

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. TELKOM WILAYAH TELEKOMUNIKASI
RIAU DARATAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
PARADIGMA SEHAT 4P**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



RIA DWI ARIANI

NPM : 159110059
Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KOTA PEKANBARU
2021**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin

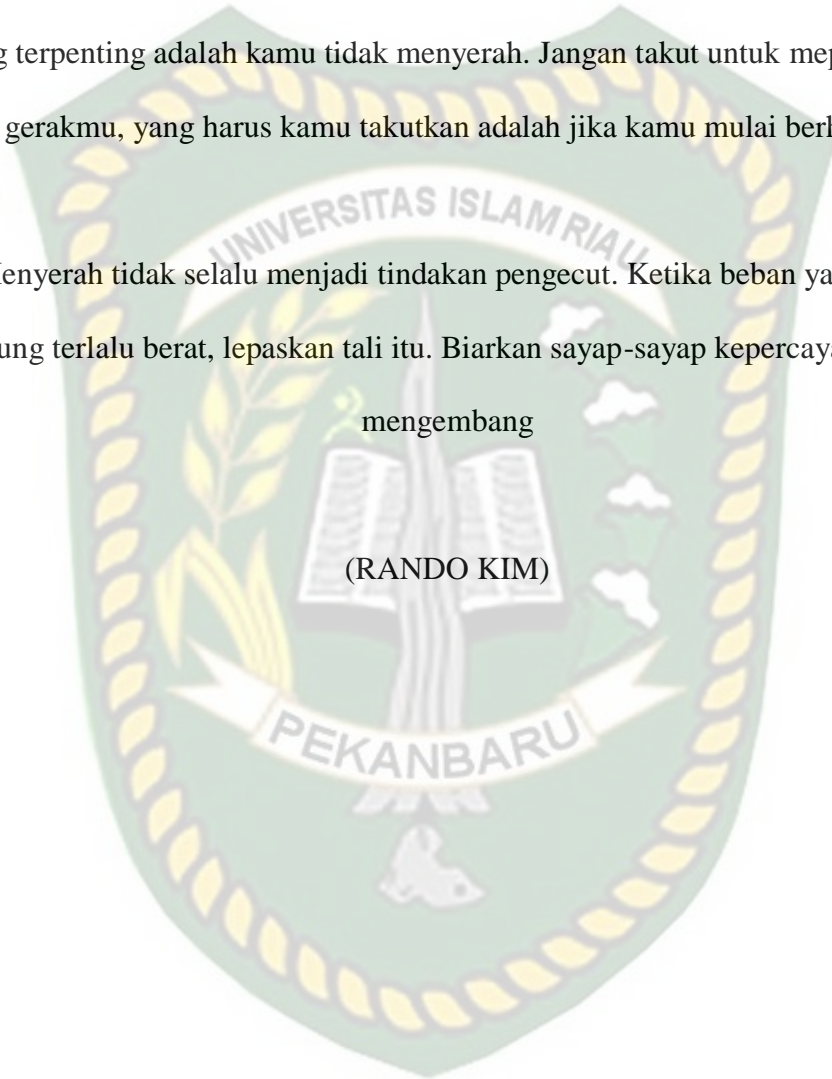
Sujud syukurku ku sembahkan kepada Mu Tuhan yang Maha Agung, takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk Mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda Mudiono dan Ibundaku Minarti serta abangku Aditya Pratama, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tanganku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbingku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api nerakaMu.

MOTTO

Yang terpenting adalah kamu tidak menyerah. Jangan takut untuk meperlambat gerakmu, yang harus kamu takutkan adalah jika kamu mulai berhenti

Menyerah tidak selalu menjadi tindakan pengecut. Ketika beban yang kau tanggung terlalu berat, lepaskan tali itu. Biarkan sayap-sayap kepercayaan dirimu mengembang

(RANDO KIM)



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Studi Strata-1 atau S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau (UIR). Shalawat beriring salam penuh kerinduan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, manusia mulia sepanjang zaman, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan dan peradaban.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, teknik penulisan, segi bentuk ilmiahnya, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya.

Dalam penyusunan Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Dalam Mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P**, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan Skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai dan memberkati penulis selama menyelesaikan Skripsi ini sehingga terselesaikan dengan baik.
2. Kepada keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
3. Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Tessa Shasrini, B, Comm, M. Hrd, selaku pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan usulan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang membantu penulis berkaitan dengan segala hal administrasi terkait kebutuhan usulan penelitian.
6. Terimakasih kepada orang tua, kakak dan adik yang selalu mendukung dan support penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Bapak-bapak dan Ibu-Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
8. Pimpinan beserta karyawan PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.
9. Prudentialku, Yuni, Dian, Ayu, Amigos, Tristan, Kevin, Bekti, Nadya, Nurul, Syifa, Rista, Seli, Nyai, Dea, Siska, Meme, dan teman-teman yang

lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu telah memberi dukungan dan selalu support penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman seperjuangan seluruh Mahasiswa angkatan 2015 Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Agustus 2021

Penulis

Ria Dwi Ariani
159110059

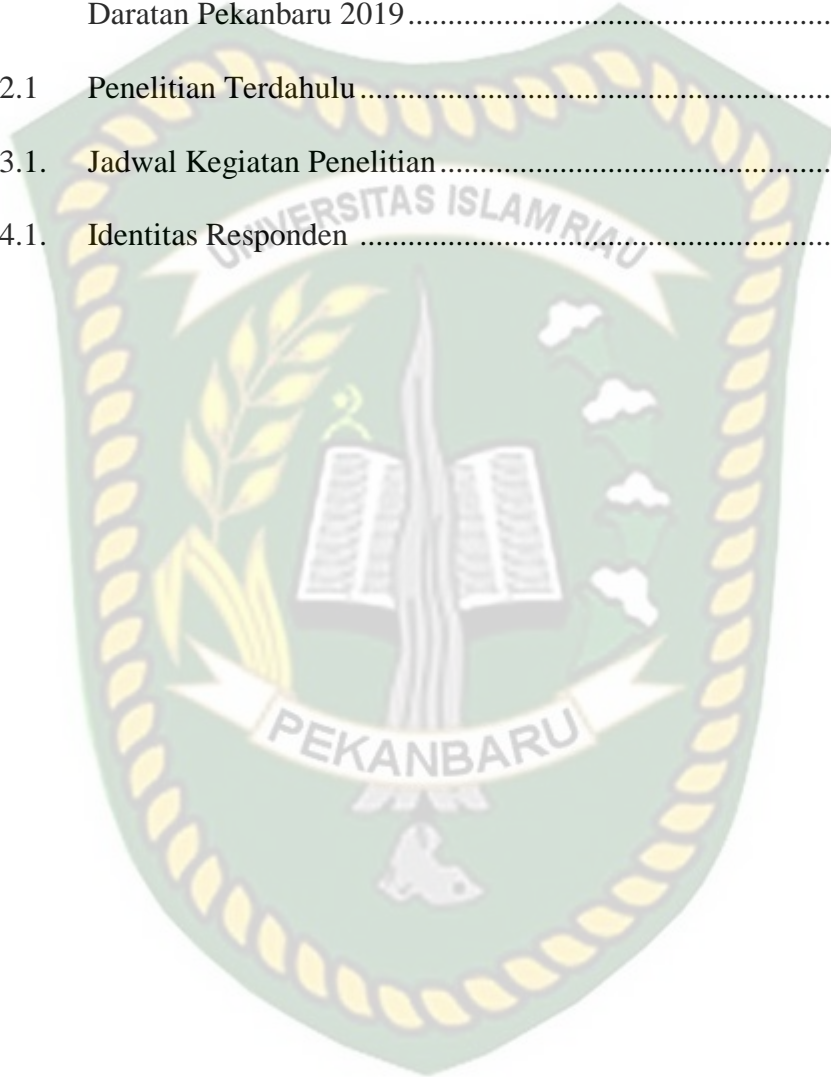
DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan	ii
Halaman Motto.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Lampiran	x
Abstrak	xi
<i>Abstract</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang Masalah penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	7
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Literatur.....	10
1. Komunikasi	10
2. Hambatan Komunikasi	15
3. Peran Komunikasi.....	18
4. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi	21
5. Tujuan Komunikasi Organisasi	22
6. Pendekatan Keefektifan Organisasi	22
7. Strategi Komunikasi	23
B. Defenisi Operasional	27
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan Penelitian.....	30
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	30
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
D. Sumber Data	32
E. Teknik pengumpulan data	32
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	34
G. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian.....	43
C. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data karyawan aktif PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Pekanbaru 2019.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1.	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	31
Tabel 4.1.	Identitas Responden	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Dekan Penunjukkan Pembimbing	71
Lampiran 2 Surat Persetujuan Izin Penelitian	72
Lampiran 3 Biodata Hidup Peneliti.....	73



Abstrak

Strategi Komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Dalam Mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P

Ria Dwi Ariani
NPM : 159110059

PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan yang bergerak di bidang teknologi informasi menuntut karyawannya agar memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan setiap pekerjaannya. Untuk mendukung hal tersebut, tentu saja setiap karyawan dituntut agar tetap memiliki daya tahan tubuh yang baik sehingga setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan optimal. PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan menyediakan fasilitas pada unit Human Resource Development (HRD) berupa program Paradigma Sehat 4P guna meningkatkan pola hidup sehat karyawannya. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif. Subjek yang menjadi penelitian adalah Manager Community Development Center dan karyawan sebanyak 3 orang dengan alasan sebagai karyawan yang aktif mengikuti program kesehatan. Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan yaitu strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P, yaitu sudah dilaksanakan dengan menggunakan media-media komunikasi dalam menunjang dan memperlancar proses penyampaian pesan kesehatan (media visual, audio dan audio visual), seperti website, email, telepon, banner, dan brosur.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Sosialisasi

Abstract

Communication Strategy PT. Telkom Daratan Riau Telecommunications Area In Disseminating the 4P Healthy Paradigm Program

***Ria Dwi Ariani
NPM : 159110059***

PT. Telkom Riau Daratan Telecommunications Region which is engaged in information technology requires its employees to have good abilities in carrying out each of their jobs. To support this, of course, every employee is required to maintain a good immune system so that every job can be completed optimally. PT. Telkom Riau Daratan Telecommunications Region provides facilities to the Human Resource Development (HRD) unit in the form of the 4P Healthy Paradigm program to improve the healthy lifestyle of its employees. The purpose of this study is to find out and get an overview of the communication strategy of PT. Telkom Riau Daratan Telecommunications Region in disseminating the 4P Healthy Paradigm Program. The research method used is a qualitative method. The subject of the research is the Manager of the Community Development Center and 3 employees on the grounds that they are employees who actively participate in health programs. From the results of research and discussion, it can be concluded, namely the communication strategy of PT. Telkom Telecommunications Riau Mainland in socializing the 4P healthy paradigm program, which has been carried out by using communication media in supporting and facilitating the process of delivering health messages (visual media, audio and audio visuals), such as websites, emails, telephones, banners and brochures.

Keywords : Strategy, Communication, Socialization

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya (Suranto, 2011: 5). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi sebagai suatu proses pengiriman dan penyampaian pesan baik berupa verbal maupun non verbal oleh seseorang kepada orang lain untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. Komunikasi yang baik harus disertai dengan adanya jalinan pengertian antara kedua belah pihak (pengirim dan penerima), sehingga yang dikomunikasikan dapat dimengerti dan dilaksanakan.

