

Video Safety Briefing sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi dalam Implementasi Program Kesehatan Keselamatan Kerja (K3) di Industri Pariwisata

Wina Puspita Sari^{1*}, Asep Soegiarto²

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

*winapuspitasariunj@gmail.com

ABSTRACT

The strategy implemented in communication planning begins with several steps (Wijaya, n.d.). The approach and method used in this research is descriptive qualitative. Data collection techniques with in-depth interviews and observation. The results of this study address strategic steps in communication planning including 1. Forming communicators. 2. Setting targets and analyzing audience needs. 3. Write a message. 4. Choose media and communication channels. Meanwhile, the communication channel intended for visitors is by using signs and a safety briefing video which will be broadcast on the website and on Cisaat Village's social media as well as on the social media of visitors or tourists. 5. Communication effect. The desired goal is a change in knowledge. An understanding of Occupational Safety and Health in the tourism industry is expected to change attitudes, become concerned and apply them in the form of behavior.

Keywords: *Communication Planning Strategy, K3, Tourism, Video Safety Briefing*

ABSTRAK

Pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data dengan wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan langkah-langkah strategi dalam perencanaan komunikasi diantaranya 1. Membentuk komunikator. 2. Menetapkan target dan menganalisis kebutuhan audiens. 3. Tulis pesan. 4. Memilih media dan saluran komunikasi. Sedangkan saluran komunikasi yang diperuntukkan bagi pengunjung adalah dengan menggunakan rambu-rambu dan video safety briefing yang akan ditayangkan di website dan di media sosial milik Desa Cisaat serta di media sosial pengunjung atau wisatawan. 5. Efek komunikasi. Tujuan yang diinginkan adalah perubahan pengetahuan. Pemahaman tentang Keselamatan dan Kesehatan Kerja di industri pariwisata diharapkan dapat mengubah sikap, menjadi peduli dan menerapkannya dalam bentuk perilaku.

Kata-kata Kunci: K3, Pariwisata, Strategi Perencanaan Komunikasi, Video Safety Briefing

Korespondensi: Wina Puspita Sari, M.Si. Universitas Negeri Jakarta. Jl. Rawamangun Muka RT.11/RW.14, Rawamangun, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220. **No. HP : 08158011809, WhatsApp: 08158011809. Email:** winapuspitasariunj@gmail.com

Submitted: September 2019 | **Accepted:** Desember 2019 | **Published:** Januari 2020
P-ISSN 2620-3111 | E-ISSN 2685-3957 | Website: <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>

PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan adalah kepercayaan public terhadap layanan jasa wisata, diantaranya factor keamanan dan keselamatan pengunjung di tempat wisata. Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) dalam bidang pariwisata sangat diperlukan untuk mengurangi risiko terjadinya kecelakaan kerja pada pengunjung dan pekerja di tempat wisata (Surahma Asti Mulasari, Masruddin, Annisa Nurul Izza, Farisa Hidayatullah*), Fransiscus D.P.B.M.A, Astry Axmalia, 2020)

Dengan mengetahui potensi resiko dan pencegahannya kita sebagai pengunjung akan merasa aman untuk berkunjung ke tempat wisata. Dengan diterapkannya k3, diharapkan dapat meminimalisir terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan pada wisatawan (Lestari, n.d.). Pada lingkup pariwisata, keselamatan kerja dapat diarahkan pada keselamatan sarana dan prasarana kegiatan di objek wisata maupun lingkungan kerja, keselamatan manusia meliputi karyawan dan wisatawan serta prosedur yang aman untuk melakukan kegiatan wisata (Surahma Asti Mulasari, Masruddin, Annisa Nurul Izza, Farisa Hidayatullah*), Fransiscus D.P.B.M.A, Astry Axmalia, 2020)

Salah satu destinasi minat khusus yang menjadi tujuan wisata adalah desa wisata. Desa wisata merupakan pengembangan suatu wilayah desa yang tidak merubah apa yang ada akan tetapi lebih cenderung kepada pengembangan potensi desa dengan melakukan pemanfaatan kemampuan unsur- unsur yang ada di dalam desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata dalam skala yang kecil menjadi rangkaian aktivitas atau kegiatan pariwisata dan mampu menyediakan serta memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata baik dari aspek daya tarik maupun sebagai fasilitas pendukung (SOFYAN, 2021).

