KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS RUMAH SAKIT KHUSUS MATA "BINAR" PROVINSI SUMATERA SELATAN DALAM MENINGKATKAN MINAT SOSIALISASI KESEHATAN MATA MASYARAKAT PROVINSI SUMATERA SELATAN

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagaian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Strata I (SI) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Oleh :
MUHAMMAD NAUFAL RAMADHAN
07031381924138

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

"KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS RUMAH SAKIT KHUSUS MATA "BINAR" PROVINSI SUMATERA SELATAN DALAM MENINGKATKAN MINAT SOSIALISASI KESEHATAN MATA MASYARAKAT PROVINSI SUMATERA SELATAN"

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mencempuh

Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

Muhammad Naufal Ramadhan

07031381924138

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom		13/12/2022
NIP. 199205311201903 2018		

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196 06 61992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

"KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS RUMAH SAKIT KHUSUS MATA "BINAR" PROVINSI SUMATERA SELATAN DALAM MENINGKATKAN MINAT SOSIALISASI KESEHATAN MATA MASYARAKAT PROVINSI SUMATERA SELATAN"

Skripsi

Oleh :

MUHAMMAD NAUFAL RAMADHAN

07031381924138

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 29 Desember 2022

Pembimbing :	**Tanda Tangan**
1. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199205312019032018	
Penguji :	**Tanda Tangan**
1. Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 198902202022031006	
2. Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom NIP. 167107310579009	

Mengetahui,

a.n.Dekan FISIP UNSRI
Wakil Dekan I,

Dr. Ir. Azhar, S.H., M.Sc., LL.M
NIP. 195504271989031003

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Husin Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

PENYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Muhammad Naufal Ramadhan
NIM	:	07031381924138
Tempat dan Tanggal Lahir	:	Bekasi, 25 November 2001
Program Studi/Jurusan	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	*Komunikasi Persuasif Humas Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan Dalam Meningkatkan Minat Sosialisasi Kesehatan Mata Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 19 Desember 2022
Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL
0AE2AJX762064439

Muhammad Naufal Ramadhan
NIM : 07031381924138

MOTTO

"Edukasi Yang Baik adalah Investasi Untuk Hidup dan Edukasi Yang Baik Tidak Bisa Digunakan untuk Kompetisi Kepada Sejawat Pejuang Ilmu"

"Good Education is Investment for Life and Good Education Can't Used for Competitions with Science Fighters"

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. **Kedua Orangtuaku Tersayang, Ayah Totok Wibowo dan Bunda Yessi Gusleni.**
2. **Saudara Sulungku, Muhammad Firas Akram.**
3. **Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.**
4. **Almamater Universitas Sriwijaya.**

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbi'allamin penulis mengucapkan segala puji dan syukur yang sedalam-dalamnya atas rahmat dan Karunia-nya serta izin Allah SWT akhirnya penulis dapat menyusun Proposal Skripsi yang berjudul "Komunikasi Persuasif Humas Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan Dalam Meningkatkan Minat Sosialisasi Kesehatan Mata Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan". Sholawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad Nabi SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga zaman aamiin. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kebesaran Rahmat dan Berkah yang diberikan penulis dapat melanjutkan Proposal Skripsi yang ditujukan sebagai syarat kelulusan Sarjana Strata I (SI) Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Universitas Sriwijaya.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi banyak hambatan dan juga rintangan, namun berkat yang diberikan mendapat banyaknya dukungan dari berbagai pihak, khususnya dari kedua orang tua, Ayah H. Totok Wibowo, S.H dan bunda Hj. Yessi Gusleni, S.E., M.MTR yang selalu mendoakan, memotivasi, serta mendukung penulis, sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, terutama untuk :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijiya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
4. Bapak Oemar Badri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Sriwijaya beserta jajarannya yang telah memberikan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

5. Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah memberikan masukkan dan motivasi dalam selama pengerjaan skripsi.
6. Ibu Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak masukan serta bimbingan, nasihat, dan motivasi yang menenangkan penulis. Serta, bantuan dari segala bidang A-Z kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Sertin Agustina Amima, Ibu Elvira Humairah, dan Ibu Shelvianty Yoansyah selaku Staf Admin Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah membangun dalam hal berkas administrasi selama masa perkuliahan sampai dengan administrasi penulisan skripsi pada akhir perkuliahan.
8. Segenap dosen dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universtias Sriwijaya yang telah mendidik dan membagikan ilmunya sehingga peneliti dapat melakukan penyusunan skripsi dalam bidang komunikasi ini.
9. Ibu Hj. dr. Lady Kavotiner, Sp.M., MARS selaku Direktur Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan beserta jajajarannya yang telah memberikan kesempatan dalam membantu penulisan skripsi pada instansi.
10. Seluruh pihak Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang telah membantu penulis untuk memenuhi data dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Seluruh keluarga yang telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
12. Saudara kandung yang penulis sayangi, Kakak H. Muhammad Firas Akram, S.Psi., M.Psi yang telah memberikan masukan untuk terus semangat dalam penulisan skripsi dan memberikan motivasi kesehatan mental yang baik

13. Adjie Philanov, S.E., S.Sos dan dr. Cindy Era Saputri yang selalu menjadi tempat bertanya dan memberikan banyak masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
14. Teman-teman Putih Abu-abu yang penulis sayangi (Syafira Umrotin Hasanah dan Nadia Amelia Ardhana) yang selalu memberikan motivasi untuk semangat selama merantau di Palembang.
15. Teman-teman CA Gengs (Rinjani, Mey Deana Putri, dan Debie Ruth Amanda) yang penulis banggakan karena telah menjadi tempat penulis untuk bertanya seluruh hal tentang perkuliahan akademis di Universitas Sriwijaya.
16. Teman-teman Sbux Gengs (Siti Safira Salsabila, Alya Nathania Putri Rifa, Ayu Trisnadewi, Yunita Fatriani, Dewari Nandita Virginia, Muhammad Iqbal Rifqi, Muhammad Rayhan Bilal, dan Muhammad Adiansyah) yang penulis cintai karena telah menjadi tempat penulis untuk bertanya seputar bahasa, tempat enak untuk nugas, hingga kultur di Kota Palembang selama merantau untuk mengejar gelar Sarjana.
17. Seluruh teman-teman dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memberi motivasi dalam penyelesaian penelitian ini.
18. Seluruh teman-teman dari Global Radio 101 FM Palembang yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
19. Dan Seluruh pihak yang telah berjasa dan berdoa atas terselesaikannya penelitian ini, yang penelitik tidak dapat sebutkan satu persatu. Semoga senantiasa mendapatkan limpahan rahmat dari Allah SWT. Aamiin

Palembang, 19 Desember 2022
Peneliti,

Muhammad Naufal Ramadhan
NIM. 07031381924138

ABSTRAK

Abstrak

Angka gangguan kesehatan mata yang dialami oleh masyarakat Provinsi Sumatera Selatan termasuk pada tingkatan yang tinggi. Oleh karenanya, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan melakukan upaya berupa Sosialisasi Kesehatan Mata secara langsung dan secara online guna memberikan edukasi kesehatan mata secara gratis kepada masyarakat. Namun, nyatanya upaya ini belum membuahkan hasil yang maksimal. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui cara dalam meningkatkan minat masyarakat Provinsi Sumatera Selatan untuk mengikuti kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata secara langsung maupun secara online. Penelitiian ini menggunakan metode kualitatif yang didasari oleh Teori Komunikasi Persuasif oleh Myers (2012:309) dengan beberapa dimensi yakni komunikator, pesan, bagaimana pesan disampaikan, dan khalayak yang dimana hal ini bertujuan dalam memaksimalkan kegiatan persuasif terhadap masyarakat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Sosialisasi Kesehatan Mata yang dilakukan secara langsung maupun secara online merupakan tindakan yang tepat untuk kesehatan mata masyarakat. Namun, kegiatan yang dilakukan belum optimal karena adanya hambatan pada komunikator, yaitu kurangnya sumber daya manusia, manajemen penjadwal yang kurang baik, serta kurangnya minat masyarakat terkait edukasi tentang kesehatan mata.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Hubungan Masyarakat, Sosialisasi Kesehatan.

Pembimbing

Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199205311201903201 8

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061699203100 1

ABSTRACT

Abstract

The number of eye health problems case experienced by the people of South Sumatra Province is at a high level. Therefore, the "Binar" Special Eye Hospital in South Sumatra Province is making efforts in the form of direct and online Eye Health Outreach to provide free eye health education to the public. However, in fact these efforts have not yielded maximum results. Therefore, researchers conducted research that aimed to find out how to increase the interest of the people of South Sumatra Province to take part in eye health socialization activities directly or online. This research uses a qualitative method based on Persuasive Communication Theory by Myers (2012: 309) with several dimensions, namely the communicator, the message, how the message is conveyed, and the audience which aims to maximize persuasive activities towards the community. The results of this study indicate that Eye Health Outreach which is carried out in person or online is the right action for public eye health. However, the activities carried out were not optimal due to obstacles to communicators, namely a lack of human resources, poor scheduler management, and a lack of public interest in education about eye health.

