

# ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENCEGAH PENYEBARAN COVID-19 DI DINAS KESEHATAN KOTA SAMARINDA PERIODE 2020-2021

Lola Peni Lummi<sup>1</sup>, Johantan Alfando W.S<sup>2</sup>

## **Abstrak**

*Strategi komunikasi adalah penggabungan antara perencanaan komunikasi serta manajemen dalam mencapai tujuannya. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi wajib menampilkan operasionalnya secara taktis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kesehatan Kota Samarinda dalam mencegah penyebaran covid-19 di Kota Samarinda. Rumusan masalah bagaimana strategi komunikasi Dinas Kesehatan Kota Samarinda dalam mencegah penyebaran kasus covid-19 di Kota Samarinda. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, sumber data menggunakan nonprobability sampling dengan Teknik pengambilan menggunakan purposive sampling. Analisis data mengacu pada metode penelitian Miles dan Huberman, analisis data yang dimulai dengan proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teori new media yang mana media baru bisa menciptakan ruang untuk penggunaanya berinteraksi lebih fleksibel dan terdapat ruang untuk mendapatkan informasi secara terbuka dilihat dari pentingnya pengaruh media sosial dalam penyebaran informasi pada masa covid-19 dan media sosial yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun.*

*Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan Kota Samarinda sudah tepat. Hal ini terlihat dari Dinas Kesehatan yang bekerjasama dengan berbagai pihak seperti diskominfo dalam penggunaan 112, polres, TNI, PMI, SBH, kelurahan, kecamatan serta lembaga pendidikan dalam menyampaikan informasi, edukasi dan himbauan tentang covid-19 yang berbasis media seperti media sosial yang banyak digunakan masyarakat yaitu instagram dan facebook serta media cetak kemudian efek yang ditimbulkan dari pemberian informasi ialah ialah terjadinya perubahan perilaku masyarakat dalam menyikapi informasi.*

**Kata Kunci** : *starategi, komunikasi, covid-19*

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Mulawarman. Email: [lolapenilummi@gmail.com](mailto:lolapenilummi@gmail.com)

<sup>2</sup> Dosen pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

## **Pendahuluan**

Pandemi covid-19 yang penyebarannya semakin luas mengakibatkan berbagai elemen masyarakat di Indonesia mengalami krisis. Mulai dari Pemerintah yang harus segera membuat kebijakan berkaitan dengan penanganan Covid-19, baik itu membuat peraturan yang harus membatasi kegiatan atau aktivitas masyarakat diluar rumah agar bisa memutus rantai penyebaran covid-19 dan juga masyarakat yang dibatasi kegiatan atau aktivitasnya di luar rumah harus memulai bekerja “*work from home*” atau bergelut dalam dunia serba online atau internet. Dalam hal ini, aktifitas internet seperti media sosial akan terus meningkat diakibatkan banyak diakses oleh masyarakat indonesia buntut dari kebijakan pemerintah, oleh sebab itu pemerintah harus jeli dalam memberikan informasi.

Di masa pandemi saat ini informasi menjadi kebutuhan yang sangat penting. Ancaman virus covid-19 masih mengharuskan masyarakat untuk membatasi aktifitas diluar rumah menjadikan penggunaan internet sebagai alat untuk mendapatkan informasi semakin meningkat.

Media memiliki peranan yang sangat penting dalam penyebarluasan informasi terkait kasus covid-19 baik antar satu daerah ke daerah lain maupun antar satu individu ke individu lain. Peran media massa merupakan suatu hal yang vital dalam memberi edukasi terhadap masyarakat luas mengenai kasus covid ini.

Pemerintah melalui Dinas kesehatan memiliki peran yang penting sebagai jembatan antara pemerintah dengan masyarakat dalam menyampaikan informasi mengenai covid-19. Berbagai tindakan telah dilakukan untuk menanggulangi penyebaran kasus covid, salah satunya yaitu komunikasi publik.