PT. Telkom Indonesia Pekanbaru pada tahun 1884, pemerintah colonial Belanda mendirikan perusahaan swasta yang bergerak di bidang ekspedisi surat menyurat untuk domestik dan jasa pelayanan telegraph internasional. Jasa telepon mulai ada di Indonesia pada tahun 1882 hingga tahun 1906 bentuk perusahaan adalah swasta tetapi telah mendapatkan izin dari pemerintah selama 25 tahun, pada tahun 1906 pemerintah kolonial Belanda membentuk departemen untuk mengawasi kegiatan jasa pos dan telekomunikasi di Indonesia. Pada tahun 1961, usaha jasa pos dan telekomunikasi baru berdiri dengan bentuk perusahaan pemerintah pertama agar menjaga jasa pos dan telekomunikasi di wilayah

Sumatra, dimana mulai terbentuk pada tahun 1970 secara nasional. Pemerintah memisahkan jasa pos dengan telekomunikasi pada tahun 1965 ke dalam dua perusahaan milik negara, yaitu PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi. Pada tahun 1974 PN Telekomunikasi terbagi menjadi dua perusahaan milik negara yaitu Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) dan PT. Inti, untuk meningkatkan jasa telekomunikasi dalam dan luar negeri, juga pembuatan peralatan telekomunikasi pada khususnya. Pada tahun 1980, bisnis telekomunikasi internasional dipindahkan dari Perumtel ke Indosat. Pada tahun 1991, Pemerintah mengubah Perumtel dari Perusahaan Umum menjadi perusahaan negara dengan layanan untuk masyarakat umum sebagai tujuan utama perusahaan, yaitu Persero, perusahaan Negara mempunyai keterbatasan kewajiban untuk tujuan komersial, serta berubah namanya menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Telekomunikasi Indonesia yang juga dikenal dengan nama Telkom disahkan pada tahun Bisnis Telkom terbagi menjadi dua unit operasi regional yang dikenal dengan nama Witel, dimana secara terpusat dikontrol oleh kantor pusat Telkom di Bandung, Jawa Barat.

PT. Telkom Witel Ridar adalah salah satu perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Telkom mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah pelanggan telepon tetap sebanyak 15 juta dan pelanggan telepon seluler sebanyak 104 juta. Adapun jumlah karyawan PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Data karyawan aktif PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Pekanbaru 2019

No.	Band Posisi	Jumlah
1	II	1
2	III	17
3	IV	57
4	V	35
5	VI	8
	Jumlah	118

Sumber : PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan, 2020

PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan yang bergerak di bidang teknologi informasi menuntut karyawannya agar memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan setiap pekerjaannya. Untuk mendukung hal tersebut, tentu saja setiap karyawan dituntut agar tetap memiliki daya tahan tubuh yang baik sehingga setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan optimal. PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan menyediakan fasilitas pada unit Human Resource Development (HRD) berupa program Paradigma Sehat 4P guna meningkatkan pola hidup sehat karyawannya. Program Paradigma 4P telah berlaku sejak awal 2013 hingga sekarang.

Program Paradigma Sehat 4P merupakan sebuah program dari Yayasan Kesehatan Telkom Pusat yang berasal dari 4R yaitu Ruh, Rasio, Rasa dan Raga yang kemudian diimplementasikan kepada 4P yaitu Pola Makan Sehat, Pola Aktivitas Sehat, Pola Pikir Sehat dan Pola Spiritual Sehat. Program Paradigma Sehat 4P ini dibuat oleh staf-staf Yayasan Kesehatan Telkom Pusat dan lebih tepatnya oleh bidang Yankesta (Layanan Kesehatan dan Kepesertaan), dengan dibantu oleh beberapa dokter, namun dokter tersebut bukanlah dokter praktek melainkan dokter staf di Yayasan Kesehatan Telkom Pusat.

Gambar 1.1

Gambar Portal Kesehatan Telkom



Sumber : Dokumentasi Penelitian

Portal Kesehatan Telkom merupakan fasilitas yang disediakan oleh Yayasan Kesehatan Telkom Pusat bagi seluruh karyawan PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan, dimana untuk mengakses informasi kesehatan serta segala sesuatu yang berkaitan dengan program Paradigma Sehat 4P, maka setiap karyawan PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan diberikan username ID untuk login ke halaman Portal Kesehatan Telkom tersebut. Portal Kesehatan Telkom menyajikan menu info kesehatan dan juga artikel kesehatan serta segala informasi terkait program Paradigma Sehat 4P. Selain fasilitas tersebut, karyawan PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan juga diberikan kemudahan untuk mengakses hasil Medical Check Up (MCU) mereka melalui Portal Kesehatan Telkom maupun aplikasi Yakes Telkom Mobile.

Sasaran dari Program ini adalah karyawan dan istri karyawan, ntuk anak-anak karyawan tidak mencakup semuanya, hanya pada fasilitas berobat saja. Dengan adanya program Paradigma Sehat 4P ini diharapkan adanya perubahan pada diri karyawan diantaranya adalah Pola makan sehat, pola aktivitas sehat, pola pikir sehat dan pola spiritual sehat.

PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan sangat peduli dengan kesehatan para karyawannya, hal tersebut sesuai dengan visi dan misi yang dikembangkan oleh Yayasan Kesehatan Telkom Pusat. Adapun visi dari Yayasan Kesehatan Telkom adalah “Menjadi Organisasi Pengelola Dana Kesehatan Yang Mandiri Dan Terpercaya Untuk Memelihara Kesehatan Karyawan Dan Pensiunan PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Beserta Keluarganya, Serta Masyarakat”. Sedangkan misinya adalah Memupuk dan mengembangkan dana kesehatan pensiun sehingga cukup untuk menjamin kesehatan pensiunan beserta keluarganya. Memelihara serta meningkatkan derajat kesehatan Karyawan dan Pensiunan Telkom beserta keluarganya dan menyelenggarakan layanan kesehatan kepada masyarakat dengan mengutamakan layanan kepada Pensiunan, Karyawan dan Keluarganya.

Permasalahan dari peningkatan hidup sehat ini adalah dalam mengubah sebuah paradigma sehat seluruh karyawan untuk mengubah pola pikir dalam melakukan aktivitas atau kegiatannya sehari-hari menjadi lebih baik dengan menanamkan pola hidup sehat, karena paradigma pola hidup sehat ini akan mengubah sebuah perubahan habitual pada diri individu. Perubahan habitual itu tidak bisa serta merta dilakukan karena perubahan ini dilakukan dengan tujuan

untuk mengubah semua kebiasaan seorang individu untuk melakukan kegiatan baru dalam dirinya, dan dirasa akan sangat sulit sekali dilakukan.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui masih banyak karyawan yang tidak memperdulikan program kesehatan yang diberikan oleh PT. Telkom, misalnya perusahaan menyediakan voucher atau tempat untuk fitness yang dapat digunakan oleh karyawan, akan tetapi tempat tersebut jarang digunakan oleh karyawan, kemudian perusahaan menyediakan pemeriksaan kesehatan yang dapat dikunjungi kapan saja, akan tetapi karyawan jarang melakukannya dan untuk kegiatan donor darah yang diadakan juga karyawan sedikit berantusias untuk melakukannya.

Hal ini pula yang menyebabkan Yakes-Telkom harus menyusun beberapa strategi komunikasi untuk dapat mensosialisasikan, meyakinkan dan membina seluruh karyawan PT.Telkom untuk bergerak kearah kehidupan yang lebih baik dan sehat sebagaimana mestinya. Yakes-Telkom sendiripun bertanggung jawab secara penuh dalam kesehatan setiap individu karyawan, maka dari itu Yakes-Telkom dengan strategi komunikasinya menginginkan agar seluruh karyawan PT.Telkom selalu sehat dan melakukan aktivitas kesehatan juga menjaga pola makan dengan benar, Yakes-Telkom dengan strateginya harus dapat menciptakan seluruh karyawan PT.Telkom menjadi lebih sehat dari sebelumnya, baik sehat jasmani maupun rohaninya.

Strategi komunikasi yang dilakukan Yakes-Telkom untuk mengajak dan mengarahkan seluruh karyawan PT.Telkom agar dapat menanamkan pola hidup sehat dalam keseharian pada diri masing-masing individu karyawan, yaitu dengan

merencanakan beberapa strategi komunikasi yang baik. Dalam usaha meningkatkan pola hidup sehat seluruh karyawan PT.Telkom agar selalu terlihat sehat dan segar ketika bekerja maupun beraktivitas, tentunya memiliki beberapa program kesehatan yang berhubungan dengan pola hidup sehat oleh Yakes Telkom, Yakes Telkom harus benar-benar mengutamakan kesehatan seluruh karyawan PT.Telkom sehingga pelaksana dari Yakes harus mampu menciptakan, membina, serta memelihara hubungan baik dengan seluruh karyawan PT.Telkom.

Strategi Komunikasi yang dilakukan Yakes Telkom untuk meningkatkan pola hidup sehat karyawan PT.Telkom sangat beragam, salah satunya yaitu dengan menanamkan paradigma sehat atau yang biasa disebut 4P yaitu mengimplementasikan pola pikir spritual sehat, pola pikir sehat, pola makan sehat serta pola aktivitas sehat yang pada dasarnya sebagai upaya pemberdayaan karyawan untuk tahu, mau, dan mampu dalam menanamkan pola hidup sehat.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian : **“Strategi Komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Dalam Mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P”**.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Tidak adanya sosialisasi khusus untuk mensosialisasikan program kesehatan ini.
2. Tidak semua karyawan yang bisa menggunakan portal tersebut.

3. Masih ada beberapa karyawan yang tidak mengikuti program ini dan menilai tidak perlu untuk mengikuti proram kesehatan ini.

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P serta faktor penghambat dan pendukungnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian harus memiliki tujuan yang jelas. Hal ini diperlukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya dicari oleh peneliti sehingga memberikan arahan dalam melangkah sesuai dengan maksud penelitian. Maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

1. Dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Diharapkan dapat memberikan sumbangan berarti bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya di Konsentrasi humas dalam hal ini mengenai strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P.

b. Secara Praktis

1. Dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Dapat memberi masukan bagi para pihak yang berkepentingan dan referensi bagi penelitian berikutnya.
3. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan program paradigma sehat 4P.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, dan tindakannya yang pertama dan yang paling penting adalah tindakan sosial. Suatu tindakan untuk saling mempertukarkan pengalaman, saling mengutarakan perasaan atau saling mengekspresikan serta menyetujui sesuatu pendirian atau keyakinan. Oleh karena itu, di dalam tindakan sosial haruslah terdapat elemen-elemen yang umum, yang sama-sama diBaiki dan dipahami oleh sejumlah orang yang merupakan kumpulan masyarakat. Untuk menghubungkan sesama anggota masyarakat maka diperlukan komunikasi (Tinambunan, 2010:21).

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Tiada hari tanpa komunikasi, sepanjang detak jantung masih ada. Bahkan orang yang melakukan meditasipun pada hakekatnya sedang melakukan komunikasi. termasuk orang yang sedang bertapa di suatu tempat yang dianggap keramat.

Komunikasi menurut Harahap (2016:2) adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si penyampai atau

pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan). Maksud dan tujuan yang jelas antara kedua belah pihak akan mengurangi gangguan atau ketidakjelasan, sehingga komunikasi yang terjadi akan berjalan secara efektif.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu proses yang vital dalam organisasi karena komunikasi diperlukan bagi efektifitas kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik, serta proses-proses organisasi lainnya. Komunikasi interpersonal biasanya didefinisikan sebagai komunikasi utama dan menggambarkan peserta yang saling bergantung satu sama lain dan memiliki sejarah bersama. Hal ini dapat melibatkan suatu percakapan atau individu berinteraksi dengan banyak orang dalam masyarakat. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan menegosiasikan realitas sosial. Sementara komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai area studi sendiri, itu juga terjadi dalam konteks lain seperti kelompok dan organisasi (Sarwono, 2009:12).

