

## BAB II

### TINJAUAN TEORI

#### A. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan ide dan gagasan dalam penelitian yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Persuasif Lurah Taba Lestari dalam meningkatkan Kesadaran Pola Hidup Sehat di Era *New Normal*. Maka pada kajian pustaka ini peneliti akan menguraikan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah di susun sebagai bahan pertimbangan dan membantu peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun beberapa penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

Skripsi yang ditulis oleh Ihat Sholihat dengan judul "*Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Gerakan Pemuda Hijrah dalam Berdakwah*" Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian menggunakan pos-positivisme dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menggambarkan strategi komunikasi persuasive pengurus Gerakan pemuda hijrah dalam berdakwah.<sup>11</sup>

Adapun persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama meneliti strategi komunikasi persuasif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, pada penelitian yang akan di lakukan berupa kesadaran pola hidup sehat di era *new normal*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Renny Nur Aini dengan judul "*Strategi Komunikasi Persuasif Guru Taman Kanak-kanak (TK) Islamic Garden School Hijau Daun dalam Membentuk Karakter Peduli Terhadap Sampah pada Siswa di Kediri*" Mahasiswa Program Studi

---

<sup>11</sup>Ihat Solihat, "*Strategi Komunikasi Persuasif gerakan pemuda hijrah dalam berdakwah*", (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), hlm.1.

Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang di gunakan guru dalam membentuk karakter peduli terhadap sampah pada siswa.<sup>12</sup> Adapun kemiripan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pokok pembicaraan tentang strategi komunikasi persuasif, penelitian ini menggunakan metodologi penelitian lapangan. Perbedaan pada penelitian ini penelitian yang akan peneliti lakukan terfokus pada strategi komunikasi persuasif lurah taba lestari dalam meningkatkan kesadaran pola hidup sehat. Sedangkan penelitian ini terfokus pada strategi komunikasi persuasif guru dalam membentuk karakter peduli terhadap sampah.

Berikutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Randicha Hamandia dan Abdurazzaq yang berjudul “*Strategi Komunikasi Persuasif dengan metode kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang*” Hasil dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi persuasif dengan menggunakan metode kisah merupakan alternatif yang tepat untuk meningkatkan motivasi belajar.<sup>13</sup> Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memotivasi mahasiswa agar dapat belajar dengan baik, tepat, dan terarah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu pada subjek nya berupa strategi komunikasi persuasif sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitian.

---

<sup>12</sup>Renny Nur Aini, “*Strategi Komunikasi Persuasif Guru Taman Kanak-kanak (TK) Islamic Green School Hijau Daun dalam membentuk karakter Peduli Terhadap Sampah pada Siswa di Kediri*”(Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018), hlm.1.

<sup>13</sup>Muhammad Randicha Hamandia dan Abdurazzaq, “*Strategi Komunikasi Persuasif dengan menggunakan Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi belajar Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang*” Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (LJKPI) Vol.3 (2019): hlm.185-186.

## B. Kerangka Teori

### 1. Strategi Komunikasi Persuasif

#### a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan salah satu aspek perencanaan didalamnya. Keberhasilan komunikasi yang efektif ditentukan dari strategi komunikasi. Pada hakikatnya strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Strategia* yang berarti “Keahlian Militer”. Strategi adalah sebuah konsep yang tertuju pada suatu jaringan yang kompleks dari sebuah pemikiran, pengertian, sebuah ide, sasaran, keahlian, persepsi, memori, pengalaman, dan harapan yang membimbing untuk Menyusun suatu kerangka umum agar dapat memutuskan tindakan yang spesifik untuk tercapainya suatu tujuan.<sup>14</sup>

Middleton mengungkapkan strategi komunikasi merupakan sebuah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, saluran, penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi.<sup>15</sup>

Menurut Ononng Uchjana Efendi mengungkapkan bahwa strategi komunikasi terbagi menjadi dua aspek penting yaitu strategi yang di maknai secara makro dan mikro.<sup>16</sup>

Anwar Arifin dalam bukunya *Strategi Komunikasi* mengungkapkan bahwa suatu strategi komunikasi yaitu keputusan

---

5. <sup>14</sup>Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakary, 2018), hlm.

<sup>15</sup>*Ibid.*, hlm. 5-6.

