

FAKTOR KOMUNIKASI YANG MEMPENGARUHI ADOPSI PROGRAM IMUNISASI DI KOTA SERANG

Noerma Kurnia Fajarwati¹, April Laksana²
^{1,2}Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Bangsa
Email: muma.kurnia@gmail.com

ABSTRACT

This research is motivated by the spread of diphtheria outbreaks caused by the existence of an immunity gap due to the low level of immunization in the people of Serang City. The purpose of this study was to determine the effect of recipient characteristics, innovation characteristics and communication sources both partially and simultaneously on the level of immunization program adoption. This research is based on the theory of innovation diffusion to explain the community's decision to adopt an immunization program. The study population was residents of the Curug Subdistrict of Serang City who had children aged 0 to 18 months and had included their children with immunizations. The number of samples was determined as many as 125 respondents selected by snowball sampling technique. The research data were analyzed using the SPSS version 20.00 program with multiple linear regression methods. Based on the hypothesis test results obtained 1) Characteristics of recipients proved to have a positive effect on the adoption of the immunization program in Serang City. 2) The characteristics of innovation proved to have a positive effect on the adoption of the immunization program in Serang City. 3) The source of communication proved to have a positive effect on the adoption of the immunization program in Serang City. The magnitude of the effect of recipient characteristics, innovation characteristics and communication sources on the adoption of the immunization program is shown by a coefficient of determination of 93.7%.

Keywords: *Recipient Characteristics, Innovation Characteristics, Communication Sources and Innovation Adoption.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penyebaran wabah difteri yang disebabkan oleh adanya kesenjangan imunitas akibat rendahnya tingkat imunisasi pada masyarakat Kota Serang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan efek karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi baik secara parsial maupun bersamaan pada tingkat adopsi program imunisasi. Penelitian ini didasarkan pada teori difusi inovasi untuk menjelaskan keputusan masyarakat untuk mengadopsi program imunisasi. Populasi penelitian adalah warga Kecamatan Curug Kota Serang yang memiliki anak berusia 0 hingga 18 bulan dan telah memasukkan anak-anak mereka dengan imunisasi. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 125 responden yang dipilih dengan teknik snowball sampling. Data penelitian dianalisis menggunakan program SPSS versi 20.00 dengan metode regresi linier ganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang diperoleh 1) Karakteristik penerima terbukti berdampak positif terhadap pelaksanaan program imunisasi di Kota Serang. 2) Karakteristik inovasi terbukti berdampak positif pada adopsi program imunisasi di Kota Serang. 3) Sumber komunikasi terbukti berdampak positif pada penerapan program imunisasi di Kota Serang. Besarnya pengaruh karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi pada adopsi program imunisasi ditunjukkan dengan koefisien penentuan 93,7%.

Kata kunci: Karakteristik Penerima, Karakteristik Inovasi, Sumber Komunikasi dan Adopsi Inovasi.

PENDAHULUAN

Difteri merupakan penyakit menular akut yang menyerang system kekebalan tubuh manusia ditandai oleh adanya peradangan pada tonsil, faring hidung, dan kadang-kadang pada selaput mukosa atau kulit. Pada tahun 2017, wabah difteri ditetapkan sebagai Kejadian Luar Biasa (KLB) yang menyerang 20 provinsi di Indonesia dengan jumlah 954 kasus dan 44 kasus kematian, sehingga menempatkan Indonesia di posisi nomor dua dengan kasus difteri terbanyak di Dunia setelah India. Kondisi membuat pemerintah Indonesia segera melakukan *Outbreak Response Immunization* (ORI) sebagai salah satu upaya penanggulangan KLB suatu penyakit dengan pemberian imunisasi.

Disebutkan bahwa 66% dari jumlah prevalensi kasus difteri adalah mereka yang tidak melakukan imunisasi dan 31% melakukan imunisasi dengan status imunisasi yang tidak lengkap. Padahal, untuk terbebas dari difteri, setidaknya harus mendapatkan tiga kali penyuntikan (<http://www.depkes.go.id>). Difteri dapat dicegah dengan pemberian imunisasi DTP (*Difteri Tetanus Pertusis*) sebanyak 4 (empat) kali untuk anak 0 sampai usia 18 bulan dan diulang saat anak di kelas 1, 2 dan 5 sekolah dasar agar mendapatkan perlindungan yang optimal.

Menjadi salah satu wilayah dengan kepadatan penduduk yang cukup tinggi, terdapat 11 orang meninggal akibat difteri di Banten yang tersebar di Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang, Kota Serang, Kabupaten Lebak dan Kota Cilegon. Rasio kematian pasien difteri dari yang paling tinggi hingga paling rendah secara berturut-turut terjadi pada Kota Cilegon (100%), Kabupaten Lebak (33%), Kota Serang (20%), Kabupaten Serang (10,5%) dan Kabupaten Tangerang (10%). Hingga pertengahan tahun 2018, Dinas Kesehatan Provinsi Banten bahkan masih melaporkan adanya kasus difteri yang terjadi di beberapa wilayah seperti Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang dan Kota Serang, sementara kelima kabupaten/kota lainnya sudah tidak lagi melaporkan kasus difteri yang menyerang warganya.