Menurut Priasukmana & Mulyadin, desa wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan dari suasana yang mencerminkan keaslian dari pedesaan itu sendiri mulai dari sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas dan dari kehidupan sosial ekonomi atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya. Rangkaian paket kegiatan yang bisa di rasakan oleh wisatawan selain melihat pemandangan pada desa wisata tersebut bisa pula melakukan aktifitas lainnya seperti bersepeda dan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Desa Wisata Cisaat yang terletak di wilayah Kabupaten Subang dibagian selatan. Pedesaan yang terletak di kawasan strategis pariwisata nasional yaitu di kawasan wisata nasional Tangkuban Perahu dan kawasan wisata Ciater. Desa Cisaat menjadi desa wisata dikarena memiliki banyak potensi baik itu alam, budaya dan buatan, selain itu Desa Cisaat juga memiliki potensi sebagai destinasi yang mengusung wisata edukasi dengan segmentasi lembaga pendidikan atau sekolah sebagai pangsa pasar utamanya.

Menurut Ptiana & Diarta (2009), pariwisata di suatu daerah bergantung potensi dan sumber daya pariwisata itu sendiri. Sumber daya dalam konteks pariwisata diartikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk dikembangkan guna mendukung pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya sumber daya alam dan sumber daya budaya (Pratiwi & , Susanne Dida, 2018).

Pengetahuan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Cisaat akan K3. Berdasarkan wawancara dengan mereka, mereka belum mengetahui apa itu K3. Sedangkan berdasarkan observasi di lapangan banyak ditemukan potensi bahaya dan resiko di lokasi Desa Wisata Cisaat dan belum ada upaya atau tanda komunikasi agar berhati hati maupun upaya untukantisipasi baik bagi para pelaku wisata maupun pengunjung. Misalnya terdapat wisata edukasi biogas dan pembuatan arang yang memiliki resiko kimia. Tea walk menyusuri perkebunan teh dengan potensi bahaya biologi berupa serangga atau binatang liar. Resiko jatuh dan tergelincir di beberapa tempat, resiko psikososial warga yang rumahnya dijadikan homestay. Bahkan di Kantor Kepala Desa yang menjadi tempat berkumpulnya Pokdarwis, tidak ditemukan alat pemadam api ringan (APAR), jalur evakuasi, titik kumpul, nomor telpon darurat dan hal hal lain yang berkaitan dengan K3. Untuk dapat menerapkan K3 diperlukan pengetahuan dan kesadaran terlebih dahulu akan apa dan bagaimana K3. Untuk itu perlu dilakukan kegiatan komunikasi.

Komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan. Proses komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupan sehari hari, sesuai dengan fungsinya yang bersifat; persuasif, edukatif dan informatif. Tanpa komunikasi maka tidak adanya proses interaksi; saling tukar ilmu pengetahuan, pengalaman, pendidikan, persuasi, informasi dan lain sebagainya (Ruslan, 2008)

Menurut Bungin, komunikasi menjadi sangat penting untuk memulai jalannya suatu program atau kegiatan. Ada elemen-elemen penting komunikasi yang harus diperhatikan saat merencanakan sebuah strategi komunikasi, yakni komunikator (sumber); pesan; media (sistem); dan penyampai; tujuan atau sasaran. Strategi komunikasi digunakan sebagai alat

untuk mengubah perilaku dan diperlukan perencanaan dalam mencapai tujuan strategi komunikasi tersebut (Pratiwi & , Susanne Dida, 2018).

Perencanaan komunikasi dalam kerangka yang sangat sederhana dikaitkan dengan bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam kerangka yang lebih luas perencanaan komunikasi sangat diperlukan untuk menyusun strategi agar program yang berskala nasional bisa berhasil. Sebagai contoh dari aspek pembangunan ekonomi, Mefalopulos, seorang senior consultant di bank dunia yang berkedudukan di New York mengakui bahwa; bank dunia sudah banyak membuat program-program peningkatan kesejahteraan masyarakat di berbagai belahan dunia dengan mengedepankan pendekatan ekonomi. Tetapi ketika program-program tersebut banyak yang mengalami kegagalan, maka keluhan pertama para pengambil keputusan adalah faktor komunikasi. Bahkan Mefalopulos mengakui bahwa suatu hal yang sangat penting dan sering hilang dalam proses pembangunan adalah hilangnya komunikasi antara pengambil keputusan, para ahli, dan mereka yang menjadi sasaran pembangunan itu sendiri (Wijaya, n.d.).