<sup>16</sup>Mufid, *Op. Cit.*, hlm. 1-2.

tentang Tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Dengan adanya strategi komunikasi dapat dilakukan beberapa cara komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada komunikan.<sup>17</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi merupakan hal yang penting, komunikasi sebagai alat pen jembatan dalam hubungan antar manusia. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang biasanya mengalami gangguan. Dalam pengertian ini komunikasi bersifat disengaja dan dapat mengakibatkan perubahan.<sup>18</sup> Kreitner dan Knicki mengungkapkan bahwa komunikasi yaitu suatu proses pertukaran komunikasi antara komunikator dan komunikan.<sup>19</sup> Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi yaitu suatu proses pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan, baik secara individu maupun kelompok dengan harapan yang disampaikan dapat dipahami dan memberikan umpan balik. Strategi komunikasi juga dapat diartikan sebagai panduan sebuah perencanaan komunikasi dalam mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi demi menciptakan perubahan yang diinginkan.

#### **b. Pengertian Komunikasi Persuasif**

Secara bahasa komunikasi persuasif terdiri dari dua kata, yaitu komunikasi dan persuasi. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin “*Communis*” yang berarti sama, secara bahasa komunikasi

---

<sup>17</sup>H. Syukriadi Sambas, *Sosiologi Komunikasai* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 64.

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 2-3.

<sup>19</sup>Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 241-242.

mengharapkan suatu pemikiran, makna, atau pesan dianut secara bersamaan.<sup>20</sup> Jadi komunikasi terjadi karena terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator dan diterima komunikan sehingga menimbulkan suatu efek. Sedangkan kata persuasi (*persuasion*) juga berasal dari bahasa latin, yaitu *Persuasio* yang berarti mengajak, membujuk, dan merayu.<sup>21</sup> Ada beberapa ahli dalam komunikasi, mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai berikut”:

- a.) K. Anderson berpendapat bahwa komunikasi persuasif, komunikasi yang memiliki tujuan merubah sikap, keyakinan atau perilaku individu atau kelompok lain melalui berbagai macam sumber pesan.
- b.) H. A. Widjaja, berpendapat, komunikasi persuasif merupakan suatu usaha untuk meyakinkan seseorang atau kelompok atas dasar keyakinan dia sendiri tanpa adanya paksaan, baik yang tampak maupun tidak tampak.<sup>22</sup>
- c.) Herdiyan Maulana dan Gumgum Gumelar, Komunikasi Persuasif merupakan suatu proses untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal dan non verbal.<sup>23</sup>

Dari definisi diatas dapat kesimpulan bahwa komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang memiliki tujuan terarah untuk mengubah perilaku komunikan, baik secara verbal maupun non verbal dengan menggunakan emosi, identifikasi, imitasi, sugesti dan lain-lain. Sehingga orang dapat melakukan sesuatu dengan komunikator tanpa adanya paksaan.

---

<sup>20</sup>*Ibid.*, hlm. 241-242. hlm. 45-48

<sup>21</sup>*Ibid.*, hlm. 30.

<sup>22</sup>Zaenuddin HM, *Op. Cit.*, hlm. 54.

<sup>23</sup>Fitriani, *Op. Cit.*, 2020, hlm. 13.

### c. Ciri-ciri Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasi sebagai cara untuk mempengaruhi seseorang dengan menggunakan data dan fakta psikologi serta sosiologi komunikasi yang hendak di pengaruhi. Ada pun ciri-ciri persuasi sebagai berikut<sup>24</sup> :

#### a.) Kejelasan Tujuan

Adapun tujuan dari komunikasi persuasif yaitu untuk mengubah sikap, pendapat, sifat, dan perilaku orang yang di tuju sesuai dengan yang telah direncanakan.

#### b.) Memikirkan secara cermat orang yang dihadapi

Keberagaman yang cukup kompleks untuk menjadi sebuah sasaran dari komunikasi persuasif, maka dapat dilihat dari demografis karakteristik, Pendidikan, jenis kelamin, dan gaya hidup. Oleh karena itu harus memikirkan dengan cermat siapa yang harus dihadapi agar berjalan sesuai dengan tujuan.

#### c.) Memilih Strategi komunikasi yang tepat

Strategi komunikasi persuasif merupakan kombinasi antara manajemen komunikasi dan perencanaan komunikasi oleh sebab itu dalam strategi yang dibuat harus ditentukan siapa yang menjadi sasaran, harus mencerminkan operasional praktis, mrngapa harus mneyampaikan pesan, pesan apa yang harus disampaikan, dimana lokasi oenyampaian yang tepat, serta kapan waktu yang tepat. Dari strategi komunikasi ini lah yang dapat mempermudah komunikator menyampaikan pesan, seberapa maksimal komunikator dalam memengaruhi komunikan sehingga perilaku berubah menjadi sesuai yang di kehendaki.

