

Rancangan Strategi Komunikasi Kesehatan Dinkes Kota Bandung dalam Program Vaksinasi Covid-19

Dicky Yusuf Budiman Kusmayadi ¹, Deddy Mulyana ², Diah Fatma Sjoraida ³

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

e-mail : dicky20005@mail.unpad.ac.id, e-mail : deddy.mulyana@unpad.ac.id,

e-mail : diah.fatma@unpad.ac.id

Abstract

The implementation of the Covid-19 vaccination program involves many fields and requires coordination and cooperation. This research focuses on how the Bandung City Health Service designs communication strategies used to convey health communication messages implemented in the Covid-19 vaccination program. This research uses a qualitative approach with the Covid-19 vaccination program as the research topic. The paradigm used in this research is constructivist. Data collection in this research used interview techniques with informants. The results of the assessment report at the regional organizational level regarding the management of social media with the Instagram platform show that the performance of the Bandung City Health Service is ranked 3rd out of the top 20 West Java Health Services in July 2022.

Keyword : Communication Strategy, Health Communication, Media Management, Instagram.

Abstrak

Program vaksinasi Covid-19 dalam pelaksanaannya melibatkan banyak bidang sehingga memerlukan koordinasi dan kerjasama. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Dinas Kesehatan Kota Bandung merancang strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi kesehatan yang diterapkan pada program vaksinasi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan program vaksinasi Covid-19 sebagai topik penelitian. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivis. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara dengan informan. Hasil laporan penilaian di tingkat organisasi perangkat daerah mengenai pengelolaan media sosial dengan platform *Instagram* menunjukkan kinerja Dinas Kesehatan Kota Bandung menduduki peringkat ke-3 dari 20 besar Dinas Kesehatan Jabar Juli 2022.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Kesehatan, Pengelolaan Media, *Instagram*.

PENDAHULUAN

Program vaksinasi Covid-19 menjadi fenomena yang teramat penting dalam beberapa tahun terakhir untuk mengakhiri masa pandemi Covid-19 yang tengah berlangsung. Pemerintah pusat maupun daerah begitu gencar menyelenggarakan program vaksinasi Covid-19. Instansi resmi pemerintahan maupun organisasi mandiri atau swastapun turut ikut ambil bagian dan memulai pergerakan dalam program vaksinasi Covid-19. Program vaksinasi Covid-19 yang dilaksanakan dalam situasi kegentingan ini kian menyita begitu banyak konsentrasi dalam pelaksanaannya. Program yang diharapkan dapat

menghentikan fenomena penyebaran penyakit berupa virus *Corona* yang berbahaya bagi kehidupan manusia ini, membutuhkan perhatian khusus dari berbagai bidang, baik bidang kesehatan yang berperan sebagai pelaksana teknis secara langsung maupun bidang-bidang lain yang terkait sebagai pembantu kesuksesan terlaksananya program vaksinasi Covid-19.

Program vaksinasi Covid-19 di dalam pelaksanaannya melibatkan begitu banyak bidang dengan berbagai macam ruang lingkup pekerjaan, membutuhkan koordinasi dan kerjasama dengan intensitas yang sangat tinggi agar dapat mempermudah pekerjaan baik. Dalam hal ini kementerian kesehatan republik indonesia selaku pemilik kewenangan merumuskannya di dalam Surat keputusan menteri kesehatan republik indonesia nomor hk.01.07/menkes/4638/2021 yang juga mengatur bagaimana pelaksanaan kerjasama dapat terlaksana dengan efektif, dibutuhkan Tim Pelaksana mulai dari tingkat provinsi, kabupaten/kota dan puskesmas. Tim ini harus melibatkan seluruh lintas program di lingkungan sektor kesehatan serta lintas sektor terkait. Tim Pelaksana setidaknya terdiri dari lima bidang yaitu bidang perencanaan; bidang vaksin, logistik dan sarana prasarana; bidang pelaksanaan; bidang komunikasi, advokasi dan pemberdayaan masyarakat; serta bidang monitoring dan evaluasi.

Bidang komunikasi pada ruang lingkup kerjanya mengemban tugas sebagai pengelola seluruh kegiatan komunikasi yang akan dilakukan dalam program vaksinasi Covid-19, dengan tugas utamanya yakni bertanggung jawab untuk merancang strategi komunikasi yang akan dilakukan, menyampaikan pesan-pesan yang bermuatan informasi komunikasi kesehatan, menentukan dan mengelola media penyebaran pesan-pesan komunikasi kesehatan, serta melayani kebutuhan masyarakat terutama pelayanan informasi mengenai vaksinasi Covid-19, hal tersebut juga secara langsung ditegaskan didalam Surat keputusan menteri kesehatan republik Indonesia nomor hk.01.07/menkes/4638/2021 tentang petunjuk teknis pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi *corona virus disease 2019 (covid-19)* pada *point* ruang lingkup dapat menjadi acuan sebagai petunjuk teknis pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi *corona virus disease 2019 (covid-19)* yang meliputi perencanaan kebutuhan, sasaran, pendanaan, distribusi serta manajemen vaksin dan logistik, pelaksanaan pelayanan, kerja sama, pencatatan dan pelaporan, strategi komunikasi, pemantauan dan penanggulangan kejadian ikutan pasca vaksinasi covid-19, serta monitoring dan evaluasi.

Strategi Komunikasi secara garis besar dirumuskan oleh pemerintah dalam konsep komunikasi perubahan perilaku yang bertujuan untuk mencegah penyebaran Covid-19. Konsep ini dilaksanakan dalam ruang lingkup nasional di berbagai tingkatan, mulai dari pusat, provinsi, kabupaten hingga kota sampai pada tingkatan desa/kelurahan. Penyebarluasan pesan-pesan melalui kampanye masih terus dilaksanakan untuk memastikan bahwa publik tetap mempertahankan adopsi perilaku pencegahan utama dalam situasi pandemi. Perilaku pencegahan tersebut yaitu pakai masker – jaga jarak – cuci tangan pakai sabun dengan air mengalir, mengurangi mobilitas dan menghindari kerumunan. Dua pesan terakhir merupakan pembaharuan pesan yang disesuaikan dengan situasi dan perkembangan informasi global. Selain kampanye perubahan perilaku, Pemerintah saat ini juga melakukan vaksinasi Covid-19 melalui beberapa tahap. Untuk itu rancangan strategi komunikasi dalam program vaksinasi Covid-19 diperlukan untuk masyarakat dan kelompok khusus di seluruh tingkatan.

Tujuan menyusun strategi komunikasi secara umum adalah untuk menyediakan informasi mengenai vaksinasi Covid-19 yang akurat, dipercaya dan konsisten melalui berbagai pilihan saluran komunikasi, sehingga memudahkan para pelaku komunikasi edukasi, petugas lapangan dan fasilitator masyarakat untuk melaksanakan tugas mereka dalam membantu menyebarluaskan informasi penting tentang vaksinasi Covid-19, berdasarkan informasi yang sesuai dengan standar dan protokol.

Berfokus pada strategi komunikasi kesehatan dalam ruang lingkup program vaksinasi Covid-19 menjadi faktor pembeda antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Almadina Rakhmaniar dengan judul Strategi Komunikasi Kesehatan Penanganan *Covid-19* pada tahun 2021 yang meneliti tentang strategi komunikasi yang digunakan untuk penanganan dan pencegahan penyebaran virus *Corona* (Rakhmaniar Almadina, 2021). Penelitian ini juga berbeda dengan karya ilmiah yang berjudul Komunikasi Kesehatan Di Era Digital: Strategi Pemerintah Dalam Sosialisasi Program Vaksin Covid-19 yang ditulis oleh Ihsan Suri1, Nurul Hidayat, Umar Halim, dari Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila, Indonesia, Prodi Dharma Usada, Sekolah Tinggi Agama Buddha Nalanda,

Indonesia pada tahun 2021, yang melakukan penelitian mengenai kendala pemanfaatan media digital penyebaran pesan komunikasi kesehatan dalam program vaksinasi. (Suri et al., n.d.). Dalam penelitian sebelumnya yang juga membahas mengenai komunikasi kesehatan perbedaan mencolok dapat ditemukan seperti pada karya ilmiah yang berjudul Komunikasi Kesehatan di Masa *New Normal*, ditulis oleh Lia Hindayani, Novia Ulfah Haika, Julia Putri Herdati, Achmadi, Marhaeni Fajar Kurniawati, dari Ilmu Komunikasi, Program Magister Ilmu Komunikasi, UNISKA, Kalimantan Selatan. Yang meneliti tentang Indonesia sedang memasuki era “*New Normal*” dari pandemi Covid-19, yang mana protokol kesehatan harus di terapkan pada setiap kegiatan, terutama pada konteks kesehatan. (Hindayani et al., n.d.)

