

## STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN PROVINSI RIAU DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM IMUNISASI *MEASLES-RUBELLA*

<sup>1</sup>Fadila Isra, <sup>2</sup>Artis

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: fadilaisra@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program imunisasi *measles-rubella* (MR). Imunisasi MR merupakan program Kementerian Kesehatan RI yang bertujuan agar Indonesia bebas campak dan rubella di tahun 2020. Maka peneliti merumuskan permasalahannya yaitu “Bagaimana strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program imunisasi *measles-rubella*”. sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program imunisasi *measles-rubella*. informan penelitian ini ada tiga orang yaitu kepala bidang pencegahan dan pengendalian penyakit, kepala seksi survailain dan imunisasi, dan kepala seksi promosi kesehatan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian dan wawancara yang telah peneliti lakukan adalah secara keseluruhan strategi komunikasi telah dilakukan namun sosialisasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau belum maksimal karena belum tercapainya target imunisasi yang telah ditetapkan dan masih terjadinya kontroversi ditengah masyarakat di Provinsi Riau

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Program Imunisasi *Measles-Rubella*

### Pendahuluan

Imunisasi *Measles-Rubella* merupakan program yang dibuat oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia untuk memutus mata rantai penularan penyakit campak dan rubella, Imunisasi ini diberikan kepada anak usia 9 bulan–15 tahun. Imunisasi *Measles Rubella* (MR) diberikan kepada anak untuk melindunginya dari penyakit kelainan bawaan, seperti gangguan pendengaran, gangguan penglihatan, kelainan jantung dan retardasi mental yang disebabkan adanya infeksi rubella pada saat kehamilan. Untuk mensukseskan program ini Kemenkes RI menunjuk Dinas Kesehatan Provinsi di seluruh Indonesia sebagai koordinator di setiap provinsinya termasuk Provinsi Riau. Target imunisasi untuk di Provinsi Riau adalah 95 persen dari 1,95 juta anak usia 9 bulan–15 tahun<sup>1</sup>.

Namun Provinsi Riau hanya mencapai 45,19 % dari 95% target yang telah ditetapkan. Meskipun hasilnya masih jauh dari target yang ditetapkan. Dinas Kesehatan Provinsi memiliki wewenang dan cara-cara tersendiri dalam memberikan sosialisasi

---

<sup>1</sup> HalloRiau.com, “Dari Sasaran 1,9 Juta Anak, Vaksinasi MR di Riau Capai 37.3 Persen”, Dalam <http://www.hallor Riau.com/read-otonomi-106774-2018-10-24-dari-sasaran-19-juta-anak-vaksinasi-mr-di-riau-capai-373-persen.html>, (diakses 20 Novemvber 2018)

imunisasi *measles-rubella* ini. Pasti ada strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Riau agar masyarakat menerima program ini sehingga programnya dapat berjalan meskipun belum mencapai hasil maksimal. Langkah-langkah dan cara tersebut tentunya memiliki prosedur yang sistematis dan strategis.

Untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan untuk mensosialisasikan program imunisasi *measles rubella* tersebut. Untuk mengetahui strategi tersebut, peneliti akan mengadakan penelitian ilmiah dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi *Measles-Rubella*”**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam mensosialisasikan program Imunisasi *Measles-Rubella*.

### **Langkah-Langkah Strategi Komunikasi**

#### 1) Menetapkan Komunikator

Komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Komunikator harus memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator, yakni: 1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas), 2) daya tarik (*attractive*) dan 3) kekuatan (*power*).

Kredibilitas dapat diperoleh dari kompetensi (*competence*), sikap (*attitude*), tujuan (*intention*), kepribadian (*personality*), dan dinamika (*dinamism*). Daya tarik (*attractive*) disebabkan karena cara bicara sopan, murah senyum, cara berpakaian yang apik dan cerdas. Kekuatan (*power*) disini yaitu kekuatan yang dimiliki seorang komunikator melalui argumentasinya dan kekuatan dalam mengendalikan emosi pendengarnya.