Komunikasi perlu ditempatkan pada fungsinya, bukan hanya untuk membangkitkan kesadaran, memberi informasi, mempengaruhi atau mengubah perilaku, melainkan ia juga berfungsi untuk mendengarkan, memahami, memberdayakan, dan membangun konsensus untuk perubahan. Dengan demikian maka perencanaan komunikasi menjadi hal yang sangat esensial bagi keberhasilan suatu negara atau organisasi. Melalui perencanaan komunikasi diharapkan program-program yang sejenis dari berbagai organisasi dapat dibuat secara logis, realistis, integratif, komprehensif, dan menyeluruh guna menghindari duplikasi dan pemborosan biaya, tenaga, dan waktu. Perencanaan komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam mensukseskan suatu program, yakni semua staf dan stakeholdernya harus dapat memahami tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, waktu yang paling tepat untuk membentuk pemahaman terhadap perencanaan komunikasi adalah pada tahap awal dimulainya suatu program (Wijaya, n.d.).

Dengan demikian diperlukan perencanaan komunikasi dalam mengimplementasikan k3, baik ditingkat pengelola wisata, pemimpin desa maupun masyarakat dan pengunjung desa wisata, agar tidak terjadi hal hal yang tidak diinginkan yang berdampak pada citra desa wisata ke depannya.

Ada beberapa definisi tentang perencanaan komunikasi (Wijaya, n.d.) : Pengertian perencanaan komunikasi tersebut dapat diambil beberapa pokok pikiran yang ada di dalamnya, yaitu (Wijaya, n.d.):

1. Perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja

2. Perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis
3. Perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi
4. Perencanaan komunikasi merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan dari satu proses ke proses selanjutnya.
5. Perencanaan komunikasi memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu.
6. Untuk mencapai tujuan itu Perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya (dana, barang/alat, manusia atau keahlian, dan program).
7. Perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, pesan, media, target sasaran, dan efek (perubahan) sebagai komponen audit.
8. Perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil atau evaluasi. Perencanaan komunikasi sebagai penuntun usaha atau kegiatan komunikasi yang dilakukan sepanjang program dilaksanakan, ia menjadi dokumen kerja yang selalu diperbaharui secara periodik sesuai dengan perubahan kebutuhan khalayak.

Perencanaan komunikasi menjelaskan bagaimana cara menyebarluaskan pesan yang tepat dari komunikator kepada khalayak yang tepat, melalui sauran yang tepat, dan waktu yang tepat pula. Perencanaan komunikasi membantu bagaimana pesan yang dibawakan konsisten dengan target sasaran. Perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga.

Pengertian strategi komunikasi menurut Rogers adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besarmelalui transfer ide-ide baru. Sedangkan menurut Middleton strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal (Wijaya, n.d.). Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah maka hasil yg diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga. Konsep strategi komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang (Wijaya, n.d.).

Untuk mencapai hasil yang tepat dalam melaksanakan program pembangunan, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat. Ada banyak model yang digunakan dalam

studi perencanaan komunikasi, mulai dari model sederhana sampai kepada model yang rumit. Namun, perlu diketahui bahwa penggunaan model dan tahapan pelaksanaannya tergantung pada sifat atau jenis pekerjaan yang akan dilakukan. Tidak ada model yang dapat digunakan secara universal, melainkan sesuai dengan kondisi dan realitas yang ada.

UNESCO membuat langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi, yakni (Wijaya, n.d.):

1. Mengumpulkan data tentang status sumber daya komunikasi, apakah itu dioperasikan oleh pemerintah, swasta, atau kombinasi antara pemerintah dan swasta.
2. Melakukan analisis tentang struktur dan sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak surat kabar, stasiun televisi dan radio, serta mediamedia apa saja yang ada dalam masyarakat.
3. Melakukan analisis kritis terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat terhadap komunikasi, jenis informasi apa yang dibutuhkan, apakah hiburan, pendapat, atau berita.
4. Melakukan analisis terhadap komponen-komponen komunikasi mulai dari sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan umpan balik dari masyarakat.
5. Melakukan analisis terhadap pengembangan komunikasi, apakah komunikasi mengalami kemajuan dalam hal jumlah (tiras), sebaran, atau peringkat dalam tayangannya.
6. Menetapkan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan kebijaksanaan komunikasi yang ada Tahapan perencanaan yang dibuat oleh UNESCO itu tentu saja tidak mengikat, tergantung dari kondisi dan keadaan program yang akan dilaksanakan.

Hal ini juga diakui bahwa tidak ada satupun model perencanaan komunikasi yang bisa diterima secara umum, melainkan bisa dilakukan modifikasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi, tentu saja tidak lepas dari elemen komunikasi.