Keywords: *Persuasive Communication, Public Relations, Health Socialization.*

Advisor

Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199205311201903201 8

The Head of Communication Major
Faculty of Social and Political Science

Dr. Muhammad Husmi Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI iii

PERNYATAAN ORISINALITAS iv

MOTTO v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK ix

ABSTRACT x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR BAGAN xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.1.1 Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Online (Instagram) Inovasi Terbaik Untuk Optimalisasi Kesehatan Mata Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan 18

1.1.2 Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung Dominan Dilaksanakan di Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan 22

1.1.3 Rendahnya Tingkat Pengetahuan Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Keberadaan Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung dan Secara *Online* 23

1.1.4 Kurang Variatifnya Materi Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung dan Secara *Online* 27

1.2 Rumusan Masalah 29

1.3 Tujuan Penelitian 29

1.4 Manfaat Penelitian 29

1.4.1 Manfaat Teoritis 30

1.4.2 Manfaat Praktis 30

BAB II 32

LANDASAN TEORI 32

2.1 Landasan Teori 32

2.1.1 Komunikasi Persuasif 32

2.1.2 Hubungan Masyarakat (HUMAS) 46
2.2 Beberapa Teori Komunikasi Persuasif 52
2.2.1 Teori Konsistensi Afektif – Kognitif dari Rosenberg 52
2.2.2 Teori Penilaian Sosial dari Muzafer Sherif 52
2.2.3 Teori Kemungkinan Elaborasi dari Richard Petty dan John Cacioppo 53
2.3 Teori Komunikasi Persuasif yang Digunakan dalam Penelitian ini 54
2.4 Kerangka Teori 56
2.5 Kerangka Pemikiran 57
2.6 Penelitian Terdahulu 60
BAB III 67
METODE PENELITIAN 67
3.1 Rancangan Penelitian 67
3.2 Definisi Konsep 68
3.3 Fokus Penelitian 70
3.4 Unit Analisis atau Unit Observasi 72
3.5 Kriteria Informan dan Informan Terpilih 73
3.5.1 Kriteria Informan 73
3.5.2 Informan Terpilih 74
3.6 Jenis Data dan Sumber Data 76
3.6.1 Jenis Data 76
3.6.2 Sumber Data 77
3.7 Teknik Pengumpulan Data 78
3.8 Teknik Keabsahan Data 80
3.9 Teknik Analisis Data 81
BAB IV 83
GAMBARAN UMUM DAN TEMPAT PENELITIAN 83
4.1 Sejarah Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 83
4.2 Profil Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan ... 84
4.3 Motto, Visi dan Misi Rumah Sakit 88
4.3.1 Motto Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 88
4.3.2 Visi Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 88
4.3.3 Misi Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 89
4.5 Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 90
4.6 Struktur Organisasi Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 93
Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan memiliki struktur rumah sakit yang dipimpin oleh Dr. Lady Kavotiner, Sp.M., MARS yang memiliki jumlah pegawai sejumlah 168 orang sesuai dengan data pada tahun 2021. Pegawai

rumah sakit terdiri dari 115 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan 57 orang Non PNS (PTT/Honorarium). Berikut Struktur Organsiasi Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan : 93

4.7 Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata Pada Program Acara Sosialisasi Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan Secara Langsung dan Secara Online 99

BAB V 114

HASIL DAN PEMBAHASAN 114

5.1 Komunikator 119
5.1.1 Keahlian 120
5.1.2 Daya Tarik 131
5.1.3 Otoritas 150

5.2 Pesan 161
5.2.1 Pendekatan Pesan 163
5.2.2 Bahasa 171

5.3 Bagaimana Pesan Dikomunikasikan 175

5.4 Khalayak 206
5.4.1 Usia 207
5.4.2 Pekerjaan 212
5.4.3 Keinginan Khalayak 215

5.5 Kaitan Ilmu Komunikasi Persuasif dan Psikologi Sosial David G. Myers 224
5.5.1 Psikologi Sosial David G. Myers 224
5.5.2 Komunikasi Persuasif David G. Myers 224
5.5.3 Analisis Komunikasi Persuasif Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung maupun Online yang Dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan untuk Khalayak 225

BAB VI 231

KESIMPULAN DAN SARAN 231

6.1 Kesimpulan 231

6.2 Saran 235
6.2.1 Saran Akademis 235
6.2.2 Saran Praktis 236

DAFTAR PUSTAKA 238

LAMPIRAN 245

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Rapid Assessment of Avoidable Blindness 5
Tabel 1.2 Data Penyakit Mata Prov. Sumsel 6
Tabel 1.3 Data Kelompok Usia Pengguna Instagram Indonesia 11
Tabel 1.4 Materi Pembahasan yang Dibutuhkan oleh Kalangan Pasien Rumah Sakit 28
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 61
Tabel 3.1 Fokus Penelitian 70
Tabel 3.2 Informan Terpilih 75
Tabel 4.1 Lokasi Kegiatan Sosialisasi Mata Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" 101
Tabel 4.2 Materi Pembahasan Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Online (Instagram) 107
Tabel 4.3 Data Informan Penelitian 110
Tabel 5.1 Jadwal Pemakaian Seragam Pegawai Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Instagram Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan (@rskmata.sumselprov_binar) 20
Gambar 1.2 Pertama Kali Sesi Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata (Katarak) Secara Online 21
Gambar 1.3 Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata (The Farnsworth D-15 Test) Secara Online 21
Gambar 1.4 Data Minat Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Sistem Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata 22
Gambar 1.5 Identitas Responden Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Dan Status Instagram 25
Gambar 1.6 Data Tingkat Pengetahuan Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Keberadaan Layanan Sosialisasi Kesehatan Mata 26
Gambar 1.7 Materi Pembahasan yang Dibutuhkan oleh Kalangan Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan 28
Gambar 4.1 Logo Rumah Sakit 89
Gambar 4.2 Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera 91
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 93
Gambar 4.4 Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata yang dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan Kepada Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan pada saat Meningkatkan Minat Kesehatan Mata 112
Gambar 5.1 Sosialisasi Internal In House Training Komunikasi Efektif Sosialisasi Kesehatan Mata di RSKM "Binar" Provinsi Sumatera Selatan 125
Gambar 5.2 Komunikator Petugas Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan Dalam Melaksanakan Sosialisasi Kesehatan Mata Kepada Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Secara Langsung dan Secara Online 149

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran..... 60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : SURAT PENGANTAR DARI ILMU KOMUNIKASI, FISIP, UNSRI 246
LAMPIRAN 2 : PERSETUJUAN PENELITIAN PIHAK RSKM "BINAR" PROV. SUMSEL 247
LAMPIRAN 3 : PEDOMAN ANGKET KUESIONER PRA RISET 248
LAMPIRAN 4 : PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN 250
LAMPIRAN 5 : DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA 254
LAMPIRAN 6 : TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PEJABAT DAN DOKTER SPESIALIS RSKM "BINAR:" PROV. SUMSEL 279
LAMPIRAN 7 : TABEL PENGKODEAN DATA WAWANCARA 366
LAMPIRAN 8 : CATATAN OBSERVASI 577
LAMPIRAN 9 : FOTO INFORMAN WAWANCARA 605
LAMPIRAN 10 : HASIL PLAGIARISME TURNITIN UNSRI 610

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mata merupakan organ penglihatan pada panca indera yang digunakan untuk melihat yang bekerja setiap saat dalam beraktivitas yang berfungsi untuk mempersepsikan ukuran, warna, bentuk, maupun kedudukan suatu objek yang dimana mata akan memberikan kontrol terhadap penglihatan. Mata memiliki kemampuan untuk mengorganisasikan informasi di lingkungan sekitar yang akan menyerap informasi visual. Mata membutuhkan pemeriksaan secara berkala dan teratur untuk mencapai optimalisasi kesehatan mata yang baik karena 80% informasi kehidupan didapatkan melalui penglihatan. Dilansir dari penelitian *America Optometric Association* (AOA), ketika pada usia 6 bulan atau usia bayi seharusnya sudah menjalani pemeriksaan mata pada pertama kalinya untuk mendeteksi apakah menderita gangguan penglihatan, serta melakukan pemeriksaan tambahan saat usia 3 (Tiga) tahun dan pemeriksaaan kembali pada saat usia 5 (Lima) tahun yang akan memberikan dampak pada saat melakukan kegiatan sosial, salah satunya sekolah. Akan tetapi, gangguan penglihatan tidak dapat dihindari pada seluruh usia manusia karena kegiatan dari organ mata yang berat sehingga risiko dari gangguan penglihatan akan lebih besar dapat terjadi pada mata.

Gangguan penglihatan menjadi salah satu masalah kesehatan dengan kasus yang tinggi di Indonesia karena menurut data Oftalmologi dari Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan Universitas Gadjah Mada (FKKMK UGM) dalam artikel ilmiah pada tahun 2020 dari 312 anak, sebanyak

41% mengalami Myopia (Rabun Jauh) yang dimana kondisi mata saat melihat suatu benda atau objek yang dekat tampak jelas tetapi dengan jarak jauh tidak terlihat dan 21% mengalami gangguan refraksi berat, seperti mata menjadi merah, lelah dan kering, mata nyeri, dan perubahan bentuk bola mata pada anak-anak, remaja, dan orang dewasa.

Gangguan mata yang umumnya terjadi di seluruh dunia, termasuk di Indonesia berdasarkan data *world health organization* (WHO) tahun 2014 yang menyatakan bahwa 285 juta orang mengalami tuna netra di seluruh dunia, 39 juta orang buta, dan 246 orang mengalami *low vision* yang umumnya disebabkan oleh Gangguan Refraksi (43%), Katarak (30%), dan Glaukoma (2%).

Gangguan kesehatan mata umumnya dialami oleh kelompok umur >50 Tahun dan kelompok umur <15 Tahun. Sekitar 19 juta anak-anak di dunia mengalami gangguan penglihatan, 12 juta diantaranya disebabkan oleh refraksi, dan 1,4 juta anak-anak telah mengalami kebutaan. Di Indonesia telah diperkirakan bahwa 3 juta orang mengalami gangguan penglihatan.

Gangguan kesehatan mata umumnya terjadi di Indonesia dapat disebabkan dari adanya pola hidup yang tidak sehat, seperti : Kegiatan dibawah sinar matahari secara langsung karena adanya kontak secara langsung dengan sinar *ultraviolet*, menonton televisi dalam jangka waktu yang lama, penggunaan *gadget* dengan waktu yang lama, dan merokok. Hal ini umumnya terjadi karena ada gaya hidup individu yang modern, terutama dalam perkembangan *gadget* dengan mengubah sistem menjadi Online menjadi penyebab terbesar dari peningkatan gangguan kesehatan mata yang ada di Indonesia.

