

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan dan melengkapi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi komunikasi perubahan perilaku. Maka dari itu, peneliti menggunakan empat penelitian terdahulu dalam kurun waktu sepuluh tahun sebagai dasar penulisan dan referensi untuk membentuk kerangka pemikiran yang diterapkan dalam penelitian ini.

Penelitian pertama (Nichols, 2021) yang berjudul "*Spaces for Women: Rethinking Behavior Change Communication in the Context of Women's Groups and Nutrition-Sensitive Agriculture*", meneliti tentang komunikasi perubahan perilaku dalam interaksi grup wanita untuk mendorong pertanian peka nutrisi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan jenis kualitatif dan sifat deskriptif. Konsep yang digunakan adalah *participatory learning, action model* dan *storytelling*. Penelitian ini menemukan bahwa wanita di pedesaan India lebih nyaman membicarakan topik masa lalu tentang pernikahan muda dan keberagaman makanan karena *relatable*, sedangkan topik seputar peran gender dan kesehatan masih belum terstruktur karena kompleks. Sehingga program pertanian diversifikasi nutrisi memiliki peluang untuk menjadi topik bahasan sehingga perilaku wanita setempat dapat selaras dengan tujuan peneliti dan meningkatkan nutrisi keluarga setempat.

Penelitian kedua (Avula, et al., 2013) yang berjudul "*A Program Impact Pathway Analysis Identifies Critical Steps in the Implementation and Utilization of a Behavior Change Communication Intervention Promoting Infant and Child Feeding Practices in Bangladesh*", meneliti tentang peran intervensi komunikasi perubahan perilaku di Bangladesh untuk meningkatkan dan mengubah praktik pemberian makan bayi dan anak kecil. Metode yang digunakan dalam penelitian

ini adalah *mix method* dengan jenis kualitatif dan kuantitatif. Konsep yang digunakan adalah *behavior change communication*, *theory-based impact evaluation* dan *community-based counseling*. Penelitian ini menemukan bahwa adanya hambatan dan langkah-langkah penerimaan pesan agar ada perubahan sikap antara fasilitator serta target sasaran (individu maupun keluarga). Misalnya fasilitator yang memiliki pengetahuan yang baik dan mempertahankan kesetiaan terhadap target sasaran akan lebih diterima dan diimplementasikan anjurannya karena ada dukungan kepada keluarga serta penyediaan sumber daya. Serta hambatan yang dirasakan adalah kurangnya waktu, persepsi kelahiran tentang pemberian makan sesuai usia dan kurangnya sumber daya.

Penelitian ketiga (Nyunt, et al., 2015) yang berjudul "*Evaluation of the Behaviour Change Communication and Community Mobilization Activities in Myanmar Artemisinin Resistance Containment Zones*", meneliti tentang evaluasi keefektifan komunikasi perubahan perilaku dan mobilisasi komunitas untuk meningkatkan pencegahan dan pengobatan malaria dalam program *Myanmar Artemisinin Resistance Containment*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi *cross sectional* dengan jenis kualitatif dan kuantitatif dengan sifat deskriptif. Konsep yang digunakan adalah *community change mobilization* dan *behavior change communication*. Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi perubahan perilaku efektif bila dikombinasikan dengan pendekatan *multi-channel* seperti media massa, komunikasi interpersonal, pertemuan advokasi, partisipasi komunitas dan pendekatan struktural untuk mempromosikan perilaku yang baik.

Penelitian keempat (Rahman, Leppard, Rashid, Jahan, & Nasreen, 2016) yang berjudul "*Community Perceptions of Behaviour Change Communication Interventions of the Maternal Neonatal and Child Health Programme in Rural Bangladesh: an Exploratory Study*", meneliti tentang persepsi dan penerimaan anggota di komunitas terhadap paparan materi dari berbagai macam media serta pengertian pesan komunikasi perubahan perilaku dalam program peningkatan *maternal*, *neonatal* dan *child survival* di pedesaan Bangladesh. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatori dengan jenis kualitatif dan sifat deskriptif. Konsep yang digunakan adalah *interpersonal communication* dan *behaviour change communication*. Penelitian ini menemukan pentingnya komunikasi interpersonal terhadap membangun *awareness* target sasaran serta penggunaan sosial media serta media komunikasi perubahan perilaku lainnya harus ditingkatkan.



Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Carly E. Nichols	Rasmi Avula, Purnima Menon, Kuntal K. Saha, Mahbulul Islam Bhuiyan, Anita S. Chowdhury, Saiqa Siraj, Raisul Haque, Chowdhury S. B. Jalal, Kaosar Afsana, Edward A. Frongillo	Myat Htut Nyunt, Khin Myo Aye, Myat Phone Kyaw, Khin Thet Wai, Tin Oo, Aye Than, Htet Wai Oo, Hnin Phyu Phway, Soe Soe Han, Thurein Htun and Kyaw Kyaw San	Atiya Rahman, Margaret Leppard, Sarawat Rashid, Nauruj Jahan, Hashima E. Nasreen
Judul Penelitian	<i>Spaces for Women: Rethinking Behavior Change Communication in the Context of Women's Groups and Nutrition-Sensitive Agriculture</i>	<i>A Program Impact Pathway Analysis Identifies Critical Steps in the Implementation and Utilization of a Behavior Change Communication Intervention Promoting Infant and Child Feeding Practices in Bangladesh</i>	<i>Evaluation of the Behaviour Change Communication and Community Mobilization Activities in Myanmar Artemisinin Resistance Containment Zones</i>	<i>Community Perceptions of Behaviour Change Communication Interventions of the Maternal Neonatal and Child Health Programme in Rural Bangladesh: an Exploratory Study</i>
Sumber Jurnal	<i>Social Science & Medicine: Vol. 285, pp. 1-10</i>	<i>The Journal of Nutrition: Vol. 143, Issue 12, pp. 2029-2037</i>	<i>Malaria Journal: Vol. 14, No. 522, pp. 1-9</i>	<i>BMC Health Service Research: Vol.16, No. 389, pp. 1-12</i>
Tanggal Terbit	29 Juli 2021	25 September 2013	23 Desember 2015	16 Agustus 2016
Indeks/Rate	Q1	Q1	Q1	Q1

	<p>Social Science and Medicine Q1 Health (social science) best quartile SJR 2021 1.81 powered by scimagojr.com</p>	<p>Journal of Nutrition Q1 Medicine (miscellaneous) best quartile SJR 2021 1.09 powered by scimagojr.com</p>	<p>Malaria Journal Q1 Infectious Diseases best quartile SJR 2021 1.31 powered by scimagojr.com</p>	<p>BMC Health Services Research Q1 Health Policy best quartile SJR 2021 1 powered by scimagojr.com</p>
Tautan	https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0277953621006146	https://academic.oup.com/jn/article/143/12/2029/4571671	https://link.springer.com/article/10.1186/s12936-015-1047-y	https://bmchealthservres.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12913-016-1632-y
Teori/ Konsep	<i>Participatory learning, Storytelling dan Action model.</i>	<i>Behavior change communication, Theory-based impact evaluation dan Community-based counseling</i>	<i>Community change mobilization dan Behavior change communication</i>	<i>Interpersonal communication dan Behaviour change communication</i>
Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif (Studi Kasus)	<i>Mix method</i> (kualitatif dan kuantitatif)	Studi deskriptif <i>cross sectional</i> (kualitatif dan kuantitatif)	Kualitatif deskriptif (eksplanatori)
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan wanita di pedesaan India lebih nyaman membicarakan topik pernikahan dini dan keragaman diet daripada topik gender dan kesehatan, sehingga program pertanian diversifikasi nutrisi menjadi peluang untuk meningkatkan nutrisi keluarga setempat.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hambatan dan langkah-langkah penerimaan pesan agar ada perubahan sikap antara fasilitator serta target sasaran (individu maupun keluarga).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi perubahan perilaku efektif bila dikombinasikan dengan pendekatan <i>multi-channel</i> seperti media massa, komunikasi interpersonal, pertemuan advokasi, partisipasi komunitas dan pendekatan struktural untuk mempromosikan perilaku yang baik.	Hasil penelitian mendapatkan pentingnya komunikasi interpersonal terhadap membangun <i>awareness</i> target sasaran serta penggunaan sosial media serta media komunikasi perubahan perilaku lainnya harus ditingkatkan.