---

<sup>24</sup>Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Komunikasi Persuasif*, (Banten: Universitas Terbuka, 2014), hlm. 241.

**d. Unsur-unsur komunikasi Persuasif**

Berikut ini beberapa unsur-unsur dalam komunikasi persuasif yaitu<sup>25</sup> :

a.) *Persuader*

*Persuader* ialah pelaku atau seorang yang melakukan penyampaian pesan dengan bertujuan mempengaruhi suatu sikap, opini, dan perilaku seseorang baik secara verbal maupun non-verbal. *Persuader* harus memiliki etos yang tinggi, etos berarti sebagai nilai diri dari individu yang merupakan paduan dan aspek kognisi, ereksi, dan konasi yang di cirikan dari kesiapan, kesungguhan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, dan kesederhanaan dari seorang *Persuader*. Jika komunikasi persuasif berhasil, *persuader* haruslah memiliki sifat reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transitif.

b.) *Persuade*

*Persuade* merupakan orang yang menerima pesan, merupakan tujuan dari sebuah pesan. Adai 5 faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan kebiasaan, yaitu : 1) sering terjadi pengulangan respons yang mendapatkan ganjaran., 2) isolasi hubungan stimulus respon., 3) jumlah ganjaran., 4) waktu antara respon dan ganjaran.,5) usaha yang dikehendaki untuk melakukan suatu respon.

c.) Pesan

Komunikasi persuasif harus berusaha mengkondisikan, menguatkan, ataupun membuat perubahan sikap untuk dapat mempengaruhi dari sasaran. Wibur Schramm berpendapat

---

<sup>25</sup>Herdiyan Maulana dan Gugum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta: Akademia Permata, 2013), hlm.12.

“*condition of success in communication*”, ia merumuskan sebuah kondisi tersebut sebagai berikut ; 1.)Pesan harus disusun dan dihantarkan sedemikian rupa hingga dapat menarik perhatian *persuade.*, 2) Pesan menggunakan symbol hingga lambing yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara *persuade* dan *persuader*, yang bertujuan untuk saling memahami., 3) Sebuah pesan harus memberikan dorongan dari *persuade* dan memberi solusi untuk mencapai hal tersebut., 4) pesan harus memberikan suatu saran menuju jalan guna memperoleh tanggapan yang sesuai kehendak dari *persuader.*<sup>26</sup>

d.) Saluran

Saluran berupa pen jembatan antara seorang yang berkomunikasi, bentuk dari saluran tersebut tergantung dari apa jenis sebuah komunikasi yang digunakan. Saluran komunikasi yaitu berupa sebuah media yang digunakan untuk membawa sebuah pesan. Hal ini menunjukkan bahwa saluran berupa alat pen jembatan penyampaian sebuah pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran memiliki beberapa dimensi yang memungkinkan bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas saluran yang berbeda, dimensi tersebut ialah kredibilitas, umpan balik, keterlibatan, tersedianya saluran, daya tahan saluran, kekuatan multiguna, dan komplementer saluran. Contoh dari media yang digunakan berupa media cetak dan media elektronik. Dan ada lagi sebuah format saluran komunikasi, sebagai berikut :1) saluran kelompok berupa organisasi profesi, karang taruna., 2)komunikasi publik antara lain pameran, pasar, balai desa, aula,

---

<sup>26</sup>Onong Uchjana Efendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komuniaksi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm.42.

3) saluran komunikasi social seperti arisan, sunatan, dan pesta pernikahan<sup>27</sup>

e.) Umpan Balik tau *Feedback*

Umpan balik merupakan reaksi dari *persuade* terhadap pesan yang disampaikan oleh *persuader*.<sup>28</sup>

f.) Efek Komunikasi Persuasif

Efek komunikasi persuasif yaitu *persuade* yang mengalami perubahan baik perubahan sikap, tingkah laku, maupun pendapat yang diakibatkan adanya proses komunikasi.