Gangguan mata banyak terjadi di Indonesia, terutama pada usia anak di tahun 2020 yang disebabkan oleh 60% dari anak usia sekolah menggunakan media elektronik lebih dari 2 jam per harinya yang mengakibatkan kasus gangguan mata yang cukup tinggi di masyarakat Indonesia dengan adanya hasil data menurut Riskerdas pada tahun 2013 prevalensi *severe low vision* di Indonesia pada usia produktif yang berada dalam usia 15 hingga 64 tahun telah mencapai 1,49% dari total populasi masyarakat Indonesia.

Gangguan mata banyak terjadi juga di Indonesia, terutama pada usia remaja dan dewasa karena adanya indikasi kecanduan internet yang dibuktikan dengan angka 19,3% usia remaja Indonesia dan 14,4% usia dewasa yang didapatkan dari hasil survei periode 2020 (Mei-Juli) kepada ribuan generasi muda di 34 provinsi Indonesia. Khususnya, selama masa Pandemi COVID-19 mengalami peningkatan penggunaan durasi *gadget* pada usia remaja yang umumnya 7 jam 27 menit menjadi 11 jam 6 menit dan pada usia dewasa juga mengalami peningkatan durasi pemakaian *gadget* menjadi 10 jam perharinya yang berpotensi untuk menimbulkan gangguan kesehatan mata karena adanya tatapan *bluescreen* secara teru menerus yang berakibat fatal, seperti : Mata Merah, *Myopia*, dan kerusakan mata lainnya. Oleh karena itu, pentingnya untuk menjaga kesehatan mata dengan rutin melakukan pemeriksaaan secara berkala agar dapat memiliki mata yang sehat dan untuk membangun kesehatan dalam lingkungan masyarakat Indonesia yang merata.

Pembangunan kesehatan menjadi salah satu prioritas negara untuk diciptakan dalam kehidupan masyarakat nasional dengan misi agar dapat mengembangkan kesejahteraan masyarakat, tujuan dari adanya pembangunan kesehatan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat

bagi setiap orang dalam misi merealisasikan derajat kesehatan masyarakat Indonesia yang optimal.

Keberhasilan pembangunan kesehatan memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kualitas dan mutu sumber daya manusia yang dimiliki dalam negara Indonesia. Pembangunan kesehatan dapat dimulai dengan memberikan pengetahuan tentang kesehatan untuk membangun kesadaran bahwa kesehatan merupakan prioritas dan sebagai masyarakat yang memiliki kesadaran dalam bidang kesehatan akan melakukan tindakan *preventif* untuk melawan penyakit, khususnya penyakit yang ada pada organ mata.

Masyarakat Indonesia memiliki jumlah yang tinggi, sesuai dengan data yang dilansir dari Kementerian Dalam Negeri melalui Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil tahun 2021 yang menyatakan bahwa total jumlah hingga 273.879.750 jiwa dan kesadaran terhadap kesehatan masih cenderung rendah dengan mengabaikan, terutama dalam kesehatan mata dengan tidak melakukan tindakan pencegahan kesehatan mata yang dimana masyarakat Indonesia tidak memeriksakan matanya secara rutin dan tidak mengikuti kegiatan sosialisasi terkait kesehatan mata yang dibentuk oleh Rumah Sakit Khusus Mata wilayah setempat yang mengakibatkan kasus gangguan kesehatan mata melonjak tinggi dikalangan masyarakat Indonesia, salah satunya masyarakat Provinsi Sumatera Selatan.

Kasus Kesehatan masyarakat di Indonesia berdasarkan data Kementerian Kesehatan Indonesia dari tahun 2014 hingga 2016 dengan data yang diraih secara *Rapid Assessment of Avoidable Blindness* kepada 15 Provinsi di Indonesia, diantaranya :

Tabel 1.1 Hasil *Rapid Assessment of Avoidable Blindness*

Hasil *Rapid Assessment of Avoidable Blindness* di 15 Provinsi					
No.	**Survei Wilayah**	**Tahun**	**Angka Kebutuhan (%)**	**Jumlah Kebutaan (N)**	**Persentase Katarak**
1.	Nusa Tenggara Barat	2014	4%	27.000	78,1%
2.	Sulawesi Selatan	2014	2,6%	8.515	64,3%
3.	Jawa Barat	2014	2,6%	180.663	71,7%
4.	Jawa Timur	2015	4,4%	371.599	81.1%
5.	Jawa Tengah	2015	2,7%	176.977	73,8%
6.	Bali	2015	2.0%	18.016	78.0%
7.	Jakarta	2015	1,9%	23.464	81,9%
8.	Sumatera Selatan	2016	3,6%	37.310	85,2%
9.	Kalimatan Selatan	2016	2.0%	9.748	87,7%
10.	Sulawesi Utara	2016	1,7%	8.461	82,2%
11.	Sumatera Barat	2016	1,7%	14.329	86,7%
12.	Nusa Tenggara Timur	2016	2.0%	16.394	71,4%
13.	Sumatera Utara	2016	1,7%	30.252	77,8%
14.	Papua Barat	2016	2,4%	1.606	94.1%
15.	Maluku	2016	2,9%	5.377	88.0%

Sumber : Diolah peneliti berdasarkan data jurnal

Sumatera selatan menjadi salah satu wilayah provinsi yang memiliki kasus gangguan kesehatan mata yang tinggi dengan adanya angka jumlah kebutaan dan persentase katarak yang cukup tinggi, sehingga dibutuhkan penanggulangan dari pihak rumah sakit khusus mata provinsi dalam menciptakan kegiatan kesehatan mata.

Kasus kesehatan masyarakat secara detail khususnya pada bagian gangguan kesehatan mata dalam kalangan masyarakat Provinsi Sumatera Selatan cukup tinggi dengan data menurut Rumah Sakit Mata Provinsi Sumatera Selatan pada tahun

2017-2021 menunjukkan adanya 13 penyakit gangguan kesehatan mata dengan kasus yang tinggi, sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Penyakit Mata Prov. Sumsel

Data Penyakit Mata Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan		
No.	**Jenis Penyakit**	**Jumlah (Jiwa)**
1.	*Myopia*	16.165 Jiwa
2.	*Senile Incipient Cataract*	15.461 jiwa
3.	*Hypermetropia*	10.846 jiwa
4.	*Astigmatism*	6.841 jiwa
5.	*Disorder of Refraction, unspecified*	3.860 jiwa
6.	*Presbyopia*	3.734 jiwa
7.	*Pterygium*	2.990 jiwa
8.	*Foreign Body in Cornea*	2.531 jiwa
9.	*Conjunctivitis, unspecified*	2.346 jiwa
10.	*Glaucoma Suspect*	1.555 jiwa
11.	*Other Disorders of Lacrimal Gland*	522 jiwa
12.	*Vitreous Haemorrhage*	514 jiwa
13.	*Keratitis*	456 jiwa

Sumber : Diolah oleh peneliti berdasarkan data internal RSKM "Binar" Prov. Sumsel dan jurnal

Hal ini membuat Rumah Sakit Khusus Mata wilayah sudah seharusnya melakukan sosialisasi terkait kesehatan mata sebagai bentuk edukasi kepada masyarakat sebagai tindakan pencegahan yang dapat dilakukan oleh masyarakat khususya masyarakat Sumatera Selatan.

Sosialisasi merupakan bentuk upaya untuk menciptakan persamaan persepsi untuk bertindak yang dimana kegiatan sosialisasi dijalankan untuk membentuk dan menyebarkan informasi yang sama dari satu dengan lainnya, sosialisasi hadir untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, salah satunya bidang kesehatan.

Sosialisasi kesehatan hadir dari adanya sosiologi kesehatan yang dimana bidang kedokteran membutuhkan hubungan dengan pihak sosial untuk menyebarkan pola informasi tentang kesehatan dalam kehidupan masyarakat.

Sosialisasi ini umumnya menyebarkan pengetahuan dan mengubah penyakit menjadi kesehatan yang dimana sosialisasi kesehatan diciptakan untuk membangun kesadaran kepada masyarakat dan perilaku kesehatan bahwa penyakit harus dihindari dengan tindakan yang tepat dalam upaya pencegahan sebelum terjadinya penyakit. Konsep dari sosialisasi kesehatan ini juga sebagai bentuk komunikasi dari pihak profesional kepada masyarakat sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat untuk menciptakan pembangunan kesehatan, terutama dalam kesehatan mata.

Sosialisasi kesehatan mata adalah salah satu upaya untuk mengurangi kasus gangguan kesehatan mata yang terjadi di lingkungan masyarakat karena organ mata merupakan organ penting di dalam tubuh untuk memberikan visualisasi terhadap kehidupan, sehingga faktor kesehatan menjadi tolak ukur untuk pembangunan kesehatan di dalam kalangan masyarakat.

Sosialisasi kesehatan mata telah banyak dilakukan oleh berbagai rumah sakit khusus mata di wilayah-wilayah Indonesia untuk membantu pemerintah dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat yang sehat terutama dalam kesehatan mata. Salah satunya, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang melaksanakan kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara daring (*online*) maupun secara langsung (*offline*) kepada masyarakat Provinsi Sumatera Selatan.

Kegiatan sosial yang mengaitkan kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari Komunikasi. Komunikasi digunakan sebagai proses penyampaian

pesan dari pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan) yang umumnya komunikasi dapat dijalan apabila terdapat dua orang atau lebih untuk melakukan interaksi satu dengan lainnya.

Komunikasi memilliki banyak bidang untuk memenuhi kebutuhan sosial terutama dalam bentuk komunikasi antara dokter dengan pasien atau masyarakat untuk menciptakan pesan dalam mengatasi penyakit atau tindakan kesehatan sosial. Salah satunya, komunikasi persuasif.

Permasalahan dalam kegiatan komunikasi sering terjadi dalam membentuk upaya agar komunikator dapat mempengaruhi pilihan komunikan untuk membuat keputusan yang dimana fungsi dari komunikator dalam proses komunikasi adalah persuasi untuk memberikan pengaruh dalam menyebarkan informasi yang dapat mengubah sikap penerima agar komunikan dapat menentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan tujuan dari komunikator.

