

Strategi Komunikasi Risiko dengan Pendekatan Norma Sosial Budaya dalam Penanggulangan COVID-19

Suraya A. Afiff & Dian Rosdiana

Semiloka dan Workshop Organisasi Non Profit (LSM) Dalam
Merespon Covid-19 Dan Pelaksanaan Vaksin
Online meeting 12 Agustus 2021



Materi Bahasan

- Persoalan dan Tantangan mempromosikan Prokes dan vaksinasi
- Mengapa Pendekatan Norma Sosial Budaya
- Konsep dasar pendekatan dengan mengintegrasikan Norma Sosial Budaya
- Nested Strategi komunikasi di empat ranah
- Rekomendasi rencana aksi



Berbagai Pendekatan Dilakukan Untuk Meminta Orang Patuh Prokes dan Vaksinasi



5 anggota pasukan vaksin polio ditembak mati di Afghanistan



Orang ramai mengalihkan mayat pekerja kesihatan yang mati ditembak ketika menjalankan kempen vaksinasi polio di Jalalabad, Afghanistan. - Foto EPA



Didukung oleh
KPC PEN KOMINFO KEMENKES RI

KomuniKota Visual

**BUDAYA BIJAK LITERASI
TANGKAL HOAX
VAKSINASI**

**Dapat Informasi
Vaksin COVID-19
yang Bikin
Deg-Degan?
Cek Hoaks
atau Bukan!**

ANTARA FOTO/Maulana Surya/rwa.

1 ▶▶▶

www.covid19.go.id 119 +6281133399000 @lawancovid19_id

Kesehatan Pulih, Ekonomi Bangkit

Tidak mudah melawan Hoax & Politisasi Hoax

Tantangan Kita

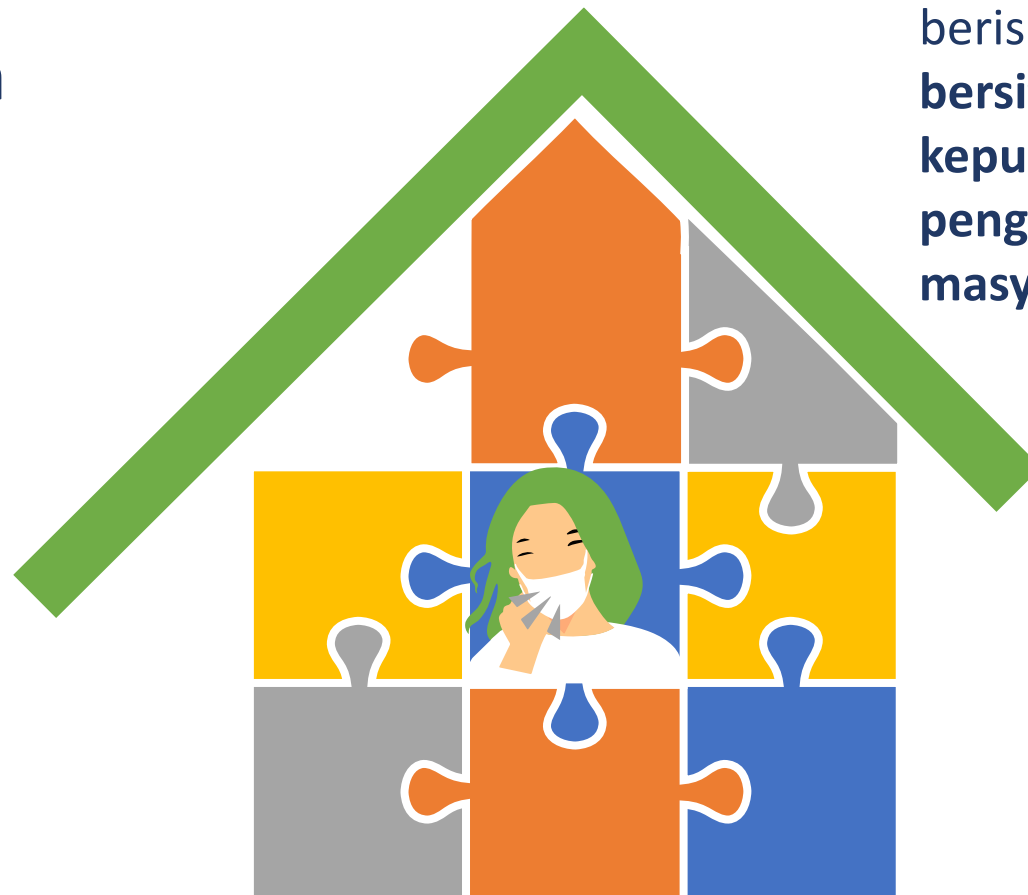
- Covid-19 – Ilmu pengetahuan baru dan masih berkembang – perdebatan akademik berpotensi menurunkan *trust* masyarakat
- Persoalan **Public TRUST** (kepercayaan) kepada Sains dan Saintist— Siapa yang kita bisa dipercaya dan ikuti sarannya?
- Keberagaman: etnik dan budaya; kelas sosial dan ekonomi; lifestyle; penghidupan; kerentanan – implikasinya:
 - Memiliki konsep sakit dan sehat yang berbeda-beda
 - Berbeda-beda dalam memahami dan merespon *risk* (resiko)
 - Berbeda-beda kerentanan
 - Berbeda-beda dalam mengolah, memahami, memaknai, mengalami, merespon penyakit

Tantangan dalam Strategi Komunikasi Saat ini

- Komunikasi lebih terpusat, top-down, dan satu arah tidak efektif
- *Technology driven* memiliki keterbatasan – a.l. tidak dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat
- Masih perlu memperkuat strategi dialogis yang dapat membangun trust
- Belum terlalu spesifik untuk kelompok tertentu dan atau pada perilaku/kebiasaan tertentu yang berisiko tinggi yang sumbernya berbeda-beda di setiap tempat

Kerangka Pendekatan Antropologis

Individu bukan atom bebas. Ia terikat dalam **berbagai pranata sosial** (aturan, norma, nilai, cara pandang) yang tidak selalu sejalan (*conflicting*)

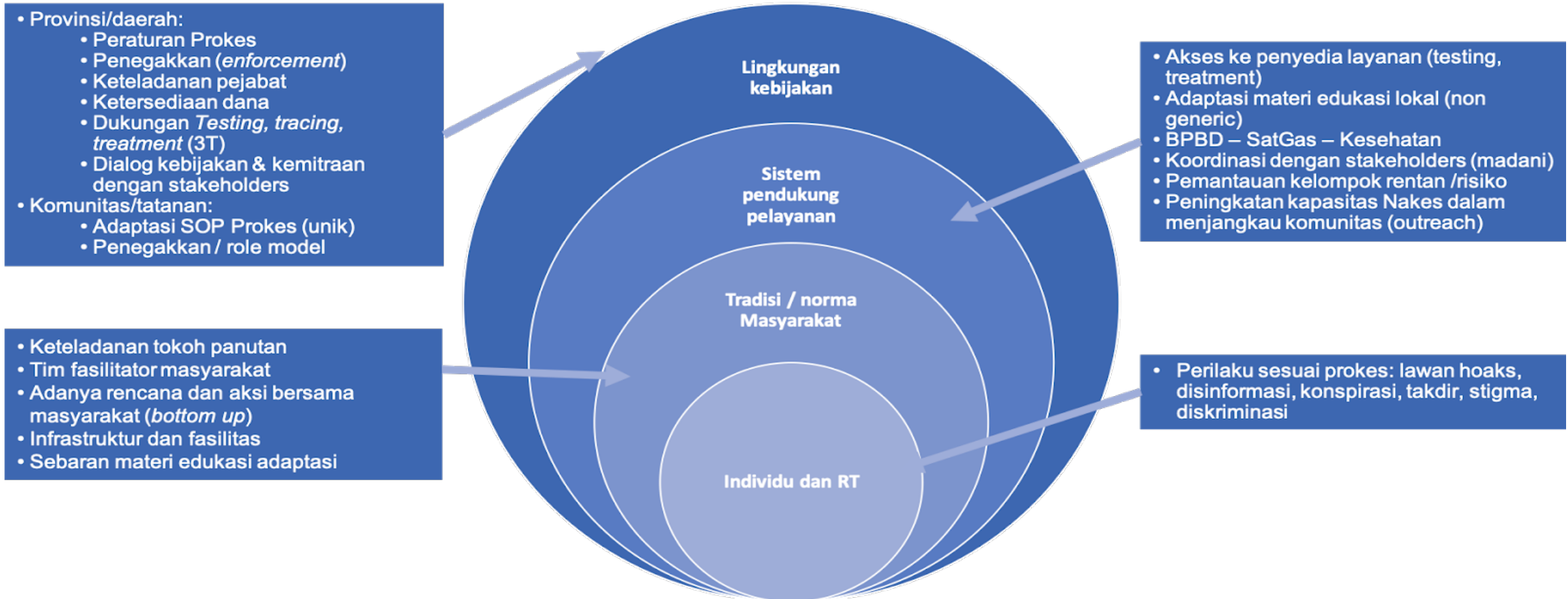


Perilaku dan tindakan seseorang yang berisiko terinfeksi virus, **sesuatu yang bersifat sosial (tidak semata-mata keputusan individu yang terisolasi dari pengaruh berbagai norma sosial dalam masyarakatnya)**

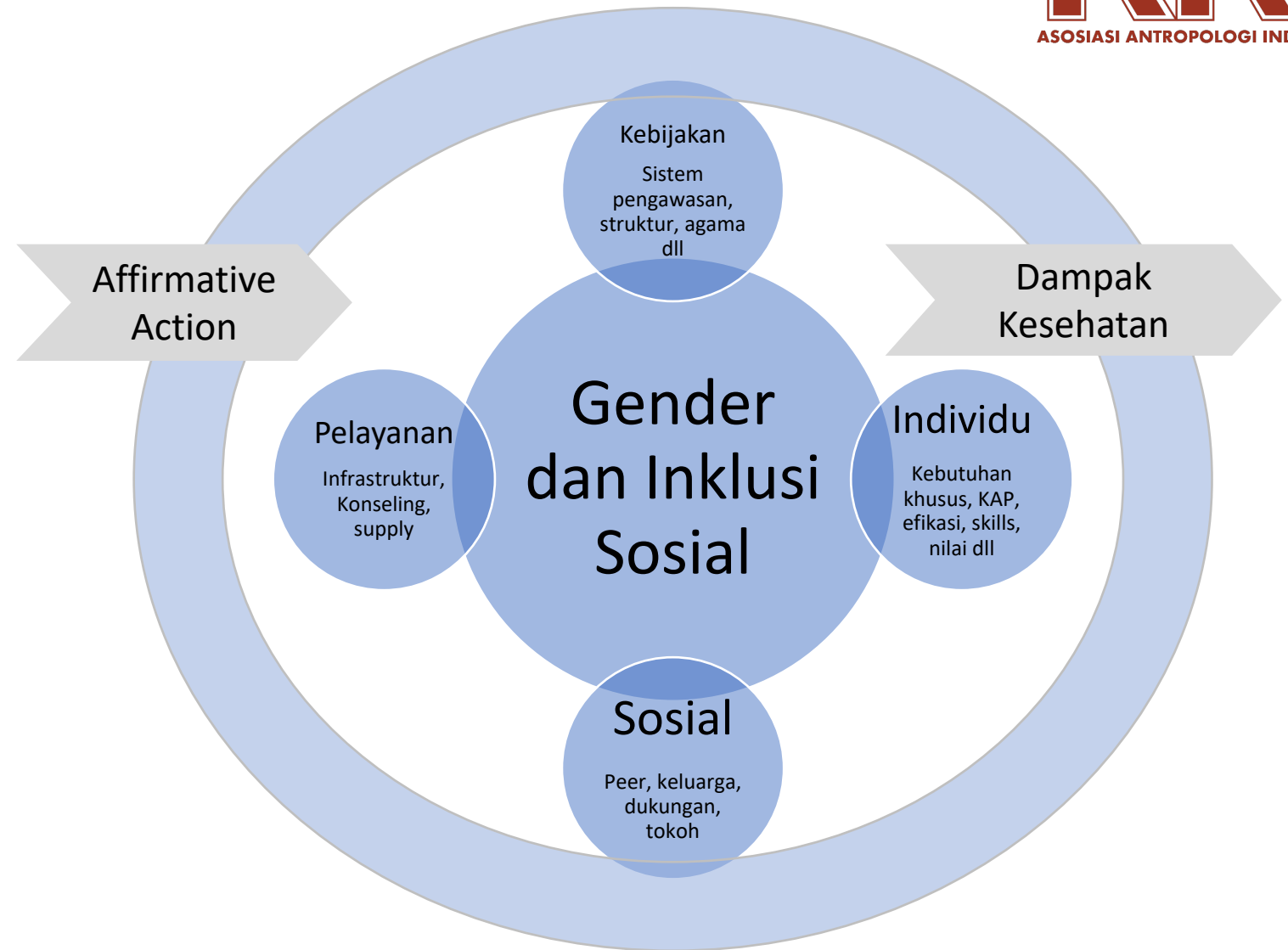
Pentingnya melihat bagaimana pengaruh *peer group*/kelompok sosial terhadap pilihan seseorang untuk bertindak, bersikap, membuat suatu keputusan



Rekomendasi: Strategi Komunikasi di Empat Ranah Perubahan Perilaku



Strategi Perubahan Perilaku dalam perspektif GESI

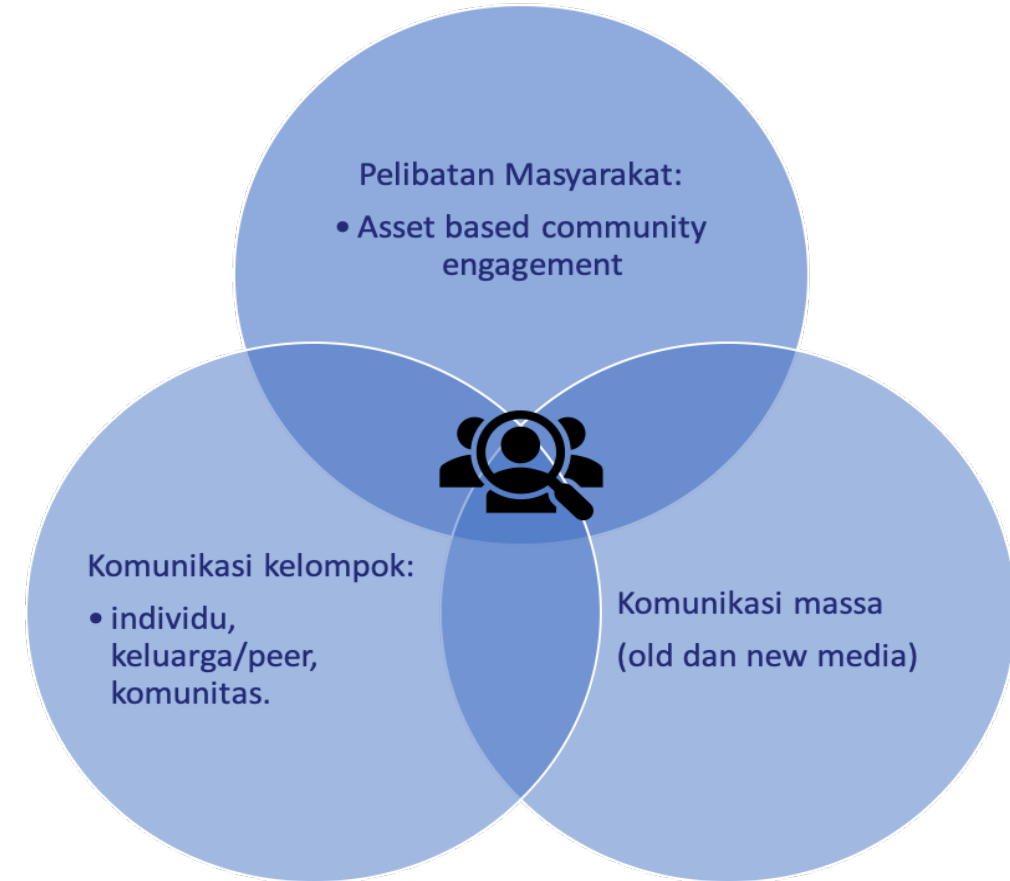


Bagian Selanjutnya...



Rekomendasi: Strategi Level Intervensi

- Pemberdayaan Masyarakat
 - Gerakan “warga bantu warga”
- Komunikasi Perubahan Perilaku (KPP)
 - Edukasi kelompok
 - Adaptasi norma (bagaimana dan mengapa)
- Komunikasi Massa
 - Media konvensional dan baru
 - Adaptasi **norma baru**
 - Fokus Provinsi dan Kab/Kota



Beberapa pertimbangan dalam menyiapkan rencana aksi PM

- Entry knowledge
- Sikap terhadap COVID-19 , prokes dan vaksin
- Identifikasi perilaku yang berisiko
- Identifikasi pesan kunci 3T, 3M dan vaksinasi
- Identifikasi stigma, hoaks, negative campaign (3T, 3M, Vaksin), dan *noise*
- Identifikasi jawaban/fakta untuk mengcounter hoax dll
- Media dan jalur pesan (group vs individu vs massa)
- Pemetaan tokoh masyarakat, influencers dan nakes
- Sistem rujukan:
 - pelayanan kesehatan (3 T: OTG, Suspek, Probabel)
 - Rujukan vaksinasi
 - Pengelolaan KIPI (pasca-vaksinasi)
- Kita juga disiplin dalam Prokes 3M (pertemuan, penyuluhan/kontak virtual, CTPS)

Bagaimana dengan masalah-masalah komunikasi pada “Kelompok Tak Terjangkau” di bawah ini

- Mobilitas tinggi
- Akses ke layanan rendah
- Akses ke informasi digital rendah

Pasar, tempat pelelangan ikan (TPI), pesantren, lokal transmisi, fasilitas kesehatan, seminar, mall, tempat ibadah dan perkantoran.

Pekerja
lepas

Adat

Rehab /
rutan

“kumuh”

migran

pedagang
keliling

Komunitas
hobby

Komunitas
OR

STIGMA, HOAX, DAN MITOS

- Masker saja sudah cukup
- Tangan bersih = tidak ada virus
- Meninggal karena pakai masker
- Kumur air garam
- Penularan melalui rapid test
- Kondisi fisik saat positif covid
- Corona virus hanya ilusi
- Virus tidak berbahaya
- Virus bisa menular melalui udara (luar)
- Teror biologi
- Bebas berpergian kalau naik pesawat
- Jasad tidak menularkan virus
- Ditularkan oleh ras/suku tertentu
- Pasrah sebagai “hukuman” dari Tuhan
- Sehat dan sakit
- Berjemur bisa membunuh virus
- Menyebar lewat nyamuk
- Kena corona = kematian
- Jaringan 5G bisa menyebarkan virus
- Minum alcohol/bleach
- Penyemprotan disinfektan
- Hanya orang tua yang terkena virus
- antibiotik efektif dalam mencegah dan mengobati COVID-19

<https://covid19.go.id/p/hoax-buster>



Contoh Rencana Komunikasi



Aspek pengembangan pesan	Penjelasan isi
Masalah (perilaku risiko) yang menjadi prioritas	<ul style="list-style-type: none">- Penjelasan mengenai kebiasaan, sikap dan perilaku risiko apa saja yang masih menjadi masalah sehingga menyulitkan pencegahan penularan COVID-19.- Mengapa masalah tersebut masih terjadi?- Apakah ada pengaruh dari hoaks, mitos, dan stigma?
Tujuan Komunikasi	<ul style="list-style-type: none">- Apa yang menjadi tujuan komunikasi terkait dengan masalah di atas?
Hambatan	<ul style="list-style-type: none">- Identifikasi hambatan, kesulitan dalam mencapai tujuan komunikasi- Kesulitan dalam melakukan perubahan sesuai dengan yang Anda harapkan.
Kelompok sasaran	<ul style="list-style-type: none">- Identifikasi kelompok sasaran utama yang menjadi perhatian- Gambaran mengenai komunitas yang menjadi pokok perhatian.- Penjelasan aspek sosial-budaya lainnya yang relevan.
Pesan Utama	<ul style="list-style-type: none">- Pesan-pesan apa saja yang perlu disampaikan
Isi pesan	<ul style="list-style-type: none">- Pesan pendukung- Pesan-pesan apa saja yang akan menarik komunitas tsb?- Bagaimana pesan-pesan tersebut dapat memberikan manfaat bagi mereka jika mau mengubah perilakunya?- Ingat 7Cs
Saluran pesan	<ul style="list-style-type: none">- Bagaimana pesan-pesan tersebut disalurkan?- Media/orang berpengaruh/gathering?- Langsung atau tidak langsung?

Catatan Penutup

- Antara Orang Tahu & perubahan prilakunya tidak berlangsung linier
- Perubahan prilaku yang memerlukan perubahan norma, nilai, tradisi dari suatu praktek budaya seringkali perlu waktu
 - Dipengaruhi Pranata Sosial dan Faktor lain - Sosial, Politik, dan Ekonomi
- Penegakan aturan perlu kombinasi penegakan aturan formal (pemerintah) dan strategi penegakan aturan sosial (lewat pranata sosial)
- Perlu strategi yang lebih kreatif untuk mengatasi *Covid Fatigue*

Langgar Aturan Covid, Menkes Inggris Mundur

Ahad 27 Jun 2021 15:11 WIB

Red: Agung Sasongko

KETELADANAN
SALAH
SATU
KUNCI
PENTING!



Menteri Kesehatan Inggris Matt Hancock, berbicara pada konferensi pers virus corona di 10 Downing Street di London, Senin, 11 Januari 2021

Foto: AP/Alastair Grant/AP Pool



Terima kasih