Ilmu komunikasi menurut kamus komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap pandangan atau perilaku. (Berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berarti pergaulan,

persatuan, peran serta kerjasama bersumber dari istilah “*communis*” yang berarti sama makna (Effendy, 2008:9).

Komunikasi itu sendiri merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37).

Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan pengertian, jika tidak terjadi kesamaan makna, maka komunikasi tidak berlangsung dengan baik.

Secara umum istilah teori dalam ilmu sosial mengandung beberapa pengertian, yaitu (Effendy, 2008:9):

1. Teori adalah abstraksi dan realitas
2. Teori terdiri dari sekumpulan prinsip - prinsip dan definisi - definisi yang secara konseptual mengorganisasikan aspek - aspek dunia empiris secara sistematis
3. Teori terdiri dari asumsi - asumsi, proposisi - proposisi, dan aksioma - aksioma dasar yang saling berkaitan
4. Teori terdiri dari teorema - teorema, yakni generalisasi - generalisasi yang diterima / terbukti secara empiris

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa teori pada dasarnya merupakan "konseptualisasi atau penjelasan logis dan empiris tentang suatu fenomena". Teori memiliki 2 ciri umum, yaitu:

1. Semua teori adalah "abstraksi" mengenai suatu hal. Dengan demikian teori sifatnya terbatas.
2. Semua teori adalah konstruksi ciptaan individual manusia. Oleh sebab itu sifatnya relatif tergantung pada cara pandang si pencipta teori.

Proses pengembangan atau pembentukan teori umumnya mengikuti model pendekatan eksperimental yang lazim dipergunakan dalam ilmu pengetahuan alam. Komunikasi dapat ditinjau dari beberapa karakteristik Baik dengan bidang dan permasalahannya. Menurut Effendy (2003:6) komunikasi dapat ditinjau dari komponen, bentuk, sifat, tehnik, tujuan, fungsi dan modelnya :

1. Komponen Komunikasi

- a) Komunikator (*Communicator*)
- b) Pesan (*Message*)
- c) Media
- d) Komunikan (*Communican*)
- e) Efek (*Effect*)

2. Bentuk Komunikasi

- a) Komunikasi Personal (*Interpersonal Communication*)
- b) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
- c) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
- d) Komunikasi Media (*Medio Communication*)

3. Sifat Komunikasi

- a) Tatap muka (*face to face*)
- b) Bermedia (*mediated*)

- c) Verbal
 - d) Nonverbal
4. Teknik Komunikasi
- a) Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)
 - b) Strategi komunikasi (*Persuasive Communication*)
 - c) Komunikasi Instruktif/Koersif (*Instructive/coershe Communication*)
 - d) Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)
5. Tujuan Komunikasi
- a) Perubahan sikap (*Attitude Change*)
 - b) Pembahan pendapat (*Opinion Change*)
 - c) Perubahan prilaku (*Behavior Change*)
 - d) Perubahan sosial (*Social Change*)
6. Fungsi komunikasi
- a) Menyampaikan informasi (*to inform*)
 - b) Mendidik (*to educate*)
 - c) Menghibur (*to entertain*)
 - d) Mempengaruhi (*to influence*)
7. Model Komunikasi
- a) Komunikasi satu tahap (*One step flow communication*)
 - b) Komunikasi dua tahap (*Two step flow communication*)
 - c) Komunikasi multi tahap (*Multi step flow communication*)

Berdasarkan karakteristik komunikasi tersebut diatas maka komunikasi dapat dikelompokkan atas beberapa bagian baik dengan permasalahannya.

2. Hambatan Komunikasi

Menurut Effendi (2008:11) bahwa ada beberapa faktor penghambat komunikasi diantaranya:

1. Hambatan sosial-antri-psikologi

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational context*). Ini berarti komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi.

a. Hambatan sosiologis

Seorang sosiolog Jerman bernama Ferdinand Tonnies mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis pergaulan yang dinamakan *gemeinschaft* dan *gesellschaft*. *Gemeinschaft* adalah pergaulan hidup bersifat pribadi, statis, dan tak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga. Sedangkan *gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tak pribadi, dinamis, dan rasional seperti pergaulan di kantor dan dalam organisasi.

Contoh berkomunikasi dalam *gemeinschaft* adalah seorang istri dan anak tidak akan menjumpai banyak hambatan karena sifatnya personal atau pribadi sehingga dapat dilakukan dengan santai, sedangkan *gesellschaft* seorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat, ia akan menjadi bawahan orang lain. Seorang kepala desa mempunyai kekuasaan di daerahnya, tetapi ia harus tunduk kepada camat, dan begitu lah seterusnya.

b. Hambatan antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud “siapa” disini bukan orang nya melainkan rasa apa, bangsa apa, atau suku apa.

Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas. Seorang pemirsa mungkin menerima acara yang disiarkan dengan baik karena gambar yang ditampilkan pada pesawat amat terang dan suara yang keluar amat jelas, tetapi mungkin ia tidak dapat menerima ketika seseorang pembicara pada acara itu mengatakan bahwa daging lezat sekali. Si pemirsa tadi hanya menerimanya dalam pengertian *accepted* (secara rohani) jadi teknologi komunikasi tanpa dukungan kebudayaan tidak akan berfungsi.

c. Hambatan psikologi

Faktor psikologi sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, dan lain-lainnya.

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator. Pada orang bersikap prasangka

emosinya menyebabkan dia menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional.

2. Hambatan sematis

Faktor sematis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk meyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan sematis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian yang akhirnya menyebabkan salah komunikasi.

3. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari, suara yang hilang-muncul pada radio, suara telephon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat.

4. Hambatan ekologis

Hambatan ini terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan.

Contoh nya hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas pada saat komunikator berpidato

Menurut Suranto (2010:17) bahwa faktor penghambat efektivitas komunikasi juga ada beberapa diantaranya:

a. komunikator rendah

Komunikator yang tidak berwibawa dihadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan terhadap komunikator.

b. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Nilai-nilai sosial budaya yang berlaku disuatu komunitas atau di masyarakat harus diperhatikan, sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku.

c. Kurang memahami karakteristik komunikan

Karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan sebagainya perlu dipahami oleh komunikator. Apabila komunikator kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan.

d. Prasangka buruk

Prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihindari, karena dapat mendorong kearah sikap apatis dan penolakan.

e. Komunikasi satu arah

Komunikasi berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan terus-menerus dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan komunikan untuk menerima penjelasan terhadap hal-hal yang belum dimengerti.

3. Peran Komunikasi

Komunikasi dalam proses mempunyai pesan atau informasi yang dilakukan oleh para pemimpin atau manajer. Sebagai komunikator, seorang manajer harus menyesuaikan peran yang sedang dia lakukan. Dalam kaitannya dengan hal ini

Henry Mintzberg dalam Ruliana (2014 :27) menyatakan bahwa wewenang formal seorang manajer menyebabkan timbulnya tiga peranan yaitu :

a. Peranan Antar personal

1. Peranan Tokoh

Kedudukan sebagai kepala suatu unit organisasi, membuat seorang manajer melakukan tugas yang bersifat memimpin.

2. Peranan Pimpinan

Sebagai pemimpin, seorang manajer bertanggung jawab atas lacer-tidak lancarnya pekerjaan yang dilakukan bawahannya. Beberapa kegiatan bersangkutan langsung dengan kepemimpinannya pada semua tahap manajemen: penentuan kebijakan, perencanaan, pengorganisasian dan lain-lain.

3. Peranan Penghubung

Dalam peranan sebagai penghubung, seorang manajer melakukan komunikasi dengan orang-orang di luar jalur komando vertikal, baik secara formal maupun non formal.

b. Peranan Informasi

1. Peranan Monitor

Dalam melakukan peranan monitornya, manajer memandang lingkungan sebagai sumber informasi.

2. Peranan Penyebar

Dalam peranan sebagai penyebar, seorang manajer menerima dan menghimpun informasi dari luar yang penting artinya dan bermanfaat bagi organisasi, untuk kemudian disebar kepada bawahan.

3. Peranan Juru Bicara

Peranan ini memiliki kesamaan dengan peranan penghubung, yakni dalam hal mengkomunikasikan informasi kepada khalayak luar. Contohnya kalau dalam peranannya sebagai juru bicara tidak secara kontak pribadi, tetapi selalu resmi.

4. Peranan Memutuskan

a. Peranan Wiraswasta

Seorang manajer berusaha memajukan organisasinya dan mengadakan penyesuaian atas perubahan kondisi lingkungannya. Ia selalu berusaha memandang kedepan untuk mendapatkan gagasan baru.

b. Peranan Pengendalian Gangguan

Seorang manajer berusaha sebaik mungkin menanggapi setiap tekanan yang menimpa organisasi, seperti buruh mogok, para pelanggan hilang, dan lain-lain.

c. Peranan Penentu Sumber

Seorang manajer bertanggung jawab untuk memutuskan pekerjaan apa yang harus dilakukan, siapa yang akan melaksanakan, dan bagaimana pembagian pekerjaan dilaksanakan.

4. Fungsi Komunikasi dalam Organisasi

a). Fungsi Informatif

Dalam Bungin (2006:272) organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem proses informasi, maksudnya seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik, dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

b). Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Pada semua lembaga atau organisasi, ada dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif yaitu :

- (1). Atasan atau orang-orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang berwenang untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan.
- (2). Berkaitan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh untuk dilaksanakan.

c). Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mengawasi bawahan dari pada member perintah.

d). Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawannya dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

5. Tujuan Komunikasi Organisasi

Dalam Ruliana (2014:24) tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan. Ada empat tujuan komunikasi organisasi yaitu:

- a. Meyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
- b. Membagi informasi
- c. Meyatakan perasaan dan emosi
- d. Melakukan koordinasi.

6. Pendekatan Keefektifan Organisasi

Dalam Soetopo (2016:53-54) mengatakan dalam kaitannya dengan pembahasan keefektifan organisasi, ada dua pendekatan yang perlu dibahas yaitu :

- a. Organisasi dikatakan efektif jika organisasi telah mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
- b. Organisasi dikatakan efektif jika organisasi itu mampu mengambil keuntungan dari situasi lingkungan dan mendayagunakan sumber-sumber yang bermanfaat.

Ada lagi pendekatan yang lain untuk memahami suatu organisasi, yaitu :

- a. Pendekatan individual menekankan pada individu-individu dalam organisasi.
- b. Sedangkan pendekatan organisatoris menekankan pada tercapainya tujuan organisasi dan individu hanyalah unsur organisasi.

7. Strategi Komunikasi

a. Defenisi Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan Manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy,2014:32).

Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat di telaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai

prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Namun dalam kajian ini strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan didirikannya. Dengan perencanaan strategi komunikasi yang matang maka diharapkan kita bisa mendapatkan rasa saling pengertian sehingga hubungan baik antara perusahaan dan karyawannya dapat terjaga dengan baik. Rasa saling pengertian itu akan menimbulkan rasa saling mempercayai sehingga motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaan akan menjadi lebih baik. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya adalah:

1. Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar

melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

4. Menyebarkan informasi (*Informing*)

Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai. (Liliweli, 2011:251).

c. Perumusan Strategi Komunikasi

Seorang perencana komunikasi untuk mencapai tujuan diperlukan perumusan strategi yang tepat sebelum melakukan segala sesuatunya. Namun kita perlu memahami apakah perumusan strategi menurut pendapat beberapa ahli. Menurut David Hunger & Thomas L. Wheelen “Perumusan Strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan

dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.
”(Effendy, 2014 : 34)

Menurut pendapat diatas artinya sebelum perumusan dilakukan diadakan penelitian apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, juga apa saja yang mendatangkan ancaman atau bahkan kesempatan bagi perusahaan. Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Yosol Iriantara yang mengatakan bahwa “Perumusan strategi merupakan keputusan atas pilihan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan setelah analisis lingkungan internal dan eksternal sudah dilakukan.”(Effendy, 2015 : 34)

Effendy mengemukakan dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor dalam menyusun strategi komunikasi, ada empat faktor yang harus diperhatikan yaitu (Effendy, 2015:35) :

a. Mengenali sasaran komunikasi.

Sebelum melancarkan komunikasi perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi itu. Serta perlu memperhatikan faktor kerangka referensi, dan faktor situasi dan kondisi.

b. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih media langsung atau media tidak langsung, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu serta memperhatikan isi pesan dan lambang yang disampaikan, apapun pesan yang disampaikan dalam komunikasi harus dimengerti.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Peranan komunikator dalam komunikasi, ada faktor yang penting pada diri komunikator bila melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

B. Defenisi Operasional

1. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah.
2. Komunikasi organisasi dapat didefenisikan sebagai pertunjukan dan penfsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.
3. Strategi komunikasi merupakan faktor-faktor paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajmen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul	Permasalahan	Hasil Penelitian
1	Rahmat Rozi (2018)	Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Gandoriah	Bagaimana elemen – elemen komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam mempromosikan pantai Gandoriah agar meningkatnya kunjungan wisatawan	Hasil penelitian yaitu Penggunaan media promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman seperti event, <i>booklet</i> , media social, <i>website</i> dan brosur. Belum semua media yang digunakan serta dapat mengkhususkan promosi Pantai Gandoriah.
2	Veni Fitra Meilisa (2018)	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop	bagaimanakah Strategi Komunikasi Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop	Hasil penelitian ini Tahapan strategi komunikator yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan ada empat, yaitu 1) perencanaan, 2) Pengusulan, 3) Persiapan teknis, 4) pelaksanaan program.
3	Pras Tiono (2015)	Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir	Bagaimanakah Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir	Strategi komunikasi yang dilakukan Dinas kebudayaan Pariwisata pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan objek wisata Pulau Jemur dikatakan masih belum maksimal dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan yang masih belum signifikan. Ada beberapa strategi

Perbandingan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Dari penelitian Rahmat Rozi (2018) yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Gandoriah. Adapun menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Pantai Gondoriah sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Bandar

Khayangan Lembah Sari. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.

2. Dari penelitian Veni Fitra Meilisa (2018) yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop. Adapun yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Objek Wisata Pantai Solop sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Bandar Khayangan Lembah Sari. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.
3. Dari penelitian Pras Tiono (2015) yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Objek Wisata Pulau Jemur sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Bandar Khayangan Lembah Sari. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana Nawawi, (2003:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data dikumpulkan maka, peneliti menganalisa secara kualitatif. Analisa kualitatif adalah analisa yang tidak menggunakan matematis, model statistik, ekonometrik, atau model-model tertentu lainnya melainkan berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya Hasan, (2002:100). Alasan penelitian menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini menggunakan sumber informan yang berguna untuk perolehan data yang dibutuhkan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu Manager **Community** Development Center dan karyawan sebanyak 3 orang dengan alasan sebagai karyawan yang aktif mengikuti program kesehatan PT. Telkom. Terkait pemilihan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti cenderung memilih informasi yang

dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalah secara mendalam.

2. Objek Penelitian

Adapun objek dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah di PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman No.199, Sumahilang, Kec. Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau 28111.

Waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Jenis Kegiatan	Bulan Dan Minggu Ke																KET
		Desember				Januari				Februari				Maret				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X															
2	Seminar UP			X														
3	Riset			X														
4	Peneliti Lapangan				X	X												
5	Pengolahan Dan Analisis Data						X	X										
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi							X	X									
7	Ujian Skripsi									X								
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi											X	X	X	X			
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi															X	X	X

D. Sumber Data

Adapun beberapa sumber data dalam penelitian terbagi menjadi :

1. Data Primer

Yaitu data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari subjek penelitian yaitu para karyawan yang diteliti berkaitan dengan yang diteliti, berupa kegiatan yang dilakukan mengenai strategi komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer berupa arsip dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian, data yang diberikan pihak instansi berupa dokumen terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara dengan teknik *indepth interview*, wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Daymon 2008:258)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dalam bentuk *interview*, dengan ini peneliti dapat memberi gambaran tentang subjek dalam mendefinisikan diri sendiri, lingkungan, tekanan situasi dan strategi manajemen yang diterapkan serta masalah-masalah yang dihadapi pada saat menjalankan manajemen tersebut yang dilakukan dengan kegunaan untuk mencapai hasil penelitian yang diharapkan. Dalam wawancara ini menggunakan format terbuka, dalam arti memberi kesempatan kepada informan untuk memberi jawaban sesuai dengan pemikiran mereka. Wawancara dilakukan dengan Manager Community Development Center dan karyawan PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan.

2. Observasi

Suatu pengamatan terhadap objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Apapun metode yang akan dipakai, dalam segala situasi akan selalu memperhatikan sesuatu untuk memperoleh bukti lebih banyak yang akan membantu memahami konteks riset. Namun observasi melibatkan pencatatan sistematis etis awal apa yang dilihat di lapangan, (Daymon 2008: 319). Observasi ini dilakukan dengan wawancara dan pengamatan secara langsung sehingga dapat mengetahui permasalahan apa saja yang sedang terjadi. Observasi dilakukan secara langsung untuk mengetahui permasalahan terjadi terkait strategi komunikasi pada PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan.

3. Dokumentasi

Yaitu dengan mengumpulkan data-data dan fakta-fakta yang termuat dalam dokumen. Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen, rapat, catatan khusus, rekaman kaset, rekaman video, photo dan sebagainya Sukandarrumidi (2004: 101-102). Dokumentasi ini dilakukan pada untuk bias merekam kejadian saat penelitian melalui foto-foto penelitian di PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Peneliti menggunakan *triangulation analysis* (analisis triangulasi) yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. (Kriyantono, 2006:38). Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2012: 330) triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Pada penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

G. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data yang akan dilakukan yaitu menggunakan model interaktif. Inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Miles dan Huberman (dalam Bungin, 2008 : 69)

1. Reduksi Data

Diartikan sebagai proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data

2. Penyajian Data

Adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data

3. Menarik Kesimpulan/*verifikasi*

Kesimpulan yang diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sebagai kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci, mengakar dan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokkannya yang merupakan validitasnya.

Model analisis *interaktif* ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa *linier* yang dipilih disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif ini yang memungkinkan pengulangan dalam menggali data di lapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisis suatu data. Hal ini berbeda dengan model linier yang menggali datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pada awalnya permulaan PT. Telekomunikasi Indonesia disingkat PT. Telkom dimana merupakan badan usaha milik Negara yang bergerak didalam bidang layanan jasa telekomunikasi umum dalam Negeri. Keberadaan PT. Telekomunikasi Indonesia tidak terlepas dari sejarah panjang pertelekomunikasi Indonesia yang dimulai dari *Post telegraf diens* yang didirikan pada tahun 1882. Merupakan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos Telegraf dibentuk pada masa pemerintahan kolonial belanda. Lapangan usaha Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi ternyata berkembang pesat dan didukungnya dengan kemajuan teknologi jasa.

Telekomunikasi mendorong pemerintah untuk meningkatkan bentuk perusahaan Negara telekomunikasi menjadi perusahaan umum telekomunikasi (peruntel). Dan pada saat itu hubungan Telekomunikasi luar Negeri juga dilaksanakan oleh PT. Indonesia Satelite Corporaction (Indosat) yang pada saat itu berstatus sebagai perusahaan asing, kemudian pemerintah mengambil kebijaksanaan dalam membeli seluruh saham PT. Indosat yang kemudian diubah statusnya menjadi Badan Usaha Milik Negara yang berbentuk Persero, yang dituangkan dalam peraturan pemerintah No. 52 Tahun 1980.

Demikian halnya dengan PT. Telekom Kandatel Ridar Pekanbaru bermula dari Era Jawata Post, Telegrap dan Telepon (PTT). Dimana pada saat itu pelayanan pengiriman telegram berada dikantor post dan giro yang berpusat dijalan jendral sudirman, sedangkan pengisyaratannya dilaksanakan pada kantor Radio. Pada saat itu pengiriman Telegram dengan memakai sarana Telegraphi dengan menggunakan Hp dengan sandi “MORSE” dimana rata-rata kemampuan operatornya mampu menangkap sandi morse tersebut pada kecepatan antara 50-60 WPM (*Work per Minut*) sedangkan pelayanan sambungan Telepon dilaksanakan di kantor Telepon yang berpusat dijalan Kartini. Jadi, di Era Post, Telegrap dan Telepon (PTT) KANTOR Telkom masih berpencar-pencar dan bergabung seperti saat sekarang ini.

Visi PT. Telkom Yaitu menjadi perusahaan yang terunggul dibidang informasi dan komunikasi berskala Ragional. Sedangkan Misi dari PT. Telkom adalah memberikan “One stop infokom” (layanan informasi dan komunikasi satu atap) dengan kualitas yang terima dan dengan harga yang kompetitif pula.

2. Struktur Organisasi

Agar suatu organisasi dapat tercapai, tujuannya maka dibutuhkan struktur organisasi. Suatu organisasi umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Adanya kelompok orang-orang
- b. Adanya hubungan antara kerjasama untuk mencapai tujuan.
- c. Kerjasama didasarkan atas hak, kewajiban atau tanggungjawab masing-masing orang untuk mencapai tujuan.

PT. Telkom Kandatel Ridar Pekanbaru mempunyai struktur organisasi yang disesuaikan dengan kondisi dan bentuk kerja yang harus dilakukan oleh masing-masing bagian. Setiap bagian pekerjaan diperlukan pegawai yang ditunjuk untuk menangani tugas tersebut. Sedangkan satu bagian dengan bagian lainnya tidak dapat dipisahkan karena tugas dari masing-masing adalah untuk mencapai tujuan yang sama. Adapun bagan struktur organisasi PT. Telkom Kandatel Ridar Pekanbaru terdiri dari:

1. Kepala Kantor Daerah Telekom

Dibantu oleh wakil kepala Kantor Daerah Telekom dengan tanggungjawab terhadap tercapainya sasaran perusahaan dalam penyelenggaraan pelayanan jasa Telekomunikasi pada Era Geografis Kantor Daerah Telekom. Secara umum KANDATEL, bertanggung jawab terhadap pencapaian performansi bisnis dan servis dalam penyelenggaraan jasa Pelayanan Telekomunikasi, peran Kandatel dalam hal ini lebih diarahkan pada aktivitas analisa, Evaluasi, Perencanaan, Pengendalian dan Koordinasi yang bersifat *performansi service*.

2. Kesekretariatan Kandatel

Bertanggungjawab melaksanakan fungsi Kesekretariatan serta memberikan dukungan pencapaian dan analisis kepada Kandatel dalam hal perencanaan dan pengendalian Aktifitas Operasional.