#### 2) Menetapkan Target Sasaran

Masyarakat yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting dikarenakan semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka dan merekalah yang menentukan berhasil tidaknya suatu program, sebab bagaimanapun besarnya biaya, waktu dan tenaga yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik pada program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sia-sia.

#### 3) Menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Menurut bentuknya, simbol yang disampaikan dapat dibedakan atas dua macam, yakni simbol verbal dan simbol non verbal. Simbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa.

Untuk mengelola dan menyusun pesan yang mengena dan efektif perlu memperhatikan beberapa hal berikut:

- a) Harus menguasai lebih dahulu pesan yang disampaikan, termasuk struktur penyusunannya yang sistematis
- b) Mampu mengemukakan argumentasi secara logis. Untuk itu harus mempunyai alasan berupa fakta dan pendapat yang bisa mendukung materi yang disajikan.
- c) Memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa (*vocal*), serta gerakan-gerakan tubuh yang menarik perhatian pendengar.
- d) Memiliki kemampuan membumbui pesan berupa humor untuk menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan pendengar

Beberapa teknik penyampaian pesan yang bersifat informatif, persuasif dan mendidik. Pesan yang bersifat informatif, yakni pesan yang disampaikan berupa informasi, sesuatu yang merupakan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh penerima. Pesan yang bersifat persuasif, yakni berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan.

#### 4) Memilih Media dan Saluran Komunikasi

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Berikut bentuk-bentuk media atau saluran komunikasi:

##### a) Media Lama, sebagai berikut;

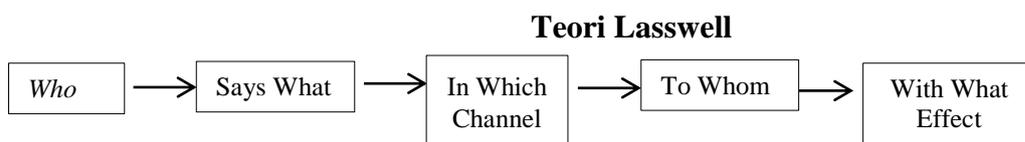
1. Media cetak (surat kabar, tabloid, buku, buletin atau selebaran)
2. Media elektronik (program talk show di stasiun TV, radio)
3. Media luar ruang (spanduk, baliho, reklame, iklan bus, atau kereta api, *electronic board*, bendera, umbul-umbul dan balon)
4. Media format kecil (*leaflet*, selebaran, brosur, poster, kalender, stiker, pin/lencana, kaos oblong, dasi, *blocknotes*, payung, kantong, jinjingan, topi, baju rompi dan sebagainya).
5. Saluran komunikasi kelompok (kelompok partai, kelompok sosial, atau kelompok profesi).
6. Saluran komunikasi publik (sifatnya tatap muka, terbuka dan langsung, misalnya acara komunitas tertentu, kampanye terbuka di alun-alun, rapat akbar, turnamen olah raga, pagelaran musik di kampus, pasar murah dan sebagainya).
7. Saluran komunikasi antar pribadi (bersifat tatap muka dan pesan-pesannya sangat pribadi, misalnya surat-menyurat, telepon, sms, anggota keluarga, sahabat dan teman kantor)
8. Saluran komunikasi tradisional (pesta adat, upacara kelahiran, upacara kematian, upacara perkawinan, pesta panen, upacara perdamaian dan lainnya).

##### b) Media Baru, sebagai berikut;

1. Internet (email, website/electronic newspaper, face book, twitter, blog).
2. Telepon seluler dan SMS.<sup>2</sup>

#### Teori Lasswell sebagai Teori Pendukung Strategi Komunikasi

Menurut formula yang dibuat Harold D Lasswell<sup>3</sup>, yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya. Formula Lasswell dapat digambarkan sebagai berikut;



Model ini secara umum memiliki 5 (lima) unsur, yaitu a) Komunikator atau sumber, b) Pesan, c) Media, d) komunikan atau khalayak, e) Efek atau dampak. Unsur-unsur dalam komunikasi

<sup>2</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 113

<sup>3</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 98

tersebut telah dijelaskan sebelumnya pada kerangka teori pada pembahasan mengenai unsur komunikasi.