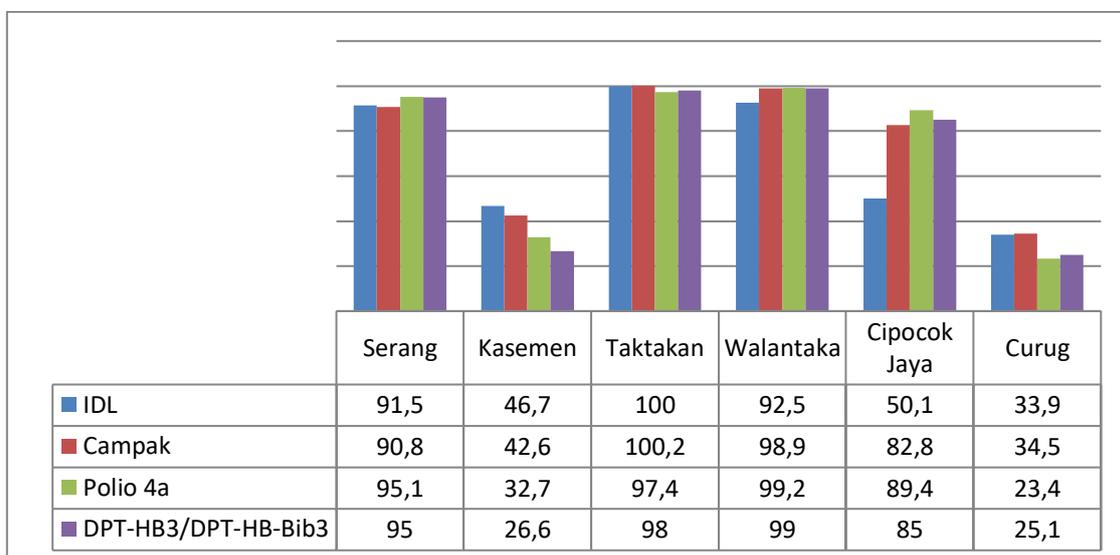
Sebagai ibu kota Provinsi, cukup tingginya prevalensi wabah difteri di Kota Serang dengan rasio pasien meninggal sebesar 20% mengindikasikan adanya masalah dalam upaya komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Banten. Dalam hal ini Dinas Kesehatan Kota Serang dianggap tidak mampu menangani KLB difteri secara maksimal. Hal ini terlihat dari bertambahnya jumlah pasien difteri yang dirujuk ke Rumah Sakit Umum (RSU)

Dr. Drajat Prawiranegara sebanyak 5 orang di awal tahun 2018. Padahal dalam wilayah administratif pemerintah Kota Serang sendiri, terdapat 4 rumah sakit besar, 38 klinik pratama dan puluhan fasilitas kesehatan lainnya seperti bidan dan praktek dokter.

Imunisasi tidak hanya penting bagi tiap-tiap individu yang disuntik, tapi juga bagi tetangga atau orang di sekitarnya yang punya kekhususan tidak bisa di imunisasi. Dinkes Kota Serang mencatat cakupan imunisasi di Kota Serang pada tahun 2018 berikut:

Grafik 1

Cakupan Imunisasi di Kota Serang Tahun 2019



Sumber: <http://dinkes.serangkota.go.id>, data diolah 2019.

Penyuluhan program imunisasi dasar lengkap yang dilakukan oleh Dinkes Kota Serang merupakan upaya komunikasi pemerintah melalui tenaga-tenaga penyuluh kesehatan untuk menciptakan pembangunan kesehatan yang merata di Kota Serang. Karakteristik dari pelaksanaan program penyuluhan imunisasi ditambah saluran komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi tersebut menjadi dua hal yang dapat mempengaruhi penerimaan masyarakat pada program imunisasi yang digalakkan. Dalam hal ini terlihat adanya kesenjangan antara yang program yang telah dilakukan pemerintah selama ini dengan kondisi sebenarnya di lapangan dalam proses penerimaan program imunisasi itu sendiri, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penerimaan program imunisasi pada masyarakat Kota Serang melalui pendekatan teori difusi inovasi.

Penelitian Harinta (2011) menemukan karakteristik inovasi, karakteristik calon pengguna dan sumber komunikasi yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap kecepatan adopsi inovasi bidang pertanian. Hasil penelitian yang dilakukan Serah (2014) turut mendukung dengan menyatakan karakteristik inovasi dan saluran komunikasi berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi inovasi teknologi pertanian. Dalam penelitian Sholahuddin (2017) ditunjukkan *relative advantage* dan *observability* merupakan karakteristik inovasi yang berpengaruh positif terhadap niat mengadopsi inovasi di bidang percetakan, sementara *compatibility*, *complexity* dan *trialability* tidak berpengaruh.

Adanya fenomena terkait KLB difteri dan hasil penelitian terdahulu tentang adopsi inovasi melandasi perlu dilakukannya penelitian terkait adopsi program imunisasi di Kota Serang guna menekan penularan penyakit berbahaya seperti difteri khususnya pada bayi dan balita yang sebenarnya dapat dicegah dengan melakukan imunisasi dasar lengkap. Penelitian ini menjadi penting karena berkaitan dengan keberhasilan fungsi humas pemerintah untuk memberikan pemahaman pada masyarakat dalam hal pembangunan kesehatan melalui program imunisasi di beberapa wilayah Kota Serang yang masih memiliki cakupan imunisasi rendah.

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan pada penelitian dirumuskan bagaimana pengaruh dari karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi dalam rangka meningkatkan adopsi program imunisasi guna menekan wabah penyakit menular seperti difteri pada warga di Kota Serang.

Komunikasi Kesehatan

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1960 menjelaskan arti kesehatan adalah keadaan yang meliputi kesehatan badan, rohani (mental) dan sosial, bukan hanya keadaan yang bebas dari penyakit, cacat, dan kelemahan. Adapun Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 menjelaskan kesehatan sebagai keadaan sejahtera dari badan, jiwa, dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial ekonomis.