Perlu adanya strategi yang efektif dari Dinas Kesehatan dalam mensosialisasikan bahaya virus covid-19. Strategi komunikasi yang tepat tidak hanya pesan yang berdampak pada Masyarakat, namun juga dapat mencapai tujuan serta misi yang harus dicapai oleh organisasi. Oleh sebab itu, harus ada penyampaian pesan yang tepat dan menentukan media yang akan digunakan.

Pelaksanaan strategi komunikasi oleh Dinas Kesehatan Kota Samarinda harus mampu memanfaatkan sarana dan media atau alat komunikasi dengan baik agar proses komunikasi yang diinginkan dapat berjalan efektif. Penggunaan media komunikasi harus disesuaikan dengan kebutuhan khalayak dan bersifat mendukung agar komunikasi dua arah dapat tercapai. Bagian perencanaan komunikasi merupakan prinsip utama proses komunikasi yang berhasil, proses komunikasi yang terencana dengan baik akan berguna bagi kelompok untuk menciptakan pola pesan yang akan disampaikan sesuai dengan kebutuhan khalayak.

Dinas Kesehatan Kota Samarinda melakukan sosialisasi dalam bentuk media sosial seperti Instagram, dan juga melalui media cetak seperti pemasangan baliho atau spanduk mengenai perilaku hidup bersih dan sehat Mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, menghindari kerumunan, membatasi mobilitas ( 5M )yang sering dijumpai diberbagai tempat umum. Pesan yang di berikan bisa berupa himbuan agar menjaga diri dan keluarga dari bahaya covid-19. Perkembangan teknologi yang makin maju, membuat sosial media sebagai pilihan yang tepat untuk melaksanakan sosialisasi, seperti pemberian informasi yang menjangkau banyak bagian. Penyebaran covid-19 kian hari terus melaju, jika upaya tidak dilakukan maka

korbannya akan terus meningkat. Oleh sebab itu, perlu adanya informasi-informasi untuk menciptakan rasa kesadaran masyarakat tentang bahaya dari penyakit virus covid dan juga upaya pencegahan.

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Strategi komunikasi***

Oleh Smith (2005:3) dalam "*Strategic Planning For Public Relations*" strategi komunikasi merupakan kegiatan ataupun kampanye komunikasi yang bersifat informasional maupun persuasive untuk menciptakan pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan maupun kasus, produk serta jasa yang terencana yang dikerjakan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan, terencana dan berbagai alternatif berdasarkan riset dan memiliki evaluasi.

Strategi komunikasi harus bisa menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis dilakukan, atau dengan kata lain bahwa pendekatan (approach) bisa berubah sewaktu-waktu sesuai situasi dan kondisi. Strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam menyampaikan pesan sehingga dengan mudah di pahami oleh audiens dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga dapat mengubah sikap dan perilaku seseorang terhadap suatu pesan.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan beberapa faktor pendukung dan penghambat. Anwar Arifin (1994:50) menjelaskan agar nilai-nilai dalam berkomunikasi tepat pada sasaran (public) menjadi efektif, maka ada beberapa langkah yang harus diikuti, yaitu

1. Mengenal khalayak

Komunikator harus mengenal khalayak atau pihak yang menjadi target komunikasi. Komunikator harus memperhatikan jenis dan juga latar belakang khalayak, pengetahuan serta pengalaman yang kompleks, Sehingga komunikasi tidak hanya menjadi pihak yang akan menerima pesan melainkan juga khalayak yang mampu menerjemahkan dan memahami pesan yang diberikan komunikator dalam komunikasi.

2. Menyusun pesan

Pesan merupakan semua dari apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikasi yang berisi tema sebagai pengaruh didalam mencoba, mengubah sikap dan tingkah laku komunikasi. penyusunan pesan harus dilakukan dengan cermat agar pesan yang disampaikan memiliki daya tarik.

3. Menetapkan metode

Terdapat dua aspek metode penyampaian dalam proses komunikasi, aspek pertama dari cara pelaksanaannya, yaitu komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Aspek kedua menurut bentuk dan isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataann atau bentuk pesan yang dikandung.