Pengertian komunikasi yang dibuat oleh Harold Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*.⁷ Jadi dalam komunikasi ada beberapa elemen, yaitu Komunikator, komunikan, media, pesan, efek. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut (Wijaya, n.d.) :

Menetapkan komunikator. Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi, karena itu jika suatu proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran. Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas. Ada syarat yang harus dimiliki seorang komunikator yakni; kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan.

Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak. Dalam studi komunikasi, khalayak atau disebut juga komunikan. Memahami masyarakat terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Di dalam masyarakat ada kelompok-kelompok yang menentukan besarnya pengaruh suatu program, membuat peraturan dan memberi izin sebelum suatu program disebarluaskan. (b) Kelompok pendukung, ialah kelompok yang mendukung dan setuju pada program yang dilaksanakan. (c) kelompok oposisi, ialah mereka yang menentang atau kelompok yang bertentangan dengan ide perubahan yang ingin dilaksanakan. (d) Kelompok evaluasi, ialah mereka yang terdiri dari orang-orang yang mengkritisi dan memonitor jalannya suatu program. Dengan mengetahui kelompok dalam masyarakat ini, seorang perencana komunikasi dapat memprediksi dan mengantisipasi, serta menyesuaikan program-program komunikasi yang akan dilakukannya.

Menyusun pesan. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna. Ada beberapa cara dalam menyusun pesan; (a) *Over power'em theory*. Teori ini menunjukkan bahwa bila pesan seringkali diulang, panjang dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu dari komunikan. (2) *Glamour theory*. Suatu pesan yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka komunikan akan tertarik untuk memiliki ide itu. (3) *Don't tele'em theory*. bila suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak akan mengetahui dan menanyakannya, oleh karena itu mereka tidak akan membuat pendapat tentang ide itu.

Memilih media dan saluran komunikasi. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Untuk

masyarakat luas, pesan sebaiknya disalurkan melalui media massa, misalnya surat kabar atau televisi, dan untuk kelompok tertentu digunakan saluran komunikasi kelompok.

Efek komunikasi. Semua program komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran. Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Pada tingkat perubahan pendapat. Adapun yang dimaksud dengan perubahan sikap, ialah adanya perubahan internal pada diri seseorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil evaluasi yang dilakukannya terhadap suatu objek. Sedangkan perubahan perilaku adalah perubahan yang terjadi dalam bentuk tindakan. Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai.

Menurut Yuli (2005), Kesehatan Kerja (K3) merupakan kegiatan yang menjamin terciptanya kondisi kerja yang aman, terhindar dari gangguan fisik dan mental melalui pembinaan dan pelatihan, pengarahan, dan kontrol terhadap pelaksanaan tugas dari para karyawan dan pemberian bantuan sesuai dengan aturan yang berlaku, baik dari lembaga pemerintah maupun perusahaan dimana mereka. Kesehatan dan Keselamatan Kerja yang dilakukan bertujuan untuk memberikan rasa aman kepada karyawan dalam proses bekerja sehingga aktivitas operasional karyawan dapat berjalan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Sedangkan keselamatan kerja menurut Swasto (2011) adalah perlindungan tenaga kerja terhadap kemungkinan adanya bahaya yang timbul dalam lingkungan. Keselamatan kerja bagi karyawan menurut Soeprihatno (2003), yaitu: a. Usaha preventif, mengendalikan atau menghambat sumber bahaya yang terdapat di tempat kerja sehingga dapat mengurangi atau tidak menimbulkan bahaya bagi para karyawan. b. Usaha represif, mengatasi kejadian atau kecelakaan yang disebabkan oleh sumber-sumber bahaya yang terdapat di tempat kerja. 3. Kesehatan Kerja Selain usaha mencegah karyawan dalam mengalami kecelakaan, perusahaan juga perlu memelihara kesehatan karyawan. Kesehatan yang dimaksud meliputi kesehatan fisik maupun mental. Karyawan dapat terganggu dalam kesehatan yang diakibatkan penyakit, stress, maupun kecelakaan. Menurut Manulang (2006), terdapat tiga indikator dari Kesehatan Kerja, yaitu: a. Lingkungan kerja secara medis b. Lingkungan kesehatan tenaga kerja c. Pemeliharaan kesehatan tenaga kerja (Denik & , Mochammad Al Musadieq, 2017).