3. Bagian Sumber Daya Manusia

Bertanggungjawab atas pengadministrasian, pengembangan, perencanaan dan penyediaan sumber daya manusia seluruh unit kerja, dukungan kerja yang kondusif dan dapat menunjang peningkatan produktifitas kerja serta membantu dan

memberikan konsultasi kepada para pemimpin dalam pengimplementasian kebijakan strategi dan pencapaian sasaran perusahaan.

4. Bagian Keuangan

Bertanggungjawab atas penyediaan dukungan operasional keuangan pada seluruh unit kerja yang meliputi penyelenggaraan akuntansi, pengelolaan pendapatan/anggaran dan mengendalikan keuangan perusahaan serta langkah dan program keuangan dan pengimplementasiannya dalam mencapai sasaran perusahaan.

5. Dinas Manajemen Network

Bertanggungjawab atas pengelolaan operasi dan pemeliharaan Network beserta elemen-elemen melalui pola-pola yang terarah dan terstruktur, sistematis dan profesional untuk mencapai sasaran perusahaan.

6. Bagian Logistik dan MBC

Bertanggungjawab atas penyediaan dukungan kepada unit kerjam kandatel Riau Daratan dalam pencapaian, pengadaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pendistribusian barang/perangkat telekomunikasi sarana penunjang dan pengolahan suku cadang *repairing*, *replacement* dan *kalbrasi*.

7. Bagian Teknologi Informasi

Bertanggung jawab atas penyediaan dukungan teknologi informasi kepada semua unit kerja di kandatel Riau daratan.

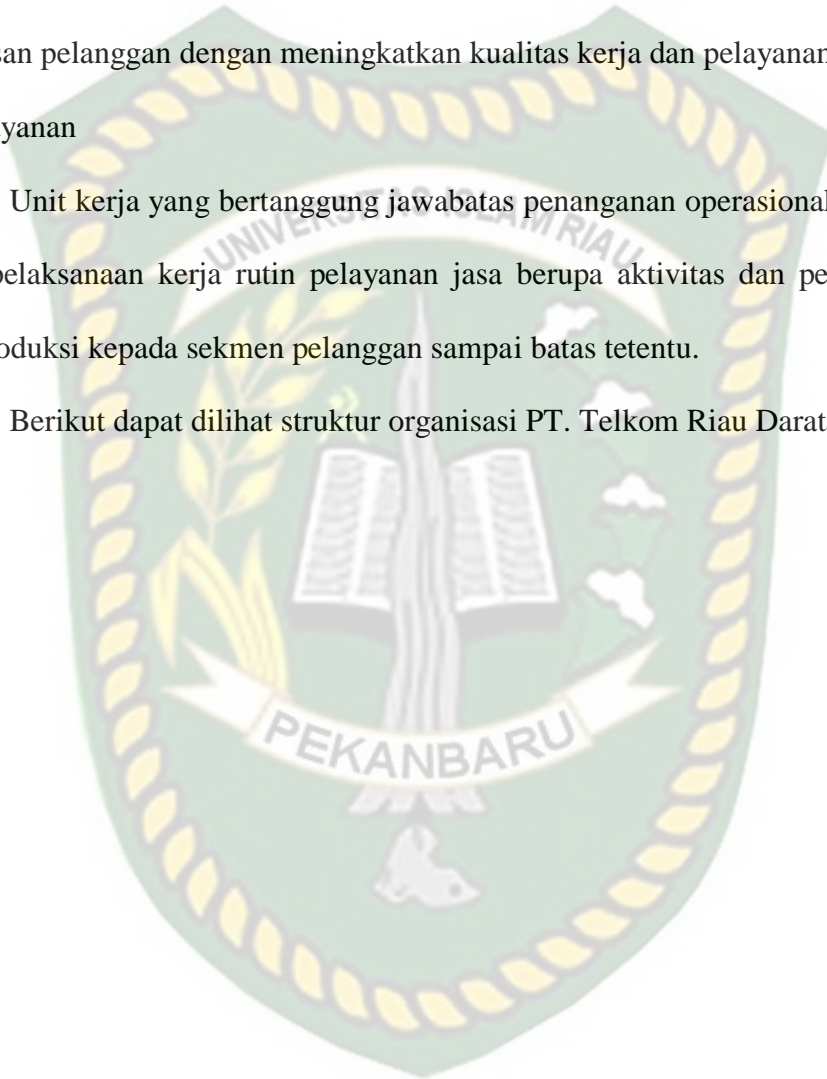
8. Dinas Operasional Harian Akses Pelanggan (Dinas Ophar Akses)

Unit operasi jaringan yang bertanggung jawab melaksanakan operasi perbaikan gangguan dan instalasi pasang baru dengan berorientasi kepada kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas kerja dan pelayanan.

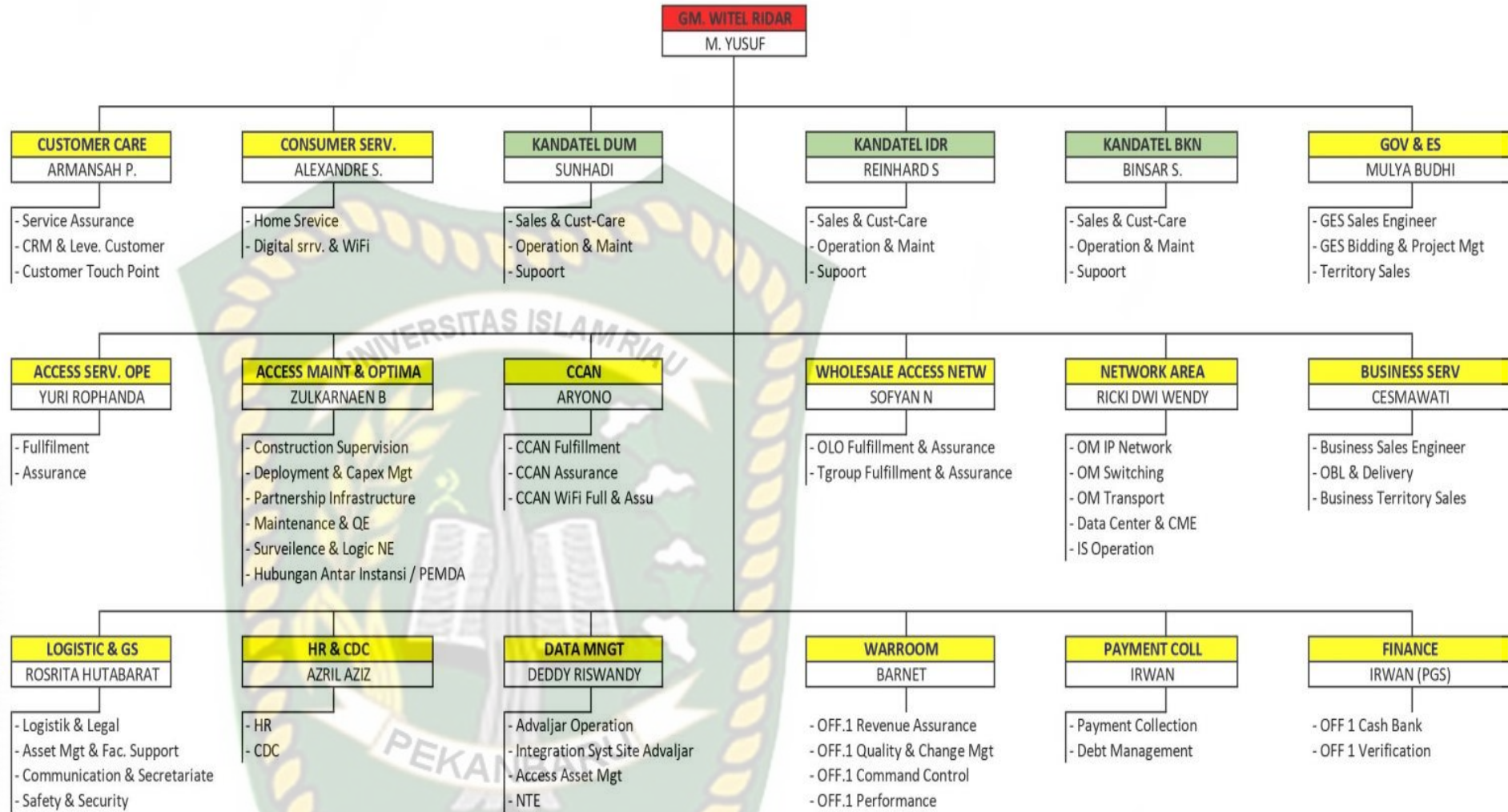
9. Pelayanan

Unit kerja yang bertanggung jawab atas penanganan operasional pelayanan serta pelaksanaan kerja rutin pelayanan jasa berupa aktivitas dan pemeliharaan alat produksi kepada sekmen pelanggan sampai batas tertentu.

Berikut dapat dilihat struktur organisasi PT. Telkom Riau Daratan :



STRUKTUR ORGANISASI WITEL RIAU DARATAN



3. Aktivitas Perusahaan

PT. Telkom Kandatel Ridar Pekanbaru merupakan Badan Usaha Milik Negara yang menjalankan usahanya dengan menggunakan prinsip ekonomi. Aktivitas dari perusahaan ini adalah penyelenggaraan dan pelayanan jasa telekomunikasi. Adapun produk dan layanan yang dihasilkan PT. Telkom adalah:

- a. Telepon : pasang baru, sambungan lokal, sambungan jarak jauh, sambungan internasional, Telkom Flexi, Telkom Speedy.
- b. Telegrap, Telek, Telegram
- c. Fitur : Lacak, Nada Sela, Trimitra, Sandi Nada, Premium Call, Free Call, Telkom Memo. Internet Akses Web : Telkom Net Instan, KIOSTron Web Hosting, KIOSTron Mail Hosting, Telkom Speedy.
- d. Komunikasi Data : DINAcces, ISDN

B. Hasil Penelitian Tentang Strategi Komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan Dalam Mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P

Sebelum menguraikan hasil penelitian maka akan diuraikan terlebih dahulu identitas informan dalam penelitian ini :

Tabel 4.1. Identitas Responden

No.	Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1.	Bapak Azril	Manager Community Development Center	6 tahun
2.	Bapak Rudi	Karyawan Telkom	2 Tahun
3.	Bapak Lesmana	Karyawan Telkom	4 tahun
4.	Bapak Yusriman	Karyawan Telkom	2 tahun

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui masih banyak karyawan yang tidak memperdulikan program kesehatan yang diberikan oleh PT. Telkom, misalnya perusahaan menyediakan voucher atau tempat untuk fitness yang dapat digunakan oleh karyawan, akan tetapi tempat tersebut jarang digunakan oleh karyawan, kemudian perusahaan menyediakan pemeriksaan kesehatan yang dapat dikunjungi kapan saja, akan tetapi karyawan jarang melakukannya dan untuk kegiatan donor darah yang diadakan juga karyawan sedikit berantusias untuk melakukannya.

Hal ini pula yang menyebabkan Yakes-Telkom harus menyusun beberapa strategi komunikasi untuk dapat mensosialisasikan, meyakinkan dan membina seluruh karyawan PT.Telkom untuk bergerak kearah kehidupan yang lebih baik dan sehat sebagaimana mestinya. Yakes-Telkom sendiripun bertanggung jawab secara penuh dalam kesehatan setiap individu karyawan, maka dari itu Yakes-Telkom dengan strategi komunikasinya menginginkan agar seluruh karyawan PT.Telkom selalu sehat dan melakukan aktivitas kesehatan juga menjaga pola makan dengan benar, Yakes-Telkom dengan strateginya harus dapat menciptakan seluruh karyawan PT.Telkom menjadi lebih sehat dari sebelumnya, baik sehat jasmani maupun rohaninya.