## Metode

Jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Dinas Kesehatan Provinsi Riau Jl. Cut Nyak Dhien III Pekanbaru, Riau. Pada bulan 20 November 2018-28 Februari 2019. Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.<sup>4</sup> Informan penelitian ini adalah bapak H. Muhammad Ridwan, SKM., M.Kes selaku Kepala Bidang Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, dr. Siska Hidayani, M.Kes selaku Kepala Seksi Surveilain dan Imunisasi, dan ibu Rozita selaku Kepala Seksi Surveilain dan Imunisasi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Validasi data menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan antara hasil wawancara antara informan satu dengan informan lainnya, membandingkan hasil wawancara dan dokumen yang ada dengan pengamatan yang dilakukan. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, display data, verifikasi dan penegasan kesimpulan.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Menetapkan Komunikator

Komunikator adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi.<sup>5</sup> Seorang komunikator juga berperan dalam memberikan tanggapan, menjawab pertanyaan, dan masukan yang disampaikan oleh komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikator yang baik adalah komunikator yang dapat berkomunikasi dengan efektif dan tepat sasaran.

Untuk menjadi seorang komunikator harus memiliki kriteria tertentu dalam proses komunikasi, baik dari segi sosok kepribadian maupun dari kinerja dalam pekerjaan. Adapun hal-hal yang harus dimiliki seorang komunikator:

#### a. Kredibilitas

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki seorang komunikator sehingga bisa diterima oleh target sasaran.<sup>6</sup> Kredibilitas dapat berupa keahlian atau penguasaan komunikator pada masalah yang dibahasnya, memiliki sikap yang tegas dan toleransi. Merupakan seorang pribadi yang bersahabat, kemudian dalam penyampaian informasi atau pesan dapat mengemas pesan menjadi menarik sehingga komunikan tertarik untuk mendengarkan.

#### b. Daya tarik

Daya tarik bisa disebabkan karena cara bicara yang sopan, murah senyum, cara berpakaian yang rapi dan postur tubuh yang gagah, sehingga dapat menarik simpati komunikan.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi ,Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2010), 76

<sup>5</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persana, 2008), 85

<sup>6</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 108

<sup>7</sup> *Ibid* 109

c. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki seorang komunikator melalui argumentasinya dan kekuatan dalam mengendalikan emosi pendengarnya.<sup>8</sup>

Program Imunisasi *Measles Rubella* merupakan program yang dibuat oleh Kementerian Kesehatan RI yang di Koordinasi oleh Dinas Kesehatan Provinsi dan dijalankan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten/Kota dan puskesmas yang ada di kabupaten/kota dengan tujuan agar Indonesia terbebas dari campak dan rubella di tahun 2020 yang dibantu oleh Unicef dan WHO kemudian mendapat dukungan dari dinas pendidikan, kemenag, dinas sosial dan MUI. Dan program ini telah disosialisasikan kepada masyarakat dengan harapan masyarakat ikut berpartisipasi untuk mensukseskan program ini. Maka dari itu Dinas Kesehatan Provinsi Riau pastilah yang mensosialisasikan program ini di provinsinya.

Komunikator menjadi hal utama dalam sosialisasi program ini agar informasi sampai kepada masyarakat. Di Dinas Kesehatan Provinsi Riau salah satu yang memiliki kredibilitas adalah kepala dinas sendiri yaitu Dra. H. Mimi Yuliani Nazir, Apt, MM menjadi komunikator dalam sosialisasi program MR. Seorang kepala dinas yang memiliki kredibilitas dan kekuasaan tentunya memiliki syarat mutlak untuk menjadi komunikator.