Masyarakat dapat menjaga kesehatan mata dengan mengikuti kegiatan sosialisasi yang diadakan oleh Rumah Sakit Khusus Mata wilayah setempat sebagai bentuk edukasi upaya mencegah gangguan kesehatan mata. Sosialisasi yang dilakukan umumnya variatif untuk memenuhi informasi terkait kesehatan mata dan dilakukan secara langsung maupun melalui online untuk menjangkau seluruh kalangan di Indonesia.

Kegiatan sosialisasi kesehatan mata ini menjadi upaya dalam pembangunan kesehatan secara nasional yang dilakukan dengan tujuan untuk menyadarkan masyarakat bahwa penting untuk menjaga kesehatan mata dengan pola hidup yang sehat dan tindakan yang tepat. Oleh karena itu, kesehatan mata hanya dapat dijaga oleh diri sendiri yang dimana sebagai manusia yang membutuhkan ilmu untuk

pencegahan dapat mengikuti pemeriksaan rutin dan sosialisasi terhadap kesehatan mata.

Komunikasi persuasif merupakan bidang komunikasi yang memiliki upaya untuk mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu dengan memberikan stimulus. Komunikasi persuasif adalah kajian komunikasi yang dapat digunakan untuk mempengaruhi sikap secara kognitif, afektif, dan konatif seseorang terhadap isu dengan proses membujuk untuk meyakinkan komunikan.

Komunikasi persuasif memiliki tujuan utama yaitu untuk mengubah sikap komunikan yang dimana komunikasi persuasif dikatakan efektif jika mampu mengubah sikap bahkan memodifikasi perilaku komunikan atau *audience* (Burgon & Huffner, 2002:98). Komunikasi persuasif dibentuk untuk mengupayakan tujuan dalam mempengaruhi orang lain dari serangkaian tahapan yang cukup kompleks dengan tugas praktis *public relations* (PR) instansi.

Sosialisasi kesehatan mata di dalam negara Indonesia telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi dan mobilitas masyarakat yang tinggi membuat sosialisasi kesehatan mata harus memiliki berbagai akses untuk dijangkau oleh masyarakat agar pesan informasi dapat disampaikan secara optimal sebagai bentuk edukasi terkait kesehatan kepada masyarakat yang dimana saat ini sosialisasi kesehatan mata telah disediakan dalam bentuk secara langsung kepada masyarakat dan layanan sosialisasi kesehatan mata yang dikemas melalui Media Sosial (Instagram dan Facebook) (*Online*) yang di dapat diakses melalui *Smartphone* untuk menciptakan tindakan yang tepat dalam memberikan tindakan

persuasif kepada kalangan masyarakat untuk mengikuti sosialisasi kesehatan mata yang diadakan untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat.

Media dapat digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan pesan informasi kepada *audience* yang dimana dalam menjangkau masyarakat yang luas, akan lebih baik apabila menggunakan fitut-fitur dari produk media sosial. pola Penyebaran pesan yang cenderung bebas memiliki maksud untuk segera diketahui oleh khalayak umum (Susanto, 2017).

Strategi bentuk komunikasi persuasif dari komunikator kepada komunikan juga dapat dilakukan secara efektif dengan memberikan pesan yang bermanfaat untuk memberikan dampak yang positif kepada masyarakat luas. Terutama masyarakat Indonesia yang cenderung memiliki pola komunikasi yang intens melalui media sosial yang menandakan bahwa masyarakat Indonesia sangat produktif dalam komunikasi melalui media sosial. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika bahwa terdapat 63 juta orang Indonesia yang menggunakan internet dan 95% diantaranya menggunakan situs media sosial yang dimana pengguna *Facebook* di Indonesia mencapai 65 juta pengguna aktif, sedangkan untuk pengguna *Instagram* di Indonesia menurut data *We Are Social* pada April, 2022 menempati urutan keempat dengan pengguna aktif bulanan Instagram mencapai 99,9 juta orang yang dimana kelompok usia pengguna Instagram di Indonesia terbagi menjadi empat kelompok, diantaranya :

Tabel 1.3 Data Kelompok Usia Pengguna Instagram Indonesia

Kelompok Usia Pengguna Instagram Indonesia		
No.	**Kelompok**	**Persentase**
1.	18-24 Tahun	30,1 %
2.	25-34 Tahun	31,6 %
3.	55-64 Tahun	3,7 %
4.	65> Tahun	2,1 %

Sumber : Diolah oleh peneliti berdasarkan data jurnal (Munandar & Suherman, 2016)

Sosialisasi kesehatan dapat dilakukan secara efektif dengan data pengguna media sosial di Indonesia yang cukup tinggi untuk mencakup masyarakat luas, terutama untuk membagikan pengetahuan mengenai kesehatan mata melalui media *online*.

Dari berbagai layanan sosialisasi kesehatan mata yang ditawarkan kepada masyarakat memberikan kemudahan dalam lingkup aktivitas kesehatan. Hadirnya kegiatan sosialisasi kesehatan mata ini memberikan pengaruh terhadap tindakan *preventif* masyarakat dan lebih sadar akan kesehatan mata dengan adanya pihak profesional yaitu, Dokter Spesialis Mata yang fokus terhadap berbagai gangguan mata fokus untuk memberikan pengetahuan sebagai bentuk edukasi dan untuk menjalankan tugas seorang dokter dalam mengabdi kepada masyarakat dengan sosialisasi.

Fenomena inilah yang memberikan peluang untuk Rumah Sakit Khusus Mata berusaha untuk mengembangkan sosialisasi yang efektif dan efisien kepada masyarakat yang berbasis secara langsung maupun secara online untuk meningkatkan angka kesehatan mata, seperti yang dilakukan oleh Rumah Sakit

Khusus Mata “Binar” Provinsi Sumatera Selatan dengan faktor dan upaya untuk mencapai tujuan yang akan dihasilkan.

Faktor pendukung untuk mengembangkan sosialisasi kesehatan menjadi faktor utama untuk mengupayakan persuasif kegiatan sosialisasi yang dimana pihak internal dapat melakukan promosi kegiatan secara langsung dengan metode *word of mouth* dan penyebaran *leaflet* melalui media sosial resmi rumah sakit untuk promosi kegiatan secara *online* yang bertujuan memberi informasi kepada masyarakat terkait kegiatan sosialisasi kesehatan mata yang akan dilaksanakan agar dapat meningkatkan minat partisipan.

Upaya yang dilakukan oleh pihak rumah sakit kepada partisipan juga dapat dikembangkan melalui teknik komunikasi persuasif dengan Teknik Asosiasi untuk membujuk partisipan dengan peristiwa tingginya kasus penyakit mata dikalangan masyarakat yang membuat komunikator membujuk partisipan sebagai sasaran kegiatan melalui pesan yang memiliki kredibilitas dan pengetahuan agar tercipta pendekatan pesan secara rasional dalam penyampaian informasi kepada khalayak dengan gaya bahasa dan tindakan yang disesuaikan melalui SOP.

Tujuan dari adanya sosialisasi kesehatan mata yang diadakan oleh pihak rumah sakit provinsi adalah pembangunan kesehatan mata masyarakat provinsi menjadi lebih baik dengan harapan dari segi masyarakat dapat lebih bijaksana dalam merawat mata sebagai jendela dunia untuk dirinya dari adanya ilmu pengetahuan yang didapatkan dari program sosialisasi kesehatan mata yang telah dilaksanakan dengan memberikan optimalisasi terhadap ketepatan sasaran program, rangkaian sosialisasi program, pencapaian tujuan program, dan

pemanfaatan program agar dapat meningkatkan minat masyarakat sekitar untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan sosialisasi yang berlangsung.

Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan terletak pada Jl. Kol. H. Burlian No. KM 6, Suka Bangun, Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30961. Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang bertugas untuk memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat Provinsi Sumatera Selatan dengan fokus kesehatan mata.

Sebagai Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pasien maupun masyarakat untuk memenuhi kesehatan mata yang optimal di dalam masyarakat Provinsi Sumatera Selatan dengan mengikuti perkembangan zaman. Perubahan zaman yang lebih mengarah kepada era digital membuat Rumah Sakit lebih mengembangkan inovasi untuk menjangkau masyarakat dalam pelayanan kesehatan seperti sekarang, Rumah Sakit Khusus Mata.

Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang menghadirkan beberapa inovasi dalam bidang sosialisasi kesehatan mata, salah satunya tereralisasikan dengan bantuan produk media sosial (Instagram dan Facebook) dengan memanfaatkan fitur-fitur yang dimiliki oleh media sosial untuk menyebarkan pengetahuan kepada *Audience* yang dikemas menggunakan fitur *Live* dan disimpan dalam bentuk *Reels* dan tentunya melakukan kerjasama dengan berbagai dinas pemerintahan lainnya untuk merealisasikan kegiatan sosialisasi secara langsung, seperti Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang melakukan koordinasi dengan sekolah-sekolah untuk menjangkau pelajar di Provinsi Sumatera Selatan dalam memberikan sosialisasi bidang

kesehatan mata dengan nama *Program Penanggulangan Gangguan Refraksi Bagi Siswa (PENGGARIS)* atau Program Penyuluhan Kesehatan Mata Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan yang berjalan sejak 2019 dengan fokus untuk memberikan layanan kesehatan untuk pelajar dan masyarakat dengan pemeriksaan refraksi mata.

Kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara *Online* yang dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatam telah dilaksanakan sejak September, 2020 sebagai *Layanan Kesehatan Mata Live Streaming Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan* yang memfasilitasi akses pasien rumah sakit dan masyarakat luas terhadap berbagai layanan sosialisasi kesehatan mata yang tersedia di Rumah Sakit Khusus Mata, salah satunya Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan. Beberapa layanan sosialisasi kesehatan mata yang telah dilakukan melalui media *Online*, diantaranya: Tentang penyakit Katarak, Neurophaty Kerusakan Saraf Mata, Persiapan Operasi Mata di Masa COVID 19, Kacamata atau Lensa Kontak, Glaukoma, *Diabetic Eye Disesase*, Lasik, *Ablasio Retina*, Mata Merah, Pemberian Obat Mata di Bulan Puasa, *Smartphone Blindness*, Gangguan Pada Kelopak Mata, dan *Thefarnsworth D-15 Test*.

Hadirnya layanan sosialisasi kesehatan mata yang berguna untuk masyarakat Provinsi Sumatera Selatan membuat pendekatan komunikasi persuasif penting untuk dilakukan khususnya dalam meningkatkan minat masyarakat Provinsi Sumatera Selatan dalam mengikuti kegiatan sosialisasi kesehatan mata yang disediakan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan melalui media *Online* maupun secara langsung. Kegiatan sosialisasi kesehatan mata

yang di lakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan masih tergolong baru, sehingga membutuhkan tindakan dalam mempersuasi masyarakat agar ikut serta menjadi peserta dalam kegiatan sosialisasi tersebut.

Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan menjadi satu-satunnya unit pelayanan kesehatan mata di Provinsi Sumatera Selatan yang aktif dalam upaya persuasi dengan mengajak masyarakat Provinsi Sumatera Selatan untuk mengikut kegiatan sosialisasi kesehatan mata. Upaya persuasi yang dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan umumnya dikemas dalam berbagai bentuk kegiatan sosialisasi secara langsung maupun secara *Online*.

Beberapa program persuasi dalam sosialisasi kesehatan mata yang dipernah dilakukan Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan, yaitu sosialisasi kesehatan mata secara langsung pada *Program Penanggulangan Gangguan Refraksi Bagi Siswa (PENGGARIS)* atau penyuluhan sosialisasi masyarakat Provinsi Sumatera Selatan dan sosialisasi secara *Online* melalui Instagram dan Facebook pada program *Layanan Kesehatan Mata Live Streaming Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan* dengan audiens dari pengikut Instagram dan Facebook Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan.

Kegiatan persuasif yang dilakukan oleh kegiatan sosialisasi kesehatan mata yang pernah dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan ialah melalui pada *Program Penanggulangan Gangguan Refraksi Bagi Siswa (PENGGARIS)* (Sosialisasi Secara Langsung) atau penyuluhan sosialisasi masyarakat Provinsi Sumatera Selatan dan *Layanan Kesehatan Mata Live*

Streaming Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan melalui media Instagram dan Facebook (Sosialisasi Secara *Online*).

Pada program sosialisasi kesehatan mata secara langsung masyarakat dengan pihak rumah sakit melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah pada beberapa wilayah kota maupun kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan yang dimana selama kegiatan berlangsung dokter maupun staff melakukan tindakan persuasif dengan mengajak pelajar di lingkungan sekolah tersebut untuk melakukan pemeriksaan mata, seperti pada SMK Negeri I Belitang III, Oku Timur dengan audiens dari siswa dan Staff sekolah dalam sosialisasi program kesehatan mata khususnya bidang *Refraksi* mata dengan memberikan ilmu, sesi tanya jawab, dan menyalurkan alat kesehatan dalam bentuk Kacamata.

Program sosialisasi kesehatan matayang dijalankan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan dalam rangka kegiatan persuasi masyarakat Provinsi Sumatera Selatan agar mengikuti kegiatan sosialisasi kesehatan mata dilakukan melalui kegiatan secara *online* dengan media audiensi secara *online*. Mengingat kondisi belum meratanya kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara langsung yang dilakukan oleh pihak rumah sakit untuk masyarakat Provinsi Sumatera Selatan dan adanya hambatan masa Pandemi COVID-19, sehingga kegiatan persuasi sosialisasi kesehatan mata yang dilakukan secara langsung belum merata diketahui oleh masyarakat Provinsi Sumatera Selatan.

Kegiatan media audiensi secara *online* dibuat dalam bentuk sosialisasi kesehatan mata yang dikemas secara *online* dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk menjangkau audiens dari masyarakat provinsi Sumatera Selatan hingga

masyarakat Indonesia yang dimana narasumber tetap memberikan materi sosialisasi dan memberikan kesempatan kepada penonton untuk memberi pertanyaan kepada narasumber. Salah satu kegiatan media audiensi secara *online* yang dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan adalah kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara *online Layanan Kesehatan Mata Live Streaming Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan* dengan menggunakan media Instagram dan Facebook untuk melakukan Live kepada pengikut (*Followers*) media sosial Rumah Sakit dengan membahas berbagai gangguan kesehatan mata sebagai sarana sosialisasi kesehatan mata bagi masyarakat Provinsi Sumatera Selatan. Tetapi, cenderung kurang optimal juga karena *audience* yang melihat cenderung rendah. Sehingga, membutuhkan persuasi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan media *Online* (Instagram) sebagai media komunikasi.

Program sosialisasi kesehatan mata yang dilakukan untuk meningkatkan pembangunan kesehatan masyarakat Provinsi Sumatera Selatan digunakan sebagai interaksi antara pihak rumah sakit dengan masyarakat dalam bentuk persuasi optimalisai kesehatan mata yang dilakukan oleh pihak Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan.

Program sosialisasi dilakukan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memberikan fasilitas kepada partisipan untuk mendapatkan alat kesehatan mata secara gratis sebagai bentuk tindakan dari rumah sakit kepada masyarakat dengan program penyaluran bantuan sosial yang dianggarkan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan. Pendistribusian program bantuan sosial untuk masyarakat Provinsi Sumatera Selatan dalam membagikan kacamata

secara gratis dilakukan secara rutin dengan tujuan persuasif dan bantuan sosial pada saat sosialisasi kesehatan mata secara langsung. Kegiatan persuasif pada program rutin sosialisasi kesehatan mata yang dilakukan secara langsung maupun secara *online* menjadi fokus pada penelitian ini yang terbagi menjadi literasi promosi sosialisasi dan kegiatan sosialisasi yang berlangsung.

Program persuasif yang ditujukan untuk meningkatkan minat persuasivitas sosialisasi kesehatan mata masyarakat Provinsi Sumatera Selatan yang dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan. Program Sosialisasi Kesehatan Mata secara langsung dan Online (Instagram) dipilih menjadi ruang lingkup pada penelitian ini karena menjadi program dengan kegiatan persuasif sosialisasi kesehatan mata untuk masyarakat Provinsi Sumatera Selatan yang paling rutin dilakukan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan setiap bulannya. Oleh karena itu, terdapat lima alasan yang melatarbelakangi pemilihan judul dan dilakukannya penelitian ini. Adapun kelima alasan tersebut ialah sebagai berikut :

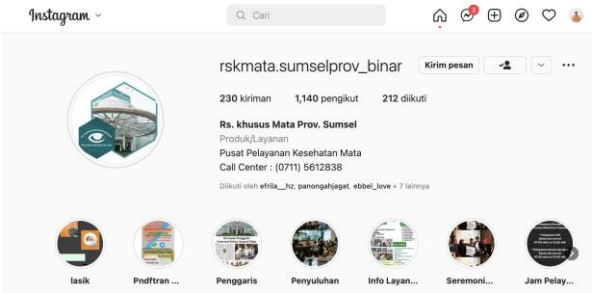
1.1.1 Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Online (Instagram) Inovasi Terbaik Untuk Optimalisasi Kesehatan Mata Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan

Sosialisasi kesehatan mata secara *Online* (Instagram) merupakan inovasi terbaik yang pernah dibentuk oleh Rumah Sakit Khusus "Binar" Provinsi Sumatera Selatan. Sejak dirilisnya kegiatan layanan sosialisasi kesehatan mata melalui *Online* dengan memanfaatkan fitur dari media sosial khususnya Instagram membuat peningkatan antara interaksi antara piihak rumah sakit dan pengikut Instagram rumah sakit tersebut. Instagram merupakan salah satu produk media sosial yang

menyajikan tampilan dalam bentuk foto dan video yang berguna untuk memberi informasi kepada *Audience* yang mengikuti media sosial Instagram terrkait. Rumah Sakit Khusus "Binar" Provinsi Sumatera Selatan memiliki akun media sosial Instagram yang digunakan untuk memberikan Sosialisasi Kesehatan Mata secara *Online*.

Dibentuknya kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata secara *Online* melalui media sosial Instagram oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang ditujukan untuk masyarakat Provinsi Sumatera Selatan pada 24 September 2020 dengan nama program *Live Streaming Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan*, setelah kurang lebih dua tahun dijalankan, jumlah penonton dari tayangan Sosialisasi Kesehatan Mata Secara *Online* memberikan hasil yang baik dengan terus bertambahnya jumlah tayangan dari video Sosialisasi Kesehatan Mata dengan data pada postingan 16 Agustus 2022 dengan nama program *Live Streaming Rumah Sakit Khusus Mata, Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan* (The Farnsworth D-15 Test) mencapai 615 tayangan dan 43 penyuka. Proses pembentukan kegiatan sosialisasi kesehatan amta secara *online* awalnya melalui *live streaming* kemudian di simpan dan dimasukkan ke dalam *Feeds* sebagai arsip yang dapat dibuka oleh masyarakat Provinsi Sumatera Selatan atau *Audience* dari pengikut Instagram rumah sakit.

