. Yang kedua, kita punya kegiatan mengunjungi ibu hamil atau kunjungan ibu hamil. Itu setiap satu minggu sekali, setiap hari senin kita mengunjungi ibu-ibu hamil, seluruh ibu-ibu hamil yang ada di kelurahan belimbing sambil memberikan bantuan yang diprakarsai oleh ketua-ketua RT setempat bahwa ada partisipasi dari warga atau RT kita untuk ibu-ibu hamil yang ada di kelurahan belimbing. Itu dikunjungi setiap hari senin, biasanya kunjungan dilakukan sebanyak dua kali yaitu yang pertama sebelum melahirkan, dan yang kedua pasca melahirkan. Dengan begitu, setidaknya bisa memantau kondisi kesehatan ibu dan bayi dalam proses kehamilan dan juga setelah proses melahirkan. Begitu pula pemantau kesehatan mereka juga karena kita bekerjasama dengan puskesmas tadi, jadi ibu bidan dan perawat mereka akan memeriksa ibu-ibu hamil yang ada di wilayah kelurahan belimbing. Seperti itu.” (wawancara tanggal 7 Juni 2018)

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa GSI melakukan salah satu bentuk strategi komunikasi sesuai yang dikemukakan oleh Effendy. Melakukan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam bentuk kegiatan agar lebih efektif dalam berkomunikasi.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi dapat dikatakan sebagai perencanaan dalam melakukan komunikasi, dalam bentuk perencanaan baik dalam berkomunikasi secara langsung ataupun tidak langsung dan manajemen dalam melakukan komunikasinya. Dalam hal ini, GSI melakukan strategi komunikasi dalam bentuk komunikasi secara langsung melalui kunjungan dan kegiatan-kegiatan untuk ibu hamil di Kelurahan Belimbing untuk menyadarkan betapa pentingnya kesehatan bagi kelangsungan hidup ibu hamil dan bayi yang ada dalam kandungan. Dalam hal ini GSI berusaha menciptakan dan membina hubungan yang baik dengan masyarakat khususnya ibu hamil dengan melakukan strategi komunikasi yang bersifat informatif yang bersifat persuasif, tentunya dengan tujuan memberi kesadaran pada ibu hamil tentang betapa pentingnya kesehatan.

Dalam pembahasan ini peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab rumusan masalah penelitian tentang strategi komunikasi Gerakan Sayang Ibu (GSI) dalam upaya mempertahankan kesehatan bagi ibu hamil di

Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat dan faktor penghambat yang di alami GSI dalam melaksanakan program kerja. Terdapat tiga tahapan dalam strategi menurut Effendy (2007:35) diantaranya :

1. Tahap menetapkan tujuan dan sasaran

Tujuan merupakan pernyataan tentang suatu isu dan gambaran bagaimana mencapai harapan yang diinginkan. Sejalan dengan Maletzke (dalam Shi dan Qian, 2016) bahwa pengkonsepan tujuan dan sasaran adalah elemen penting yang harus di pertimbangkan dalam mendesain strategi komunikasi agar yang disampaikan sampai dengan efektif. Dalam tahap menetapkan tujuan dan sasaran ditemukan bahwa tujuan utama dari Gerakan Sayang Ibu (GSI) adalah meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia, terutama untuk mempercepat penurunan Angka Kematian Bayi. Tujuan lainnya ialah memperkenalkan GSI serta membangun persepsi yang baik di mata masyarakat. Tidak hanya itu GSI juga bertujuan membangun hubungan antara GSI dengan masyarakat agar mendapatkan kepercayaan secara terus menerus guna mempermudah melakukan program kerja yang sudah direncanakan. Sedangkan sasaran GSI adalah ibu hamil, dan mencakup seluruh sasaran komunikasi, yaitu kognitif (keyakinan, kesadaran), afektif (perasaan) dan konatif (perilaku).