Dalam pelaksanaan sosialisasi imunisasi MR ini, bukan hanya kepala dinas saja yang berkredibilitas menjadi komunikator namun juga kepala bidang, kepala seksi dan seluruh staff yang berhubungan dengan imunisasi MR yang telah dibekali ilmu dan pemahaman tentang campak dan rubella. Karena program imunisasi MR ini juga merupakan program dari pusat yaitu Kementerian Kesehatan RI, utusan dari kemenkes juga memiliki kredibilitas menjadi komunikator yaitu Unicef dan WHO. Kemudian lintas sektor yang berhubungan dengan target sasaran seperti kemenag, dinas pendidikan, dinas sosial, MUI, juga dapat dijadikan komunikator pendukung agar tujuan dari program ini dapat tercapai.

Yang menjadi daya tarik dalam sosialisasi ini adalah komunikator membawa infokus dan alat peraga yang menampilkan informasi-informasi penting mengenai imunisasi MR, mulai dari penyebabnya, bahaya, dan cara penanggulangannya. Setiap petugas program imunisasi juga menggunakan baju seragam program kampanye imunisasi MR setiap melakukan sosialisasi dan imunisasi.

Kekuatan seorang komunikator apabila mereka dapat mengendalikan emosi pendengarnya. Itu berarti komunikator tidak boleh terbawa suasana dan emosi ketika menanggapi komunikannya. Itu berarti komunikator harus sabar dalam mengenalkan dan menjelaskan, agar nantinya tujuan program ini dapat tercapai. Kemudian juga yang menjadi kekuatan adalah bagaimana pesannya sampai dan target kegiatannya tercapai. Sehingga apapun yang terjadi dilapangan tidak menjadi pengganggu bagi komunikator maupun petugas imunisasi.

Strategi komunikasi menetapkan komunikator sebagai langkah pertama dalam proses sosialisasi. Penyampaian pesan menjadi poros dalam melakukan sosialisasi. Dari penjelasan diatas komunikatornya sudah sesuai dengan kriteria seorang komunikator.

## 2. Menetapkan Target

Sesuai dengan strategi komunikasi dalam sosialisasi maka langkah selanjutnya setelah komunikator adalah menetapkan target sasaran atau khalayak yang akan menerima informasi. Menetapkan target sangat penting dilakukan sebelum sosialisasi untuk menentukan keberhasilan atau efektifnya suatu komunikasi. Komunikasi akan

---

<sup>8</sup> Ibid 110

berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan paduan dan pengertian yang pernah diperoleh komunikan.<sup>9</sup> Untuk itu tugas komunikator harus menyamakan presepsinya dengan komunikannya. Sehingga didapatlah peluang untuk mencapai keberhasilan baik dalam berkomunikasi maupun bersosialisasi.

Target sasaran komunikasi sosialisasi ini ada tiga yaitu lintas sektoral, petugas imunisasi (keduanya digolongkan kedalam kelompok berbeda karena berasal dari instansi yang berbeda) dan masyarakat yang memiliki anak berusia 9 bulan≤15 tahun. Sedangkan target sasaran imunisasinya adalah untuk anak berusia 9 bulan≤15 tahun. Dinas Kesehatan Provinsi Riau sebelum melakukan sosialisasi mereka melakukan pemetaan di setiap puskesmas di seluruh kabupaten/kota untuk mengetahui berapa target yang harus dicapai disetiap puskesmas dan sekolah. Karena targetnya adalah anak 9 bulan≤15 tahun maka yang harus di edukasi adalah orang tua dan guru agar tahu bahwa imunisasi MR ini penting untuk anak dan generasi penerus bangsa. Kepada orang tua untuk anak yang belum sekolah diberikan sosialisasi dan edukasi di puskesmas atau gedung yang disediakan dari desa atau daerah setempat dan untuk orang tua murid sekolah itu diberikan surat pengantar dan surat persetujuan bahwa disekolah akan dilakukan imunisasi MR dan orang tua memberikan izin dengan menandatangani surat tersebut. Untuk waktu sosialisasinya nanti dijadwalkan dari dinas kesehatan dan puskesmas kabupaten/kotanya masing-masing.