### ***Tujuan Strategi komunikasi***

Terdapat beberapa tujuan dari strategi komunikasi, yaitu untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat atau public yang menjadi sasaran, informasi yang diberikan diharapkan dapat memberikan motivasi bagi masyarakat, memberitahu tentang kapasitas dan kualitas informasi, setiap informasi yang disampaikan harus bersifat mendidik dan mendukung pembuatan informasi yang dijelaskan Liliweri (2011:28).

### ***Pengertian Komunikasi***

Komunikasi adalah suatu proses dalam upaya membangun pengertian antara individu satu dengan yang lainnya, dengan harapan terjadinya kesamaan pemahaman mengenai suatu hal. Pandangan Gerald R. Miller (Mulyana, 2014:68), komunikasi dapat terjadi ketika suatu sumber memberikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Setiap individu membutuhkan hubungan sosial dengan individu lain, dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai penyambung untuk menyatukan individu yang tanpa melakukan komunikasi akan terisolasi.

Cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa) hal ini dijelaskan oleh Harold Lasswell. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dari komunikator melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan memberikan dampak atau *effect* kepada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator.

### ***Komunikasi massa***

Komunikasi massa merupakan upaya penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media massa untuk perantaranya, pihak komunikan dalam komunikasi massa tidak hanya satu orang saja melainkan melibatkan banyak orang. Hal ini sejalan menurut Dedy Mulyana (2014) komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik elektronik maupun cetak yang dikelola oleh suatu lembaga dan ditujukan kepada sejumlah besar individu yang tersebar dibanyak tempat.

Media massa saat ini mempunyai ragam yang lengkap selain memiliki media cetak serta media elektronik seperti televisi dan radio, media massa juga terdapat media online yang memiliki keunggulan dibanding media cetak dan elektronik. Kelebihan dari media online terdapat pada cara komunikasi yang lebih mudah dan cepat, khalayak juga dapat berperan aktif sebagai komunikator atau komunikan juga membuat pengguna bisa saling memberi umpan balik dengan waktu yang sebenarnya.

### ***New Media***

Oleh Terry Flew (2005:10) menjelaskan new media yang ditekankan pada format isi media yang digabungkan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital, penyebaran new media melalui jaringan internet. New media atau media baru merupakan alat yang menjadi perantara komunikasi dan komunikator untuk mengirim pesan menggunakan internet berbasis teknologi online dan yang memiliki karakter fleksibel, interaktif, serta dapat berfungsi secara privat maupun publik.

### ***Media Massa***

Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, maka dari itu media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

### ***Proses Komunikasi SMCRE***

Teori S-M-C-R-E merupakan singkatan dari *Source, Message, Channel, Receiver, Effect*. Model ini menggambarkan proses komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi ditinjau pada lima unsur utama (bauran komunikasi) yang disampaikan pada teori komunikasi Lasswell yaitu *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi ialah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikasi melalui media yang menimbulkan efek. Definisi Lasswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi merupakan suatu upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan.

### ***Teori New media***

Menurut Miles, Rice dan Barr dalam *Media: an introduction 3<sup>rd</sup> edition* (Flew, 2008) new media ialah salah satu media yang adalah hasil dari integrasi ataupun kombinasi dari beberapa aspek teknologi yang disatukan, antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi digital. Gabungan antar aspek teknologi yang dapat menghasilkan suatu aplikasi atau media baru dapat mempermudah antar sosial dalam hal berkomunikasi.

Pierre Levy merupakan orang yang mengembangkan teori media baru ini yang menjelaskan bahwa new media adalah teori yang membahas mengenai perkembangan media konvensional ke era digital. Dalam teori new media, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu : pandangan interaksi sosial dan pandangan integrasi sosial.

### ***Definisi Konseptual***

Ada berbagai macam strategi yang bisa digunakan dinas kesehatan dalam melakukan pencegahan penyebaran covid-19 salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi. Pada

penelitian ini peneliti membahas mengenai strategi Dinas Kesehatan dalam mencegah perkembangan kasus covid-19 di Kota Samarinda dengan menfokuskan pada teori Lasswell yaitu SMCRE

1. Source (Sumber)  
Sumber merupakan pihak yang memiliki ide dan mempunyai kebutuhan untuk melakukan komunikasi
2. Message (Pesan)  
Pesan merupakan kumpulan simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili perasaan nilai serta arti dari sumber kepada penerima.
3. Channel (Media)  
Media merupakan alat atau sarana yang dipakai oleh sumber untuk memberikan pesan kepada penerima.
4. Receiver (Penerima)  
Merupakan publik atau masyarakat yang menerima pesan dari sumber.
5. Effect (efek)  
Efek merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah mendapatkan pesan dari sumber, dapat berupa penambahan pengetahuan, perubahan sikap, perubahan perilaku dan sebagainya.

## **Metode Penelitian**

### *Jenis Penelitian*

Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

### *Fokus Penelitian*

Penelitian ini terfokus pada strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Kesehatan kota Samarinda dalam mencegah penyebaran covid-19 menggunakan model komunikasi Lasswell yaitu :

1. Sumber (Source)
2. Pesan (Message)
3. Media (Channel)
4. Penerima (Receiver)
5. Efek (Effect)

### *Sumber dan Jenis Data*

Penelitian ini menggunakan 1 orang key informan dan 2 orang informan dipilih dengan kriteria yang sesuai dengan peneliti yaitu petugas Dinas Kesehatan Kota Samarinda yang memegang kebijakan dalam pencegahan covid-19 dan memiliki akses terhadap banyak bidang terkait covid-19, bagian sosialisasi dan informasi covid-19 juga pengelola website media sosial dinas Kesehatan kota samarinda. Menggunakan purposive sampling.

### *Teknik Pengumpulan Data*

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik wawancara, observasi serta dokumentasi.

### *Teknik Analisis Data*

Penelitian ini menggunakan Teknik analisis data model dari Miles dan Huberman, yang terdapat empat teknik analisis data yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada saat menghadapi pandemi covid-19 strategi komunikasi yang tepat menentukan pesan yang diberikan dapat sampai kepada setiap lapisan masyarakat. Dinas Kesehatan Kota Samarinda sebagai garda terdepan dalam menyampaikan informasi serta edukasi mengenai pencegahan penyebaran covid-19. Dalam memberikan informasi dan edukasi, dinas Kesehatan tidak bekerja sendiri melainkan menggandeng banyak pihak seperti Puskesmas, PMI, TNI, POLRES, institusi Pendidikan, serta tokoh-tokoh masyarakat.

Sumber informasi, pesan serta media yang tepat dapat menghasilkan kualitas informasi yang baik dan tepat sasaran, dengan memperhatikan siapa saja penerima informasi dan efek yang ditimbulkan dari pemberian informasi tersebut.

Kaitannya penelitian ini dengan teori yang peneliti gunakan ialah teori model komunikasi S-M-C-R-E karena teori ini berkaitan dengan judul Penelitian ini Dinas Kesehatan Kota Samarinda sebagai sumber yang memiliki kendali sebagai Source yang menyampaikan Message berupa informasi dan edukasi covid-19 yang disampaikan melalui channel yang beragam kepada lapisan masyarakat sebagai receiver dan dengan ini diharapkan adanya efek yang positif ditandai dengan adanya perubahan perilaku masyarakat Kota Samarinda dalam menyikapi covid-19.

### **Source (sumber)**

Dengan fokus kepada masyarakat yang berada di Kota Samarinda, Dinas Kesehatan berupaya bekerjasama dengan berbagai pihak untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan covid-19 di Kota Samarinda. Untuk itu diperlukan adanya strategi untuk mensosialisasikan suatu informasi. Dengan strategi yang tepat, upaya tersebut akan membuahkan hasil yang efektif dan tepat sasaran.

Maka dari itu Dinas Kesehatan Kota Samarinda berusaha menggandeng banyak pihak seperti Kecamatan dan kelurahan melalui grup *surveillance (whatsapp)*, Diskominfo, PMI, Polres, TNI, serta SBH (Saka Bakti Husada). Hal ini bertujuan untuk menjangkau masyarakat secara luas agar informasi dan edukasi covid-19 dapat sampai kepada setiap lapisan masyarakat.

Hal ini juga berkaitan dengan Dinas Kesehatan Kota Samarinda yang tidak mempunyai humas dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sehingga Dinas Kesehatan juga berusaha menjadi sumber informasi utama, namun dalam pemberian informasi Dinas Kesehatan bekerjasama dengan banyak pihak salah satunya dengan Diskominfo. Ada beberapa layanan yang digunakan dalam penyebaran informasi salah satu contohnya adalah memberikan layanan call center 112, yang menyediakan 20 line panggilan dengan maksud sebagai wadah pemberian informasi covid-19, yang dimana

Masyarakat tidak perlu lagi mengantri untuk memberikan keluhan, masukkan, ataupun informasi yang berhubungan dengan covid-19.

### ***Message (pesan)***

Dalam menyampaikan pesan, Dinas Kesehatan bekerjasama dengan berbagai pihak. Menurut Dinas Kesehatan penyampaian pesan melalui grup *surveillance* dianggap lebih efektif karena dapat disampaikan langsung kepada masyarakat. Pesan yang diberikan Dinas Kesehatan atau yang bekerjasama juga berupa pesan yang mudah dipahami hal ini terlihat dari pesan yang ada pada media yang digunakan dinas Kesehatan untuk menyampaikan informasi. Selain pesan informatif, Pesan yang diberikan oleh Dinas Kesehatan melalui media-media juga bisa berupa data real tentang kasus positif covid, isolasi mandiri, serta yang meninggal di Kota Samarinda, data-data ini bisa dilihat dalam bentuk infografis. Namun tujuan sebenarnya data data tersebut di publikasi adalah untuk memperjelas tentang permasalahan covid-19 ini, karena masih ditemukan banyak masyarakat yang kurang percaya tentang penyebaran covid-19 di Indonesia khususnya di Samarinda.

Dalam pemberian pesan, Dinas Kesehatan Kota Samarinda juga berupaya agar pesan yang disebarkan dapat menarik perhatian masyarakat, hal ini tentu tidak terlepas dari pihak Dinas yang memperhatikan pola kecenderungan Masyarakat kota Samarinda yang menyukai pesan-pesan dengan model yang cukup atraktif, sehingga pesan yang diberikan cukup bisa menarik minat Masyarakat.

### ***Channel (Media)***

Penggunaan media yang benar menjadi salah satu hal yang penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan pesan yang disampaikan serta kelebihan dan keuntungan penggunaan media adalah bisa diakses secara cepat, bisa di akses dimana saja dan kapan saja, kelebihan lainnya ialah penggunaannya bisa secara praktis, flexible, serta menghemat penggunaan biaya yang berlebihan . Dinas Kesehatan juga memilih untuk melakukan sosialisasi covid melalui wawancara langsung di TVRI dan radio. Media ini dinilai oleh Dinas Kesehatan Kota Samarinda sebagai sarana informasi yang cukup efektif karena media tersebut adalah media massa yang dapat disebarkan secara serentak.

Penggunaan media yang beragam dipilih oleh dinas Kesehatan agar pesan yang disampaikan dapat sampai kepada setiap lapisan masyarakat tanpa memandang usia. Kelebihan menggunakan media sosial ialah pesan yang diberikan bisa secara cepat sampai kepada masyarakat tanpa melalui perantara sehingga pesan bisa langsung didapat dari handphone atau gadget setiap orang.

Dan juga media yang digunakan dinas Kesehatan merupakan media yang paling banyak dilihat oleh masyarakat seperti facebook, Instagram, twitter, ataupun website-website resmi milik Dinas Kesehatan Kota Samarinda. Dinas Kesehatan menggunakan media sosial yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat untuk menyampaikan informasi covid-19. Tidak hanya menggunakan media online namun dinas Kesehatan juga menggunakan media cetak. Tujuan penggunaan berbagai media yang banyak dikunjungi masyarakat maka dapat mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi, sehingga Masyarakat tidak hanya berfokus pada satu media



saja, namun bisa menggunakan media apapun yang diperlukan sehingga pesan mudah diterima oleh masyarakat.

### ***Receiver (Penerima)***

Penerima merupakan individu yang menerima pesan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penerima yaitu keterampilan dalam berkomunikasi melalui keterampilan yang dimiliki oleh penerima akan mempengaruhi proses dalam penerimaan pesan. Kunci suksesnya suatu informasi ialah informasi tersebut sampai kepada penerima atau receiver yang dituju. Penerima (*receiver*) merupakan individu atau kelompok yang biasa disebut masyarakat. Penerima (*receiver*) terdiri dari berbagai kalangan dan lapisan masyarakat yang beragam. Dinas Kesehatan Kota Samarinda juga sudah cukup baik dalam melihat segmentasi masyarakat. Dapat dilihat dari strategi yang dipilih oleh dinas Kesehatan dalam memberikan informasi menggunakan berbagai media, dengan beragamnya media yang dipilih maka penerima pesan juga beragam, contohnya anak muda lebih banyak menggunakan media sosial dalam kesehariannya, baliho yang dipasang diberbagai tempat agar masyarakat yang sering melakukan mobilitas juga mendapatkan informasi.

Jadi terlihat bahwa informasi yang diberikan oleh Dinas Kesehatan Kota Samarinda sudah tepat karena dengan berbagai media yang digunakan, serta melihat segmentasi range usia Masyarakat atau receiver oleh dinas Kesehatan dalam penyampaian pesan maka penerima pesan juga beragam, tidak hanya penerima yang menggunakan media sosial, seperti facebook, Instagram, twitter, dan juga website-website resmi dinas Kesehatan Kota samarinda namun dinas Kesehatan juga tidak lupa menggunakan media cetak, seperti baliho, spanduk, brosur maupun radio, sehingga penerima pesan sudah sesuai dengan harapan dinas Kesehatan.

### ***Effect (efek)***

Tujuan dari strategi komunikasi oleh Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, menjelaskan bahwa tujuan utama kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu: tahapan pertama yaitu *to secure understanding* pesan yang disusun serta ditujukan hanya untuk menumbuhkan pemahaman atas maksud dari inti pesan. dalam hal ini dimana Dinas Kesehatan Kota Samarinda sebagai source harus memastikan bahwa masyarakat paham akan informasi dan edukasi mengenai bahaya covid-19 serta cara mencegah penyebaran covid-19. Tahap kedua adalah *to establish acceptance* ialah strategi komunikasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan, dalam hal ini adalah peningkatan pemahaman masyarakat mengenai bahaya covid-19. Tahap ketiga ialah *to motivate action* Ketika masyarakat sudah menerima dengan baik akan tujuan pemberian pesan, maka akan timbul kesadaran masyarakat untuk tetap menjaga Kesehatan dengan memakai masker saat bepergian, rajin mencuci tangan, menjaga jarak aman, mengurangi mobilitas, dan menghindari kerumunan. Dampak atau efek yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan dari sumber dapat beragam seperti terjadinya perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan. Dengan ini pesan yang disampaikan oleh Dinas Kesehatan tepat sasaran dan menjadi budaya di tengah masyarakat. Kesuksesan dalam penanganan covid adalah dari kebersamaan

masyarakat yang paham akan edukasi yang disampaikan oleh Dinas Kesehatan Kota Samarinda.