**e. Teori Strategi Komunikasi Persuasif**

Strategi komunikasi perlu dirumuskan dengan tujuan yang mempertimbangkan kondisi sasaran komunikasi komunikasi media yang digunakan dan pesan yang disampaikan. Sebelum menerapkan strategi, *persuader* harus memahami prinsip persuasif. Scoot M. Cutlipp dan Allen H. Centre mengungkapkan empat prinsip komunikasi persuasif yaitu sebagai berikut :<sup>29</sup> 1.) Prinsip identifikasi, yaitu berupa pesan persuasif yang menunjukkan kepentingan sasaran. 2.) Prinsip Tindakan, yaitu pemikiran yang harus disertai dengan Tindakan nyata. 3.) Prinsip Familiaritas dan Kepercayaan, yaitu orang akan menerima pesan persuasif jika pesan tersebut disampaikan oleh orang yang dipercayainya. 4.) Prinsip kejelasan, yaitu pesan yang disampaikan harus jelas dan mudah dipahami oleh khalayak.

Maka dari penjelasan diatas dapat dipahami serta dapat dirumuskan sebagai berikut. Yang *pertama*, tujuan komunikasi haruslah jelas dan dapat diukur. Komunikasi persuasif paling tidak

---

<sup>27</sup>Gumelar, *Op. Cit.*, 2013, hlm. 26.

<sup>28</sup>*Ibid.*, hlm. 12-13.

<sup>29</sup>Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif dan Pendekatan Strategi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 289.

memiliki tujuan paling sedikit ada 3, yakni memberntuk tanggapan, memperkuat sebuah tanggapan, mengubah suatu tanggapan. *Kedua*, identifikasi sasaran atau khalayak berdasarkan minat, pekerjaan, Pendidikan, umur, dan jenis kelamin. *Ketiga*, perumusan perumusan strategi yaitu analisis data, pengumpulan data, identifikasi masalah, evaluasi fakta, pemilihan yang diinginkan dan dipecahkan, perumusan tujuan maupun sasaran penetapan cara mencapai tujuan, perumusan alternatif pemecahan masalah dan yang terakhir adalah evaluasi kegiatan. *Keempat*, pemilihan metode persuasi, pada tahap ini *persuade* bertanggung jawab atas pesan persuasi yang merubah perilaku, pendapat, dan sikap khalayak sesuai yang diinginkan.

Melvin. L DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach mengemukakan tiga strategi komunikasi persuasif antara lain, yang pertama strategi Psikodinamika, kedua sosiokultural, dan ketiga *the meaning contruction* sebagai berikut :<sup>30</sup>

a. Strategi Psikodinamika

Perspektif psikodinamika adalah orientasi teoritis yang menekankan determinan perilaku tanpa disadari. Karena sikap manusia kompleks, terbentuk dari unsur biologis, emosional, dan komponen kognitif, strategi psikodinamika menekankan aspek dari internal seseorang. Strategi ini mengarah pada pemahaman bagaimana karakter internal seseorang menentukan arah perubahan sikap. Jadi strategi ini bekerja atas dorongan internal sehingga respon terkadang dilakukan tanpa sadar. Strategi Psikodinamika ini didasari pada asumsi bahwa biologis manusia merupakan hal yang di warisi, terdapat sekumpulan faktor yang bersifat mendasari bagian dari biologis dan merupakan hasil

---

<sup>30</sup>*Ibid.*, hlm. 290.

belajar, seperti keadaan kondisi emosional, terdapat sekumpulan faktor yang di peroleh untk dipelajari yang membentuk struktur kognitif individu.

Penyampaian pesan komunikasi dengan menggunakan model ini akan berjalan efektif jika memiliki kemampuan psikologis mengubah perhatian individu dengan cara sedemikian rupa dengan memperhatikan faktor kognitif dan emosional *persuade*, sehingga *persuade* akan menanggapi pesan-pesan tersebut sesuai keinginan. Dapat disimpulkan kunci keberhasilan dari persuasi ini terletak pada kemampuan untuk mengubah kondisi psikologis internal dengan cara memotivasi, tingkah laku dengan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan keinginan *persuader*.

b. Strategi Sosiokultural

Strategi Sosiokultural merupakan perbuatan yang dipengaruhi oleh kekuatan eksternal dari diri individu. Yang dimaksud ialah individu terpengaruh oleh seseorang baik dari kekuatan sosial yang ada di sekitar lingkungan nya. Teori ini meyakini manusia mempertimbangkan konteks sosial lebih luas ditempat suatu perilaku yang ada dan para ahli pun percaya perubahan sikap dan perilaku dapat di pengaruhi oleh lingkungan (masyarakat), bukan karena dorongan dari diri individu itu sendiri.