Dilakukan penetapan target ini berguna untuk menentukan berapa banyak sasaran disetiap daerah dan agar tidak terjadi kekurangan vaksin dan penyeimbang vaksinnnya. Strategi menetapkan target sasaran ini dipakai oleh dinas kesehatan untuk mempermudah mengetahui target perdaerah dan berapa banyak hasil yang telah dicapai dari program imunisasi MR.

### 3. Menyusun Pesan

Pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh seorang kepada khalayak dalam bentuk simbol atau kata-kata yang di presepsi oleh komunikan untuk mendapatkan suatu makna.<sup>10</sup> Menyusun pesan adalah menentukan tema dan materi tergantung dengan program yang disampaikan dan tujuannya untuk apa. Karena pesan memiliki sifat informatif, edukatif dan persuasi.

Untuk mengelola pesan yang mengena dan efektif ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pesan:

- a. Harus menguasai pesan yang akan disampaikan
- b. Mempunyai fakta terhadap apa yang disampaikan dan memiliki argumen yang logis
- c. Memiliki kemampuan untuk membuat intonasi bahasa serta gerakan tubuh yang menarik perhatian pendengar.
- d. Memiliki kemampuan membumbui pesan berupa humor, menarik perhatian dan mengurangi rasa bosan pendengar.<sup>11</sup>

Pesan adalah salah satu unsur komunikasi yang sangat penting dalam sosialisasi. Pesan selalu menyesuaikan dengan khalayak, baik itu dari segi materi dan media. Materi pesan yang disampaikan melalui komunikasi langsung seperti sosialisasi itu menggunakan pesan yang bersifat informatif, edukatif dan persuasif. Sedangkan pesan yang disajikan melalui media massa materi pesannya bersifat persuasif. Dalam komunikasi langsung biasa terjadi tanya jawab ataupun diskusi tentang imunisasi MR, makanya pesannya lebih detail tersampaikan dan mudah dipahami dibandingkan melalui media massa

<sup>9</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2013) h.13

<sup>10</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*,(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2013),113

<sup>11</sup> *Ibid* 116

Pada tahap penyusunan pesan, Dinas Kesehatan Provinsi Riau menyusun pesan berdasarkan dengan siapa target sarannya. Seperti jika pesannya untuk lintas sektor itu bersifat formal, pesannya lebih informatif dan edukatif. Jika target sarannya adalah petugas imunisasi pesannya lebih bersifat informatif dan edukatif tentang bagaimana cara penggunaan, apa saja yang harus disiapkan sebelum imunisasi dilakukan, pembagian tugas, pembuatan jadwal dan sebagainya sedangkan jika target sarannya adalah masyarakat pesan yang digunakan bersifat informatif, persuasif dan edukatif agar masyarakat memahami pesan dan dampaknya.

Strategi yang digunakan dinas kesehatan dalam penyusunan pesan untuk target sasaran sesuai dengan apa yang seharusnya dilakukan yaitu tepat dan sesuai sasaran.

#### 4. Memilih Media

Pemilihan media merupakan tahap akhir dari strategi komunikasi dalam sosialisasi. Pemilihan media harus menyesuaikan dengan khalayak. Memilih media harus mempertimbangkan karakteristik dan tujuan dari isi pesan yang ingin disampaikan, serta jenis media sesuai dengan karakter khalayak yang dituju.<sup>12</sup>

Mengenai pemilihan media dan saluran komunikasi, hasil pengamatan dan wawancara peneliti mengenai pemilihan media dan saluran komunikasi yang dilakukan Dinas Kesehatan Provinsi Riau adalah sebagai berikut:

- a. Media cetak: koran, buku, selebaran
- b. Media elektronik: TV, radio, infocus
- c. Media luar ruang: pemasangan spanduk disetiap tempat yang disosialisasikan, pemasangan baliho, papan reklame dan vidiotron.
- d. Media format kecil: *leaflet*, brosur, poster, *banner*, pin, kipas
- e. Saluran komunikasi kelompok: pertemuan antara dinas kesehatan provinsi dengan dinas kesehatan kabupaten/kota, puskesmas, sekolah di daerah.
- f. Saluran komunikasi publik : dinas kesehatan provinsi mengadakan pertemuan dengan lintas sektor (pejabat pemerintah daerah), internal bidang imunisasi untuk koordinasi, meminta dukungan dan kerja sama untuk mensukseskan program imunisasi MR
- g. Saluran komunikasi antar pribadi : Dinas Kesehatan Provinsi Riau melakukan komunikasi dengan cara surat menyurat dengan pihak pemerintah kabupaten/kota, melalui telepon, mengirim pesan dan juga melakukan komunikasi melalui secara langsung dengan tetangga disekitaran rumah.
- h. Internet : Dinas Kesehatan Provinsi Riau menggunakan instagram dan facebook dalam melakukan sosialisasi dan promosi

Hambatan merupakan suatu gangguan yang merusak jalannya suatu kegiatan yang sudah direncanakan atau dilaksanakan menjadi bermasalah sehingga target yang harusnya dicapai tidak dapat dipenuhi. Dalam proses sosialisasi imunisasi MR ini Dinas Kesehatan memiliki hambatan sebagai berikut:

- a. Edaran MUI pusat yang mempertanyakan kehalalan vaksin MR, sehingga kegiatan imunisasi diberhentikan sampai dikeluarkannya Fatwa MUI Nomor 33 tahun 2018.
- b. Masyarakat yang masih memperlmasalahkan halal-haramnya vaksin sehingga tidak mau anaknya di vaksin meskipun MUI sudah mengeluarkan fatwa yang mengatakan vaksin MR mubah.
- c. Masyarakat yang terpengaruh dengan berita hoax yang beredar sehingga menolak untuk memberikan izin anaknya diimunisasi

---

<sup>12</sup> *Ibid* 120

Meskipun mendapatkan hambatan, Dinas Kesehatan Provinsi Riau berhasil memberikan imunisasi kepada anak-anak di Riau sebanyak 45,19 persen yaitu 883.790 anak dari total keseluruhan anak di Riau yaitu sebanyak 1.955.700 anak. Keberhasilan Sosialisasi Program Imunisasi *Measles Rubella* ini tidak terlepas dari kegigihan Dinas Kesehatan Provinsi Riau dalam menghadapi hambatan yang terjadi dalam proses pelaksanaan sosialisasi. Maka dari itu, sekecil apapun hambatan ataupun gangguan janganlah diabaikan karena dapat menjadi penentu akan keberhasilan suatu kegiatan yang akan kita lakukan.

### Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah peneliti lakukan menghasilkan kesimpulan Strategi Komunikasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau Dalam Mensosialisasikan Program Imunisasi *Measles Rubella* belum maksimal karena target imunisasi belum tercapai dan hasil yang didapat masih jauh dari harapan yaitu dari 95% anak di Riau yang harus diberikan imunisasi Dinas Kesehatan Provinsi Riau hanya mampu memberikan imunisasi kepada 45,19%. Meskipun hasilnya belum maksimal, Dinas Kesehatan Provinsi Riau telah menggunakan langkah-langkah strategi komunikasi dengan baik. Hasil belum maksimal ini didapatkan dari kontraversi masyarakat mengenai kehalalan vaksin, dampaknya terhadap anak. Alasan lain orang tua atau masyarakat tidak mau mengimunisasi anaknya karena beredar berita hoax yang tidak diketahui kejelasan dan kebenaran dari informasi yang beredar sehingga orang tua takut hal tersebut akan terjadi pula pada anaknya jika diimunisasi makanya orang tua menolak mengimunisasi anaknya.

### Referensi

- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi ,Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Kencana. 2010)
- Cangara, Hafied. *Perencanaan dan Strategi Komunika*s. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- . *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persana, 2008
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya.2013)
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010),
- HalloRiau.com, "Dari Sasaran 1,9 Juta Anak, Vaksinasi MR di Riau Capai 37.3 Persen", Dalam <http://www.halloriau.com/read-otonomi-106774-2018-10-24-dari-sasaran-19-juta-anak-vaksinasi-mr-di-riau-capai-373-persen.html>.