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Pembangunan Kepariwisata dikembangkan dengan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat dan pembangunan yang berorientasi pada pengembangan wilayah, bertumpu kepada masyarakat dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakup berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, pemasaran, destinasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, keterkaitan lintas sektor, kerja sama antar negara, pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam pemanfaatan sumber kekayaan alam dan budaya (Surahma Asti Mulasari, Masruddin, Annisa Nurul Izza, Farisa Hidayatullah*), Fransiscus D.P.B.M.A, Astry Axmalia, 2020).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Bogdan dan Taylor bahwa "sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati"(Moleong, 1989). Penelitian deskriptif menurut Narbuko dan Achmadi adalah "penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Ia juga bersifat komparatif dan korelatif. Penelitian Deskriptif banyak membantu terutama dalam penelitian yang bersifat longitudinal, genetik, dan klinis" (Narbuko Cholid and H. Abu Achmadi, 2005). Jadi dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan, mengidenifikasi penggunaan berbagai bentuk komunikasi dalam implementasi Kesehatan Keselamatan Kerja (K3) Di Desa Wisata Cisaat.

Dalam penelitian ini di tentukan siapa yang menjadi Key informan dan informan. Menurut Robert K.Yin *key informan* dan *informan* adalah "mereka tak hanya memberi keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tapi juga bisa memberi saran tentang sumber bukti-bukti yang mendukung serta menciptakan akses terhadap sumber yang bersangkutan"(Yin, 2019). Jika dikaitkan dengan permasalahan pokok penelitian, penulis menentukan teknik purposive .

Key informan dalam penelitian ini adalah Kelompok Sadarwisata (POKDARWIS) : Deden dan Kepala Desa Cisaat, Subang : Suryana; Lokasi penelitian : Desa Wisata Cisaat Subang, Ciater Jawa Barat; Waktu penelitian : Maret 2022-Desember 2022. Data yang peneliti kumpulkan terdiri dari dua kategori yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah "Data yang didapat dari nara sumber pertama, misalnya dari individu atau

perorangan. Semua data ini adalah data mentah yang kelak akan diproses untuk tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhannya”(Kriyantono, 2014).

Menurut Rachmat Kriyantoro, ”Metode wawancara mendalam adalah metode riset dimana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden.(Kriyantono, 2014). Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti melakukannya dengan cara yaitu: wawancara mendalam (*depth interview*). Dalam penulisan penelitian ini penulis juga memerlukan data sekunder untuk lebih memperkuat lagi faktor-faktor yang ada di dalam penelitian ini. Agar lebih mengerti tentang data sekunder penulis memahami tentang data sekunder maka, ”data sekunder merupakan data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan”(Kriyantono, 2014).

Dalam menganalisis data, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Model Siklus Interaktif yang dibuat oleh Dabbs (1982). Data-data yang mendalam yang penulis kumpulkan kemudian di deskriptifkan agar tujuan dari penelitian ini bisa terlaksana. Setelah data yang diperoleh penulis sudah dirasa mencukupi, maka penulis mulai mengedit data-data yang telah ada sesuai dengan permasalahan yang diangkat. Tidak semua data yang diterima lalu di tulis dalam karya ilmiah ini, tetapi harus adanya reduksi data yaitu rangkuman, penyortiran data yang telah terkumpul agar tidak berlebihan. Hasil dari rangkuman data yang diperoleh, kemudian dikelompokkan pada bagian-bagian yang sudah tersusun secara sistematis dalam karya ilmiah ini. Tahap ini dinamakan display data. Setelah semua data terkumpul, diringkas dan ditempatkan pada bagian-bagian yang tepat maka penulis menyajikan hasil dari pengamatannya selama ini, melalui metode deskriptif yaitu berupa penggambaran kesimpulan mengenai pokok permasalahan yang dibahas.

Dalam penyajian dari hasil yang telah diteliti, penulis menggambarkan deskriptif analisis yang didapat yaitu:

1. Berdasarkan informasi yang diperoleh dalam penelitian dari Key Informan dan Informan yang dilakukan melalui wawancara mendalam akan dianalisis
2. Data yang diperoleh dari masing-masing kategori penulis analisis secara deskriptif(Kriyantono, 2014)
3. Dari masing-masing kategori tersebut yang telah diperoleh akan dikaitkan antara informasi yang satu dengan informasi yang lain sebagai jawaban dari masalah pokok dalam penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