Sesuai dengan yang di ungkapkan oleh Maletzke, sesuai dengan tahapan dari Effendy (2007:35) bahwa menetapkan tujuan dan sasaran merupakan hal yang penting dalam melaksanakan strategi komunikasi yang efektif. GSI memperkenalkan diri dengan memberikan informasi kepada khalayak dari Logo organisasi yang menggambarkan tentang ibu dan bayi menunjukkan tugas GSI untuk melindungi ibu dan bayi tersebut. Logo GSI digunakan sebagai simbol yang memiliki tujuan dalam upaya memperkecil angka kematian ibu hamil dan bayi. Dengan sasaran yang ditetapkan yaitu ibu hamil, GSI melakukan berbagai upaya dalam menekan angka kematian dari ibu hamil tersebut.

Dari wawancara peneliti dengan beberapa partisipan yang mengikuti program-program GSI, beberapa partisipan khususnya ibu hamil dan ibu melahirkan sudah mengetahui tentang GSI serta tujuan dari GSI. Mereka juga mengetahui sekilas tentang logo dari GSI yang bekerja khusus menangani ibu hamil dan menyusui.

Dari keseluruhan wawancara tentang tahap menentukan tujuan dan sasaran, GSI terbilang cukup baik terlihat dari kinerja GSI dalam membangun persepsi masyarakat hingga mendapat rasa kepercayaan dari masyarakat dengan tujuan GSI yaitu menurunkan angka kematian ibu dan bayi. Dari kepercayaan masyarakat tersebut dapat lebih memudahkan GSI dalam memberikan pelayanan kesehatan yang bertujuan untuk menjaga kesehatan bagi ibu hamil di kelurahan belimbing. Namun dari GSI sendiri berpendapat bahwa kinerja masih belum maksimal karena masih ada angka kematian ibu hamil.

2. Tahap memformulasikan aksi dan strategi respon

Tahap ini merupakan tahap dimana antara kegiatan atau aksi dipadukan dengan respon yang akan diterima. Dalam tahap memformulasikan strategi aksi dan strategi respon ditemukan bahwa GSI menggunakan *Proactive Strategies* yaitu strategi yang merupakan reaksi atas pengaruh lingkungan dan peluang dari lingkungan organisasi. untuk mencapai tujuan mereka. Tahapan ini sesuai dengan Teori S-O-R dikemukakan oleh Hovland (dalam Effendy, 2003:255) yaitu singkatan dari (*Stimulus-Organisme-Response*) bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku (*response*) bergantung pada kualitas rangsangan (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan komunikan (*organisme*). Dalam hal ini GSI merupakan komunikan yang meformulasikan aksi dan memberikan rangsangan (*stimulus*) kepada ibu hamil sebagai komunikan (*organisme*) dalam bentuk kegiatan, sehingga dapat menghasilkan perubahan perilaku (*response*).

Dari hasil penelitian dan hasil wawancara, dari banyaknya program kerja yang dilakukan GSI, respon yang diberikan oleh masyarakat sangat baik. Dari hasil wawancara dengan partisipan, beberapa partisipan memberikan pendapat yang berbeda-beda. Namun semua partisipan memberikan pendapat yang baik tentang program kerja GSI.

Tahap memformulasikan aksi dan strategi respon yang dilakukan GSI terbilang cukup baik, dapat dilihat dari respon partisipan yang menjelaskan tentang kejelasan serta efektifnya kegiatan GSI dalam kehidupan sehari-hari. Namun masih ada kendala yang dihadapi GSI yaitu anggapan ibu hamil yang membutuhkan DASOLIN namun sulit mengurus administrasinya.

3. Tahap menggunakan komunikasi efektif

Hal yang perlu diperhatikan dalam perumusan komunikasi yang efektif ialah komunikator yang akan menyampaikan pesan, pendekatan yang digunakan dalam menyusun pesan, struktur pesan termasuk kata dan simbol yang akan digunakan. Menurut Kumar (2014 : 37 – 39), Komunikasi yang efektif haruslah memiliki kejelasan pesan yang disampaikan atau tujuan yang ingin dicapai. Dalam komunikasi, kejelasan dapat memudahkan khalayak untuk memaknai dan memahami isi pesan.