Liliweri (2015:56) menyatakan komunikasi kesehatan yaitu seni menginformasikan, mempengaruhi dan memotivasi individu, institusi, serta masyarakat tentang isu-isu penting di bidang kesehatan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan individu dalam masyarakat. Sedangkan Notoatmodjo (2017:33) menjelaskan komunikasi kesehatan

merupakan usaha yang sistematis untuk mempengaruhi secara positif perilaku kesehatan masyarakat dengan menggunakan berbagai prinsip dan metode komunikasi, baik menggunakan komunikasi interpersonal, maupun komunikasi massa.

Komponen komunikasi kesehatan tak berbeda halnya dengan komponen komunikasi pada umumnya. Komunikasi tidak hanya sebatas penyampaian pesan saja, adanya umpan balik (*feedback*) atau respon dari penerima pesan menandakan bahwa komunikasi dapat terjadi hanya jika memenuhi komponen-komponen tertentu. Komunikasi juga merupakan suatu proses yang tidak akan berjalan baik tentunya jika tidak memenuhi komponen-komponen tersebut. Merujuk pada unsur-unsur komunikasi menurut Lasswel maka dapat dijelaskan komponen komunikasi kesehatan:

1. Komunikator, komunikator adalah orang atau lembaga kesehatan yang menyampaikan pesan, misalnya berisikan himbauan untuk melakukan imunisasi.
2. Komunikan, adalah orang yang menerima pesan kesehatan. Komunikan bisa berupa masyarakat yang diberikan sosialisasi dari pihak lembaga kesehatan.
3. Pesan, adalah pernyataan yang didukung oleh lambang yang mempunyai arti, contohnya slogan tentang hindari HIV/AIDS.
4. Media, dalam komunikasi kesehatan ialah sebagai sarana atau saluran yang mendukung proses penyampaian pesan. Ada 2 (dua) media dalam komunikasi kesehatan yaitu media (saluran) interpersonal dan kelompok. Media dapat berupa media cetak maupun elektronik yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan.
5. Efek, pada komunikasi kesehatan yakni dampak atau akibat yang ditimbulkan oleh pesan. Efek atau dampak ialah ketercapaian kita dalam penyampaian pesan.

Karakteristik Penerima

Teori difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Karakteristik penerima merupakan satu dari empat elemen pokok dalam proses difusi inovasi yang disebutkan Rogers (2014:32).

Karakteristik penerima dapat terdiri dari ciri-ciri kepribadian seseorang seperti sikapnya terhadap perubahan. Ciri-ciri sosial demografi, seperti status pendidikan, jumlah pendapatan, status sosial, tingkat kosmopolit, serta luasnya hubungan seseorang, dan

kuatnya kebutuhan nyata terhadap inovasi. Semua variabel ini mempengaruhi proses keputusan inovasi yang terjadi pada setiap individu.

Karakteristik Inovasi

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2017:133) mengartikan inovasi sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan dan atau pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologi) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk, proses yang dapat memberikan nilai yang lebih berarti.

Menurut Rogers (2014:27) katakarakteristik inovasi merupakan sebuah atribut inovasi yang dapat membantu mengurangi ketidakpastian inovasi serta akan menentukan kecepatan seseorang untuk mengadopsi sebuah inovasi. Lima karakteristik inovasi:

1. Keunggulan relative (*Relative Advantage*)

Keunggulan relatif merupakan kadar atau tingkat sebuah inovasi dipersepsikan lebih baik daripada ide inovasi sebelumnya. Biasanya keuntungan relatif diukur dalam terminologi ekonomi, tetapi faktor prestise sosial, kenyamanan, dan kepuasan sering menjadi komponen yang tak kalah penting. Semakin banyak keunggulan relatif yang dirasakan sebuah inovasi, maka semakin cepat laju tingkat adopsinya.

2. Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesuaian merupakan tingkat sebuah inovasi dipersepsikan konsisten dengan nilai-nilai yang sudah ada, pengalaman masa lalu, serta sesuai dengan kebutuhan orang-orang yang potensial sebagai pengadopsi. Sebuah ide yang tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma di dalam sebuah sistem sosial, tidak akan diadopsi secepat seperti inovasi yang sesuai. *Compatibility* mengacu pada kesesuaian dengan nilai-nilai atau norma-norma pengadopsi potensial atau mungkin mewakili kesesuaian dengan praktek yang sudah ada pada pengadopsi.

3. Kompleksitas (*Complexity*)

Menurut Rogers, *complexity* merupakan tingkat sebuah inovasi dipersepsikan sulit untuk dipahami atau digunakan. Beberapa inovasi mudah dipahami oleh sebagian besar anggotasistem sosial. Sebagian yang lain inovasi itu lebih rumit sehingga akan lambat diadopsi. *Complexity* diasumsikan berhubungan secara negatif terhadap adopsi dan implementasi inovasi. Konseptualisasi Rogers tentang *complexity* ini sangat mirip dengan

konsep Davis, *perceived ease of use*, atau persepsi kemudahan untuk menggunakan (Moghavvemi, *et al.*, 2012). Dengan kalimat lain, tingkat adopsi terhadap sebuah produk akan tinggi jika konsumen merasakan adanya kemudahan penggunaan produk yang ditawarkan oleh produk inovatif.

4. Ketercobaan (*Trialability*)

Derajat sebuah inovasi dapat dieksperimentasikan pada lingkup terbatas. Secara teori, menurut Rogers, inovasi yang dapat dicoba akan diadopsi dan diimplementasikan lebih sering dan lebih cepat daripada inovasi yang kurang bisa diimplementasikan.

5. Keterlihatan (*Observability*)

Keterlihatan merupakan tingkat di mana sebuah inovasi itu kelihatan bagi orang lain. Semakin mudah bagi individu untuk melihat hasil sebuah inovasi, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsinya.