Dari keterangan diatas penulis dapat menyimpulkan semua data-data yang telah diperoleh oleh penulis berupa data primer atau pun sekunder hasilnya akan penulis analisis secara deskriptif untuk menjawab dengan jelas masalah pokok yang ada dalam penelitian ini, yaitu melalui wawancara mendalam kepada *Key Informan* secara lisan dan tulisan, sedangkan untuk data primer dan bahan-bahan atau sumber-sumber kepustakaan sebagai data sekunder yang mengacu pada wawancara dengan *Informan* yang selanjutnya akan penulis analisis untuk mengetahui data secara deskriptif analisis, sehingga penulis dapat menggambarkan dan mengetahui dengan jelas mengenai proses perencanaan komunikasi dalam mengimplementasikan K3 di Desa Wisata Cisaat Subang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam perencanaan komunikasi termasuk didalamnya adalah ketepatan cara menyebarluaskan pesan dari komunikator kepada khalayak melalui saluran, dengan pemilihan waktu yang tepat pula sehingga perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga. Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi berkaitan dengan elemen komunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian, maka strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi untuk meningkatkan kesadaran dan mengimplementasikan K3 harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Menetapkan komunikator. Komunikator sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi, kaya ide, serta penuh daya kreativitas. Ada syarat yang harus dimiliki seorang komunikator yakni; kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Dalam meningkatkan kesadaran dan mengimplementasikan K3 di Desa Cisaat, peran kepala desa sangat penting. Komitmen pimpinan dalam penerapan K3 sangat penting. Kepala desa memiliki kredibilitas dihadapan masyarakat desa untuk itu kepala desa harus dibekali dengan pengetahuan mengenai K3 di industry pariwisata. Jika kepala desa sudah memahami pentingnya K3 di industry pariwisata khususnya di Desa Wisata Cisaat, kepala desa dapat membuat program pelatihan K3 yang melibatkan pokdarwis maupun kader kader kesehatan yang sudah ada dan kredibel selama ini. Untuk pelatihan menggunakan konsultan K3 terutama yang berkaitan dengan industry pariwisata. Pelatihan ini bisa dimasukkan dalam anggaran ataupun kolaborasi dengan pihak lain dimasukkan dalam program corporate social responsibility jika dengan perusahaan atau pengabdian kepada masyarakat jika bekerja sama dengan akademisi.

Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak. Memahami masyarakat terutama yang akan menjadi target sasaran program komunikasi yang diarahkan kepada mereka. Berkaitan dengan K3 di Desa Wisata Cisaat, kelompok masyarakat yang menjadi target sasaran adalah kelompok sadar wisata (pokdarwis), kader kesehatan dan tentu saja perangkat desa. Mereka dapat dijadikan kelompok pendukung program K3. Didalam suatu masyarakat tentu aka nada kelompok yang tidak setuju namun dengan pendekatan dan pemberian pemahaman mengenai K3, diharapkan program dapat berjalan dengan baik. Untuk mengantisipasi adanya penolakan diperlukan peran kepala desa sebagai pemimpin.

Menyusun pesan. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh komunikan dalam serangkaian makna. Pesan K3 yang disampaikan dikemas dalam beberapa bentuk. Untuk meningkatkan pemahaman mengenai K3, pesan verbal dan non verbal mengenai apa definisi K3, tujuannya, bagaimana cara mengimplementasikannya. Pesan ini ditujukan kepada pokdarwis, kader maupun perangkat desa. Selain mereka dibuat juga pesan untuk pengunjung atau wisatawan dalam bentuk symbol atau pesan non verbal yang diletakan di berbagai tempat yang memiliki potensi bahaya. Pengunjung diminta berhati hati dalam melakukan kegiatan paralayang, teawalk, pemerahan susu sapi, wisata jiarah, edukasi pembuatan arang maupun biogas. Rambu k3 mungkin tampak sebagai aspek kecil dalam implementasi k3 namun keberadaannya dapat membantu memperingatkan pekerja maupun pengunjung tentang bahaya dan pencegahannya. Misalnya seperti gambar berikut ini :



Gambar 1. Rambu K3

Sumber : <https://www.megaciptaniaga.co.id/jenis-jenis-rambu-k3-yang-sering-digunakan/>

Untuk lebih memudahkan, pesan juga dibuat dalam bentuk tayangan video safety briefing. Tayangan video ini berisi tempat tempat yang memiliki potensi bahaya dan resiko juga pencegahannya. Video ini akan ditayangkan di website Cisaat dan diberikan kepada pokdarwis. Pokdarwis nanti akan mengirimkan kepada pengunjung untuk dilihat dan diperhatikan sebelum berangkat mengunjungi tempat wisata tersebut.