Strategi komunikasi yang dilakukan Yakes-Telkom untuk mengajak dan mengarahkan seluruh karyawan PT.Telkom agar dapat menanamkan pola hidup sehat dalam keseharian pada diri masing-masing individu karyawan, yaitu dengan merencanakan beberapa srategi komunikasi yang baik. Dalam usaha meningkatkan pola hidup sehat seluruh karyawan PT.Telkom agar selalu terlihat

sehat dan segar ketika bekerja maupun beraktivitas, tentunya memiliki beberapa program kesehatan yang berhubungan dengan pola hidup sehat oleh Yakes Telkom, Yakes Telkom harus benar-benar mengutamakan kesehatan seluruh karyawan PT.Telkom sehingga pelaksana dari Yakes harus mampu menciptakan, membina, serta memelihara hubungan baik dengan seluruh karyawan PT.Telkom.

Strategi Komunikasi yang dilakukan Yakes Telkom untuk meningkatkan pola hidup sehat karyawan PT.Telkom sangat beragam, salah satunya yaitu dengan menanamkan paradigma sehat atau yang biasa disebut 4P yaitu mengimplementasikan pola pikir spritual sehat, pola pikir sehat, pola makan sehat serta pola aktivitas sehat yang pada dasarnya sebagai upaya pemberdayaan karyawan untuk tahu, mau, dan mampu dalam menanamkan pola hidup sehat.

Berikut ini akan diuraikan hasil penelitian terkait dengan faktor dalam menyusun strategi komunikasi, antara lain ((Effendy, 2015:35) :

1. Mengenal Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi itu. Serta perlu memperhatikan faktor kerangka referensi, dan faktor situasi dan kondisi.

Berdasarkan uraian di atas untuk mengenali sasaran komunikasi harus mempelajari sasaran komunikasi agar pesan yang disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan faktor kerangka referensi, kerangka referensi yaitu kerangka seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan serta gaya hidup dan itu berbeda setiap orangnya selain itu, mengenali halayak haruslah memperhatikan faktor situasi dan kondisi yang

dimaksudkan dalam situasi dan kondisi ini ialah situasi komunikasi pada saat komunikasi akan menerima pesan yang disampaikan seperti hambatan-hambatan yang akan dihadapi pada saat memberikan informasi sehingga informasi yang disampaikan kepada sasaran komunikasi akan efektif tersampaikan.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru yang bergerak di bidang teknologi informasi menuntut karyawannya agar memiliki kemampuan yang baik dalam melaksanakan setiap pekerjaannya. Untuk mendukung hal tersebut, tentu saja setiap karyawan dituntut agar tetap memiliki daya tahan tubuh yang baik sehingga setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan optimal. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru menyediakan fasilitas pada unit Human Resource Development (HRD) berupa program Paradigma Sehat 4P guna meningkatkan pola hidup sehat karyawannya. Program Paradigma Sehat 4P merupakan sebuah program dari Yayasan Kesehatan Telkom Pusat yang berasal dari 4R yaitu Ruh, Rasio, Rasa dan Raga yang kemudian diimplementasikan kepada 4P yaitu Pola Makan Sehat, Pola Aktivitas Sehat, Pola Pikir Sehat dan Pola Spiritual Sehat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager Community Development Center yaitu Bapak Azril, menyatakan bahwa :

“Tersedianya sumber daya yang memiliki tanggung jawab pada setiap kegiatan isi dari program Paradigma Sehat 4P tersebut antara lain 1 orang Manager Human Resource Development untuk mengontrol peningkatan program Paradigma Sehat 4P, 1 orang Officer berperan sebagai penanggung jawab apabila sedang berjalannya suatu kegiatan sosialisasi hingga selesai, dan saya sebagai Assistant Manager Human Resource Development sebagai pengingat untuk karyawan serta menginfokan kapan dan dimana kegiatan akan berlangsung dan antara karyawan juga saling mengingatkan serta meluangkan waktu apabila memiliki jadwal yang sama (25 Maret 2021).”

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru sangat peduli dengan kesehatan para karyawannya, hal tersebut sesuai dengan visi dan misi yang dikembangkan oleh Yayasan Kesehatan Telkom Pusat. Adapun visi dari Yayasan Kesehatan Telkom adalah “Menjadi Organisasi Pengelola Dana Kesehatan Yang Mandiri Dan Terpercaya Untuk Memelihara Kesehatan Karyawan Dan Pensiunan PT. Telekomunikasi Indonesia Beserta Keluarganya, Serta Masyarakat”.

Sedangkan misinya adalah Memupuk dan mengembangkan dana kesehatan pensiun sehingga cukup untuk menjamin kesehatan pensiunan beserta keluarganya. Memelihara serta meningkatkan derajat kesehatan Karyawan dan Pensiunan Telkom beserta keluarganya dan menyelenggarakan layanan kesehatan kepada masyarakat dengan mengutamakan layanan kepada Pensiunan, Karyawan dan Keluarganya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Rudi, menyatakan bahwa :

“Program Paradigma Sehat 4P ini dibuat oleh staf-staf Yayasan Kesehatan Telkom Pusat dan lebih tepatnya oleh bidang Yankesta (Layanan Kesehatan dan Kepesertaan), dengan dibantu oleh beberapa dokter, namun dokter tersebut bukanlah dokter praktek melainkan dokter staf di Yayasan Kesehatan Telkom Pusat. Program Paradigma 4P telah berlaku sejak awal 2013 hingga sekarang (26 Maret 2021).”

Sasaran dari Program ini adalah karyawan dan istri karyawan, ntuk anak-anak karyawan tidak mencakup semuanya, hanya pada fasilitas berobat saja. Dengan adanya program Paradigma Sehat 4P ini diharapkan adanya perubahan pada diri karyawan diantaranya adalah Pola makan sehat, pola aktivitas sehat, pola pikir sehat dan pola spiritual sehat.

Hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Lesmana, menyatakan bahwa :

“Cara menetapkan komunikator yang tepat oleh Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat “4P” dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung dilakukan dengan memilih orang yang tepat dan sesuai dengan keahlian juga profesi dalam bidangnya masing-masing dan seluruh komunikator tersebut menyampaikan seluruh pesannya secara langsung maupun tidak langsung (29 Maret 2021)”.

Hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Yusriman, menyatakan bahwa :

“Efek yang diberikan oleh Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat “4P” dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung adalah membuat karyawan Telkom memahami terlebih dahulu apa yang dimaksud paradigma sehat, kemudian memberikan efek agar karyawan dapat mengimplemantasikan program tersebut, dan terakhir merealisasikan program tersebut kedalam diri masing-masing karyawan agar pola hidup sehat dilakukan dengan menggunakan program paradigma sehat 4P ini. Efek secara fisik yang terlihat adalah dengan adanya fasilitas kesehatan yang akan menunjang aktivitas jika melakukan pola hidup sehat yang baik (30 Maret 2021)”.

Langkah pertama yang dilakukan dalam strategi komunikasi ini dilakukan dengan menunjuk komunikator yang tepat untuk menyampaikan program tersebut kepada karyawan PT.Telkom, komunikator yang tepat itu ditentukan dari masing-masing pola dalam program paradigma sehat 4P tersebut. Pola dalam program paradigma sehat 4P tersebut adalah Pola Makan, Pola Aktivitas, Pola Pikir, dan Pola Spiritual. Masing-masing dari pola tersebut disampaikan oleh komunikator yang berbeda. Karena, konteks yang disampaikan pun berbeda dan membutuhkan keahlian khusus dalam menyampaikan berbagai Pola tersebut.

2. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu serta memperhatikan isi pesan dan lambang yang disampaikan, apapun pesan yang disampaikan dalam komunikasi harus dimengerti.

Berdasarkan uraian di atas tujuan pengkajian pesan komunikasi bertujuan menghindari pengucapan kata-kata yang mengandung perkataan yang kurang tepat sehingga perlu memperhatikan isi pesan yang akan disampaikan sehingga isi pesan maupun lambang yang disampaikan diberi penjelasan mengenai makna yang dimaksudkan sehingga dapat jelas terpahamidan apabila pengkajian ini kurang baik maka akan menimbulkan pemahaman yang salah mengenai tujuan pesan yang akan disampaikan oleh sumbersehingga pesan yang disampaikan tidak tepat sasaran.

Setelah menentukan siapa komunikator yang tepat kemudaiian tentulah pesan tersbut haru di sampaikan dengan melakukan penyusunan pesan, Menyusun pesan sangatlah penting terutama karena yang menjadi sasaran penelitian dan komunikasi adalah karyawan PT.Telkom Indonesia Tbk, yang rata-rata sudah berusia dewasa, jadi pesan yang disampaikan haruslah serius dan mengarah kearah keuntungan bagi dirinya masa yang akan datang juga memperhatikan berbagai manfaat dan dampak yang akan terjadi jika tidak melakukan dan tidak melakukan dalam menerapkan pola hidup sehat yang baik.

Hasil wawancara dengan Manager Community Development Center yaitu Bapak Azril, menyatakan bahwa :

“Penyusunan pesan yang dilakukan oleh yakes Telkom sudah sangat terstruktur dan terencana. Karena jika dilihat dan dipahami, penyusunan

pesan tersebut sudah dibagi-bagi dan disusun sesuai dengan pembagian pola dalam paradigma sehat tersebut. Pesan yang berkaitan dengan pola makan berbeda dengan pola aktivitas, pola aktivitas pun berbeda dengan pola spiritual dan pola pikir. Namun penyusunan pesan antara pola pikir dan pola spiritual keduanya saling berkesinambungan, karena makna dari adanya pola pikir dan pola spiritual ini agaknya saling berkaitan. Dari keempat pola tersebut tentunya masing-masing memiliki pesan yang sesuai dengan keperluannya pada pola tersebut (25 Maret 2021).”

Unit *Human Resources Development (HRD)* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru merupakan perpanjangan tangan dari Yayasan Kesehatan Telkom Pusat menggunakan berbagai media unik dan inovatif dalam melakukan komunikasi kesehatan terkait program Paradigma Sehat 4P tersebut. Unit *Human Resources Development (HRD)* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru menggunakan media komunikasi verbal dan konvensional seperti sosialisasi terkait program Paradigma Sehat 4P serta pemasangan banner terkait program Paradigma Sehat 4P yang berisi tentang akibat serta resiko penyakit yang akan diderita apabila tidak mengikuti program Paradigma Sehat 4P. Selain itu, unit *Human Resources Development (HRD)* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru juga menggunakan media komunikasi massa berbasis digital, seperti penyediaan fasilitas Portal Kesehatan Telkom.

Hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Lesmana, menyatakan bahwa :

“Dalam proses penyampaian pesan kesehatan sangat perlu diperhatikan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh unit Human Resource Development (HRD) terhadap seluruh karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru. Sebagai seorang komunikator, Human Resource Development (HRD) memiliki cara khusus untuk mendorong karyawan agar sadar akan kesehatan dan mau melaksanakan program Paradigma Sehat 4P yang telah di sediakan secara efektif. Unit Human Resource Development (HRD) menggunakan bentuk komunikasi interpersonal, kelompok dan organisasi (29 Maret 2021).”