Dalam perencanaan komunikasi demi tercapainya tujuan, GSI menggunakan model komunikasi informatif, persuasif, dan dialog untuk mendapatkan pemahaman masyarakat yang saling menguntungkan.

Berdasarkan hasil penelitian, GSI menggunakan komunikasi yang cukup mudah dipahami dalam penyampaian pesan. Hal tersebut membuat komunikan yaitu ibu hamil lebih mudah untuk memahami apa yang disampaikan oleh kader GSI. Tidak hanya itu, GSI juga mendatangkan perawat, bidan, dan dokter dalam seminar kesehatan yang dilakukan guna memberi informasi seputar kesehatan. Hal tersebut mendapatkan respon positif, terlihat dari hasil wawancara pada ibu

hamil yang menyatakan hasil dari sosialisasi GSI tetap diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Faktor Penghambat / Kendala Dalam Melaksanakan Program Kerja

Dalam selalu ada kendala maupun hambatan yang dapat mengganggu kelancaran jalannya proses komunikasi. Sehingga informasi dan gagasan yang disampaikan tidak dapat diterima dan dimengerti dengan jelas oleh penerima pesan. GSI memiliki beberapa faktor penghambat dalam melaksanakan program kerja. Secara garis besar, terdapat 4 (empat) jenis hambatan komunikasi yaitu Hambatan Personal, Hambatan Fisik, Hambatan Kultural atau Budaya, serta Hambatan Lingkungan

1. Hambatan personal merupakan hambatan yang terjadi pada peserta komunikasi, baik komunikator maupun komunikan. Hambatan personal dalam komunikasi meliputi sikap, emosi, *stereotyping*, prasangka, bias, dan lain-lain. Dalam melaksanakan program kerja, GSI memiliki kendala yaitu masyarakat yang tidak peduli akan kesehatan terutama pada ibu hamil. Salah satu program yang ditawarkan oleh GSI adalah kelas ibu hamil. Kendala yang dialami GSI adalah masih banyak masyarakat yang berpikir bahwa program kerja yang dilaksanakan GSI tidak penting. Hal itu dapat menurunkan kesadaran ibu hamil dalam memelihara kesehatan diri.
2. Hambatan Kultural atau Budaya yaitu Komunikasi yang kita lakukan dengan orang yang memiliki kebudayaan dan latar belakang yang berbeda mengandung arti bahwa kita harus memahami perbedaan dalam hal nilai-nilai, kepercayaan, dan sikap yang dipegang oleh orang lain. Hambatan kultural atau budaya mencakup bahasa, kepercayaan dan keyakinan. Beberapa ibu hamil di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat tidak melakukan pemeriksaan kesehatan karena alasannya memang tidak mau datang. Penyebabnya karena kurangnya pendidikan dan pengetahuan. Hal lain yang turut memberikan kontribusi terjadinya hambatan bahasa adalah situasi dimana percakapan terjadi dan bidang pengalaman ataupun kerangka referensi yang dimiliki oleh peserta komunikasi mengenai hal yang menjadi topik pembicaraan.
3. Hambatan Fisik, ada beberapa gangguan fisik dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi. Kendala atau hambatan yang dialami GSI dalam melaksanakan program kerja salah satunya adalah ibu hamil yang perutnya kian membesar sehingga sulit untuk bepergian. Namun hambatan fisik ini masih dapat diatasi oleh GSI yang menawarkan untuk menjemput ibu hamil.
4. Hambatan Lingkungan, tidak semua hambatan komunikasi disebabkan oleh manusia sebagai peserta komunikasi. Terdapat beberapa faktor lingkungan yang turut mempengaruhi proses komunikasi yang efektif. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat mengalami rintangan yang dipicu oleh faktor lingkungan yaitu latar belakang fisik atau situasi dimana komunikasi terjadi. Hambatan lingkungan ini mencakup tingkat aktifitas, tingkat