Sedangkan penelitian yang dilakukan pada penulisan karya ilmiah ini berfokus tentang bagaimana Dinkes Kota Bandung merancang sebuah strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi kesehatan yang diterapkan pada program vaksinasi Covid-19. Penelitian mengenai strategi komunikasi kesehatan terkait vaksin Covid-19 ini memiliki beberapa keunikan dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya, selain penjelasan persamaan dan perbedaannya, keunikan penelitian ini menjadi penting untuk mendapatkan nilai tambah yang dibandingkan dengan penelitian-penelitian sejenis yang sudah ada, seperti latar belakang kasus. Keunikan penelitian dalam hal ini terdapat pada latar belakang bagaimana permasalahan komunikasi pada penelitian ini ditemukan, permasalahan komunikasi Dinkes Kota Bandung ditemukan setelah mendapat laporan yang kurang memuaskan dari Dinas Komunikasi Dan Informatika yang melakukan penilaian kinerja tentang pengelolaan media sosial. maka penelitian ini akan meneliti tentang bagaimana Dinkes Kota Bandung mengelola akun media sosialnya sebagai strategi yang digunakan untuk menyebarkan pesan komunikasi kesehatan sebagai pada program vaksinasi Covid-19.

Ruang Lingkup Penelitian strategi komunikasi kesehatan Dinkes Kota Bandung dalam program vaksinasi Covid-19 merupakan penelitian dengan ruang lingkup instansi pemerintahan tingkat kota yang mendapatkan sebuah tanggung jawab terkait program vaksinasi Covid-19, keunikan penelitian dalam hal ini akan membahas bagaimana instansi pemerintah melakukan komunikasi antar instansi mulai dari pemerintah pusat, pemerintah provinsi sampai ke instansi pemerintahan kota juga instansi lain yang bersangkutan dengan program vaksinasi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teori *Risk and Crisis Communication Management Theory* teori yang diusung oleh (Sellnow & Seeger, 2013), berfokus kepada praktisi komunikasi yang merencanakan, mengelola, proses komunikasi. dilakukan ketika sebuah krisis komunikasi terjadi agar proses komunikasi dapat berjalan dengan fleksibel dan efektif. Landasan teoritis tersebut akan membedah bagaimana sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung sebagai praktisi komunikasi merancang perencanaan strategi komunikasi yang bermuatan sebuah pesan tentang kesehatan yakni vaksinasi Covid-19.

Penelitian selanjut nya akan mengarah kepada pengelolaan proses komunikasi yaitu proses yang meneliti tentang bagaimana Dinkes Kota Bandung berperan sebagai pengelola penyebaran dan penerima sebuah pesan.

Risk and Crisis Communication Management Theory juga melakukan kritisi untuk menunjukkan kompleksitas peran yang dimainkan komunikasi dalam manajemen krisis sebagai kebutuhan akan fleksibilitas dalam lingkungan yang dinamis. Teori ini juga berpendapat peneliti harus mampu mencatat peran penting media yang mendorong hubungan antara praktisi komunikasi dan rekan media mereka sebagai sebuah jalan untuk mengelola sebuah krisis. teori ini juga memiliki gagasan mengenai pekerjaan lanjutan setelah Krisis dinyatakan selesai untuk menghubungkan penelitian berbasis teori dengan praktisi.

Fungsi teori dalam *Risk and Crisis Communication Management Theory* berfungsi sebagai pembangunan dan pengembangan teoritis, dengan kritik sebagai landasanya, dengan melakukan beberapa pengkategorian teori yang dapat digunakan untuk memahami krisis komunikasi. Teori disajikan dengan kelompok progresif dalam urutan fase krisis sebelum, selama, dan setelah krisis.

substansif mencakup krisis perkembangan, peringatan, hasil krisis, tanggap darurat, krisis yang dimediasi, pengaruh, risiko manajemen, dan etika, dan penggunaan teori yang dapat diterjemahkan dari perspektif akademis untuk aplikasi praktis bagi praktisi komunikasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang mana penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk menganalisa fenomena yang terjadi berkaitan dengan subyek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan hal-hal lainnya secara holistik dengan cara penggambaran melalui kata-kata pada suatu konteks khusus yang alamiah. Seperti dijelaskan oleh (Mulyana, 2013) bahwa dalam memahami penelitian kualitatif, diperlukan pemahaman tentang realitas sosial yang terjadi, pemahaman akan realitas yang dikonstruksi secara sosial akan memunculkan hubungan antara peneliti dengan apa yang diteliti serta kendala sosial yang muncul dalam penelitian.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini menempatkan program vaksinasi covid-19 yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung sebagai realitas penelitian, berdasarkan sudut pandang strategi komunikasi kesehatan. Pihak peneliti dan dinkes Kota Bandung sebagai pihak yang diteliti selanjutnya menghasilkan gambaran termasuk yang disepakati bersama, kendala-kendala sosial yang dihadapi oleh dinkes kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, penggunaan paradigma ini dipandang tepat karena dapat menganalisa ilmu sosial secara sistematis terhadap tindakan yang bermakna secara sosial melalui observasi secara terperinci dan pengamatan secara langsung.

Fitur yang paling penting dari paradigma konstruktivis adalah bahwa itu menyelidiki dan menunjukkan konstruksi realitas para aktor, dan penyelidikan tetap bergantung pada konteks. Studi skala besar tidak mengikuti pendekatan ini, dan alih-alih pengetahuan umum, realitas lokal ditekankan dalam paradigma konstruktivis.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif. Penelitian eksploratif didefinisikan sebagai penelitian yang digunakan untuk menyelidiki masalah yang tidak didefinisikan dengan jelas. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah yang ada, namun tidak akan memberikan hasil yang konklusif.

Penelitian ini memungkinkan peneliti memulai dengan ide umum dan menggunakan penelitian ini sebagai media untuk mengidentifikasi masalah, yang dapat menjadi fokus penelitian di masa depan. Aspek penting di sini adalah bahwa peneliti harus bersedia mengubah arahnya sesuai dengan pengungkapan data atau wawasan baru. Penelitian semacam itu biasanya dilakukan ketika masalahnya berada pada tahap awal. Ini sering disebut sebagai pendekatan teori dasar atau penelitian interpretatif karena digunakan untuk menjawab pertanyaan seperti apa, mengapa dan bagaimana.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga metode yang diantaranya adalah wawancara mendalam dan observasi lapangan. Teknik pengumpulan data ini dipilih karena memiliki sifat yang lebih fleksibel dalam menggali informasi. Hal tersebut menjadi penting karena penelitian ini akan membahas sebuah program mengenai penanganan penyakit menular yaitu vaksinasi Covid-19. Dimana peneliti pun harus memahami bahkan merasakan apa yang dialami oleh *key informant* secara mendalam dari sudut pandang *key informant* demi mendapatkan informasi penelitian. Wawancara sendiri diartikan sebagai diskusi antara dua orang atau lebih untuk memperoleh suatu informasi tertentu (Kahn & Cannell, 1957).

Penelitian ini juga menentukan beberapa orang yang dianggap potensial sebagai *key informant* dengan beberapa kriteria. Penarikan informan dalam penelitian ini pada awalnya menggunakan *purposive sampling* yang mana memilih informan yang dianggap mampu menjelaskan informasi, namun pada pengerjaannya *key informant* yang sudah dipilih juga berkontribusi untuk merekomendasikan informan lain yang dianggap memiliki data yang kredibel untuk didapatkan, oleh karena teknik penarikan informan dalam penelitian juga menggunakan *snowball sampling*.

Informan penelitian yaitu subjek penelitian yang mana dari mereka data penelitian dapat diperoleh, memiliki pengetahuan luas dan mendalam mengenai permasalahan penelitian sehingga memberikan informasi yang bermanfaat. Informan juga berfungsi sebagai pemberi umpan balik terhadap data penelitian. *Key informant* yang dipilih dalam penelitian ini adalah para pelaku yang

terlibat langsung didalam strategi komunikasi kesehatan program vaksinasi Covid-19 dengan beberapa kriteria.