Portal Kesehatan Telkom merupakan fasilitas yang disediakan oleh Yayasan Kesehatan Telkom Pusat bagi seluruh karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, termasuk karyawan di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru, dimana untuk mengakses informasi kesehatan serta segala sesuatu yang berkaitan dengan program Paradigma Sehat 4P, maka setiap karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru diberikan username ID untuk login ke halaman Portal Kesehatan Telkom tersebut. Portal Kesehatan Telkom menyajikan menu info kesehatan dan juga artikel kesehatan serta segala informasi terkait program Paradigma Sehat 4P. Selain fasilitas tersebut, karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru juga diberikan kemudahan untuk mengakses hasil Medical Check Up (MCU) mereka melalui Portal Kesehatan Telkom maupun aplikasi Yakes Telkom Mobile.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Rudi, menyatakan bahwa :

“Didalam komunikasi Organisasi ini diharapkan perhatian dan konsentrasi karyawan untuk memperhatikan dan memahami pesan kesehatan yang disampaikan oleh unit Human Resource Development, karna unit Human Resource Development akan menjelaskan dan menginstruksikan informasi dari isi program Paradigma Sehat 4P yang akan dilakukan sesuai jadwal. Dalam bentuk komunikasi Organisasi ini unit Human Resource Development harus memperhatikan kecepatan berbicara, vocal, dan intonasi yang tepat, agar karyawan memahami informasi yang diberikan (25 Maret 2021)”

Hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Yusriman, menyatakan bahwa :

“Penyusunan pesan yang dilakukan Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat “4P” dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung adalah dengan membagi program paradigma sehat 4P kedalam empat pola hidup sehat,

yaitu Pola Makan, Pola Aktivitas, Pola Spiritual, dan juga Pola Pikir. Keempat pola tersebut memiliki masing-masing pesan yang berbeda namun tujuannya sama yakni untuk menciptakan pola hidup sehat (30 Maret 2021)”.

Penyusunan pesan yang dilakukan oleh yakes Telkom sudah sangat terstruktur dan terencana. Karena jika dilihat dan dipahami, penyusunan pesan tersebut sudah dibagi-bagi dan disusun sesuai dengan pembagian pola dalam paradigma sehat tersebut. Pesan yang berkaitan dengan pola makan berbeda dengan pola aktivitas, pola aktivitas pun berbeda dengan pola spiritual dan pola pikir. Namun penyusunan pesan antara pola pikir dan pola spiritual keduanya saling berkesinambungan, karena makna dari adanya pola pikir dan pola spiritual ini agaknya saling berkaitan. Dari keempat pola tersebut tentunya masing-masing memiliki pesan yang sesuai dengan keperluannya pada pola tersebut.

3. Peranan komunikator dalam komunikasi

Peranan komunikator dalam komunikasi, ada faktor yang penting pada diri komunikator bila melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

Berdasarkan uraian tersebut seorang komunikator dalam menghadapi komunikan haruslah bersikap empatik yaitu kemampuan seseorang untuk menggambarkan dirinya kepada orang lain dengan perkataan yang dapat dirasakan oleh orang lain sehingga dapat tersampaikan perasaan dari komunikator sehingga memiliki daya tarik bagi seorang komunikator yang akan mampu mengubah sikap serta perilaku komunikan melalui daya tarik komunikan sehingga ada persamaan antara komunikator dengan komunikan yang akan menimbulkan kepercayaan

komunikasikan pada komunikator yang tercermin pada kehandalan komunikator dalam menyampaikan informasi kepada komunikan.

Komunikasi kesehatan yang dilakukan Yayasan Kesehatan Telkom bertujuan untuk mengajak dan mengarahkan seluruh karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru agar dapat menanamkan pola hidup sehat dalam keseharian pada diri masing-masing individu karyawan yang pada dasarnya sebagai upaya pemberdayaan karyawan untuk tahu, mau, dan mampu dalam menanamkan pola hidup sehat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager Community Development Center yaitu Bapak Azril, menyatakan bahwa :

“Dengan menggunakan pendekatan komunikasi orang akan melakukan apa yang dikehendaki komunikatornya, dan seolah-olah komunikan itu melakukan pesan komunikasi atas kehendaknya sendiri. Seperti halnya ketika unit Human Resources Development (HRD) PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru meyakinkan para karyawannya terkait pentingnya keikutsertaan mereka dalam menjalankan program peningkatan pola hidup sehat di lingkungan kerja perusahaan, sehingga akan membuat para karyawan akan mematuhi dan berusaha melaksanakan serta berpartisipasi dalam program peningkatan pola hidup sehat tersebut. Disinilah peran strategi komunikasi akan terlihat dan akan mampu mewujudkan tujuan dari komunikasi (25 Maret 2021).”

Dalam hal ini, untuk memberikan persepsi dan pemahaman tentang program peningkatan pola hidup sehat bagi karyawan strategi komunikasi dapat menunjang kelancaran dalam pelaksanaan program peningkatan pola hidup sehat di lingkungan kerja perusahaan yaitu mampu memunculkan motivasi karyawan untuk hidup sehat. Sifat strategi komunikasi yang membujuk dapat meyakinkan para karyawan, bahwa informasi mengenai pentingnya menjaga pola hidup sehat, seperti mengkonsumsi makanan yang sehat serta rutin berolahraga yang

disampaikan oleh pihak perusahaan sangat penting untuk dipahami. Sehingga para karyawan dengan sendirinya akan termotivasi untuk menerapkan informasi yang didapat. Dengan strategi komunikasi, unit *Human Resources Development (HRD)* mampu mengajak karyawan untuk berinteraksi dengan baik tanpa ada pemaksaan. Sehingga motivasi untuk menerapkan pola hidup sehat akan muncul dari dalam diri karyawan itu sendiri.

Hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Lesmana, menyatakan bahwa :

“Banyak sekali efek positif yang akan didapat jika semua orang menerapkan program paradigma sehat ini dalam kehidupan sehari-hari. Selain setiap individu akan sehat secara jasmani, individu pun akan sehat secara rohani karena dibimbing dengan pola pikirdan pola spiritual yang sangat baik. Efek yang diberikan oleh Yakes Telkom tentunya sangat banyak sekali bagi kesehatan tubuh, salah satu buktinya yakni yakes Telkom membuat VIP Fitness and Healt Centeryang dibuat dengan tujuan kesehatan karyawan PT. Telkom. Jadi, kesehatan itu tidak hanya diukur dengan meminum obat-obatan yang diberikan oleh dokter kepada pasien ketika sedang sakit saja, namun haruslah dibuat pencegahan sedini mungkin agar penyakit yang bersarang dalam tubuh sedikit demi sedikit menghilang dalam tubuh dan akan berganti dengan kesehatan yang sangat berarti (29 Maret 2021)”

Pemilihan media Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat “4P” dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Pekanbaru dengan menggunakan media cetak dan media online. Media cetak yang digunakan oleh yakes Telkom diantaranya adalah *pamphlet*, *leaflet*, *banner*, dan *exbanner*. Sedangkan media *online* yang digunakan adalah *website yakestelkom.co.id* dan *juga udoctor.co.id*.

4. Pemilihan media komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih media langsung atau media tidak langsung, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.

Berdasarkan uraian di atas pemilihan media komunikasi akan dipilih tergantung dari mana yang terbaik karena setiap media komunikasi memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing tentunya itu akan bergantung kepada media yang akan disampaikan seperti media langsung merupakan proses komunikasi yang terjadi dua arah antara komunikator dengan komunikan ataupun media tidak langsung yang melalui media sebagai alat untuk berkomunikasi hal initergantug pada informasi yang akan disampaikan, mengingat media komunikasi sangatlah beragam mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang saat ini banyak dipergunakan sehingga tinggal memilih mana yang terbaik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manager Community Development Center yaitu Bapak Azril, menyatakan bahwa :

“PT. Telekomunikasi Indonesia menggunakan media-media komunikasi dalam menunjang dan memperlancar proses penyampaian pesan kesehatan. Dalam komunikasi dengan karyawan di kantor, unit Human Resource Development menggunakan media seperti website, email, banner, dan brosur. Adanya media komunikasi kesehatan ini maka proses penyampaian pesan kesehatan yang dilakukan unit Human Resource Development terhadap karyawan dapat berjalan efektif untuk menunjang penerapan peningkatan pola hidup sehat karyawan (25 Maret 2021).”

Yakes Telkom dalam pemilihan media tentunya memanfaatkan seluruh media yang dirasa layak dan diyakini akan tepat sasaran jika media tersebut digunakan sebagai perantara penyebaran sebuah informasi. Banyak sekali media yang digunakan oleh yakes Telkom untuk menyebarluaskan informasi mengenai

program paradigma sehat 4P tersebut yakni adanya *e-learning pretest posttest*, *website udoctor.co.id*, *website yakes Telkom* dan *email* pada media online.

Hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Lesmana, menyatakan bahwa :

“Pemilihan media Yayasan Kesehatan Telkom melalui Program Paradigma Sehat “4P” dalam Meningkatkan Pola Hidup Sehat Karyawan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Bandung dengan menggunakan media cetak dan media online. Media cetak yang digunakan oleh yakes Telkom diantaranya adalah pamphlet, leaflet, banner, dan exbanner. Sedangkan media online yang digunakan adalah website yakestelkom.co.id dan juga udoctor.co.id (25 Maret 2021)”.

Untuk lebih jelasnya berikut pembagian media komunikasi kesehatan dalam proses penyampaian pesan kesehatan :

- a. Media Visual adalah media yang bisa dilihat, dibaca dan diraba. Media ini mengandalkan indra penglihatan dan peraba. Berbagai jenis media ini sangat mudah untuk didapatkan. Contoh media yang sangat banyak dan mudah untuk didapatkan maupun dibuat sendiri. Contoh: media foto, gambar, komik, gambar tempel, poster, majalah, buku, miniatur, alat peraga dan sebagainya. Media Visual yang digunakan dalam komunikasi kesehatan karyawan pada Program Paradigm Sehat 4P yaitu : Buku panduan kegiatan kesehatan, banner, dan gambar.
- b. Media Audio adalah media yang bisa didengar saja, menggunakan indra telinga sebagai salurannya. Contohnya: suara, musik, lagu, alat musik, siaran radio dan kaset suara atau CD dan sebagainya. Penyampaian pesan dan informasi kesehatan yang dilakukan oleh unit *Human Resource Development*

terhadap karyawan melalui telepon dilakukan apabila karyawan sedang berada diluar kota / sakit disebut juga media audio.

- c. Media Audio Visual adalah media yang bisa didengar dan dilihat secara bersamaan. Media ini menggerakkan indra pendengaran dan penglihatan secara bersamaan. Contohnya: media drama, pementasan, film, televisi. Internet termasuk dalam bentuk media audio visual, tetapi lebih lengkap dan menyatukan semua jenis format media, disebut Multimedia karena berbagai format ada dalam internet (Rudi susilana dan Cepi Riyana, 2009). Melalui salah satu kegiatan pada Program Paradigma Sehat 4P setelah karyawan melakukan *Medical Check Up* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru memiliki website sendiri yang bisa diakses melalui internet oleh seluruh karyawan dengan cara login NIP untuk mengetahui hasil *Medical Check Up* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Rudi, menyatakan bahwa :

“Media merupakan sarana pendukung yang sangat penting dalam proses menjalankan suatu program Paradigma Sehat 4P untuk meningkatkan pola hidup sehat karyawan. Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Media komunikasi juga mendorong minat karyawan untuk lebih tertarik kepada program Paradigma Sehat 4P yang disampaikan dan memudahkan unit Human Resource Development dalam menyampaikan pesan komunikasi kesehatan yang diberikan. Media komunikasi ini berupa audio, visual, dan audiovisual (30 Maret 2021)”.

Seluruh pesan yang disampaikan oleh komunikator tentunya harus memanfaatkan media, media adalah segala bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Media merupakan sebuah perantara dan

sarana dimana semua pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada komunikan. Kebanyakan media digunakan untuk mempermudah untuk menyebarkan informasi. Karena media merupakan saluran yang baik untuk menyampaikan pesan kepada target atau komunikan.

Hasil wawancara dengan karyawan PT. Telkom yaitu Bapak Yusriman pada tanggal 29 Maret 2021, menyatakan bahwa :

“Adanya media komunikasi kesehatan ini maka proses penyampaian pesan kesehatan yang dilakukan unit Human Resource Development terhadap karyawan dapat berjalan efektif untuk menunjang penerapan peningkatan pola hidup sehat karyawan (29 Maret 2021)”.

Dari berbagai media tersebut Yakes Telkom tentunya memanfaatkan kecanggihan dari media tersebut untuk sarana dalam menyampaikan pesan-pesan dan informasi dalam hal apapun. Salah satunya adalah dengan menyebarkan pesan mengenai paradigma sehat 4P. Dalam ketiga jenis media tersebut Yakes Telkom hampir menggunakan semua jenis media tersebut. Tentunya Yakes Telkom sebagai lembaga yang bergerak dibidang kesehatan membutuhkan pemanfaatan teknologi komunikasi untuk menyebarkan pesan kesehatan dari Yakes Telkom kepada karyawan, karyawan Telkom, keluarga, dan juga pensiunan.

C. Pembahasan

Dengan adanya berbagai informasi yang diberikan yakes melalui berbagai macam cara diantaranya dengan memilih komunikator yang tepat dan juga penyusunan pesan yang terstruktur beserta pemilihan media yang tepat dan disesuaikan dengan kebutuhan, maka hendaknya efek yang diberikan akan berdampak positif kepada karyawan, keluarga, dan pensiunan. Pengaruh adalah

daya atau efek yang ditimbulkan dari sesuatu baik itu dari benda atau dari seorang komunikator. Hal tersebut dapat merubah diri seseorang karena pesan yang disampaikan tersebut.

Efek pun merupakan sesuatu yang membuat seseorang bisa memutuskan ya atau tidak suatu keputusan diambil dalam hidupnya karena efek positif yang diberikan. Karena, efek pun ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Efek tentunya sangat bisa mengontrol pola pikir dan paradigma seseorang terhadap suatu hal. Efek sangat menentukan keputusan seseorang maka efek harus difikirkan secara baik agar dampak dan timbal balik yang diberikan kepada si komunikan kepada komunikator positif. Karena sangat pentingnya efek pada strategi komunikasi maka efek haruslah diberikan kepada komunikator tepat dan langsung mengenai pesan apa yang memang ingin disampaikan. Karena efek merupakan penentu keberhasilan dari sebuah strategi komunikasi.

Banyak sekali efek positif yang akan didapat jika semua orang menerapkan program paradigma sehat ini dalam kehidupan sehari-hari. Selain setiap individu akan sehat secara jasmani, individupun akan sehat secara rohani karena dibimbing dengan pola pikir dan pola spiritual yang sangat baik. Efek yang diberikan oleh Yakes Telkom tentunya sangat banyak sekali bagi kesehatan tubuh, salah satu buktinya yakni yakes Telkom membuat *VIP Fitness and Healt Center* yang dibuat dengan tujuan kesehatan karyawan PT.Telkom.

Jadi, kesehatan itu tidak hanya diukur dengan meminum obat-obatan yang diberikan oleh dokter kepada pasien ketika sedang sakit saja, namun haruslah dibuat pencegahan sedini mungkin agar penyakit yang bersarang dalam tubuh

sedikit demi sedikit menghilang dalam tubuh dan akan berganti dengan kesehatan yang sangat berarti. Salah satunya dengan melakukan pola aktivitas yang sangat baik seperti berolahraga dan juga melakukan aktivitas melalui fitness yang sudah disediakan di yakes Telkom. Namun sayangnya tempat fitness yang dikelola oleh yakes Telkom masih terlihat sedikit pengunjung, hanya terlihat beberapa orang yang berkunjung, hal tersebut data berkaitan dengan publikasi dan penyebaran informasi yang kurang dan tidak sampai kepada beberapa karyawan, keluarga, dan juga pensiunan. Terutama, dengan adanya penarikan tarif jika ingin melakukan fitness ditempat tersebut. Namun, sebenarnya tarif yang dipasang tidak terlalu tinggi bagi karyawan yang ingin berolahraga disana, malahan jika pensiunan yang datang kesana tidak dikenakan biaya atau gratis. Hal ini, didukung dengan kurangnya publikasi dan keterbukaan atas tarif yang diberikan karena pandangan seseorang akan sesuatu hal itu berbeda, maka haruslah dilakukan ketransparanan dalam penarikan biaya agar tempat fitness tersebut ramai dikunjungi oleh banyak peserta.

Dalam hal ini, karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru memahami pesan komunikasi yang disampaikan mengenai program Paradigma Sehat 4P oleh unit *Human Resource Development (HRD)*. Sehingga unit *Human Resources Development (HRD)* suatu perusahaan meyakinkan para karyawan terkait pentingnya keikutsertaan mereka dalam menjalankan program peningkatan pola hidup sehat di lingkungan kerja perusahaan tersebut, sehingga hal tersebut akan membuat para karyawan akan mematuhi dan berusaha melaksanakan serta berpartisipasi dalam program peningkatan pola hidup sehat tersebut.

Disinilah peran strategi komunikasi yang efektif akan terlihat dan akan mampu mewujudkan tujuan dari komunikasi. Dari penelitian yang telah dilakukan, maka penulis akan membahas komunikasi kesehatan unit *Human Resource Development (HRD)* dalam meningkatkan pola hidup sehat karyawan di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, Pekanbaru yaitu bagaimana bentuk, media dan hambatan komunikasi kesehatan dalam proses tercapainya tujuan.

Situasi dan kondisi yang digunakan oleh unit *Human Resource Development (HRD)* sebagai komunikator sengaja di persiapkan secara khusus untuk mencapai perubahan peningkatan pola hidup sehat sasaran. Untuk memberikan persepsi dan pemahaman tentang program peningkatan pola hidup sehat bagi karyawan di lingkungan kerja perusahaan. Selain itu, strategi komunikasi dapat menunjang kelancaran dalam pelaksanaan program peningkatan pola hidup sehat di lingkungan kerja perusahaan yaitu mampu memunculkan motivasi karyawan untuk hidup sehat. Sifat strategi komunikasi yang membujuk dapat meyakinkan para karyawan, bahwa informasi mengenai pentingnya menjaga pola hidup sehat, seperti mengkonsumsi makanan yang sehat serta rutin berolahraga yang disampaikan oleh pihak perusahaan sangat penting untuk dipahami. Sehingga para karyawan dengan sendirinya akan termotivasi untuk menerapkan informasi yang didapat.

Dengan strategi komunikasi, unit *Human Resources Development (HRD)* mampu mengajak karyawan untuk berinteraksi dengan baik tanpa ada pemaksaan. Sehingga motivasi untuk menerapkan pola hidup sehat akan muncul dari dalam diri karyawan itu sendiri yang disampaikan melalui pesan komunikasi kesehatan.

Dimana komunikasi kesehatan yaitu penyebarluasan informasi kesehatan yang bermaksud mempengaruhi dan memotivasi individu, mendorong lahirnya lembaga atau institusi baik sebagai peraturan ataupun sebagai organisasi di kalangan audiens yang mengatur perhatian terhadap kesehatan. Komunikasi kesehatan meliputi informasi tentang pencegahan penyakit, promosi kesehatan, kebijaksanaan pemeliharaan kesehatan, regulasi bisnis dalam bidang kesehatan, yang sejauh mungkin merubah dan memperbaharui kualitas individu dalam suatu komunitas atau masyarakat dengan mempertimbangkan aspek ilmu pengetahuan dan etika. Unit *Human Resource Development (HRD)* melakukan proses komunikasi kesehatan dengan menyampaikan apa saja isi, kegiatan dan jadwal dari Program Paradigma Sehat 4P.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan yaitu Strategi Komunikasi PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dalam mensosialisasikan Program Paradigma Sehat 4P, yaitu sudah dilaksanakan dengan menggunakan media-media komunikasi dalam menunjang dan memperlancar proses penyampaian pesan kesehatan (media visual, audio dan audio visual), seperti website, email, telepon, banner, dan brosur. Kemudian faktor-faktor dalam menyusun strategi komunikasi antara lain mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peranan komunikator dalam komunikasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yaitu :

1. Untuk peningkatan efektifitas Program Paradigma Sehat 4P pada PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan dengan permasalahan yang ada di lapangan dalam hal pemberian fasilitas program, maka perusahaan seharusnya membuat program yang secara berkelanjutan sehingga benar-benar efektif dalam penyelesaian masalah sosial.
2. PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Riau Daratan belum mempunyai pelaporan yang jelas mengenai hasil atas pelaksanaan Program Paradigma

Sehat 4P, seharusnya perusahaan membuat pelaporan yang jelas dan merinci mengenai pelaksanaan perkembangan program dapat dijadikan sebagai tolak ukur dan evaluasi sehingga program selanjutnya menjadi lebih baik.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2008, Metode Penelitian Kualitatif, Predana Mulia, Jakarta.
- Budyatna, Muhammad. 2011. Teori Komunikasi Antarpribadi. Kharisma. Putra Utama. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____. 2003. Pengantar Ilmu Komunikasi. Edisi 1, Cet 4, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Chaer, Abdul. 2007. Metode Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Devito, Joseph A. 2004. Komunikasi Antarmanusia. Profesional Books. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- _____. 2003 Ilmu Teori dan Filsqfat Komunikasi. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- Gitosudarmo, Indriyo dan Agus Mulyono. 2001. Prinsip Dasar Manajemen. Kanisius. Yogyakarta.
- Huraerah. Abu. 2007. Kekerasan Terhadap Anak. Penerbit Nuansa. Jakarta.
- Hardjana, Agus M. 2003, Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal. Kanisius. Yogyakarta.
- Harahap, Edi dan Ahmad Syarwani. 2016. Komunikasi Antar Pribadi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hari Gunawan. 2013. Strategi Humas BKKBN dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana Di Kota Pekanbaru. Universitas Riau.
- Liliwari, Alo. 2011. Komunikasi Verbal dan Non Verbal, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana. Jakarta.

- Marina. 2013. Strategi Humas Studi Tentang Strategi Humas PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Dalam Mempromosikan Listrik Pra Bayar Di Area Balikpapan. Universitas Brawijaya.
- Muhammad, Arni. 2009. Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Moleong, J. Lexy. 2010. Metode Penelitian Kualitatif, edisirevisi, cet 21, Remaja Rosakarya, Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2008. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Remaja. Rosdakarya. Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Psikologi Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sarwono, W. S. 2009. Pengantar Psikologi Umum. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sugiyono, 2012, Metode Penelitian. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Tinambunan, W.E. 2010. Teori — teori komunikasi. Swakarya, Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.
- Yuliana. 2014. Strategi Humas Dinas Perhubungan Komunikasi Dan Informatika Dalam Mensosialisasikan Bus Trans Metro Pada Masyarakat Pekanbaru. Universitas Riau.