### **Kesimpulan**

Dinas Kesehatan berusaha menjadi satu-satunya sumber utama dalam memberikan informasi covid-19 di Kota Samarinda dan tetap menjalin kerja dengan banyak pihak seperti TNI, Polres, SBH, PMI, Diskominfo, kelurahan, kecamatan serta lembaga Pendidikan agar pesan yang diberikan dapat tersampaikan pada setiap lapisan masyarakat. Pesan yang disampaikan oleh Dinas Kesehatan Kota Samarinda merupakan pesan yang berupa edukasi, informasi dan himbauan untuk tetap menjaga Kesehatan. Dinas Kesehatan Kota Samarinda juga memberikan data-data real mengenai perkembangan kasus covid-19 melalui infografis. dalam menyebarkan informasi dan edukasi covid-19 Dinas Kesehatan Kota Samarinda menggunakan berbagai media seperti media sosial Instagram dan Facebook, juga media cetak seperti baliho dan pamphlet. Selain menggunakan media sosial, Dinas Kesehatan juga menyebarkan informasi melalui grup *surveillance* kelurahan dan kecamatan. Dinas Kesehatan Kota Samarinda menjadikan masyarakat Kota Samarinda sebagai target penerima pesan tentang Covid-19. Dalam penelitian ini strategi yang dipilih Dinas Kesehatan Kota Samarinda sudah cukup baik dalam melihat segmentasi masyarakat Kota Samarinda dengan menggunakan beragam media sebagai saluran untuk menyebarkan informasi. strategi yang dipilih Dinas Kesehatan Kota Samarinda sudah cukup baik dalam melihat segmentasi masyarakat Kota Samarinda dengan menggunakan beragam media sebagai saluran untuk menyebarkan informasi. dampak yang ditimbulkan setelah pemberian informasi oleh Dinas Kesehatan Kota Samarinda ialah adanya perubahan perilaku dalam seperti timbul kesadaran masyarakat untuk tetap menjaga Kesehatan dengan menggunakan masker saat bepergian, rajin mencuci tangan, menjaga jarak, mengurangi mobilitas, dan menjauhi kerumunan

### **Saran**

Dalam menghadapi pandemic seperti covid-19 diharapkan Dinas Kesehatan sebagai sumber utama dalam pemberian pesan harus bekerjasama dengan lebih banyak pihak, lalu pesan yang diberikan juga harus bersifat mudah dipahami dan sesuai dengan karakteristik Masyarakat, namun harapan kedepannya agar isi pesan yang diberikan harus mudah di cerna dan harus sesuai dengan karakteristik masyarakat dimana pesan tersebut diberikan sehingga masyarakat tertarik dengan pesan yang disampaikan, kemudian dalam memberikan informasi tidak hanya menggunakan media sosial tetapi diharapkan dapat terjun langsung ke masyarakat namun diharapkan untuk dinas tidak hanya menggunakan media sosial melainkan juga langsung bersosialisasi ke masyarakat agar masyarakat yang tidak menggunakan media sosial tetap bisa mengetahui informasi mengenai kesehatan di Kota Samarinda serta setelah menerima informasi Masyarakat diharapkan tetap menjaga pola hidup bersih dan sehat yang telah menjadi budaya pada masa covid-19 yang dimana tetap sering mencuci tangan, menjaga kebersihan diri, menggunakan masker pada area-area yang padat Masyarakat serta apabila mengalami sakit seperti flu, serta menjaga diri dari orang-orang yang sedang sakit..

---

### **Daftar Pustaka**

- Alo, Liliweri. 2011. Komunikasi : Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Kencana
- Flew, Terry. 2005. New Media: An Introduction. New York : Oxford University Press.
- Levy, Pierre. Cyberculture. Minneapolis: University of Minnesota Press,2001  
dikutip dalam Mondry, Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- R Wayne Pace, Brent D, Peterson, M Dallas Burnett. 2009. Techniques for Effective Communication.
- Smith, D Ronald, Strategic Planning for Public Relations, second edition, Laurence Erlbaum Associates Publisher, London, 2005.