Sumber Komunikasi

Menurut Rogers dalam Mardikanto (2013:21)) saluran komunikasi sebagai sesuatu melalui mana pesan dapat disampaikan dari sumber kepada penerimanya yang dapat dibedakan menjadi saluran interpersonal dan media massa. Sumber dan saluran komunikasi memberi rangsangan informasi kepada seseorang selama proses keputusan inovasi berlangsung. Seseorang pertama kali mengenal dan mengetahui inovasi terutama dari saluran media massa. Pada tahap persuasi, seseorang membentuk persepsinya terhadap inovasi dari saluran yang lebih dekat dan antar pribadi. Seseorang yang telah memutuskan untuk menerima inovasi pada tahap keputusan ada kemungkinan untuk meneruskan atau menghentikan penggunaannya (Hanafi, 2012:30).

Kredibilitas seorang komunikator dalam proses komunikasi menjadi hal yang penting untuk membangun keyakinan komunikan. Komunikator dengan kredibilitas tinggi memiliki dampak besar terhadap opini khalayak daripada sumber dengan kredibilitas rendah. Komunikator atau sumber yang memiliki kredibilitas tinggi lebih banyak menghasilkan perubahan sikap dibandingkan dengan sumber yang memiliki kredibilitas rendah. Hovland dalam Azwar (2014:64) menggambarkan peranan kredibilitas dalam proses penerimaan pesan yang dikemukakan oleh para ahli akan lebih persuasive dibandingkan dengan yang bukan ahli.

Adopsi Inovasi

Proses adopsi inovasi adalah suatu proses yang menyangkut proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Rogers dan Shoemaker (1971) menyatakan proses pengambilan keputusan untuk melakukan adopsi inovasi adalah suatu proses mental. Proses adopsi inovasi memerlukan sikap mental dan konfirmasi dari setiap keputusan yang diambil oleh seseorang sebagai adopter. Adapun tahapan perubahan seseorang untuk mengadopsi suatu inovasi dijelaskan:

1. Tahap kesadaran (*awareness*) merupakan tahapan tentang adanya sesuatu yang baru, mulai terbuka akan perkembangan dunia luarnya, sadar apa yang sudah ada dan apa yang belum.
2. Tahap minat (*interest*), merupakan tahapan yang ditandai oleh adanya kegiatan mencari keterangan-keterangan tentang hal-hal yang baru diketahuinya.
3. Tahap penilaian (*evaluation*). Setelah keterangan yang diperlukan diperoleh, mulai timbul rasa menimbang-nimbang untuk kemungkinan melaksanakannya sendiri.
4. Tahap mencoba (*trial*). Jika keterangan sudah lengkap, minat untuk meniru besar, dan jika ternyata hasil penilaiannya positif, maka dimulai usaha mencoba hal baru yang sudah diketahuinya.
5. Tahap adopsi (*adoption*), merupakan tahapan sudah mulai mempraktekkan hal-hal baru dengan keyakinan akan berhasil.

Teori Difusi Inovasi

Penelitian ini menggunakan pendekatan model teori difusi inovasi dalam proses pengambilan keputusan yang diintisarikan oleh Rogers sebagai akar dari kajian teori sosiologi. Difusi merupakan proses mengkomunikasikan sebuah inovasi melalui saluran komunikasi tertentu dalam waktu tertentu kepada anggota sistem sosial. Komunikasi merupakan proses partisipan membuat dan membagi informasi kepada pihak lain untuk mencapai tahap saling memahami (Rogers, 2014:34). Tanpa difusi, inovasi tak akan berdampak secara ekonomi. Unsur kebaruan sebuah ide yang menjadi pesan dalam komunikasi menunjukkan difusi memiliki karakter yang khusus.

Ada beberapa asumsi dasar teori difusi inovasi sebagaimana dikemukakan Rogers (2014:39) yaitu meliputi:

1. Difusi inovasi merupakan proses sosial yang mengkomunikasikan ide baru yang diartikan secara subjektif, dan dikembangkan sebagai konstruksi sosial.
2. Inovasi yang dimaknai penerima sebagai inovasi, mengandung manfaat relatif, sesuai kebutuhan, kemampuan untuk dicoba, dapat dilihat, dan memiliki tingkat kerumitan rendah, akan lebih cepat diadopsi.
3. Dalam difusi inovasi, terdapat lima tahapan, yaitu: dari mulai tahap pengetahuan, persuasif, keputusan, implementasi, dan konfirmasi.
4. Selain itu terdapat lima tipe masyarakat dalam mengadopsi inovasi, yaitu: *innovator, early adopter, early majority, late majority, dan laggard*.

Ditinjau dari perspektif komunikasi kesehatan, terdapat beberapa komponen difusi inovasi meliputi: 1) Sumber inovasi, dapat berasal dari agen pembaharu, tokoh masyarakat, dan sebagainya; 2) Pesan-pesan berupa ide-ide/gagasan baru atau inovasi 3) Saluran, dapat melalui komunikasi interpersonal atau media komunikasi, sebagai sarana yang memungkinkan inovasi dapat tersebar; 4) Penerima merupakan anggota sistem sosial; 5) Efek ditimbulkan berupa perubahan pengetahuan, sikap maupun perilaku, yaitu menerima atau menolak inovasi (Winangsih, 2014).

Penelitian difusi lebih memusatkan perhatian pada perubahan perilaku, yaitu menerima atau menolak inovasi/gagasan baru. Di samping perubahan tingkat pengetahuan atau sikap, juga menjadi perantara proses pengambilan keputusan oleh seseorang, sampai melakukan perubahan perilaku. Penyebaran inovasi dilakukan melalui saluran komunikasi media massa, yang dianggap lebih berdaya untuk mengenalkan inovasi. Sedangkan saluran komunikasi interpersonal digunakan untuk membentuk sikap masyarakat terhadap inovasi.