Kriteria *key informant* didalam penelitian ini diantaranya *Key informant* dengan kriteria pemangku jabatan didalam ruang lingkup *internal* Dinkes Kota Bandung yang bertanggung jawab terhadap kegiatan komunikasi dan pelaksanaan program vaksinasi Covid-19, dengan kriteria tersebut maka kepala sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung dan kepala bagian Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit dipilih sebagai *key informant*.

Key informant dengan kriteria petugas lapangan, didalam penelitian ini petugas lapangan yang dimaksud adalah admin media sosial yang bertugas mengelola akun media sosial Dinkes Kota Bandung yang digunakan untuk kegiatan komunikasi, selain admin media sosial kriteria petugas lapangan yang selanjutnya adalah vaksinator atau tenaga kesehatan yang melakukan vaksinasi Covid-19.

Penelitian ini juga menempatkan masyarakat penerima vaksinasi Covid-19 sebagai *key informant* sebagai pemberi data sekunder pada penelitian ini, kriteria *key informant* yang dipilih adalah masyarakat penerima vaksin yang melakukan vaksinasi Covid-19 setelah mendapatkan informasi dari media sosial Instagram Dinkes Kota Bandung, informasi yang dimaksud adalah informasi yang berasal dari konten yang diunduh atau interaksi melalui kotak pesan pada akun media sosial *Instagram* Dinkes Kota Bandung.

Jumlah *key informant* dalam penelitian ini terdapat lima orang diantaranya adalah bapak Handi Pranoto, S.i.Kom dan Aceng Firdaus sebagai *key informant* dengan kriteria pemangku jabatan Humas dan P2P Dinkes Kota Bandung, ibu Nila Avianty dengan kriteria petugas lapangan, bapak Rifansyah dan aji dengan kriteria masyarakat penerima vaksin yang melakukan vaksinasi Covid-19 setelah mendapatkan informasi dari media sosial Instagram Dinkes Kota Bandung.

Validasi Data Informan Penelitian

Validasi data dalam penelitian ini juga dilakukan dengan mengadakan wawancara bersama triangulator. Sesuai dengan teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik wawancara mendalam, validasi data yang dilakukan bersama triangulator juga dilakukan dengan cara yang sama yakni melakukan wawancara yang mendalam guna mendapatkan konfirmasi dari pandangan triangulator, yang mana pandangan dari triangulator tersebut akan dikumpulkan, ditulis, dan disesuaikan dengan hasil penemuan penelitian. Tema Wawancara yang dilakukan bersama triangulator meliputi pembahasan mengenai latar belakang fenomena penelitian, pembahasan mengenai permasalahan komunikasi yang ditemukan, pembahasan mengenai situasi dan kondisi yang ditemukan dilapangan, selanjutnya adalah meminta pendapat dari triangulator mengenai kesesuaian pandangan triangulator dengan hasil temuan dilapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pada dasarnya berbicara tentang sebuah perencanaan, pengelolaan, untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 1993). Strategi komunikasi menjelaskan suatu rencana yang dikelola agar sebuah pesan dapat disampaikan dan diterima dengan efektif dalam proses komunikasi. (Littlemore, 2003) dalam *The Communicative Effectiveness of Diferent Types of Communication Strategy* berpendapat bahwa strategi komunikasi merupakan rangkaian upaya yang harus dikerjakan untuk mendapatkan efektivitas komunikasi yang maksimal. Strategi komunikasi didalam penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan kesehatan untuk menanggulangi masalah kesehatan yaitu pesan yang berkaitan dengan vaksinasi Covid-19.

Komunikasi kesehatan merupakan proses interaksi yang pesannya bermuatan informasi mengenai kesehatan, yang bertujuan untuk memberikan pesan kepada individu dalam suatu kelompok masyarakat menghadapi permasalahan yang berhubungan dengan kesehatan. (Notoatmodjo, 2005)

komunikasi kesehatan juga merupakan kajian yang mempelajari bagaimana cara menyusun rangkaian strategi komunikasi untuk menyebarkan pesan yang bermuatan informasi kesehatan dengan tujuan mempersuasi individu dan komunitas agar dapat membuat keputusan yang tepat berkaitan dengan pengelolaan kesehatan.

Menurut (Liliwari, 2007) saat ini ada dua sudut pandang utama yang diambil ketika komunikasi kesehatan diterapkan dalam upaya promosi kesehatan. Beberapa praktisi beranggapan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah proses yang memiliki cakupan komunikasi yang menyeluruh dan mampu menyampaikan segala bentuk upaya promosi kesehatan. Praktisi ini menempatkan komunikasi kesehatan sebagai bagian dari sebuah rangkaian upaya atau kegiatan dalam ruang lingkup yang kecil sebagai contoh kegiatan menyebarkan pesan seperti komunikasi antar personal yang terjadi antara pendidik kesehatan dan kliennya. Kedua sudut pandang tersebut menjadikan komunikasi kesehatan menjadi rapuh terhadap interpretasi dengan penerjemahan dalam ruang lingkup yang lebih besar. Komunikasi kesehatan diperlukan di bidang kesehatan karena komunikasi dalam kesehatan merupakan kunci pencapaian peningkatan taraf atau tingkat kesehatan masyarakat.

Berdasarkan temuan di lapangan Dinkes Kota Bandung melakukan beberapa tahapan dalam merancang strategi komunikasi. Dimulai dari tahap awal yang berupa perintah, tahap perencanaan yang dilakukan oleh internal, tahap pelaksanaan oleh sub bagian humas hingga ke tahap evaluasi. Dengan demikian tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung akan diteliti menggunakan teori *Risk and Crisis Communication Management*, yang memiliki model fase krisis manajemen komunikasi (*model of the phases of crisis management*) yang terbagi dua tingkatan yaitu *pre-crisis management* yang meliputi fase *Prevention* hingga fase *Preparation* dan tingkatan *crisis management* yang meliputi fase *crisis incident management* hingga fase *post-crisis management*. (Littlejohn et al., 2017).

Merencanakan Rancangan Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Program Vaksinasi Covid-19

Berdasarkan hasil dari pengamatan di lapangan peneliti menemukan bahwa Proses merancang strategi komunikasi kesehatan yang dilaksanakan oleh Dinkes Kota Bandung dapat diidentifikasi menggunakan teori *Risk and Crisis Communication Management*. hal tersebut dapat dilihat melalui langkah-langkah manajemen yang dilakukan dimulai dari tingkatan pada *pre-crisis management*, dilakukan dalam dua fase yakni :

Prevention (pencegahan)

Pencegahan diawali dengan melakukan pengamatan terhadap resiko krisis komunikasi, Yang bertujuan untuk meminimalisir kemungkinan resiko yang akan diterima ketika pelaksanaan strategi komunikasi mengalami sebuah krisis.

Setelah melalui tahap pengamatan langkah selanjutnya adalah membuat keputusan mengenai bagaimana pengelolaan krisis komunikasi. Dengan cara menentukan strategi komunikasi kesehatan yang akan dilakukan, yang bertujuan untuk menciptakan panduan bekerja pada bidang komunikasi, yang meliputi perancangan garis-garis besar pekerjaan, sesuai dengan tanggung jawab pada setiap sektoral yang mengelola kegiatan komunikasi. Perancangan strategi komunikasi ini dilakukan dengan cara menentukan siapa yang akan berperan menjadi operator akun media sosial, menentukan pesan apa yang akan disampaikan, bagaimana *design* pesannya dan memilih *platform* sebagai penyebaran informasi komunikasi kesehatan.

Preparation (persiapan)

Berdasarkan temuan di lapangan Dinkes Kota Bandung melakukan beberapa tahapan dalam merancang strategi komunikasi. Handi Pranoto, sebagai Humas Dinkes Kota Bandung, menyampaikan bahwa tahapan yang dilakukan dimulai dari tahap perencanaan awal yang berupa perumusan perintah. Pada tahapan ini sub bagian Humas Dinkes kota Bandung sebagai tim pelaksana melakukan upaya perumusan terhadap surat perintah yang berisikan garis-garis besar sebuah konsep strategi komunikasi, secara struktural surat perintah tersebut dibuat oleh Kemenkes RI kemudian disampaikan kepada Dinas Kesehatan Provinsi untuk selanjutnya diterima oleh Dinas Kesehatan Kota. Kegiatan yang dilakukan pada Perumusan surat perintah meliputi:

a. Upaya menerjemahkan maksud dan tujuan dari konsep surat perintah.