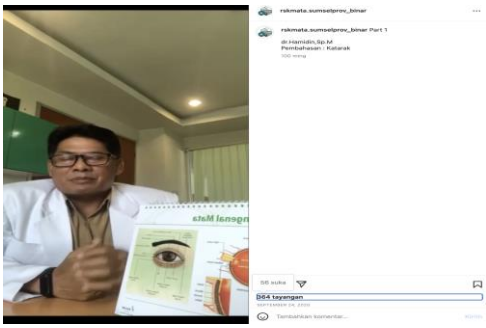
Gambar 1.1 Tampilan Instagram Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan (@rskmata.sumselprov_binar)



Sumber: Instagram Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" (@rskmata.sumselprov_binar)

Instagram yang dimiliki oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan memiliki username (@rskmata.sumselprov_binar), tampilan awal Instagram berisi dengan logo miliki rumah sakit dan informasi pada kolom biodata yang informatif dengan menuliskan instansi bergerak dalam bidang layanan kesehatan mata dan nomor *call center* rumah sakit terkait yang ditujukan untuk meyakinkan masyarakat bahwa Instagram tersebut resmi milik pihak rumah sakit dengan menyajikan delapan *highlight* Instagram yang bersiikan layanan dan kegiatan rumah sakit.

Gambar 1.2 Pertama Kali Sesi Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata (Katarak) Secara Online



Sumber : Instagram Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" (@rskmata.sumselprov_binar)

Awal dilakukannya proses kegiatan sosialisasi kesehatan mata pada tahun 2019 yang diadakan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan membahas tentang katarak oleh dr. Hamidin, Sp.M dan mendapatkan respon yang baik dari *audience* Instagram rumah sakit yang ditunjukkan dengan data 364 tayangan dan 56 penyuka.

Gambar 1.3 Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata (The Farnsworth D-15 Test) Secara Online

Sumber : Instagram Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" (@rskmata.sumselprov_binar)

Kegiatan sosialisasi kesehatan mata yang dilakukan pada 16 Agustus 2022 dengan pembahasan The Farnsworth D-15 Test oleh dr. Hasanuddin, Sp.M, setelah dua tahun mengadakan kegiatan sosialisasi mendapat perkembangan dalam

antusias dari *audience* pengikut Instagram rumah sakit yang ditunjukkan dengan jumlah tayangan yang mencapai 615 tayangan dan 43 penyuka.

Gambar 1.4 Data Minat Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Sistem Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata

Sumber : Diolah Peneliti Berdasarkan Data Responden Kuesioner Periode 22 – 29 Agustus 2022

Minat masyarakat Provinsi Sumatera Selatan terhadap kegiatan sosialisasi kesehatan yang diadakan oleh Rumah Sakit cenderung lebih memiliki secara sistem Online melalui Instagram dengan data 52,4% atau setara dengan 66 responden. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi Kesehatan Mata secara *Online* (Instagram) yang diadakan oleh Rumah Sakit merupakan inovasi terbaik untuk mempersuasif masyarakat dalam rangka persuasif kesehatan mata.

1.1.2 Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung Dominan Dilaksanakan di Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan

Sosialisasi Kesehatan Mata secara langsung sudah menjadi kewajiban rumah sakit khusus mata sebagai bentuk pengabdian rumah sakit kepada masyarakat yang bertujuan untuk mengembangkan pertumbuhan kesehatan di kalangan masyarakat. Salah satunya, Rumah Sakit Khusus Mata “Binar” Provinsi

Sumatera Selatan yang melakukan sosialisasi kesehatan mata secara langsung kepada masyarakat Provinsi Sumatera Selatan yang diadakan di SMA dan SMK Kota Palembang dan Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan dengan nama Program Penanggulangan Gangguan Refraksi Bagi Siswa "PENGGARIS" dan program penyuluhan Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan yang diresmikan pada 19 November 2019.

Kegiatan sosialisasi kesehatan yang telah direncanakan dan direalisasikan sejak tahun 2020 hingga saat ini tahun 2022 oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan untuk masyarakat Provinsi Sumatera Selatan wilayah kabupaten provinsi Sumatera Selatan dengan kegiatan 17 titik tempat Sosialisasi Kegiatan Kesehatan Mata di Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan (Ogan Komering Ilir, Ogan Ilir, Ogan Komering Ulu Timur, dan Banyuasin), 13 titik tempat Sosialisasi Kegiatan Kesehatan Mata di wilayah Kota Palembang (Pusat Kota Provinsi Sumatera Selatan), dan 4 titik tempat Sosialisasi Kegiatan Kesehatan Mata di wilayah Kota Prabumulih. Sehingga, Sosialisasi Kesehatan Mata secara langsung kepada masyarakat Provinsi Sumatera Selatan lebih dominan pada kabupaten Provinsi Sumatera Selatan. Sehingga, belum meratanya kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara langsung yang berarti membutuhkan tindakan persuasif untuk menyebarkan informasi yang merata.

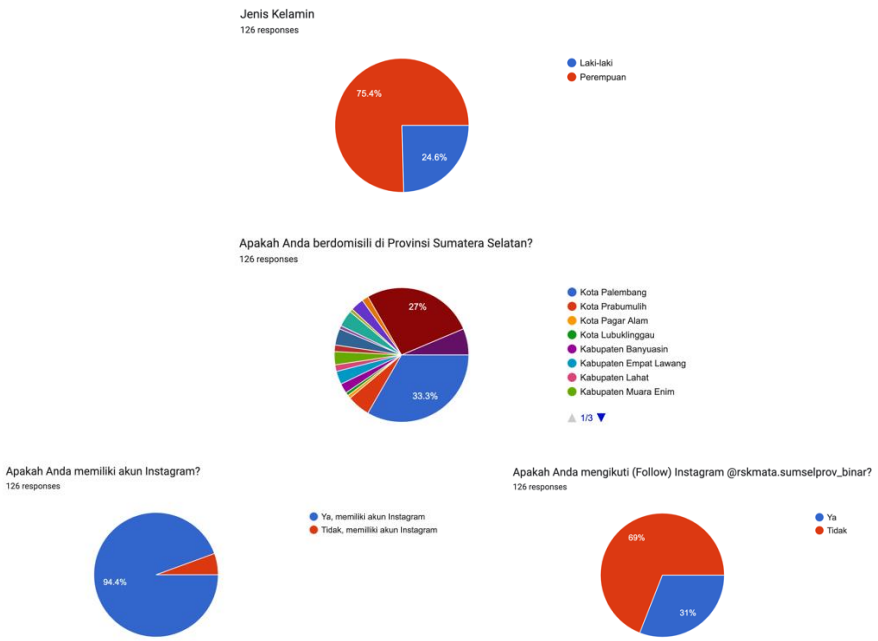
1.1.3 Rendahnya Tingkat Pengetahuan Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Keberadaan Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung dan Secara *Online*

Provinsi Sumatera Selatan merupakan wilayah provinsi yang besar dengan cakupan dari 4 Kota Madya dan 13 Kabupaten yang total jumlah penduduknya mencapai 8.567.923 jiwa yang membutuhkan pembangunan kesehatan dalam kehidupan sosial yang lebih sejahtera. Layanan Sosialisasi Kesehatan Mata yang dibentuk oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang diciptakan untuk optimalisasi kesehatan mata masyarakat Provinsi Sumatera Selatan belum dikenal oleh kalangan masyarakat Provinsi Sumatera Selatan. Kegiatan sosialisasi kesehatan mata yang dilakukan secara langsung maupun secara *Online* untuk kebutuhan edukasi kesehatan mata yang dimana narasumber yang berasal dari dokter-dokter spesialis dalam gangguan kesehatan mata bahkan pihak rumah sakit juga memberikan bantuan sosial dengan menyalurkan alat kesehatan secara gratis yang telah berjalan sejak tahun 2019 akan tetapi pengetahuan masyarakat akan keberadaan sosialisasi kesehatan tersebut cenderung rendah.

Rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap keberadaan sosialisasi kesehatan mata secara langsung maupun secara *Online* ditunjukkan berdasarkan data pra riset yang dilakukan oleh peneliti dengan adanya 126 responden yang berwilayah di dalam Provinsi Sumatera Selatan dengan rentang usia 15 Tahun hingga 50 Tahun yang telah mengisi tabel kuesioner memberikan hasil sebesar 62,7% atau setara dengan 79 responden tidak mengetahui akan adanya kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara langsung maupun secara *Online* yang diadakan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan yang berdampak pada rendahnya antusias masyarakat Provinsi Sumatera pada kegiatan sosialisasi kesehatan mata. Sehingga, membutuhkan tindakan persuasif yang lebih baik untuk meningkatkan pengetahuan dan antusias minat

dalam layanan sosialisasi kesehatan mata yang telah diciptakan oleh rumah sakit khusus mata wilayah tersebut.

Gambar 1.5 Identitas Responden Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Dan Status Instagram



Sumber : Diolah Peneliti Berdasarkan Data Responden Kuesioner Periode 22 – 29 Agustus 2022

Penulis melakukan Pra Riset sebelum memulai penulisan proposal penelitian yang dilakukan sejak 22 Agustus 2022 hingga 29 Agustus 2022 yang digunakan sebagai data terkait pengetahuan masyarakat Provinsi Sumatera Selatan terkait kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata yang diadakan oleh Rumah Sakit Khusus "BInar" Provinsi Sumatera Selatan. Pra Riset dilakukan dengan cara Random Sampling menggunakan Kuesioner kepada masyarakat Provinsi Sumatera Selatan yang mendapat 126 Responden dengan rentang usia 15-50 Tahun, 95 responden Perempuan dan 31 responden Laki-laki, responden

terbanyak berasal dari Kota Palembang dengan jumlah 42 responden dan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur dengan jumlah 34 responden. 119 responden memiliki akun Instagram dan 7 responden lainnya tidak memiliki akun Instagram. Serta, 39 responden telah mengikuti Instagram Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan dan 87 responden tidak mengikuti Instagram Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan.