Strategi persuasi Sosiokultural sering digunakan seiring dengan tekanan antarpersonal. Yang berarti kombinasi antar pesan melalui saluran dan individu dapat di tukarkan. Strategi multistahap ini bisa digambarkan dalam bentuk nyata jika melihat

strategi kampanye yang sukses dimana hampir setiap orang mengenalnya.

Dari strategi ini dapat disimpulkan bahwa faktor lingkungan sangat berperan penting untuk mempengaruhi hingga dapat mengubah sikap. Kepercayaan merupakan suatu produk yang dihasilkan dari proses persuasi, melalui seseorang (*Persuader*) yang dikenal maka akan mempermudah dalam proses mempengaruhi seseorang untuk mengikuti apa yang diinginkan.

c. Strategi *the Meaning Construction*

Pada prinsipnya strategi ini mengandalkan permainan dari suatu kata yang dapat mempengaruhi hingga menarik perhatian dari khalayak. Selain itu dengan adanya pesan yang beredar kemudian diterima oleh khalayak hingga menimbulkan suatu pemahaman yang dihendak *persuader*. Pada strategi ini *persuader* berusaha memanipulasi suatu arti, agar dapat memberikan pengertian yang menyeluruh terhadap khalayak dan mudah untuk dipahami.

Menurut Melvin I. DeFluer dan Sandra J. Ball Rokeach mengatakan bahwa kata-kata dapat dimanipulasi dan menciptakan makna yang baru. Makna tidak hanya dibentuk dan diciptakan dari satu cara. Penggunaan simbol berupa kata dan bahasa yang dapat membangkitkan pemahaman khalayak tentang makna dari yang diharapkan.<sup>31</sup>

Dapat disimpulkan bahwa, pada strategi ini *persuader* berupaya memanipulasi suatu makna dengan menggunakan kata-kata untuk dapat memberikan pengertian yang mudah untuk

---

<sup>31</sup>*Ibid.*, Hlm. 293.

dipahami tanpa mengubah makna dari definisi tersebut yang dituju kepada *persuade* sehingga dapat mengikuti apa yang diinginkan .

Peranan persuasif dalam kehidupan sehari-hari yaitu memahami mengenai ketertarikan antara individu dengan pengaruh yang dibentuk oleh individu lain, organisasi, kelompok, serta Lembaga yang diikuti oleh individu tersebut. Serta pengaruh pengelompokan atau perorang yang ditimbulkannya.<sup>32</sup>

## 2. Kesadaran Pola Hidup Sehat

### a. Kesadaran

Dalam bahasa arab Kesadaran disebut *makrifat al-nafs*. Secara Bahasa kesadaran diri yaitu pemahaman diri, mengenal diri, berhubungan dengan diri, penemuan jati diri, maupun mengintrospeksi diri. Sedangkan dalam definisi psikologi kesadaran diri dimulai dengan istilah “pribadi” yang berarti sen-diri, man-diri.<sup>33</sup> Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa definisi dari kesadaran diri adalah perilaku seseorang untuk mengetahui apa yang dilakukan dan mengapa ia melakukan hal tersebut.

Menurut Antonio Atoshoki, mengatakan bahwa kesadaran diri sebagai kepribadian watak tempramennya mengenal bakat alamiah yang dimiliki diri konsep tentan diri sendiri dengan segala kelebihan dan kekurangan kesadaran itu dapat didefinisikan sebagai pemahaman diri secara sepenuhnya mengenai jati diri.<sup>34</sup>

Dari pemaparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kesadaran diri yaitu proses pengendalian ego didalam kepribadian

---

<sup>32</sup>Suryana, *Op. Cit.*, hlm. 241.

<sup>33</sup>Hana Makmun, *Life Skill Personal Self Awareness (kecakapan diri)*,(Yogyakarta: Dee Publish, 2017), hlm. 25.

<sup>34</sup>*Ibid.*

seseorang yang memiliki persepsi tentang apa yang terdapat didalam dirinya termasuk kepercayaan diri, emosional, kekuatan, kelemahan dan motivasi diri.

#### **b. Pengertian Pola Hidup Sehat**

Kesehatan merupakan harta tak ternilai harganya. Setiap orang pasti menginginkan hidup dalam kondisi sehat. Hidup sehat berarti hidup dengan tanpa penyakit menyerang fisik maupun non fisik. Sehat merupakan investasi untuk meningkatkan produktivitas guna meningkatkan kesejahteraan. Gangguan fisik berupa penyakit yang menyerang diri seseorang. Sedangkan non fisik menyangkut kondisi kejiwaan seseorang pikiran dan hati. Kesehatan merupakan hal yang penting karena Kesehatan perlu dijaga dan di tingkatkan oleh setiap orang.