1. Memilih media dan saluran komunikasi. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan. Media komunikasi yang digunakan berbeda sesuai dengan karakteristik penerima pesan. Komunikasi mengenai K3 yang diperuntukkan bagi pokdarwis, kader dan perangkat desa adalah dengan menggunakan saluran komunikasi kelompok dalam hal ini dengan melakukan penyuluhan atau pelatihan secara intensif. Sedangkan saluran komunikasi yang diperuntukkan bagi pengunjung adalah dengan menggunakan rambu atau sign dan video safety briefing yang akan di siarkan di website maupun di media social yang dimiliki oleh Desa Cisaat maupun media social pengunjung atau wisatawan.
2. Efek komunikasi. Program komunikasi mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi target sasaran baik dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Perencanaan komunikasi dalam penelitian ini tentu memiliki tujuan. Tujuannya adalah terjadinya perubahan pengetahuan mengenai K3. Kesalahpahaman K3 yang dianggap berkaitan dengan keindahan dan kebersihan di awal diharapkan tidak terjadi. Pemahaman tentang Keselamatan dan Keamanan Kerja (K3) di industri pariwisata diharapkan dapat meminimalisir terjadinya insiden di tempat wisata. Setelah terjadi pemahaman diharapkan terjadi perubahan sikap, jika selama ini mungkin acuh karena tidak memahami manfaatnya. Dengan memahami peran dan manfaatnya diharapkan muncul sikap peduli terhadap K3 di industry pariwisata dan menerapkannya dalam bentuk perilaku yakni perilaku yang mencerminkan K3.

Dengan demikian strategi komunikasi pembangunan yang dipergunakan berdasarkan prioritas penggunaan komunikasi untuk mencapai kebutuhan kebutuhan dalam penelitian ini adalah:

Penulis menggunakan strategi ini dengan mengelompokkan kegiatan berdasarkan medium tertentu yang digunakan berdasarkan karakteristik dan tujuan bukan atas dasar popularitas ataupun kesukaan pada suatu media tertentu. Misalnya untuk memberi pemahaman mengenai K3 kepada pokdarwis, kader dan perangkat desa dengan komunikasi kelompok berupa penyuluhan, disekusi dan Tanya jawab. Sedangkan untuk pengunjung menggunakan komunikasi bermedia. Disisi lain untuk komunikasi dengan pokdarwis, kader dan perangkat desa penulis menggunakan strategi partisipasi yakni dengan melakukan kerjasama komunitas dan pertumbuhan pribadi. Pengalaman keikutsertaan ketika melakukan identifikasi bahaya dan resiko diberbagai tempat wisata yang ada di daerah mereka. Dan mereka ikut memikirkan bagaimana cara atau upaya pengendaliannya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, hasil dari analisis komunikasi yang selama ini ada adalah dalam meningkatkan kesadaran dan mengimplementasikan K3 di Desa Cisaat, peran kepala desa sangat penting. Komitmen pimpinan dalam penerapan K3 sangat penting. Kepala desa memiliki kredibilitas dihadapan masyarakat desa untuk itu kepala desa harus dibekali dengan pengetahuan mengenai K3 di industry pariwisata. Jika kepala desa sudah memahami pentingnya K3 di industry pariwisata khususnya di Desa Wisata Cisaat, kepala desa dapat membuat program pelatihan K3 yang melibatkan pokdarwis maupun kader kader kesehatan yang sudah ada dan kredibel selama ini. Untuk pelatihan menggunakan konsultan K3 terutama yang berkaitan dengan industry pariwisata. Pelatihan ini bisa dimasukkan dalam anggaran ataupun kolaborasi dengan pihak lain dimasukkan dalam program corporate social responsibility jika dengan perusahaan atau pengabdian kepada masyarakat jika bekerja sama dengan akademisi. Berkaitan dengan K3 di Desa Wisata Cisaat, kelompok masyarakat yang menjadi target sasaran adalah kelompok sadar wisata (pokdarwis), kader kesehatan dan tentu saja perangkat desa. Mereka dapat dijadikan kelompok pendukung program K3. Untuk mengantisipasi adanya penolakan diperlukan peran kepala desa sebagai pemimpin. Pesan K3 yang disampaikan dikemas dalam beberapa bentuk. Untuk meningkatkan pemahaman mengenai K3, pesan verbal dan non verbal mengenai apa definisi K3, tujuannya, bagaimana cara mengimplementasikannya. Pesan ini ditujukan kepada pokdarwis, kader maupun perangkat desa.