kenyamanan, gangguan, serta waktu. Kendala maupun hambatan yang dialami GSI dalam melaksanakan program kerja dipengaruhi oleh banyaknya fasilitas kesehatan lain. Hal ini menyebabkan tingkat kunjungan berkurang tapi disisi lain dari konteks kesehatan juga tidak mempermasalahkan banyaknya fasilitas kesehatan lain.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Strategi Komunikasi Gerakan Sayang Ibu (GSI) Dalam Upaya Mempertahankan Kesehatan Bagi Ibu Hamil di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat;
 - a. Dalam melakukan tujuan dan sasaran kinerja dari GSI cukup baik, baik dalam membangun persepsi masyarakat hingga mendapat rasa kepercayaan dari masyarakat dan dalam memberikan pelayanan kesehatan yang bertujuan untuk menjaga kesehatan bagi ibu hamil di kelurahan belimbing.
 - b. Dalam tahap memformulasikan aksi dan strategi respon yang dilakukan GSI terbilang cukup baik, terlihat dari respon partisipan yang menjelaskan tentang kejelasan serta efektifnya kegiatan GSI dalam kehidupan sehari-hari.
 - c. Dalam tahap menggunakan komunikasi efektif GSI sudah cukup baik, GSI menggunakan komunikasi yang cukup mudah dipahami dalam penyampaian pesan.
2. Faktor Penghambat / Kendala Dalam Melaksanakan Program Kerja;
 - a. Ibu hamil yang tidak peduli akan kesehatan kandungannya dan masih banyak masyarakat yang berpikir bahwa program kerja yang dilaksanakan GSI tidak penting. Hal itu dapat menurunkan kesadaran ibu hamil dalam memelihara kesehatan diri.
 - b. Tidak melakukan pemeriksaan kesehatan karena alasan tidak mau datang, penyebabnya karena kurangnya latar belakang pendidikan dan pengetahuan.
 - c. Ibu hamil merasakan perut kian membesar sehingga sulit untuk bepergian dan memiliki anak yang masih kecil.

Saran

1. GSI diharapkan melakukan dapat bekerjasama dengan para tokoh-tokoh agama serta tokoh-tokoh daerah dalam menjalankan penyuluhan dan sebagai wadah promosi Gerakan Sayang Ibu. GSI juga diharapkan dapat bekerjasama dengan masyarakat dalam mendirikan pos-pos kesehatan guna mempermudah para ibu hamil untuk melakukan pemeriksaan kesehatan.
2. Peningkatan cakupan pemberian informasi tentang Gerakan Sayang Ibu akan membantu pembangunan jaringan kerja (*networking*) antara pusat pelayanan

- informasi dan pusat rujukan. GSI juga diharapkan dapat melakukan banyak promosi dan kerjasama dengan media massa agar lebih diminati oleh publik.
3. GSI diharapkan dapat membantu masyarakat guna memudahkan dalam pengurusan administrasi BPJS.
 4. Perlu dilaksanakan inovasi bersama dalam lingkup Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat ataupun inovasi kecamatan yang disahkan untuk dilaksanakan bersama di seluruh wilayah Kota Bontang agar kemanfaatan kesehatan dapat merata sehingga menurunkan angka kematian ibu dan bayi.
 5. GSI diharapkan dapat memfasilitasi para ibu hamil dengan memberikan layanan antar jemput kepada ibu hamil kerumah agar ibu hamil dapat berpartisipasi dalam kegiatan seperti seminar, sosialisasi, dan senam ibu hamil dikelurahan belimbing.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar, 2006. *Ilmu Komunikasi, sebuah pengantar ringkas*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Chaplin, J.P, 2008. *Kamus Lengkap Psikologi. Diterjemahkan oleh Kartini Kartono*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Corey, Gerald, 2013. *Teori dan Praktek Konseling & Psikoterapi, Diterjemahkan oleh E. Koswara*, Refika Aditama, Bandung.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom, 2011. *Effective Public Relations*, Kencana, Edisi Kesembilan, Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mulyana, Deddy, 2014, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Cetakan ke 18, Bandung.
- Rustan, Ahmad Sultan dan Nurhaki Haki, 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Deepublish, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.