--	--	--	--	--

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Melihat adanya kesamaan dan perbedaan di setiap penelitian, menarik untuk menguji penelitian ini sebagai penambahan ilmu pada bidang yang dikaji. Kebaruan pada penelitian ini ditemukan pada bagaimana strategi *behaviour change communication* dapat digunakan dalam program ketahanan pangan untuk membentuk perilaku, bukan hanya program kesehatan yang memiliki tujuan kegiatan preventif. Pada penelitian ini peneliti akan meninjau strategi *behaviour change communication* untuk membentuk perilaku berdiskusi pangan yang dilihat dari perspektif komunikasi. Sampai saat ini, masih jarang penelitian yang membahas perubahan perilaku dalam perspektif komunikasi terutama di Indonesia.

2.2 Kerangka Konsep

2.2.1 Behavior Change Communication (BCC) Strategy

Behaviour Change Communication merupakan salah satu strategi dari *framework SBCC (Social and Behavior Change Communication)* berfokus pada ilmu-ilmu sosial pada determinan sosial yang memungkinkan terjadinya perubahan (McKee, Benton, & Bockh, 2014, p. 278). Strategi lainnya adalah advokasi untuk perubahan kebijakan serta mobilisasi sumber daya dan mobilisasi sosial yang juga termasuk mobilisasi komunitas untuk mengembangkan kapasitas penguatan rekan kerja dalam level internasional atau level komunitas. Akan tetapi, strategi advokasi dan mobilisasi sosial perlu didukung oleh sumber daya yang memadai dan sering terjadi di tingkat nasional dalam sebuah negara. Oleh karena itu, peneliti akan hanya membahas mengenai strategi komunikasi perubahan perilaku (BCC) dalam tahap C-Planning.

Behaviour Change Communication (BCC) adalah sebuah prinsip komunikasi perubahan sosial yang dominan digunakan dalam komunikasi kesehatan untuk mempersuasi individu agar mengadopsi gaya hidup dan perilaku yang lebih sehat (McKee, Benton, & Bockh, 2014, p. 278). Secara definisi, BCC adalah satu kumpulan intervensi dan proses komunikasi yang terorganisir untuk memengaruhi norma-norma sosial dan komunitas serta perubahan perilaku individu atau pemeliharaan perilaku positif ke arah kualitas

hidup yang lebih baik (Chen, 2012). Definisi lainnya adalah pendekatan yang digunakan untuk mendukung individu agar memiliki kemampuan mengadopsi dan mempertahankan perilaku positif yang baru, dalam hal ini individu dipengaruhi oleh komunitas dan lingkup sosialnya (Vidanapathirana & Dissanayake, 2015). Selain itu menurut Nyunt et al. (2015), BCC adalah intervensi bentuk apapun dengan individu atau komunitas untuk mengembangkan strategi komunikasi yang bertujuan mempromosikan perilaku positif yang sesuai dengan konteks target sasaran agar dapat menyediakan lingkungan yang mendukung kemungkinan individu atau komunitas melakukan sebuah perilaku yang berkelanjutan.