Hasil pengamatan di lapangan menemukan bahwa tahapan awal ini dilakukan dengan cara mengadakan rapat internal Sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung. Hasil penelitian pada Tahap awal perencanaan yang ditemukan dilapang ini juga diperkuat oleh keterangan langsung dari informan dalam sesi wawancara yang menyatakan.

“Mulai dari bulan maret tahun 2020, pada waktu itu Kemenkes RI membuat program vaksinasi Covid-19, sebagai ikhtiar untuk terlepas dari penyebaran virus Corona. pada bulan yang sama ditahun yang sama juga mulai diturunkanlah perintah-perintah kepada instansi kesehatan daerah untuk melaksanakan program vaksinasi Covid-19, termasuk pada bagaimana agar vaksinasi ini dapat diminati oleh masyarakat. strategi komunikasi kesehatan mengenai vaksinasi ini pada awalnya dibuat berdasarkan perintah dari kemenkes yang memerintahkan untuk melakukan promosi vaksinasi covid-19.”

b. Merancang dan menentukan strategi komunikasi yang akan digunakan berdasarkan pada hasil penerjemahan surat perintah.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung dalam merancang Strategi komunikasi kesehatan adalah melakukan pengamatan terhadap segala bentuk resiko yang akan dihadapi, setelah melakukan pengamatan langkah selanjutnya adalah membuat keputusan mengenai pengelolaan resiko krisis komunikasi. Dengan cara menentukan strategi komunikasi kesehatan yang hendak dipergunakan untuk program vaksinasi Covid-19, yang bertujuan untuk menciptakan panduan bekerja pada bidang komunikasi, yang meliputi perancangan garis-garis besar pekerjaan, sesuai dengan tanggung jawab pada setiap sektoral yang mengelola kegiatan komunikasi. Perancangan strategi komunikasi ini dilakukan dengan cara menentukan siapa yang akan berperan menjadi operator akun media sosial, menentukan pesan apa yang akan disampaikan, bagaimana *design* pesannya dan memilih *platform* sebagai penyebaran informasi komunikasi kesehatan.

Hasil penelitian menemukan fakta bahwa Dinkes Kota Bandung dalam hal ini memiliki dua strategi komunikasi kesehatan, yaitu menyebarkan informasi kesehatan melalui media berbasis internet. Media yang dipilih adalah media sosial *platform* Instagram karena dianggap mampu menyebarkan pesan-pesan komunikasi kesehatan secara cepat dan efektif pada target audien, yaitu masyarakat kota Bandung khususnya generasi muda dengan kemampuan akses media sosial, selain itu Dinkes kota Bandung juga memiliki strategi komunikasi kesehatan dengan cara melakukan sosialisasi mengenai vaksinasi Covid-19.

Hasil penelitian pada tahap perancangan yang ditemukan dilapang ini juga diperkuat oleh keterangan langsung dari informan dalam sesi wawancara yang menyatakan.

“Kami sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung melaksanakan rapat internal, Sampai tercetus lah sebuah ide bahwa Dinkes Kota Bandung akan melakukan strategi komunikasi kesehatan dengan promosi vaksinasi ini melalui media berbasis internet dengan platform facebook, twitter, Instagram, youtube, promosi melalui media cetak berbentuk flayer, baligho, surat kabar majalah -majalah kesehatan. Dan melakukan sosialisai langsung ke masyarakat yang juga dikerjakan oleh sub bagian Promosi kesehatan Dinkes Kota Bandung. Namun pada saat ini feedback yang paling banyak ada pada media sosial berbasis internet dengan platform Instagram. Untuk meningkatkan efektifitas maka kami memfokuskan interaksi yang lebih banyak melalui Instagram meskipun media yang lainnya juga masih *ON* sampai saat ini “

Pelaksanaan Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Program Vaksinasi Covid-19 Dinkes Kota Bandung

Proses selanjutnya adalah pelaksanaan yang termasuk pada tingkatan *crisis management* atau pengelolaan pada pelaksanaan ketika strategi komunikasi sedang berlangsung, yang dilakukan dalam dua fase yakni:

Crisis Incident Management

Strategi komunikasi kesehatan yang sudah dirancang dan ditentukan selanjutnya memasuki tahap pelaksanaan, pada tahapan pelaksanaan seluruh pekerjaan dilakukan berdasarkan pedoman-pedoman kerja yang telah dirumuskan. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir resiko krisis komunikasi dan memaksimalkan pelayanan informasi yang sesuai dengan standar kerja.

Langkah-langkah yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung dalam tahapan pelaksanaan ini

meliputi pengelolaan pada hambatan komunikasi tidak terencana yang berpotensi menyebabkan terhambatnya pelayanan kebutuhan informasi. dengan cara memberikan informasi yang bermuatan seruan peringatan awal berupa unggahan konten gambar digital yang bermuatan informasi mengenai program vaksinasi Covid-19.

Hasil pengamatan di lapangan menemukan bahwa isi konten yang diunggah oleh Dinkes Kesehatan dibuat berdasarkan panduan dari Kementerian Kesehatan. Panduan yang dimaksud adalah panduan tentang tema dari isi pesan yang akan disampaikan, sedangkan *design* dari pesan dan pemilihan kata-kata diserahkan kepada sub bagian Humas instansi kesehatan pada setiap daerah. Hal tersebut bertujuan agar design dan isi pesan dapat disesuaikan dengan pola komunikasi dan budaya berbahasa pada setiap daerah.

Pelaksanaan strategi komunikasi juga dilakukan dengan cara melakukan interaksi dengan masyarakat yang memberikan pesan masuk melalui media sosial terkait kebutuhan informasi seputar program vaksinasi Covid-19, interaksi melalui media sosial juga dilakukan dengan cara membalas setiap komentar yang masuk pada dinding di akun media sosial resmi Dinkes Kota Bandung dan dilakukan secara rutin. Hasil penelitian pada tahap pelaksanaan yang ditemukan di lapangan ini juga diperkuat oleh keterangan langsung dari informan dalam sesi wawancara yang menyatakan.

“Isi pesan yang disampaikan dibuat berdasarkan garis besar dari perintah yang disampaikan oleh Kemenkes RI sebagai gambarannya kemenkes memberikan suatu tema mengenai promosi vaksinasi , tema tersebut disampaikan kepada Dinkes Provinsi lalu diteruskan kepada Dinkes Kota, termasuk kota Bandung. Berdasarkan tema tersebutlah Dinkes Kota Bandung merancang sebuah isi pesan. namun dalam praktiknya *design* mengenai gambar dan kata-kata yang dipilih dapat kami sesuaikan dengan pola komunikasi pada setiap daerah diakrenakan setiap daerah mempunyai pola komunikasi yang berbeda-beda”

Seperti pada pemaparan sebelumnya, Dinkes Kota Bandung pada saat ini memfokuskan pelaksanaan strategi komunikasi program vaksinasi melalui media sosial Instagram, kami melakukannya dengan mengunggah konten-konten berupa gambar digital, video serta berinteraksi dengan masyarakat internet yang membutuhkan informasi mengenai vaksinasi Covid-19 melalui pesan langsung dan membalas setiap komentar yang masuk. Dengan waktu oprasional dimulai dari jam 08:00 pagi hingga 05:00 sore pada hari kerja. Sampai saat ini kami melakukan interaksi lebih dari 200 interaksi setiap harinya”

“Berdasarkan hasil dari rapat internal kami kami menentukan beberapa standar oprasional satu mengenai standar admin media sosial yang bertugas, harus dioprasikan minimal oleh dua orang anggota Divisi Humas yang bekerja maksimal 3 jam setiap orangnya dan dilakukan secara bergantian. yang kedua adalah standar oprasional membalas pesan dan komentar , hal ini sedikit rumit karena berbenturan dengan regulasi yang dibuat oleh Kemenkes RI yang mana menyatakan bahwa pembalasan pada pesan harus melalui koordinasi terlebih dahulu. sebagai contoh ada pesan masuk yang menanyakan vaksin 3 di daerah Sindanglaya Bandung Timur, kami tidak dapat langsung membalas dengan kata ada atau tidak, yang harus kami lakukan adalah menggubungi Divisi P2P sebagai pengelola vaksin lalu menghubungi puskesmas di daerah yang bersangkutan, kemudian baru membalas pesan tersebut sesuai dengan pengadaan vaksin.”