Soekidjo mengatakan bahwa hidup sehat merupakan gaya hidup dengan memperhatikan faktor yang mempengaruhi dalam kehidupan. Selanjutnya Hanlon juga mengungkapkan bahwa sehat itu mencakup keadaan diri seseorang secara keseluruhan baik fisik maupun jiwa dan raga. Rusli Ruthan juga mengungkapkan bahwa pola hidup sehat yaitu setiap aktivitas yang mempengaruhi peluang baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang yang pada akhirnya akan mendapatkan fisik yang sehat.<sup>35</sup>

Pola hidup sehat menurut Erni Rahmawati ialah filosofi yang perlu ditumbuhkan untuk menciptakan perilaku hidup yang dapat memperpanjang dan memperkaya hidup seseorang yang menjalankan Dalam hal ini, seseorang yang mengupayakan untuk hidup sehat.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Zaenuddin HM, *Op. Cit.*, hlm. 54.

<sup>36</sup>*Ibid*, hlm.33.

memenuhi pola hidup sehat hendaknya memiliki motivasi yang tinggi sehingga dapat terus menerapkan pola hidup sehat tersebut.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pola hidup sehat itu merupakan pola kegiatan yang membentuk aktivitas atau Tindakan sehari-hari yang di kerjakan karena ada nya rangsangan dari luar dan dilakukan demi terhindar dari berbagai macam penyakit. Adapun tujuan dari menerapkan pola hidup sehat itu untuk mendapatkan fisik sehat dan terhindar dari penyakit.

### c. Tujuan Pola Hidup Sehat

Pola hidup sehat memiliki tujuan yaitu antara lain yaitu, untuk mengurangi resiko tertular dari segala macam penyakit. Kebanyakan dari masyarakat menganggap enteng masalah hidup sehat. Hidup sehat perlu diterapkan dalam kehidupan, karena menjalankan pola hidup sehat penting dalam bentuk segala aktivitas agar terhindar dari penyakit. Suyatno mengatakan bahwa tujuan dari menjalankan pola hidup sehat yaitu untuk menjaga kesehatan, menjaga tubuh yang ideal, dengan cara berolahraga, istirahat yang cukup, dan mengatur pola makan sehingga mendapatkan fisik yang sehat dan kuat.<sup>37</sup>

Dari pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari menjalankan pola hidup sehat ialah agar terhindar dari penyakit. Jika tidak menerapkan dan menjaga dapat berakibat buruk untuk kesehatan misalnya mudah lemas, mudah terinfeksi penyakit, dan berat badan menjadi tidak teratur.

## 3. New Normal

*New Normal* (Adaptasi Kebiasaan Baru) dapat diartikan sebaai tatanan kehidupan baru dimana sesuatu yang tidak biasa dilakukan

---

<sup>37</sup>Dewi Bulci Fitri Lestari, “*Bimbingan Guna Keluarga Balita (BKB) dalam meningkatkan pola hidup sehat*”, Universitas Islam Negeri Gunung Djati, 2019) hlm.4.

sebelumnya menjadi hal normal untuk dilakukan. Dalam kaitannya dengan pandemi Covid-19 yang melanda dunia saat ini, *New Normal* diartikan sebagai perubahan perilaku masyarakat yang akan mempengaruhi kegiatan sehari-hari masyarakat selanjutnya. Gugus tugas percepatan Covid-19 mendefinisikan bahwa *new normal* yaitu adaptasi kebiasaan baru yang dapat dijabarkan sebagai perubahan pola perilaku baru untuk menjalankan aktivitas normal namun ditambah dengan menerapkan protokol kesehatan guna mencegah penularan Covid-19 selama beraktivitas secara normal baru.<sup>38</sup>

Definisi *new normal* menurut pemerintah yaitu tatanan kehidupan baru untuk menyesuaikan terhadap Covid-19. *New normal* dapat diartikan sebagai tatanan hidup kehidupan baru pada saat pandemi Covid-19.<sup>39</sup> Dalam hal ini, menjaga jarak, menggunakan masker, menghindari kerumunan dan menjaga kebersihan tangan akan menjadi bagian dari rutinitas kehidupan masyarakat paska pandemi Covid-19. Dari kegiatan *new normal* pada masa pandemi Covid-19 lebih menekankan tindakan masyarakat agar selalu mematuhi protokol kesehatan demi terjaga dan tidak terinfeksi Covid-19.