BCC memiliki strategi yang sangat beragam dan terintegrasi mulai dari kontak individu *face-to-face* (pertemuan berkala, pelatihan, diseminasi dan *workshop*) sampai menggunakan media tradisional dan modern (teater lokal, musik, media cetak, media lokal, media sosial dan media massa) untuk menerapkan program agar dapat diaplikasikan sesuai dengan tujuan (Rahman, Leppard, Rashid, Jahan, & Nasreen, 2016). Dalam praktik BCC yang efektif, target sasaran dibimbing secara antar pribadi dengan forum, testimoni, kampanye dan *word of mouth* dengan fasilitator yang kerap disebut *peer educator* agar dapat menciptakan perubahan perilaku yang berkelanjutan (Mabuie, 2020).

Hal ini dilakukan karena untuk memengaruhi perilaku target sasaran adalah tugas yang sangat kompleks misalnya individu memiliki persepsi, kepercayaan dan keputusan berdasarkan emosi masing-masing. Selain itu dalam tahap interpersonal, terdapat faktor pengaruh keluarga, pendukung sosial seperti hubungan pertemanan atau romantis yang memengaruhi pengambilan keputusan. Dalam komunitas juga ada norma yang berlaku serta secara struktural seperti ekonomi negara, kebijakan, iklim politik juga sangat penting untuk dipertimbangkan sebagai faktor yang membentuk seseorang (Ngigi & Busolo, 2018).

Menurut McKee, Benton & Bockh (2014, p. 288), strategi BCC memiliki beberapa pendekatan yaitu komunikasi interpersonal, multimedia, dan *participatory approaches* yang akan dijelaskan di bawah ini.

2.2.3.1 Komunikasi Interpersonal

Secara definisi, komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan nonverbal yang terjadi pada dua (atau seringkali lebih dari dua) orang mandiri (DeVito, 2019, p. 18). Komunikasi interpersonal terbukti efektif dalam diseminasi pesan pada sebuah komunitas (Gainforth, Cheung, Athanasopoulos, Moore, & Ginis, 2014). Fungsi komunikasi interpersonal yang dirasakan oleh pribadi dalam sebuah interaksi komunikasi ada 3 yaitu fungsi untuk dampak perubahan kognitif, afektif dan perilaku. Dampak kognitif adalah perubahan dalam cara berpikir atau intelektual. Sedangkan dampak afektif adalah perubahan sikap, nilai, kepercayaan dan emosi seseorang. Dampak yang ketiga adalah perubahan secara perilaku seseorang (p. 26). Oleh karena itu, komunikasi interpersonal sifatnya penting dalam strategi komunikasi perubahan perilaku (BCC) yang menjadikan fasilitator dapat membuat pesan personal untuk membagikan ilmu atau *skill*.

Seperti strategi BCC, komunikasi interpersonal ini juga merupakan sebuah proses dimana terjadi proses transaksi ide dan pendapat antara pemberi pesan dan penerima pesan secara terus menerus (DeVito, 2019, p. 32). Menurut Rahman et al. (2016), kekuatan komunikasi interpersonal dalam program BCC adalah memungkinkan fasilitator menggunakan dialek lokal yang dimengerti oleh target sasaran serta memiliki pandangan yang sama akan isu dan budaya setempat sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. Komunikasi interpersonal juga mengarah ke pembangunan hubungan yang membuat target sasaran lebih percaya diri dan leluasa berbicara dengan fasilitator. Selain itu komunikasi interpersonal berperan sebagai

pendapat *feedback* secara langsung karena komunikasi *real-time/face-to-face* memungkinkan adanya tanggapan verbal, ekspresi bahkan perasaan dari penerima pesan. Hal ini memberikan peluang untuk menangkal miskonsepsi dan keraguan secepat mungkin mengenai pesan yang diberikan.