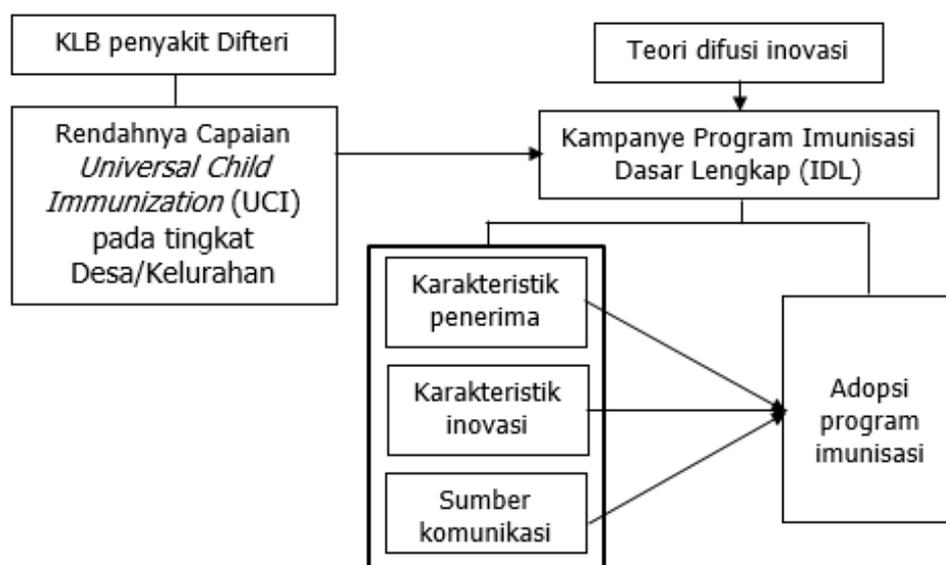
Kebaruan inovasi diukur secara subjektif, menurut pandangan individu menangkapnya. Jika sesuatu ide dianggap baru oleh seseorang, maka disebut inovasi (bagi orang tersebut). Baru dalam ide inovatif mungkin telah lama diketahui oleh seseorang beberapa waktu lalu (yaitu ketika kenal dengan ide itu), tetapi ia belum mengembangkan sikap suka atau tidak suka terhadap inovasi, apakah ia menerima atau menolak inovasi (Rogers, 2014:11).

Kerangka Pemikiran

Dalam mengkomunikasikan program imunisasi dasar lengkap (IDL), proses komunikasi antara penyuluh dan masyarakat setempat tidak hanya berhenti setelah penyuluh menyampaikan inovasi, atau jika sasaran telah menerima pesan inovasi dari penyuluh. Adanya kemungkinan muncul persepsi berbeda dari tujuan komunikasi membuat komunikasi seharusnya baru berhenti apabila sasaran pesan telah memberikan tanggapan sesuai keinginan penyuluh, menerima atau menolak inovasi tersebut.

Penyebaran inovasi melalui program imunisasi yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, memerlukan komunikasi efektif yang dapat mendukung secara optimal, khususnya untuk mendukung tujuan pembangunan kesehatan nasional. Dengan meningkatkan kesadaran, kemauan, dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang, maka dapat diwujudkan derajat kesehatan setinggi-tingginya bagi rakyat Indonesia.

Gambar 1
Model Kerangka Pemikiran



Sumber: diolah peneliti, 2019.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* yang dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dari karakteristik penerima,

karakteristik inovasi dan sumber komunikasi terhadap keputusan adopsi program imunisasi (Singarimbun dan Effendi, 2017).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Karakteristik Penerima

Menurut Rogers (2014:32) karakteristik penerima merupakan satu dari empat elemen pokok yang termasuk dalam proses difusi inovasi, dapat terdiri dari ciri kepribadian seseorang yang mempengaruhi keputusannya akan sebuah proses inovasi. Dalam penelitian ini karakteristik penerima diartikan sebagai kondisi warga Kota Serang dalam mengadopsi inovasi imunisasi difteri yang diukur berdasarkan indikator 1) pengalaman, 2) status sosial, dan 3) orientasi finansial.

2. Karakteristik Inovasi

Menurut Rogers (2014:27) karakteristik inovasi merupakan atribut yang dapat membantu mengurangi ketidakpastian inovasi serta akan menentukan kecepatan dalam mengadopsi sebuah inovasi. Dalam penelitian ini karakteristik inovasi diartikan sebagai atribut dari inovasi imunisasi difteri yang dapat membantu untuk mengurangi ketidakpastian warga Kota Serang dalam menentukan keputusan untuk mengadopsinya. Karakteristik inovasi diukur dari indikator 1) keuntungan relatif, 2) kesesuaian, 3) kompleksitas, 4) ketercobaan, dan 5) keterlihatan.

3. Sumber Komunikasi

Menurut Vardiansyah (2014:19) sumber komunikasi adalah pihak yang berinisiatif menyampaikan pesan kepada pihak lain. Dalam penelitian ini sumber komunikasi diartikan sebagai sumber yang menyampaikan pesan terkait pentingnya imunisasi baik itu dilakukan secara interpersonal maupun berkelompok. Sumber komunikasi diukur dengan kredibilitas sumber yang terdiri dari indikator 1) keahlian, 2) kepercayaan, dan 3) daya tarik.