Selain mereka dibuat juga pesan untuk pengunjung atau wisatawan dalam bentuk symbol atau pesan non verbal yang diletakan di berbagai tempat yang memiliki potensi

bahaya. Pengunjung diminta berhati hati dalam melakukan kegiatan paralayang, teawalk, pemerahan susu sapi, wisata jiarah, edukasi pembuatan arang maupun biogas. Rambu k3 mungkin tampak sebagai aspek kecil dalam implementasi k3 namun keberadaannya dapat membantu memperingatkan pekerja maupun pengunjung tentang bahaya dan pencegahannya. Untuk lebih memudahkan, pesan juga dibuat dalam bentuk tayangan video safety brifing. Tayangan video ini berisi tempat tempat yang memiliki potensi bahaya dan resiko juga pencegahannya. Video ini akan ditayangkan di website Cisaat dan diberikan kepada pokdarwis. Pokdarwis nanti akan mengirimkan kepada pengunjung untuk dilihat dan diperhatikan sebelum berangkat mengunjungi tempat wisata tersebut. Komunikasi mengenai K3 yang diperuntukkan bagi pokdarwis, kader dan perangkat desa adalah dengan menggunakan saluran komunikasi kelompok dalam hal ini dengan melakukan penyuluhan atau pelatihan secara intensif. Sedangkan saluran komunikasi yang diperuntukkan bagi pengunjung adalah dengan menggunakan rambu atau sign dan video safety brifing yang akan di siarkan di website maupun di media social yang dimiliki oleh Desa Cisaat maupun media social pengunjung atau wisatawan. Perencanaan komunikasi dalam penelitian ini tentu memiliki tujuan. Tujuannya adalah terjadinya perubahan pengetahuan mengenai K3. Kesalahpahaman K3 yang dianggap berkaitan dengan keindahan dan kebersihan di awal diharapkan tidak terjadi. Pemahaman tentang Keselamatan dan Keamanan Kerja (K3) di industri pariwisata diharapkan dapat meminimalisir terjadinya insiden di tempat wisata. Setelah terjadi pemahaman diharapkan terjadi perubahan sikap, jika selama ini mungkin acuh karena tidak memahami manfaatnya. Dengan memahami peran dan manfaatnya diharapkan muncul sikap peduli terhadap K3 di industry pariwisata dan menerapkannya dalam bentuk perilaku yakni perilaku yang mencerminkan K3.

Penulis menggunakan strategi dengan mengelompokkan kegiatan berdasarkan medium tertentu yang digunakan berdasarkan karakteristik dan tujuan bukan atas dasar popularitas ataupun kesukaan pada suatu media tertentu. Misalnya untuk memberi pemahaman mengenai K3 kepada pokdarwis, kader dan perangkat desa dengan komunikasi kelompok berupa penyuluhan, disekusi dan Tanya jawab. Sedangkan untuk pengunjung menggunakan komunikasi bermedia. Disisi lain untuk komunikasi dengan pokdarwis, kader dan perangkat desa penulis menggunakan strategi partisipasi yakni dengan melakukan kerjasama komunitas dan pertumbuhan pribadi. Pengalaman keikutsertaan ketika melakukan identifikasi bahaya dan resiko diberbagai tempat wisata yang ada di daerah mereka. Dan mereka ikut memikirkan bagaimana cara atau upaya pengendaliannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Denik, K., & , Mochammad Al Musadieg, M. D. (2017). Pengaruh Keselamatan Kerja dan Kesehatan Kerja (K3) terhadap Motivasi Kerja (Studi pada Karyawan Taman Rekreasi Sengkaling (Trs)). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, Vol. 50 No. <https://www.neliti.com/publications/188645/pengaruh-keselamatan-kerja-dan-kesehatan-kerja-k3-terhadap-motivasi-kerja-studi#id-section-content>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Moleong, L. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosda Karya.
- Narbuko Cholid and H. Abu Achmadi. (2005). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara.
- Pratiwi, S. R., & , Susanne Dida, N. A. S. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 6, 78–90. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/12985/8279>
- Ruslan, R. 2008. (2008). *Manajemen Public Relatoins & Media. Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- SOFYAN, M. I. (2021). *PROGRAM WISATA EDUKASI WIYATA TOUR DI DESA WISATA CISAAT KABUPATEN SUBANG*. UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA.
- Surahma Asti Mulasari, Masruddin, Annisa Nurul Izza, Farisa Hidayatullah*), Fransiscus D.P.B.M.A, Astry Axmalia, I. W. T. (2020). Pengetahuan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) pada Kelompok Sadar Wisata di Desa Caturharjo Yogyakarta. *Jurnal Berkala Kesehatan*, Vol 6, No. https://www.researchgate.net/publication/343693165_Pengetahuan_Keselamatan_dan_Kesehatan_Kerja_K3_pada_Kelompok_Sadar_Wisata_di_Desa_Caturharjo_Yogyakarta
- Wijaya, I. S. (n.d.). PERENCANAAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KEGIATAN PEMBANGUNAN. *Lentera*, Vol. XVIII. https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428
- Yin, R. K. (2019). *Studi kasus*. Raja Grafindo Persada.