2.2.3.2 Multimedia

Media memiliki peran untuk menghibur dan menyediakan sarana untuk berimajinasi; mengedukasi dan memberi informasi; sebagai forum publik untuk berdiskusi tentang isu-isu penting; dan bertindak sebagai pengawas bagi gerakan pemerintah, bisnis dan institusi lainnya (Lule, 2017, p. 17). Jenis-jenis media ada buku, komik, majalah, *newsletter*, musik, radio, film, teater jalanan, televisi lokal dan nasional, *game*, internet dan media sosial (Lule, 2017). Perbedaan kanal media yang berbeda juga dapat berdampak pada perubahan karena adanya multimedia memungkinkan presentasi informasi melalui teks, audio, gambar, video, animasi dan lain-lain dapat disebarkan untuk kebutuhan ekspresi ide dan pemikiran yang dituangkan secara digital. Ada jenis kanal media analog yang memungkinkan pengirim pesan memberi satu pesan dalam satu waktu yang tidak diganggu oleh banyaknya opini lain, ini dapat digunakan oleh media cetak. Selain itu, ada media digital yang memungkinkan pengirim pesan mengembangkan percakapan serta mendapat *feedback* pada cerita yang dapat dibagikan, dimodifikasi dan diadaptasi oleh khalayak atau penerima pesan (Hutchinson, Mirzoyants, & Leyton, 2019).

Penggunaan media digital adalah memaksimalkan berbagai fitur pada perangkat digital untuk berkomunikasi dan mendorong adanya perubahan perilaku dan mempertahankan perilaku yang sudah baik. Hal ini dapat dilakukan mulai dari media sosial, aplikasi pada telepon genggam, teks dan pengirim pesan daring yang memungkinkan adanya

fleksibilitas terhadap komunikasi antar individu atau komunikasi dengan grup (seperti grup WhatsApp atau Facebook). Media digital memiliki interaktivitas yang tinggi dan berpotensi untuk menarik partisipasi dari target sasaran (Evans, et al., 2022).

Dalam program BCC, media cetak seperti poster sering digunakan untuk menjadi pengingat akan pesan akan tindakan yang harus diambil karena letaknya yang berdekatan dan tampak jelas di dinding rumah penerima pesan misalnya. Selain itu, musik dan teater jalanan dapat menangkap perhatian target sasaran anak-anak dan perempuan lebih cepat serta menyebarkan informasi secara singkat dengan cara yang menyenangkan. Media massa seperti siaran televisi lokal juga memiliki keunggulan ketika pemeran utama menggunakan pakaian yang sama dengan penerima pesan, menggunakan dialek setempat, berperilaku dan memiliki gerakan tubuh yang disesuaikan dengan kelompok tertentu akan lebih *relatable* (Rahman, Leppard, Rashid, Jahan, & Nasreen, 2016).

2.2.3.3 Participatory Approaches

Pendekatan partisipatoris ini merupakan salah satu cara yang digunakan dalam pengembangan berkelanjutan dan perubahan sosial karena dapat memobilisasi publik dengan cara memanfaatkan pengetahuan, keahlian dan energi dari kelompok sosial yang turut khawatir dengan isu berkelanjutan (Servaes, 2013, p. 10). Pendekatan ini melibatkan pemangku kepentingan khususnya *person in charge* yang memiliki kontrol/kendali dalam proses pemecahan masalah dan implementasi program dengan tujuan mengikutsertakan partisipan lain (Barreteau, et al., 2013, p. 198). Selain itu pendekatan partisipatoris menggunakan fokus *modelling* dimana *person in charge* menjadi perwakilan yang dapat memberi rangsangan pada partisipan lain agar mendapatkan ilmu atau informasi yang ditargetkan (p. 199).