4. Adopsi Inovasi

Menurut Rogers (2014:41) adopsi inovasi merupakan proses pengambilan keputusan inovasi dari mulai tingkat pengetahuan hingga memutuskan untuk menolak atau menerima sebuah inovasi. Dalam penelitian ini adopsi inovasi diuraikan melalui indikator

1) kesadaran, 2) minat, 3) penilaian, 4) mencoba dan 5) adopsi yang dilakukan warga Kota Serang atas inovasi program imunisasi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah warga Kecamatan Curug Kota Serang yang memiliki anak berusia 0 s/d usia 18 bulan. Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka jumlah sampel penelitian ditentukan dengan rumus 5 s/d 10 kali jumlah indikator sebagaimana dijelaskan Roscoe (dalam Ferdinand, 2015:172). Diketahui indikator dalam penelitian ini berjumlah 25 sehingga jumlah sampel penelitian ditentukan sebanyak $5 \times 25 = 125$ responden.

Agar memperoleh sampel yang representative penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria diantaranya:

1. Merupakan warga Kecamatan Curug yang ditunjukkan oleh Kartu Tanda Penduduk
2. Memiliki anak berusia 0 s/d 18 bulan
3. Pernah mengikutsertakan anaknya untuk imunisasi

Selanjutnya dari kriteria sampel tersebut, penarikan sampel dilakukan dengan teknik *snowball sampling* yaitu pemilihan sampel yang dilandasi atas informasi dari sampel pertama hingga akhirnya diperoleh sejumlah sampel yang sudah ditentukan.

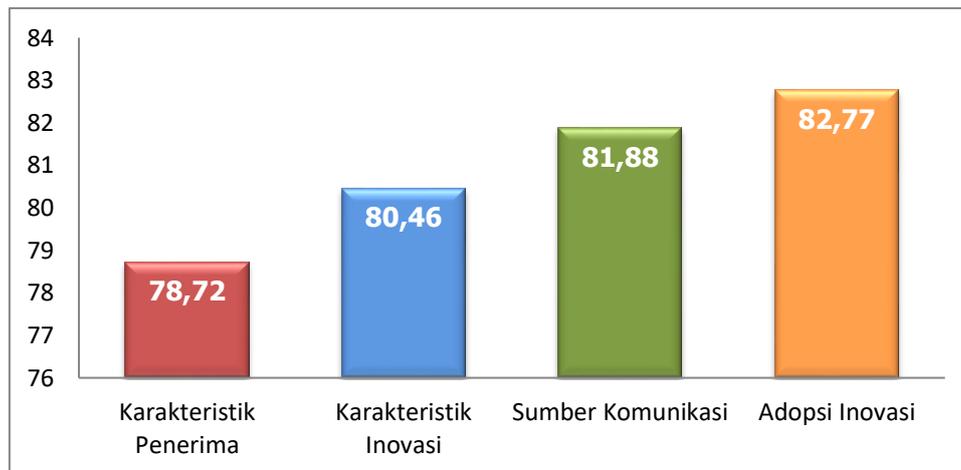
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Tanggapan responden secara umum terhadap ke empat variabel penelitian memiliki nilai indeks yang berbeda-beda. Variabel karakteristik penerima memperoleh indeks tanggapan responden sebesar 78,72% paling rendah dibandingkan ketiga variabel lainnya. Sementara variabel dengan indeks tertinggi adalah adopsi inovasi dengan indeks tanggapan responden sebesar 82,77%.

Grafik 2

Deskripsi Variabel Penelitian



Sumber: data diolah, 2019.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisa hubungan antar variabel independen (karakteristik penerima, karakteristik inovasi, dan sumber komunikasi) terhadap variabel dependen (adopsi imunisasi) yang diteliti (Sugiyono, 2018). Hasil olah data menunjukkan output persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.658	.603		4.412	.000
1 Karakteristik Penerima	.104	.043	.090	2.406	.018
Karakteristik Inovasi	.281	.049	.416	5.697	.000
Sumber Komunikasi	.486	.068	.492	7.142	.000

a. Dependent Variable: Adopsi Imunisasi

Sumber: data diolah, 2019.

Persamaan regresi linier berganda:

$$Y = 2,658 + 0,104 X1 + 0,281 X2 + 0,486 X3 + e$$

Berdasarkan Tabel 3 dan persamaan regresi di atas diketahui nilai konstanta yaitu 2,658 yang menunjukkan adopsi imunisasi (Y) memiliki nilai konstan yang positif. Koefisien regresi variabel karakteristik penerima (β_1) diperoleh sebesar 0,104 yang menunjukkan kenaikan pada karakteristik penerima akan meningkatkan adopsi imunisasi sebesar 0,104 satuan. Variabel karakteristik inovasi memiliki koefisien regresi (β_2) sebesar 0,281. Hal ini menunjukkan apabila terjadi kenaikan pada karakteristik inovasi maka akan meningkatkan adopsi imunisasi sebesar 0,281 satuan. Adapun koefisien regresi variabel sumber komunikasi (β_3) yang diperoleh sebesar 0,486 menunjukkan kenaikan yang terjadi pada sumber komunikasi akan meningkatkan adopsi imunisasi sebesar 0,486 satuan.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan secara parsial maupun simultan dengan hasil sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 → **Pengaruh parsial karakteristik penerima terhadap adopsi imunisasi** ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,104 yang artinya karakteristik penerima berpengaruh positif terhadap adopsi imunisasi sebesar 0,104 satuan. Hal ini pun diperkuat oleh nilai t hitung sebesar 2,406 dan sig 0,018 yang menunjukkan bahwa H_{a1} diterima karena t hitung lebih besar dibandingkan t tabel ($2,406 > 1,979$) dan sig t hitung lebih kecil dibandingkan signifikasi 5% ($0,018 < 0,05$). Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa karakteristik penerima berpengaruh signifikan terhadap adopsi imunisasi di Kota Serang dengan arah hubungan positif.
2. Hipotesis 2 → **Pengaruh parsial karakteristik inovasi terhadap adopsi imunisasi** ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,281 yang artinya karakteristik inovasi berpengaruh positif terhadap adopsi imunisasi sebesar 0,281 satuan. Hal ini pun diperkuat oleh nilai t hitung sebesar 5,697 dan sig 0,000 yang menunjukkan bahwa H_{a2} diterima karena t hitung lebih besar dibandingkan t tabel ($5,697 > 1,979$) dan sig t hitung lebih kecil dibandingkan signifikasi 5% ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa

karakteristik inovasi berpengaruh signifikan terhadap adopsi imunisasi di Kota Serang dengan arah hubungan positif.

3. Hipotesis 3 → **Pengaruh parsial sumber komunikasi terhadap adopsi imunisasi** ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,486 yang artinya sumber komunikasi berpengaruh positif terhadap adopsi imunisasi sebesar 0,486 satuan. Hal ini pun diperkuat oleh nilai t hitung sebesar 7,142 dan sig 0,000 yang menunjukkan bahwa Ha3 diterima karena t hitung lebih besar dibandingkan t tabel ($7,142 > 1,979$) dan sig t hitung lebih kecil dibandingkan signifikansi 5% ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa sumber komunikasi berpengaruh signifikan terhadap adopsi imunisasi di Kota Serang dengan arah hubungan positif.

Adapun hasil uji hipotesis simultan diperoleh yaitu:

Tabel 4
Uji Hipotesis Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	984.893	3	328.298	615.120	.000 ^b
	Residual	64.579	121	.534		
	Total	1049.472	124			

a. Dependent Variable: Adopsi Imunisasi

b. Predictors: (Constant), Sumber Komunikasi, Karakteristik Penerima, Karakteristik Inovasi
 Sumber: data diolah, 2019.

Hipotesis 4 → **Pengaruh simultan karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi terhadap adopsi imunisasi** ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 615,120 dan sig 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa Ha3 diterima karena F hitung lebih besar dibandingkan F tabel ($615,120 > 2,68$) dan sig F hitung lebih kecil dibandingkan signifikansi 5% ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi terbukti berpengaruh simultan terhadap adopsi imunisasi.

Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.969 ^a	.938	.937	.731

a. Predictors: (Constant), Sumber Komunikasi, Karakteristik Penerima, Karakteristik Inovasi

b. Dependent Variable: Adopsi Imunisasi

Sumber: data diolah, 2019.

Ditunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,937. Dari hasil ini maka dapat diketahui bahwa karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi memiliki kemampuan sebesar 93,7% ($0,937 \times 100\%$) dalam menjelaskan variasi pada adopsi imunisasi. Dengan demikian karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk mempengaruhi tingkat adopsi program imunisasi. Sedangkan menurut hasil koefisien determinasi ini, diketahui hanya ada 6,3% variasi pada adopsi imunisasi yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Diketahui karakteristik penerima terbukti berpengaruh terhadap adopsi inovasi program imunisasi di Kota Serang sebagaimana dibuktikan oleh nilai t hitung pada hipotesis 1 yang lebih besar dibandingkan nilai t tabel 1,979. Koefisien regresi pengaruh karakteristik penerima terhadap adopsi imunisasi menunjukkan bahwa karakteristik penerima hanya mampu memberi pengaruh positif sebesar 0,104 satuan pada keberhasilan adopsi program imunisasi yang digalakkan oleh pemerintah Kota Serang. Hal ini dapat disebabkan oleh masih rendahnya orientasi finansial dari sebagian besar warga Kota Serang khususnya di Kecamatan Curug yang menganggap bahwa imunisasi hanya dilakukan oleh keluarga dengan finansial yang cukup dan memiliki prioritas finansial untuk imunisasi.

Meskipun biaya imunisasi di Kota Serang hanya berkisar Rp35.000 hingga Rp250.000 per imunisasi, namun dengan penghasilan sebesar Rp501.000 hingga Rp. 1.000.000 per bulan,

keputusan untuk memberikan anak-anak imunisasi masih menjadi pertimbangan matang karena mereka umumnya lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan primer keluarga seperti makan dan pakaian. Kondisi ini pun dibuktikan oleh jawaban responden yang tinggi pada butir pertanyaan tentang penilaian pada adopsi inovasi, yang mana dalam hal umumnya seseorang akan melakukan pertimbangan yang sangat mendalam terkait baik buruknya mengikuti imunisasi termasuk dari sisi kecukupan finansial yang dimiliki.

Hasil uji hipotesis 2 membuktikan adanya pengaruh positif karakteristik inovasi terhadap keberhasilan adopsi inovasi program imunisasi di Kota Serang. Koefisien regresi sebesar 0,281 satuan menunjukkan bahwa karakteristik inovasi berperan cukup penting dalam menunjang keberhasilan adopsi program imunisasi. Beberapa kondisi yang menyebabkan cukup kuatnya pengaruh dari karakteristik inovasi adalah kompleksitasnya program imunisasi yang dijalankan adalah jaminan keaslian vaksin imunisasi yang membuat para orang tua merasa tenang memberikan anaknya imunisasi.

Selain itu adanya keuntungan relatif yang disampaikan oleh para penyuluh apabila anak-anak menerima imunisasi seperti daya tahan tubuh yang kuat membuat karakteristik inovasi dapat meyakinkan keputusan para orang tua untuk memberi anaknya imunisasi. Kesesuaian pelaksanaan program imunisasi dengan nilai-nilai yang di anut secara umum oleh masyarakat (telah dilakukan oleh masyarakat banyak dalam jangka waktu yang lama) juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kuatnya karakteristik inovasi terhadap adopsi imunisasi karena tingginya kesadaran masyarakat akan program imunisasi yang dikampanyekan oleh pemerintah.