Gambar 1.6 Data Tingkat Pengetahuan Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Keberadaan Layanan Sosialisasi Kesehatan Mata

Sumber : Diolah Peneliti Berdasarkan Data Responden Kuesioner Periode 22 – 29 Agustus 2022

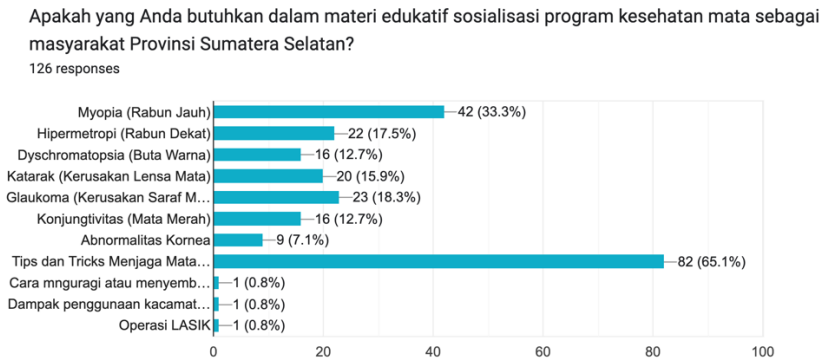
Penulis mendapatkan hasil data Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan melalui Pra Riset yang menyatakan bahwa 79 responden atau setara dengan 62,7% tidak mengetahui akan adanya Kegiatan Sosialisasi Kesehatan Mata yang dibuat oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat Provinsi Sumatera Selatan terhadap kegiatan sosialisasi kesehatan mata yang diadakan rumah sakit masih cenderung rendah.

1.1.4 Kurang Variatifnya Materi Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung dan Secara *Online*

Banyaknya variasi dalam gangguan kesehatan mata membuat pihak dari rumah sakit khusus mata menyediakan materi-materi yang variatif untuk mendukung layanan Sosialisasi Kesehatan Mata secara langsung maupun secara *Online*. Hal ini digunakan oleh Rumah Sakit Khusus Mata sebagai interaksi antara dokter dengan *Audience* yang dimana dalam kegiatan sosialisasi secara langsung cenderung berfokus pada program penyuluhan yang membahas Gangguan Refraksi Mata. Sedangkan, materi pembahasan melalui sosialisasi secara *Online* melalui Instagram, dijabarkan sebagai berikut : Katarak, Metanol Toksik Optik Neurophaty Kerusakan Mata Pengaruh Alkohol Oplosan Pada Mata, Persiapan Operasi Mata Di Masa Pandemi COVID-19, Kacamata atau Lensa Kontak, Glaukoma, Diabetic Eye Disease, Penatalaksanaan Katarak, Lasik, Ablasio Retina, Mata Merah, Operasi Katarak Tanpa Jahitan "Phacoemulsification", Pemberian Obat Mata Di Bulan Puasa, Kebutaan Karena Pemakaian Ponsel (Smartphone Blindliness), Gangguan Pada Kelopak Mata (Entropion), Operasi dan COVID-19, dan Pendeteksian Buta Warna (Thefarnsworth D-15 Test).

Kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara *Online* telah berjalan dengan baik yang dimana materi-materi yang diberikan merupakan gangguan kesehatan mata yang umum dirasakan oleh kalangan masyarakat. Akan tetapi yang terjadi di lapangan, setelah peneliti melakukan pra riset kepada pasien maupun masyarakat Provinsi Sumatera Selatan ada banyak materi yang belum disampaikan oleh pihak rumah sakit. Hal ini ditunjukkan melalui tabel berikut :

Gambar 1.7 Materi Pembahasan yang Dibutuhkan oleh Kalangan Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan



Sumber : Diolah Peneliti Berdasarkan Data Responden Kuesioner Periode 22 – 29 Agustus 2022

Kebutuhan masyarakat Provinsi Sumatera Selatan terhadap Sosialisasi Kesehatan secara Langsung maupun secara *Online* masih cenderung tinggi dengan adanya permintaan materi pembahasan yang lebih variatif dalam bidang Rabun Jauh, Rabun Dekat, Tips dan Trick Menjaga Mata, dan Cara Mengurangi atau Menyebuhkan Kesehatan Mata.

Tabel 1.4 Materi Pembahasan yang Dibutuhkan oleh Kalangan Pasien Rumah Sakit

No.	Materi Pembahasan
1.	Perawatan Pasca Operasi Katarak
2.	Retina
3.	Mata Minus dan Silinder
4.	Pengobatan Mata Glaukoma Melalui Operasi
5.	Pentingnya Kesehatan Mata Anak Usia Dini
6.	Refraksi Mata

Sumber : Diolah Peneliti Berdasarkan Data Responden Kuesioner Periode 31 Agustus 2022

Kebutuhan pasien dari rumah sakit yang didominasi oleh masyarakat Provinsi Sumatera Selatan memiliki saran untuk memberikan materi kegiatan sosialisasi kesehatan mata secara langsung maupun secara *Online* untuk lebih variatif untuk membahas Kesehatan Mata Anak Usia Dini untuk memberikan edukasi secara dini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa materi sosialisasi kesehatan mata yang diberikan rumah sakit masih kurang variatif yang dimana membutuhkan pembaharuan materi akan memberikan persuasif kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan minat terhadap kegiatan sosialisasi kesehatan mata yang diadakan oleh Rumah Sakit.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu rumusan masalah, yaitu **"Bagaimana Komunikasi Persuasif Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Layanan Sosialisasi Kesehatan Mata?"**.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk menelaah pelaksanaan Komunikasi Persuasif yang dilakukan Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Terhadap Layanan Sosialisasi Kesehatan Mata.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian memiliki manfaat untuk memberikan wawasan kepada masyarakat Provinsi Sumatera Selatan terhadap layanan Sosialisasi Kesehatan Mata yang diadakan oleh Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan, maka dari itu manfaat penelitian dibagi menjadi dua, yaitu : Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian mengenai Komunikasi Persuasif Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Provinsi Sumatera Selatan Dalam Layanan Sosialisasi Kesehatan Mata Secara Langsung maupun Secara *online* (Instagram) ini diharapkan dapat menjadi kontribusi ilmiah pada perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam kajian Komunikasi Persuasif bidang Hubungan Masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah lebih banyak pemahaman mengenai disiplin Ilmu Komunikasi khususnya dalam menelaah kasus dalam konsentrasi Hubungan Masyarakat yang umumnya berhubungan dengan pihak-pihak tertentu.

B. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukkan bagi pihak instansi yang telibat dalam proses Komunikasi Persuasif sehingga proses Komunikasi Persuasif

dapat dilaksaakan sesuai dengan yang dituju dengan tindakan Komunikasi Persuasif yang tepat, terutama pihak dokter yang ingin berinteraksi kepada masyarakat.

C. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan sebagai referensi pada penelitian serupa khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan Komunikasi Persuasif pada bidang layanan sosialisasi kesehatan mata.

DAFTAR PUSTAKA

***SUMBER BUKU :**

Ardianto, Elvinaro. 2018. *Handbook Of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Simbiosa Rekatama Media: Bandung.

Bungin, H.M. Burhan. 2017. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana: Jakarta.

B. Miles, Matthew, Huberman, A.Michael, Saldana, Johnny. 2014. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook : Edition 3*. Sage Publications, Inc: California.

Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi : Edisi Ketiga*. Rajawali Pers: Depok.

Cutlip, Scott M, Center, Allen H, Broom, Glen M. 2016. *Effective Public Relations : Edisi 9*. Prenadamedia Group: Jakarta.

Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Hutagalung, Inge. 2018. *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks.

Littlejohn, Stephen W. Foss, Karen A. 2019. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) : Edisi 9*. Salemba Humanika: Jakarta.

Kriyantono, Rachmat. 2020. *Teknik-Teknik Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif : Edisi Kedua (Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organiasi, Komunikasi Pemasaran)*. Prenadamedia Group: Jakarta.

Kementerian Kesehatan RI. 2018. *Peta Jalan Penanggulangan Gangguan Penglihatan di Indonesia Tahun 2017-2030.* Kementerian Kesehatan RI: Jakarta.

Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Myers, David G. 2012. *Psikologi Sosial (Social Psychology) : Edisi 10, Buku 1*. Salemba Humanika: Jakarta.

M. Perloff, Richard. 2017. *The Dynamic Of Persuasion Communication And Attitudes In The 21st Century : Sixth Edition*. Routledge and Taylor & Francis: New York and London.

Rosmalia, Dewi, Sriani, Yustiana. 2017. *Sosiologi Kesehatan*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia: Jakarta.

Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi : Edisi Revisi*. Simbiosa Rekatama Media: Bandung.

Soemirat, Soleh, Suryana, Asep. 2017. *Komunikasi Persuasif : Edisi 2*. Universitas Terbuka: Tangerang.

Sahputra Sitepu, Edy, Faulina. 2011. *Profesional Public Relations*. USU Press: Medan.

Uchjana Effendy, Onong. 2019. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Maryam, Effy Wardati. Paryontri, Ramon Ananda. 2020. *Psikologi Komunikasi*. UMSIDA Press: Sidoarjo.

***SUMBER JURNAL :**

Amanlliah, Ria Yunita (2020). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Virus COVID 19 Dilingkungan Warga Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Akbar Juara*, *5*(4), 27-42.

Bob Aron Kurniawan. (2016). Proses Komunikasi Komunitas All Variant 250UP Community (AVC 250 UP) DalamPembentukan Identitas Komunitas. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi* , *4*(1), 412–432.