Hasil pengamatan di lapangan menemukan bahwa isi konten yang diunggah oleh Dinkes Kesehatan dibuat berdasarkan panduan dari Kementerian Kesehatan. Panduan yang dimaksud adalah panduan tentang tema dari isi pesan yang akan disampaikan, sedangkan *design* dari pesan dan pemilihan kata-kata diserahkan kepada sub bagian Humas instansi kesehatan pada setiap daerah. Hal tersebut bertujuan agar design dan isi pesan dapat disesuaikan dengan pola komunikasi dan budaya berbahasa pada setiap daerah. Konten gambar digital dari akun Instagram Dinkes Kota Bandung dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1 Konten informasi vaksin booster.



Sumber : Arsip Humas Dinkes Kota Bandung

Gambar 2 Konten informasi vaksin dosis 3 & 4.

Sumber : Arsip Humas Dinkes Kota Bandung

Gambar 3 Konten peringatan penggunaan masker.



Sumber : Arsip Humas Dinkes Kota Bandung

Pelayanan kebutuhan informasi dilakukan secara tanggap darurat. Tanggapan darurat dilakukan dengan cara berinteraksi dengan masyarakat umum yang memberikan pesan masuk melalui media sosial terkait kebutuhan informasi seputar program vaksinasi Covid-19, interaksi melalui media sosial juga dilakukan dengan cara membalas setiap komentar yang masuk pada dinding di akun media sosial resmi Dinkes Kota Bandung dan dilakukan secara rutin. Interaksi melalui media sosial yang dilaksanakan secara *real time* juga tidak luput dari perhatian siaran langsung atau yang lebih populer dikenal dengan istilah *Live* juga dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung melalui akun resminya.

Pelaksanaan Strategi komunikasi yang bertujuan mengurangi resiko komunikasi juga dilakukan Dinkes Kota Bandung dengan cara bekerja sama dengan instansi pemerintahan diluar Dinkes Kota Bandung untuk pengelolaan pesan sebagai contoh Dinkes Kota Bandung bekerja sama dengan

Diskominfo Kota Bandung untuk pengelolaan berita bohong yang tersebar.

Evaluasi Strategi Komunikasi Kesehatan Dalam Program Vaksinasi Covid-19 Dinkes Kota Bandung

Post-Crisis Management

Fase selanjutnya adalah melakukan pengelolaan setelah pelayanan komunikasi diberikan. Pada fase ini Dinkes kota Bandung melakukan evaluasi, yang bertujuan untuk menilai kinerja dari rancangan strategi komunikasi komunikasi yang telah dilaksanakan, yang dimulai dari tahap pencegahan, tahap persiapan, tahap perancangan, tahap pelaksanaan, hingga tahap pengelolaan.

Evaluasi kinerja terhadap terhadap kinerja personil Humas yang berkeaja juga dilakukan untuk menilai apakah pekerjaan dilakukan sudah sesuai dengan panduan oprasional berdasarkan rancangan strategi komunikasi kesehatan yang ditentukan.

Pengelolaan berupa kegiatan evaluasi ini akan menghasilkan sebuah kesimpulan yang nantinya dapat digunakan sebagai pedoman untuk meningkatkan kinerja jika dimasa depan terjadi krisis komunikasi pada sebuah program yang dicanangkan oleh Dinkes Kota Bandung.

Hasil penelitian menemukan fakta bahwa Dinkes Kota Bandung dalam hal ini memiliki dua strategi komunikasi kesehatan, yaitu menyebarkan informasi kesehatan melalui media berbasis internet. Media yang dipilih adalah media sosial *platform* Instagram karena dianggap mampu menyebarkan pesan-pesan komunikasi kesehatan secara cepat dan efektif pada target audien, yaitu masyarakat kota Bandung khususnya generasi muda dengan kemampuan akses media sosial, selain itu Dinkes kota Bandung juga memiliki strategi komunikasi kesehatan dengan cara melakukan soaialisai mengenai vaksinasi Covid-19.

Fenomena dilapangan faktanya menunjukkan program vaksinasi Covid-19 yang sedang berjalan sampai saat ini masih banyak ditemukannya permasalahan. Dinkes Kota Bandung melalui humasnya juga mengemukakan permasalahan dalam beberapa ruang lingkup mengenai faktor yang menghambat jalannya program vaksinasi Covid-19:

“Sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung yang menyatakan bahwa hal tersebut terjadi karena adanya masalah dalam ruanglingkup khusus yakni masalah komunikasi antara Dinkes Kota Bandung sebagai penyedia informasi dengan masyarakat sebagai penerima informasi, yang berpengaruh terhadap tingkat antusias masyarakat untuk ikut ambil bagian pada program vaksinasi Covid-19. Sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung juga menyatakan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang pentingnya vaksinasi Covid-19 hal ini dikarenakan kurangnya informasi yang bersifat mempersuasi dan kurangnya interaksi dalam kegiatan komunikasi antara Dinkes Kota Bandung sebagai pengelola informasi dengan masyarakat sebagai target audien”

Dinkes Kota Bandung dalam hal ini memiliki beberapa strategi komunikasi kesehatan yaitu dengan menyebarkan informasi melalui media sosial berbasis internet, dengan target sasaran dari strategi komunikasi yang dicanangkanya adalah masyarakat kota Bandung khususnya generasi muda dengan kemampuan akses media sosial, selain itu Dinkes kota Bandung juga memiliki strategi komunikasi kesehatan dengan cara melakukan soaialisai mengenai vaksinasi Covid-19. Permasalahan yang terkait dengan bidang komunikasi secara khusus yang dapat ditemukan dilapangan adalah masih minimnya interaksi dan respon melalui pengelolaan media yang dilakukan oleh Humas Dinkes Bandung.

Berdasarkan laporan penilaian pada tingkat organisasi perangkat daerah mengenai pengelolaan media sosial dengan *platform* Instagram pada bulan Juli 2022, Dinas Komunikasi Dan informatika menggunakan indikator penilaian FAIR atau dalam penjabarannya yakni penilaian pengelolaan sosial berdasarkan *point follower* yang menilai banyaknya jumlah pengikut , *point Activity* menilai seberapa sering aktivitas komunikasi yang dilakukan, *point Interaction* yang menilai seberapa banyak interaksi yang dilakukan, *responsiveness* yang menilai seberapa sering dan cepat nya sebuah tanggapan yang diberikan.

Penilaian dimulai dari point *follower*, pengikut media sosial akun resmi dinkes kota Bandung dengan platform instagram sejauh penelitian ini mencatat jumlah 42035 *follower* yang menempatkan Dinkes Kota Bandung pada peringkat ke-2 dari 20 besar dinas kesehatan di provinsi Jawa Barat yang juga dinilai dengan metode dan indikator yang sama.

“Posisi pada peringkat ke-2 tersebut merupakan sebuah pencapaian yang baik meskipun masih tertinggal cukup jauh dari peringkat pertama yang ditempati oleh Dinkes Kota Bogor dengan jumlah pengikut sebanyak 61077 pada akun resmi platform Instagram. Yang artinya dinkes kota bandung juga harus memperbaiki beberapa hal yang menyangkut pengikut pada media sosial “

Gambar 4 Data penilaian follower Dinkes Kota Bandung.

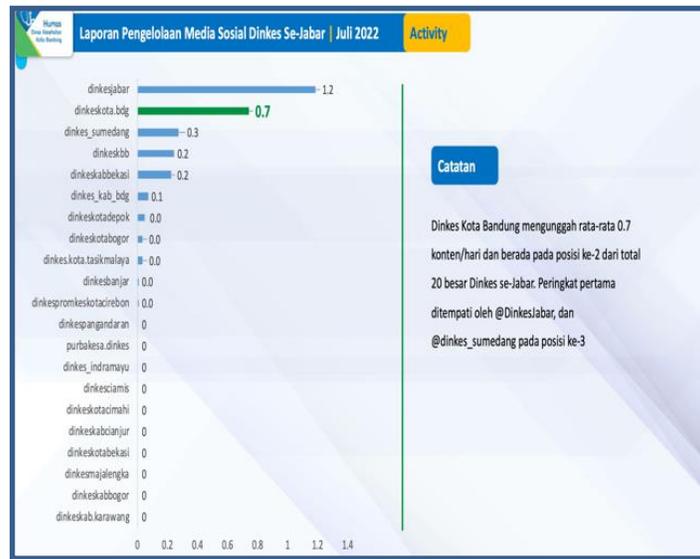


Sumber: Arsip Humas Dinkes Kota Bandung

Peringkat yang juga baik didapatkan Dinkes Kota Bandung pada *point* penilaian selanjutnya yakni penilaian pada *activity* atau penilaian tentang seberapa banyaknya aktivitas yang dilakukan pada media sosial. Dinkes Kota Bandung menempati posisi ke-2 dengan rata-rata nilai melakukan unggahan 0,7 unggahan per harinya.

“Berkaitan dengan tugas serta peran dan fungsinya , konten yang diunggah oleh akun resmi Dinkes Kota Bandung haruslah bermuatan pesan-pesan mengenai komunikasi kesehatan demi melayani kebutuhan informasi masyarakat , mengingat masa pandemi Covid-19 masih belum usai juga program vaksinasi Covid-19 yang masih berlanjut maka dengan demikian Dinkes Kota Bandung membuat konten-konten yang berisi mengenai pelayanan informasi seperti jadwal vaksinasi Covid-19 , edukasi mengenai bahaya penyebaran virus Corona, edukasi mengenai pentingnya vaksinasi, juga tak ketinggalan membuat dan mengunggah konten-konten yang bersifat mempersuasi masyarakat untuk ikut ambil bagian dalam program vaksinasi Covid-19 . “

Gambar 5 Data penilaian activity Dinkes Kota Bandung



Sumber: Arsip Humas Dinkes Kota Bandung

Pada *point* interaksi dapat dijelaskan bahwa Dinkes Kota Bandung mendapat penilaian yang rendah, menempati posisi ke-18 pada tingkat Provinsi Jawa Barat. Sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung menyatakan bahwa *Point* interaksi ini adalah permasalahan komunikasi menjadi kelemahan di tubuh Dinkes Kota Bandung dalam melaksanakan strategi komunikasi kesehatan pada program vaksinasi Covid-19, sejauh ini interaksi dinilai melalui jumlah like pada setiap konten per unggahan sedangkan sub bagian Humas Dinkes Kota Bandung hanya melakukan kegiatan interaksi melalui kegiatan membalas setiap pesan yang masuk melalui *inbox* pada akun instagram. Hal tersebut tentu tidak sebanding dengan *followers* tetapi interaksi yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung masih rendah. Data secara *detail* tentang poin interaksi dapat dilihat pada gambar.

Gambar 6 Data penilaian interaksi Dinkes Kota Bandung



Sumber : Arsip Humas Dinkes Kota Bandung

“Konten yang diunggah oleh Dinkes Kota Bandung sejati nya sudah sangat informatif dan lengkap, dengan selalu mengunggah konten yang berisikan informasi seputar dunia kesehatan. Seperti konten mengenai imunisasi secara umum, fungsi, dan manfaat dari pada imunisasi

tersebut, pengertian vaksinasi yang bermuatan informasi mengenai pengertian vaksinasi secara umum dan kandungan dari pada vaksinasi, penyelenggaraan imunisasi bermuatan tentang informasi pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan imunisasi. Namun informasi yang hanya bersifat informatif saja dirasa tidaklah cukup, karena masyarakat menginginkan informasi yang juga bersifat mempersuasi, seperti bagaimana konten yang dibuat berisikan informasi dan juga edukasi melalui upaya pengajaran dan pelatihan.”

Poin berikutnya adalah penilaian tentang respon, penilaian pengelolaan media sosial pada Dinkes Kota Bandung pada point respon juga mendapat peringkat yang rendah, Dinkes Kota Bandung menempati urutan ke-19 dengan persentase melakukan respon sebesar 5,9%. di dalam strategi komunikasi nya Humas Dinkes Kota Bandung menggunakan metode respon dengan cara membalas pesan yang masuk, membalas komentar, menjawab pertanyaan, dan keluhan dan pertanyaan seputar pelayanan vaksinasi Covid-19. Hal tersebut juga menjadi permasalahan komunikasi selain karena peringkatnya yang rendah dengan hasil tersebut Dinkes Kota Bandung juga dinilai belum dapat menjalankan strategi komunikasi kesehatan yang efektif.

Gambar 7 Data penilaian *respons* Dinkes Kota Bandung



Sumber : Arsip Humas Dinkes Kota Bandung

“Hasil wawancara dengan pihak Humas Dinkes Kota Bandung menilai peringkat yang tertinggal ini bukanlah sebuah hasil kemunduran atau pun pencapaian dari kinerja yang buruk. tanggapan demikian muncul dikarenakan pada praktiknya pekerjaan yang dilakukan pada program vaksinasi Covid-19 ini belum lah usai. Adapun hasilnya penilaian nya yang keluar setiap bulan adalah hasil dari variable yang sangat fluktuatif, dan Humas Dinkes Kota Bandung juga menyatakan bahwa yang terpenting adalah kinerja responsive yang konsisten berjangka panjang serta memiliki progresi yang mengalami peningkatan pada setiap harinya, demi melayani kebutuhan informasi mengenai komunikasi kesehatan sampai pekerjaan pada program vaksinasi Covid-19 ini benar benar dinyatakan selesai.”

Hasil wawancara dilapangan bersama *key informant* dari masyarakat yang melakukan vaksinasi Covid-19 juga berbanding lurus dengan kekurangan nilai mengenai interaksi dan *respons* yang diberikan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui pelayanan informasi di akun *Instagramnya*. Hasil wawancara bersama bapak Rifansyah di Puskesmas Girimande:

“Untuk informasinya mudah diakses, kebetulan saja pengguna Instagram yang cukup aktif, mungkin yang agak susahya balesan pesannya cukup lama, bagi saya orang yang kerja dilapangan kan cukup menyita waktu.”

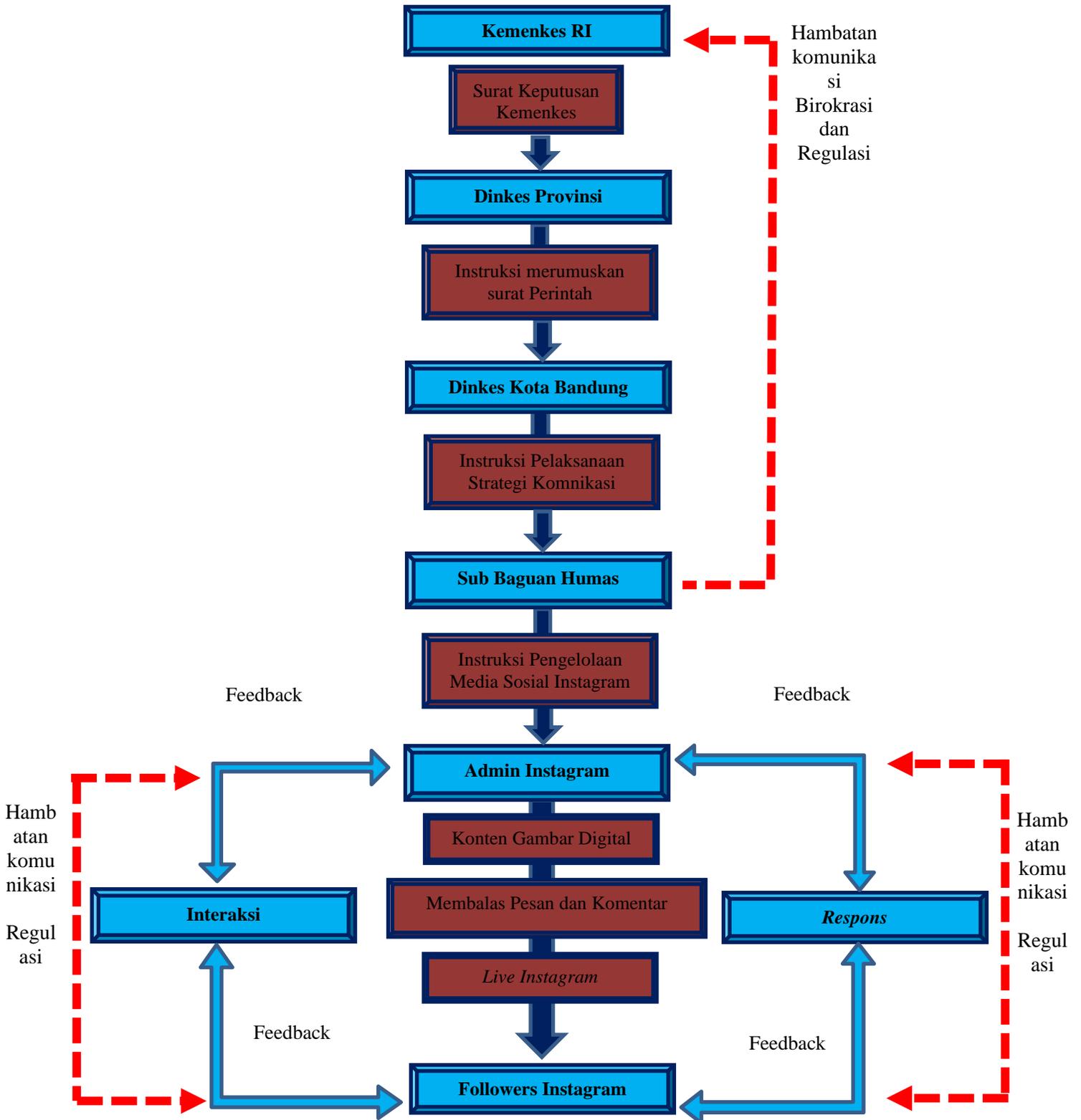
Hasil wawancara bersama bapak Surya Aji di Puskesmas Sindangjaya:

“cukup mudah diakses, tapi setiap postingannya jarang ditulis mengenai jumlah kuota ketersediaannya, beberapa minggu yang lalu di Puskesmas ini saya dua kali kehabisan Kuota.”

1. Alur komunikasi dimulai dari Kemenkes RI yang memberikan instruksi mengenai strategi komunikasi dalam pelaksanaan program vaksinasi Covid-19 melalui surat perintah yang selanjutnya disampaikan ke Dinkes Provinsi.
2. Dinkes Provinsi selanjutnya meneruskan instruksi berdasarkan surat perintah yang berisi tema strategi komunikasi program vaksinasi Covid-19 dan pedoman-pedoman pelaksanaannya kepada seluruh jajarannya untuk diterjemahkan agar dipahami maksud dan tujuan dari surat perintah tersebut.
3. Dinkes Kota Bandung yang berperan sebagai tim pelaksana kemudian menerima instruksi untuk dilaksanakan berdasarkan hasil penerjemahan isi surat perintah, selanjutnya menyampaikan strategi komunikasi yang sudah dirumuskan, untuk dilaksanakan oleh Sub Bagian Humas.
4. Sub Bagian Dinkes yang bertugas sebagai pelaksana strategi komunikasi yang telah dirumuskan, selanjutnya mengelola komunikasi melalui media sosial Instagram yang dioperasikan oleh anggota Sub Bagian Humas yang bertugas sebagai admin media sosial.
5. Tugas sebagai admin media sosial Instagram dikerjakan berdasarkan instruksi dari atasan dan regulasi yang formal.
6. Regulasi yang bersifat kaku dan mengikat merupakan hambatan komunikasi.
7. Interaksi yang dilakukan melalui media sosial harus dilakukan sesuai dengan pedoman-pedoman formal, begitupun dengan *respons* yang akan diberikan harus dilakukan sesuai standar operasional yang telah ditentukan.

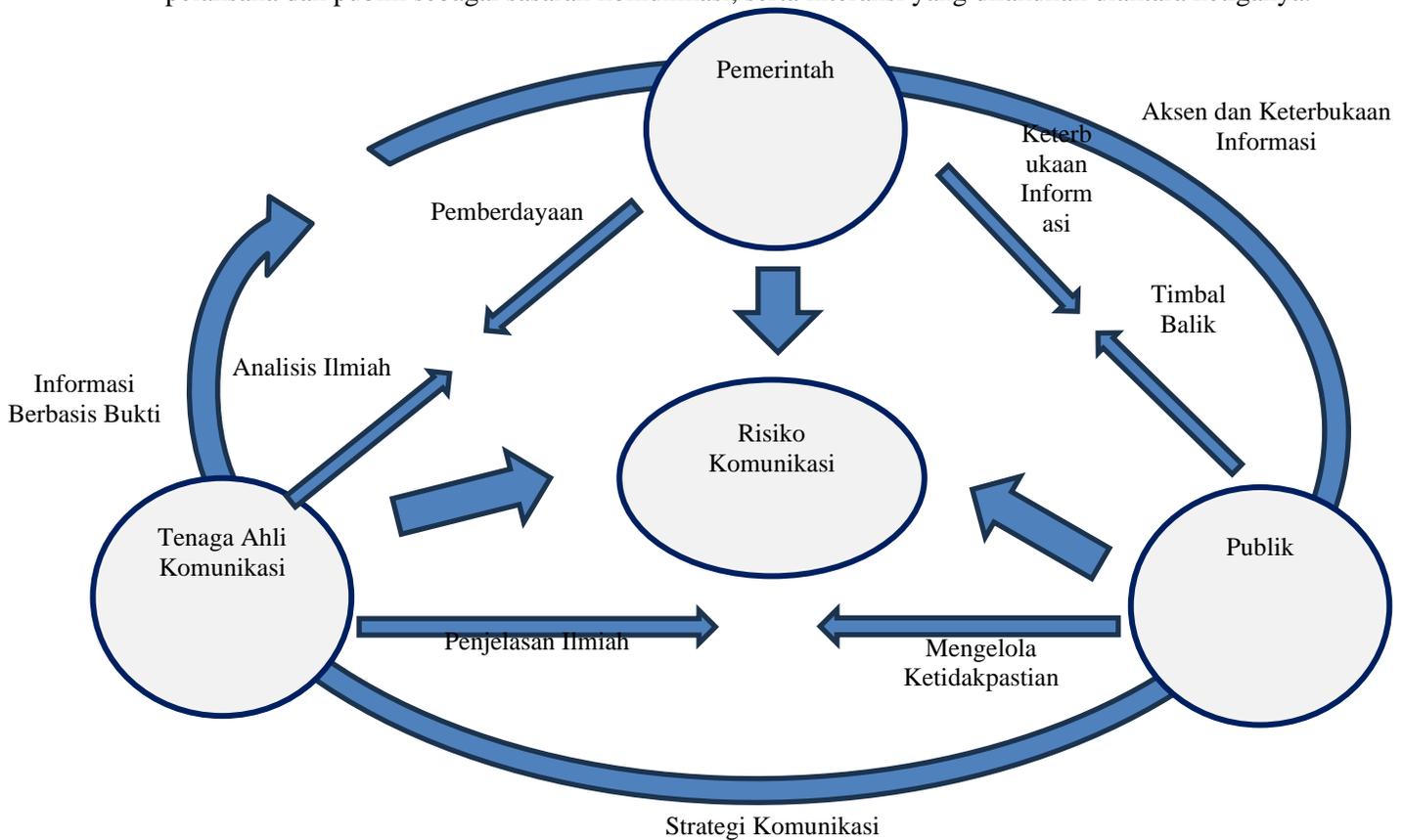
Model Alur Komunikasi

Model Alur komunikasi pada strategi komunikasi Dinkes Kota Bandung:



Gambar 8 Model Alur Komunikasi Dinkes Kota Bandung

Alur model komunikasi yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung dalam mengelola program vaksinasi Covid-19 dapat juga digambarkan dengan model komunikasi *Government–Expert–Public Risk Communication model*. Model ini memiliki pola komunikasi yang hampir serupa dengan pola komunikasi yang ditemukan oleh peneliti, yang mana di dalam model komunikasi ini ada pola komunikasi antara pemerintah sebagai pusat kebijakan komunikasi, tenaga ahli komunikasi sebagai pelaksana dan publik sebagai sasaran komunikasi, serta interaksi yang dilakukan diantara ketiganya.



Gambar 9 Government Expert Public Risk Communication Model

Sumber : (Zhang et al., 2020)

Model komunikasi *Government–Expert–Public Risk Communication model* memiliki tiga komponen interaksi komunikatif di dalam model ini, adalah pemerintah-publik, pemerintah-ahli, dan ahli-publik. Pemerintah adalah pembuat keputusan inti dalam komunikasi risiko atau proses komunikasi yang dilakukan dengan tujuan berbagi makna mengenai kemungkinan bahaya terkait fisik atau penyakit, melalui media. Proses komunikasi antara pemerintahan pusat, dan seluruh jajaran pemerintahan dibawahnya yang akan berdampak besar pada efektivitas komunikasi.

Model ini menitikberatkan kekuatan tata Kelola proses komunikasi. Yang dilakukan oleh pemerintah kepada publik, yang merupakan komunikasi eksternal, serta tanggung jawab pemerintah

untuk menyampaikan informasi yang memadai dan akurat kepada publik. yang berarti bahwa keterbukaan informasi dapat diakses dan terbuka. Pemerintah sering frustrasi oleh apa yang mereka anggap sebagai persepsi publik yang tidak akurat tentang risiko dan tuntutan yang tidak realistis oleh publik untuk pengurangan risiko. Oleh karena itu, model komunikasi ini menghasilkan tanggapan dari publik sebagai penerima pesan, yang kemudian dapat dijadikan bahan dievaluasi terhadap *respons* yang diinginkan oleh publik. Umpan balik dari publik memungkinkan pemerintah untuk menyesuaikan penekanannya pada penyampaian informasi dan memberikan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan publik.

Pemerintahan dan jajarannya yang bertugas sebagai tenaga komunikasi adalah elemen utama dalam model komunikasi ini. penilaian risiko dan pengambilan keputusan, yang dapat dilihat sebagai komunikasi internal. Risiko terkait dengan pengetahuan dan teknologi profesional. Inti dari tindakan yang bertanggung jawab dan rasional adalah membuat keputusan yang layak dan dapat dibenarkan secara moral dalam menghadapi ketidakpastian berdasarkan berbagai penilaian dan penilaian ahli. Pada tahap penilaian risiko, konsensus penilaian para ahli tentang risiko akan memastikan untuk menetapkan akurat probabilitas untuk setiap konsekuensi yang mungkin terjadi, untuk memulai setiap tindakan, dan untuk menetapkan keputusan yang rasional seperti yang meminimalkan hasil negatif dan memaksimalkan manfaat yang diharapkan.

Model Komunikasi pakar publik didedikasikan untuk menjembatani kesenjangan antara pandangan pakar dan publik kesehatan masyarakat melalui komunikasi strategis. Ini mewakili komunikasi eksternal. Tantangan besar komunikasi risiko tidak hanya untuk menyampaikan pengetahuan, tetapi juga untuk menemukan cara untuk menyampaikan informasi komprehensif yang mencerminkan ketidakpastian dan memberdayakan masyarakat untuk membuat keputusan berdasarkan fakta tentang kesehatan. Publik selalu gagal memahami profesional yang kompleks pengetahuan tentang risiko, jadi tanggung jawab para ahli adalah menerjemahkan pengetahuan profesional ke dalam konten sederhana dan eksplisit yang dapat dengan mudah dipahami.

PENUTUP

Hasil penelitian menemukan fakta bahwa program vaksinasi Covid-19 sebagai upaya penanganan penyebaran penyakit virus *Corona* yang terus gencar dilaksanakan sampai saat ini membutuhkan kerjasama antar bidang untuk mendukung kesuksesannya, diantaranya adalah peran dari bidang komunikasi sebagai bidang yang bertugas untuk mengelola penyebaran pesan-pesan komunikasi kesehatan, seperti petunjuk langsung dari kementerian kesehatan didalam surat resmi hk.01.07/menkes/4638/2021 yang mengatur tentang kerja sama antar bidang dan instansi .

Rancangan Strategi Komunikasi dalam program vaksinasi Covid-19 yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung melalui sub bagian Humas dapat dikaji dengan teori *Risk and Crisis Communication Management* yang memiliki model fase krisis manajemen komunikasi (*model of the phases of crisis management*) yang terbagi dalam beberapa fase sebagai tingkatan dari strategi komunikasi kesehatan.

Dinkes Kota Bandung dalam hal ini memiliki strategi komunikasi kesehatan yaitu dengan melakukan promosi vaksinasi Covid-19 dan menyebarkan informasi melalui media sosial berbasis internet. Media sosial yang dipilih oleh Dinkes Kota Bandung untuk menyampaikan strategi komunikasi kesehatannya adalah media sosial berbasis internet dengan *platform Instagram*. *Instagram* dipilih karena dinilai memberikan *feedback* yang lebih banyak dari pada *platform* yang lain.

Pengelolaan media sosial dikerjakan oleh anggota Sub Bagian Humas yang bekerja berdasarkan instruksi. Mengunggah pesan dengan konten-konten kesehatan berupa gambar gambar digital. Merupakan bentuk upaya komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Dinkes Kota Bandung untuk tujuan memberikan pesan kesehatan yang mempersuasi, membalas setiap komentar dan menjawab pesan yang masuk melalui *inbox* merupakan strategi komunikasi kesehatan yang dilakukan Dinkes Kota Bandung dalam aspek interaksi pada pengelolaan media sosial *Instagram*, Melakukan siaran langsung

instagram. Merupakan strategi komunikasi yang dilakukan Dinkes Kota Bandung dalam aspek *respons* terhadap pengaduan yang datang dari masyarakat melalui media sosial.

Berdasarkan laporan penilaian pada tingkat organisasi perangkat daerah mengenai pengelolaan media sosial dengan *platform* instagram pada bulan Juli 2022 yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi Dan informatika menggunakan yang menggunakan indikator penilaian FAIR, Performa Dinkes Kota Bandung berada pada peringkat ke-3 dari total 20 besar Dinkes Se-Jabar pada bulan Juli 2022, Hal ini perlu disikapi dengan meningkatkan produktivitas konten, juga interaksi.

Interaksi dan *respons* masih menjadi masalah komunikasi yang dialami oleh Dinkes Kota Bandung sampai saat ini. Bahkan permasalahan dibidang komunikasi tersebut baru ditemukan, ketika performa kerja Dinkes Kota Bandung mendapatkan penilaian dari pihak *external*. Krisis komunikasi pada pengelolaan media sosial yang telah terjadi berdampak pada bagaimana *respons* diberikan. Permasalahan tersebut terjadi karena Sub Bagian Humas Dinkes Kota Bandung mengalami kesalahan dalam memahami indikator FAIR.

Krisis Komunikasi mengenai interaksi dan *respons* adalah permasalahan yang disebabkan oleh regulasi yang bersifat kaku dan mengikat pada standar operasional. Regulasi yang dimaksudkan yaitu peraturan yang mengatur terkait koordinasi antar bidang dan sub bidang.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O. (1993). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi* (1st ed.). Citra Aditya Bakti.
- Hindayani, L., Ulfah Haika, N., Putri Herdati, J., Fajar Kurniawati, M., Komunikasi, I., Magister Ilmu Komunikasi, P., & Selatan, K. (n.d.). *Komunikasi Kesehatan di Masa New Normal*.
- Kahn, & Cannell. (1957). *The dynamics of interviewing*.
- Liliweri, A. (2007). *Dasar-dasar komunikasi kesehatan* (1st ed., Vol. 363). Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, Foss, & Oetzel. (2017). *Theories of human communication* (11th ed., Vol. 477). Waveland Press, Inc.
- Littlemore. (2003). The communicative effectiveness of different types of communication strategy. *System*, 31(3), 331–347. [https://doi.org/10.1016/S0346-251X\(03\)00046-0](https://doi.org/10.1016/S0346-251X(03)00046-0)
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif* (Vol. 302). Remaja Rosdakarya.
- Mulyodiharjo, S. (2013). *The power of communication*. Elex Media Komputindo.
- Notoatmodjo. (2005). *Promosi kesehatan teori dan aplikasi* (Sudarti Kresno, Ed.; 1st ed., Vol. 389). Rineka cipta.
- Rakhmaniar Almadina. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN PENANGANAN COVID-19*.
- Sellnow, & Seeger. (2013). *Theorizing Crisis Communication* (2nd ed., Vol. 4). John Wiley & Sons.
- Suri, I., Hidayat, N., & Halim, U. (n.d.). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial KOMUNIKASI KESEHATAN DI ERA DIGITAL : STRATEGI PEMERINTAH DALAM SOSIALISASI PROGRAM VAKSIN COVID-19 1*. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i4.2021.850-858>
- Zhang, L., Li, H., & Chen, K. (2020). Effective risk communication for public health emergency: Reflection on the covid-19 (2019-ncov) outbreak in wuhan, china. *Healthcare (Switzerland)*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/healthcare8010064>