Hasil uji hipotesis 3 membuktikan adanya pengaruh positif yang diberikan oleh sumber komunikasi terhadap adopsi inovasi program imunisasi di Kota Serang. Koefisien regresi sebesar 0,486 satuan menunjukkan bahwa sumber komunikasi memberikan pengaruh yang kuat dalam menunjang keberhasilan program komunikasi kesehatan di bidang imunisasi oleh pemerintah Kota Serang. Beberapa hal yang menyebabkan cukup kuatnya pengaruh sumber komunikasi adalah adanya persepsi yang baik dari masyarakat tentang kredibilitas tenaga penyuluh yang mensosialisasikan program imunisasi dasar lengkap khususnya di wilayah Kecamatan Curug. Hal ini dapat membuat proses komunikasi yang terjadi menjadi lebih efektif.

Namun demikian, hasil penelusuran di lapangan masih menunjukkan adanya kesenjangan hubungan antara penyuluh selaku sumber komunikasi dengan masyarakat selalu target sasaran membuat warga kurang yakin akan program imunisasi yang dikampanyekan. Meskipun mereka telah memiliki pengetahuan yang cukup tentang imunisasi itu sendiri dari keluarga maupun orang-orang terdekatnya. Dianalisa dari realitas di lapangan diketahui bahwa pemberian penyuluhan program imunisasi yang selama ini dilakukan masih bersifat ceremonial dan tidak banyak yang dilakukan secara berkesinambungan. Capaian target kesuksesan pelaksanaan program kampanye imunisasi selama ini hanya diukur dari banyaknya bayi atau balita yang mengikuti imunisasi namun belum pada tingkat pengetahuan yang benar-benar paham akan pentingnya imunisasi itu sendiri sehingga warga akan berhenti melakukan imunisasi apabila tidak ada yang mengingatkannya.

Dari nilai koefisien determinasi dapat dibuktikan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti yaitu karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi merupakan faktor-faktor penting dalam menunjang keberhasilan maupun kecepatan adopsi dari program imunisasi di Kota Serang. Hal ini semakin memperkuat adanya studi empiris terdahulu yang menggunakan karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan program komunikasi dalam mempengaruhi tingkat adopsi dari inovasi sebuah program sebagaimana dilakukan Harinta (2011); Sopacua (2011); Winangsih (2014); Serah (2014); Rushendi, *et al* (2016) dan Sholahuddin (2017).

Dengan demikian hasil penelitian juga semakin memperkuat relevansi teori difusi inovasi dalam berbagai bidang kehidupan, untuk menjelaskan secara rinci proses adopsi sebuah program dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kecepatan individu mengadopsi sebuah inovasi tertentu. Dari penelitian ini juga diperoleh gambaran bahwasanya dalam mengupayakan komunikasi kesehatan yang efektif seperti dalam hal penyuluhan program imunisasi, pemerintah perlu menerapkan fungsi dan peran humas secara maksimal salah satunya dengan memperhatikan kredibilitas sumber komunikasi yang digunakan dalam melakukan kampanye promosi kesehatan.

KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan, maka diperoleh simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Karakteristik penerima terbukti berpengaruh positif terhadap adopsi program imunisasi di Kota Serang.
2. Karakteristik inovasi terbukti berpengaruh positif terhadap adopsi program imunisasi di Kota Serang.
3. Sumber komunikasi terbukti berpengaruh positif terhadap adopsi program imunisasi di Kota Serang.
4. Karakteristik penerima, karakteristik inovasi dan sumber komunikasi terbukti berpengaruh simultan terhadap adopsi program imunisasi di Kota Serang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Pervaiz K, & Shepherd, Charles D. 2010. *Innovation Management*. New Jersey: Pearson. Education, Inc.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2015. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BPUNDIP.
- Harinta, Yos Wahyu. 2011. Adopsi Inovasi Pertanian di Kalangan Petani Di Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo. *Agrin Vol. 15, No. 2 ISSN: 1410-0029*
- Liliwari, Alo. 2015. *Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mardikanto Totok dan Sri Sutarni. 2012. *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Notoatmodjo. 2017. *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rogers, Everett M. 2014. *Diffusion of Innovation*. New York: Free Press.
- Rushendi, Sarwititi Sarwoprasdjo, dan Retno Sri Hartati Mulyandari. 2016. Pengaruh Saluran Komunikasi Interpersonal Terhadap Keputusan Adopsi Inovasi Pertanian Bioindustri Integrasi Serai Wangi–Ternak Di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Agro Ekonomi, Vol. 34 No. 2*
- Serah, Tobias. 2014. Pengaruh Karakteristik Inovasi Sistem Sosial Dan Saluran Komunikasi Terhadap Adopsi Inovasi Teknologi Pertanian. *Naskah Publikasi Tesis*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sholahuddin. 2017. Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Niat Mengadopsi Solopos Epaper. *Publikasi Ilmiah Tesis*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi. 2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Sopacua, Yustiana. 2011. Pengaruh Informasi Terhadap Adopsi Alat KB di Kalangan Ibu Rumah Tangga Pedagang Kaki Lima Di Desa Batu Merah Kota Ambon. *Jurnal Komunikasi KAREBA Vol 1 No 2*.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Winangsih, Rahmi. 2014. Pengaruh Karakteristik Penerima, Sistem Sosial, dan Sistem Budaya Terhadap Adopsi Inovasi Kelestarian Lingkungan - Penerapan Program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) Mengenai Jamban Sehat Keluarga pada Masyarakat Kumuh dan Miskin Perkotaan di Wilayah Kota Serang. *Disertasi*. Universitas Sahid Jakarta.

Profil Kesehatan Kota Serang Tahun 2018

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1960 tentang Pokok-Pokok Kesehatan

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan

<http://www.depkes.go.id>.

<https://daerah.sindonews.com>,

<https://www.halodoc.com>.