Menurut Barreteau et al. (2014, p. 35), pendekatan ini mengarah kepada pengambilan keputusan kolektif yang difasilitasi oleh komunikasi dan menimbulkan hasil kepercayaan terhadap pemangku kepentingan serta ide yang dibawa dalam sebuah program. Komunikasi dan informasi sangat mendasar dan strategis untuk berkontribusi dalam memengaruhi faktor-faktor perkembangan, memperbaiki pembagian ilmu dan informasi dan mendorong adanya partisipasi publik (Servaes, 2013, p. 10). Menurut Incio et al., Tujuan utama pendekatan ini adalah mobilisasi aktor-aktor sosial utama melawan isu atau kekuatan kebiasaan tertentu dengan memanfaatkan kelompok yang dinamis (2021).

2.2.2 C-Planning Process

Proses C-Planning adalah tahapan yang digunakan dalam merumuskan dasar-dasar persiapan program perubahan perilaku dan sosial dalam strategi *Behavior Change Communication* (BCC). C-Planning terdiri dari 5 langkah prinsip, kompetensi dan alat perencanaan. Berikut ini adalah 5 tahapannya (McKee, Benton, & Bockh, 2014):

1. Understanding the situation

Dalam tahapan ini bukan hanya menekankan penelitian formatif pada pengetahuan, sikap dan praktik namun juga lebih memperhatikan hambatan dan fasilitator perubahan serta penyebab tidak langsung. Hal lainnya adalah fokus pada pemain utama dalam komunitas, penyedia layanan dan tatanan masyarakat yang lebih tinggi baik skala nasional atau internasional. Tahap ini juga membicarakan bagaimana program dapat dikembangkan melalui bukti asumsi dimana strategi BCC dapat dilakukan untuk membawa perubahan positif.

2. *Focusing and designing*

Dalam tahapan ini analisis situasi dan mendesain pendekatan komunikasi dilakukan. Setiap strategi BCC harus dijabarkan serta dianalisis menggunakan metode SMART (Specific, Measurable, Attainable, Relevance dan Time-bound). Selain itu juga membuat objektif komunikasi, menentukan target audiens program, memilih pendekatan serta channel yang paling efektif untuk digunakan dalam program ini. Mengembangkan rencana implementasi, mencatat pertimbangan manajemen utama (anggaran, staf dan waktu), mengubah tujuan komunikasi menjadi indikator hasil evaluasi yang realistis dan menyusun desain penelitian adalah hal yang dilakukan dalam tahap ini.

3. *Creating*

Dalam tahapan ini dilakukan inventaris bahan dan kegiatan yang ada; mengembangkan brief kreatif; menyusun pesan yang efektif; memeriksa pedoman untuk membuat materi dan kegiatan BCC; menyusun rencana untuk tinjauan pemangku kepentingan dan pre-test pada audiens; membuat sketsa timeline untuk memproduksi dan mendistribusikan materi serta aktivitas pada target audiens.

4. *Implementing and monitoring*

Dalam tahapan ini dilakukan penyusunan satu set pedoman untuk kepegawaian, kemitraan dan atau relawan; pemeriksaan rencana BCC dengan fokus pada gender; menyesuaikan rencana implementasi dengan template biaya; menyempurnakan rencana implementasi kasar mereka menjadi rencana kerja terperinci termasuk target, sumber daya dan garis waktu; serta menyelesaikan

rencana terperinci untuk memantau proses dan kualitas semua kegiatan BCC.