Djajanti, C. W., Sukmanto, P. A., & Wardhani, I. K. (2020). Penyuluhan Meningkatkan Pengetahuan Remaja Tentang Kesehatan Mata. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, *5*(1), 248–252. https://doi.org/10.30651/jkm.v5i1.4208

Dwiana, A., Lestari, C., & Astuty, L. (2021). Hubungan Pengetahuan Siswa Tentang Kesehatan Mata Dengan Sikap Penggunaan Gadget Yang Berlebihan Di Sd N 13 Engkasan Kalimantan Barat. *Avicenna : Journal of Health Research*, *4*(1), 1–8. https://doi.org/10.36419/avicenna.v4i1.453

Hadhinoto, P. S., & Oktavianti, R. (2020). Komunikasi Persuasif Tentang

Kesehatan Mental Melalui Komik Digital (Studi pada Akun Instagram @petualanganmenujusesuatu). *Prologia*, *3*(2), 334. https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6355

Ichsan, M. (2022). Edukasi Kesehatan Mata dan Deteksi Dini Gangguan Mata pada Santri di Pondok Pesantren. *Madago Community Empowerment for Health Journal*, *1*(2), 32–39. https://doi.org/10.33860/mce.v1i2.658

Ismail. (2019). Pentingnya Sosialisasi Bagi Anak (Studi Kajian Sosiologi Pendidikan). *Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, *2*(1), 27–41. http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/JISA/article/view/5406/2395

Janati, Y. N., Pramesty Hamudya, T., Millio, M., Putra, R., Alam, R., Hasibuan, T., Patrianti, T., Masyarakat, P. K., & Masyarakat, F. K. (2021). *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ Website: http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat PENYULUHAN PROMOSI TENTANG KESEHATAN MATA MELALUI PLATFORM DARING (ZOOM) DI SMPIT DARUL ABIDIN PADA MASA PANDEMI COVID 19*. http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat

Januardi, A., Sugandi, & Dristiana, K. (2020). Strategi Komunikasi Dalam Melakukan Pencegahan Penyakit Tuberkulosis Di Puskesmas Sidomulyo Samarinda. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, *8*(1), 103–115. http://www.

Marfa, F. P., Yulius, Y., & Halim, B. (2019). Kampanye Kesadaran Diri Pentingnya Menjaga Kesehatan Mata Sejak Dini Tahun 2018. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, *4*(2), 153–158. https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.795

Nabawi, M., Erawan, E., & Dristiana, K. (2018). Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Di Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan. *E Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(3), 674–687. https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/09/JURNAL M.Nabawi(1302055042) (09-03-18-07-05-27).pdf

Rasulindra Hamdani M., Y. S. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh Dalam Meningkatkan Kesadaran Remaja Tentang Bahaya Merokok. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, *2*(Vol 2, No 2 (2017): Mei 2017), 67–78.

http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/2677

Robby, K., & Angery, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN TARIF TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP PADA RUMAH SAKITMATA CICENDO BANDUNG Ivan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *5*(3), 494–512.

Setiawan, A., Saputra, H. A., & Atmojo, M. E. (2021). Efektifitas Penyebaran Informasi Covid-19 Melalui Media Twitter Kementrian Kesehatan Republik Indonesia Dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana. *Jurnal Academia Praja*, *4*(1), 89–106. https://doi.org/10.36859/jap.v4i1.210

Vardhani, N. K., & Tyas, A. S. P. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, *2*(1), 9. https://doi.org/10.22146/jgs.40424

Widayando, F. P., & Prasetijo, B. (2021). Prevalensi Gangguan Kesehatan Mata Yang Terjadi Pada Calon Anggota Polisi Di Polda Sulawesi Tengah Tahun 2017-2021. *Jurnal Medika Udayana*, *10*(11), 66–71.

Yusuf, Abdul Rachman Virga Maulidhany, Prianggono, Jarot (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif Terhadap Sikap Patuh Pedagang Kios Candi Borobudur Pada Protokol Kesehatan. *Journal of Innovation Research and Knowledge*. *1*(6), 179-188.

***SUMBER SKRIPSI :**

Arfianti Khatijah, Siti. 2017. *Aktivitas Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Dan Pendidikan Di Museum H.M. Soeharto*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Gayo, Rosita Adani. 2020. *Implementasi Program Penanggulangan Tuberkulosis Dengan Strategi Dots Di Wilayah Kerja Puskesmas Mandala*. Skripsi. Medan : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Ilham. M. 2021. *Strategi Komunikasi Persuasif Aparatur Desa Dalam Meningkatkan Kesehatan Lingkungan Di Desa Teluk Kecamatan Pemayung Kabupaten Batanghari*. Skripsi. Jambi : Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.

Najmah Salsabil, Dliya. 2020. *Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Melalui Instagram (Studi Pada Komunitas Ketimbang Ngemis Bekasi)*. Skripsi. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Norpiyanti. 2019. *Pengaruh Promosi Melalui Komunikasi Persuasif Terhadap Volume Penjualan Pada Produk Herbal Penawar Al Wahida Indonesia (HPAI) Di Kota Palangka Raya*. Skripsi. Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Putri, Annike. 2020. *Peran Komunikasi Persuasif Imem Dalam Mengurangi Angka Pasangan Kawin Lari Di Kecamatan Blangkejeren Kabupaten Gayo Lues*. Skripsi. Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Relista Amalia, Ayu. 2021. *Komunikasi Persuasif Kantor Pos Palembang Dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi POSPAY Melalui Kegiatan Penyaluran Bantuan Sosial Tunai*. Skripsi. Palembang : Universitas Sriwijaya.

Sapriandi. 2020. *Urgensi Komunikasi Persuasif Terhadap Pembinaan Akhlak Remaja Di Lingkungan Kampung Baru Tirondo Keluruhan Sulewatang Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar*. Skripsi. Pare Pare : Institut Agama Islam Negeri Pare Pare.

***SUMBER WEBSITE :**

Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. 2020. *Proyeksi Jumlah Penduduk (Jiwa), 2018-2020*. https://sumsel.bps.go.id/indicator/12/51/1/proyeksi-jumlah-penduduk.html (Diakses pada 20 Agustus 2022).

Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan. 2019. *Survei Kepuasan Masyarakat Tahun 2019*. http://rskmata.sumselprov.go.id/survei-kepuasan-masyarakat-tahun-2019/ (Diakses pada 20 Agustus 2022).

Rumah Sakit Khusus Mata "Binar" Provinsi Sumatera Selatan. 2018. *Selayan Pandang*. http://rskmata.sumselprov.go.id/selayang-pandang/ (Diakses pada 20 Agustus 2022).

Bayu, Dimas. 2022. *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat Di Dunia*. https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia (Diakses pada 20 Agustus 2022).

Ayu Caesar Isabela, Monica. 2022. *Jumlah Penduduk Indonesia 2022*. https://nasional.kompas.com/read/2022/04/27/03000051/jumlah-penduduk-indonesia-2022? (Diakses pada 25 Agustus 2022).

Budy Kusnandar, Viva. 2021. *Sebanyak 97% Penduduk Sumatera Selatan Beragama Islam Pada Juni 2021*. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/25/sebanyak-97-penduduk-sumatera-selatan-beragama-islam-pada-juni-2021#:~:text=Berdasarkan%20data%20Direktorat%20Jenderal%20Dinas,97%2C17%25)%20beragama%20Islam. (Di Akses Pada Senin, 19 September 2022 "Pukul 13.00 WIB").

Kementerian Keuangan Indonesia. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Dekonsentrasi*. https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2001/39TAHUN2001PPPenj.htm (Di Akses Pada Senin, 19 September 2022 "Pukul 14.00 WIB").

Direktorat Jenderal Tata Usaha Kementerian Agraria Dan Tata Ruang / Badan Pertahanan Nasional. 2020. *Perencanaan Tata Ruang : Pengertian Dan jenis*. https://tataruang.atrbpn.go.id/Berita/Detail/3736 (Di Akses Pada Senin, 19 September 2022 "Pukul 15.00 WIB").

Portal Tata Ruang. 2022. *Gambar Peta Sumatera Selatan Lengkap Dengan Kabupaten Dan Kota*. https://www.tataruang.id/2022/06/03/gambar-peta-sumatera-selatan-lengkap-dengan-kabupaten-dan-kota/ (Di Akses Pada Senin, 19 September 2022 "Pukul 16.00 WIB").

Localise SDGs Indonesia. 2020. *Profil Daerah Provinsi Sumatera Selatan*. https://localisesdgs-indonesia.org/profil-tpb/profil-daerah/9 (Di Akses Pada Senin, 19 September 2022 "Pukul 17.00 WIB").

Sampoerna Universtty. 2022. *Rancangan Penelitian : Arti, Manfaat, Dan Contoh*. https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/rancangan-penelitian-arti-manfaat-dan-contoh/ (Di Akses Pada Sabtu, 01 Oktober 2022 "Pukul 08.00 WIB").

Syafnidawaty. 2020. *Penelitian Kualitatif*. https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kualitatif/ (Di Akses Pada Sabtu, 01 Oktober 2022 "Pukul 09.00 WIB").

Rifka Sitoresmi, Ayu. 2021. *Apa Itu Konsep? Ketahui Pengertian, Ciri-Ciri, Unsur, Fungsi, dan Jenisnya*. https://hot.liputan6.com/read/4818880/apa-itu-konsep-ketahui-pengertian-ciri-ciri-unsur-fungsi-dan-jenisnya (Di Akses Pada Sabtu, 01 Oktober 2022 "Pukul 09.30 WIB").

Karunia Mulia Putri, Vanya. 2021. *Observasi : Pengertian Para Ahli, Tujuan, Ciri-Ciri, Dan Jenisnya*. https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/03/164904169/observasi-pengertian-para-ahli-tujuan-ciri-ciri-dan-jenisnya?page=all (Di Akses Pada Sabtu, 01 Oktober 2022 "Pukul 10.00 WIB").

Pradistya, Reyvan Maulid. 2021. *Teknik Triangulasi Dalam Pengolahan Data Kualitatif*. https://www.dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif#:~:text=Triangulasi%20sumber%20data%20adalah%20menggali,memiliki%20sudut%20pandang%20yang%20berbeda. (Di Akses Pada Sabtu, 01 Oktober 2022 "Pukul 11.00 WIB").

CNN Indonesia. 2021. *Survei : 19,3 Persen Anak Indonesia Kecanduan Internet*. https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211002135419-255-702502/survei-193-persen-anak-indonesia-kecanduan-internet (Di Akses Pada Senin, 17 Oktober 2022 "Pukul 19.00 WIB").

Viva Health. 2017. *Aktivitas Penyebab Masalah Pada Penglihatan*. https://vivahealth.co.id/article/detail/12226/aktifitas-penyebab-masalah-pada-penglihatan (Di Akses Pada Senin, 17 Oktober 2022 "Pukul 20.00 WIB").