5. *Evaluating and Replanning*

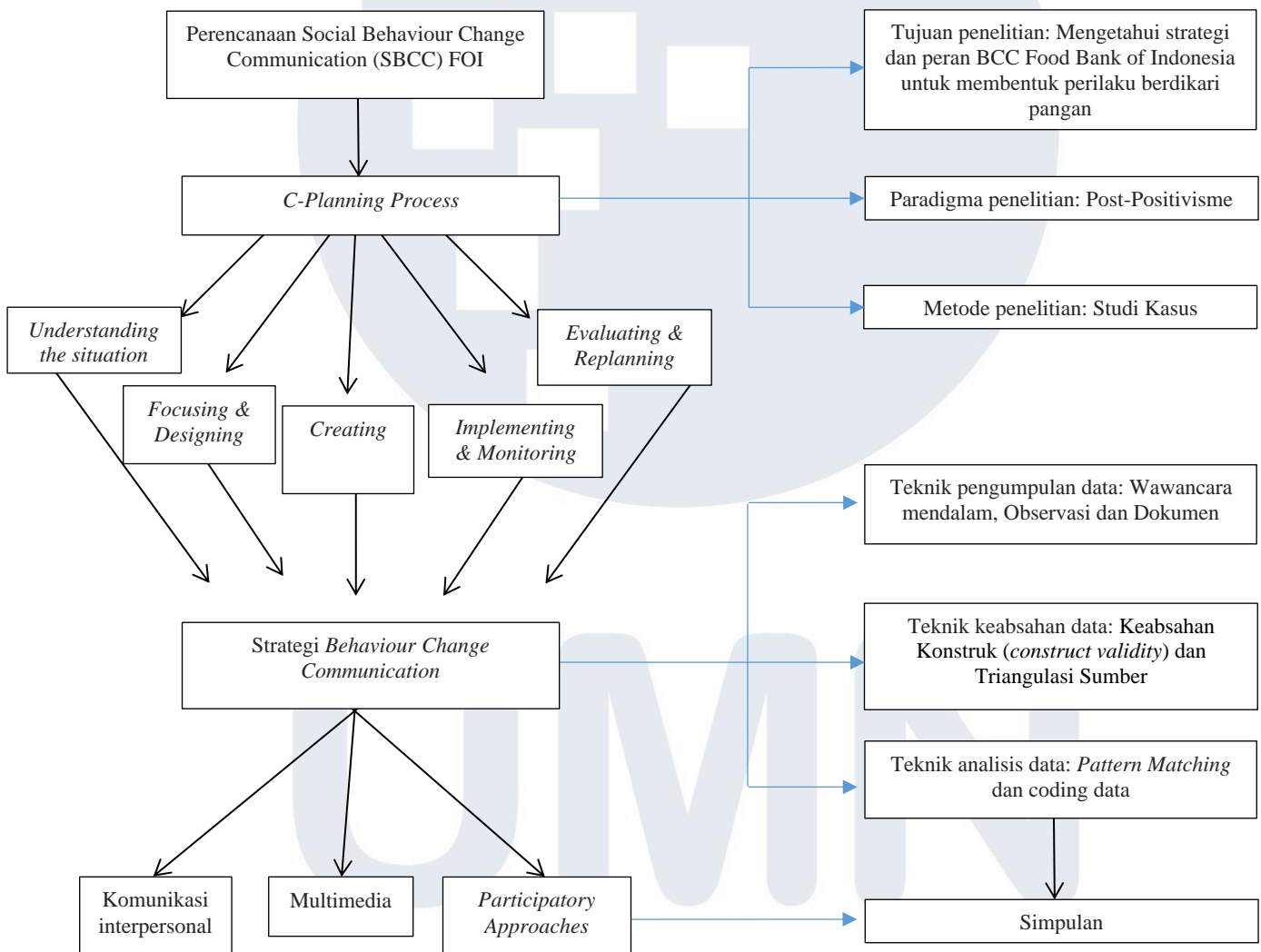
Dalam tahapan ini dilakukan fokus pada monitoring dan evaluasi (M&E) sehingga terdapat penyusunan dan penyempurnaan kerangka M&E yang disederhanakan; menyebutkan pengguna yang dituju dan penggunaan data; membuat sketsa desain penelitian; membuat sketsa desain penelitian; mengaitkan indikator dengan metode dan alat penelitian yang tepat; menilai cara untuk memastikan kualitas data; membuat rencana analisis; serta mengkaji cara-cara untuk menafsirkan dan menyajikan hasil-hasil M&E.



2.3 Alur Penelitian

Dari pemaparan di latar belakang serta konsep yang digunakan, alur penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Alur Penelitian



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA