

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kehidupan manusia sangat erat kehidupannya dengan kehadiran media massa. Masyarakat merupakan konsumen media yang menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya atas informasi. Media massa merupakan alat yang menjadi yang membantu menyeleksi pesan, memproduksi pesan dan menyampaikan pesan komunikasi massa pada khalayak. Komunikasi massa yang disebarakan melalui media massa memiliki tujuan untuk disebarakan kepada khalayak secara luas untuk penyebaran informasi.

Kehadiran media massa yang sangat dekat dengan kehidupan manusia tentunya dapat mempengaruhi pola pikir atas pesan yang diterima. Media massa mempunyai efek pada pesan yang disampaikan, sehingga penting bagi komunikasi untuk mengkonstruksikan pesan dengan tepat supaya dapat mengarahkan kepada tujuan yang hendak dicapai. Oleh sebab itu, media massa kerap kali dimanfaatkan oleh pelaku kampanye untuk menyiarkan pesan-pesan kampanye supaya pesan dapat diterima oleh khalayak. Kampanye merupakan suatu kegiatan komunikasi terencana yang telah memiliki tujuan yang ingin dicapai. Dalam mencapai tujuan tersebut, kampanye dibuat dengan perencanaan yang matang sehingga mampu menciptakan efek pada khalayak tertentu dalam suatu jangka waktu yang telah ditetapkan.

Pemanfaatan media massa dalam kampanye tentunya tidak terlepas pada efek yang dihasilkan oleh media massa pada khalayak penerima. Efek tersebut mencakup pada efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral dari khalayak. Melalui media massa, masyarakat dapat memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah dikunjungi secara langsung termasuk juga kiat-kiat pencegahan untuk mencegah penyebaran wabah Covid-19 secara lebih luas bagi masyarakat.

Sejak awal tahun 2020 muncul jenis penyakit baru yang menyerang masyarakat di seluruh dunia yang bernama Covid-19. Penyakit tersebut muncul karena adanya virus Corona yang menyebabkan gangguan pada saluran pernapasan manusia. Gejala umum yang terjadi antara lain demam, batuk kering, dan kehilangan indera rasa atau penciuman (WHO, 2020).

**Andara Urfa Humaira, 2021**

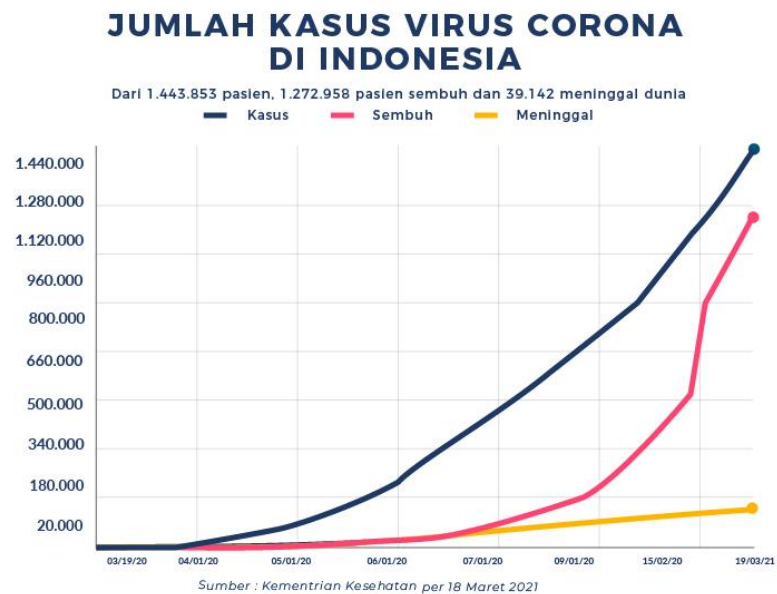
***PESAN KAMPANYE VAKSINASI DAN PERILAKU PENCEGAHAN COVID-19 MASYARAKAT DKI JAKARTA***

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Virus Corona dapat dengan mudah tersebar yakni melalui partikel kecil dari lubang mulut atau hidung juga melalui permukaan barang atau benda yang telah terkontaminasi oleh virus. Penyebaran Covid-19 yang sangat mudah menyebabkan virus tersebut tersebar dengan cepat ke seluruh dunia sehingga badan kesehatan dunia atau WHO menetapkan status pandemi di seluruh dunia pada Maret 2020. Pandemi adalah suatu keadaan darurat di mana terdapat penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia (WHO, 2020).

Di Indonesia, Covid-19 pertama kali ditemukan pada dua Warga Negara Indonesia (WNI) yang diyakini tertular dari warga negara asing yang beraktivitas di Indonesia. Semenjak kejadian tersebut, kurva positif Covid-19 di Indonesia semakin hari semakin menunjukkan peningkatan. Walaupun pandemi telah berlalu selama satu tahun lamanya, rupanya data belum menunjukkan penurunan angka positif Covid-19 hingga sesuai dengan standar yang telah ditetapkan WHO.



**Gambar 1. 1 Jumlah Kasus Virus Corona di Indonesia**  
 Sumber: Kemenkes RI Maret 2021

Kurva tersebut menunjukkan bahwa hingga saat ini penyebaran Covid-19 masih mengkhawatirkan karena kasus positif Covid-19 terus meningkat setiap harinya dalam kurun waktu satu tahun. Berdasarkan laporan Kementerian Kesehatan RI (Kemenkes RI), jumlah

terinfeksi positif Covid-19 per Maret 2021 terakumulasi sudah mencapai pada angka 1,4 juta kasus. DKI Jakarta sebagai ibukota yang merupakan salah satu kota dengan penyumbang kasus positif kasus Covid-19 terbanyak di Indonesia. Dilansir dari detikNews, DKI Jakarta menyumbang sebanyak 1,400 kasus per akhir Maret 2021. Banyaknya angka tersebut sejalan dengan padatnya penduduk DKI Jakarta terutama Jakarta Timur, mengingat Covid-19 dapat dengan mudah tersebar di lingkungan yang padat penduduk. Jakarta Timur merupakan wilayah kabupaten di DKI Jakarta yang merupakan wilayah terpadat dengan besaran jumlah penduduk sebanyak tiga juta penduduk (BPS, 2020). Fakta tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa angka positif Covid-19 akan semakin meningkat penyebarannya di waktu mendatang.

Penekanan laju penyebaran Covid-19 dapat dilakukan melalui penerapan perilaku pencegahan Covid-19 yaitu melalui dengan disiplin protokol kesehatan dan pembentukan imun melalui vaksinasi. Melalui situs resminya, Satgas Covid-19 mengemukakan upaya terbaik menghindari penularan Covid-19 adalah dengan disiplin protokol kesehatan dan melakukan vaksinasi apabila dimungkinkan (Satgas Covid-19, 2020). Keduanya merupakan satu kesatuan yang saling melengkapi untuk mencegah penyebaran Covid-19 secara lebih luas lagi. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Kemenkes RI yang mengemukakan bahwa vaksinasi tidak dapat berdiri sendiri, sehingga protokol kesehatan seperti memakai masker, mencuci tangan pakai sabun, dan menjaga jarak perlu diterapkan secara disiplin (Kementrian Kesehatan RI, 2021).

Apabila perilaku tersebut berhasil dilakukan kepada masyarakat luas, diyakini Indonesia dapat mencapai pada tahap kekebalan kelompok. Yaitu keadaan di mana sebagian besar penduduk telah memiliki imunitas yang kuat sehingga menurunkan jumlah virus yang dapat tersebar ke seluruh masyarakat. Sehingga vaksinasi dan disiplin protokol kesehatan tidak hanya melindungi diri sendiri, tapi juga melindungi orang lain dari Covid-19. Kekebalan kelompok dengan vaksin mampu membuat penyakit semakin jarang dan mampu menyelamatkan nyawa lebih banyak (WHO, 2020). Oleh sebab itu, vaksinasi dan disiplin protokol kesehatan termasuk ke dalam perilaku pencegahan Covid-19 karena berusaha mencegah penyebaran Covid-19 secara luas dengan membentuk kekebalan kelompok.

**Andara Urfa Humaira, 2021**

***PESAN KAMPANYE VAKSINASI DAN PERILAKU PENCEGAHAN COVID-19 MASYARAKAT DKI JAKARTA***

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Dalam mencapai tujuan tersebut, pemerintah memiliki rintangan tersendiri terutama pada hal penerimaan masyarakat. Penting bagi pemerintah untuk mengetahui apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh masyarakat terkait pencegahan Covid-19. Sebuah survei mengemukakan bahwa sebanyak 41% masyarakat masih ragu atau enggan menerima vaksinasi karena mengkhawatirkan efek samping dari vaksin dan juga efektivitasnya. Survei tersebut juga mengemukakan alasan lain dari keraguan vaksinasi yaitu karena merasa sehat dan tidak membutuhkan vaksin yang didominasi oleh khalayak berusia 22-25 tahun (Indikator, 2021). Oleh sebab itu penting bagi pemerintah untuk menyusun strategi komunikasi dengan matang supaya mampu meningkatkan penerimaan masyarakat terutama pada masyarakat DKI Jakarta dengan rentang usia tersebut.

Perilaku pencegahan Covid-19 melalui vaksinasi dan disiplin protokol bukan hanya ditujukan untuk masyarakat kelompok rentan, melainkan juga ditujukan untuk masyarakat muda secara luas. Masyarakat usia lanjut dan tenaga kesehatan merupakan kelompok prioritas dalam penerimaan vaksinasi, namun hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa vaksinasi juga penting untuk diterima bagi generasi muda mengingat jumlahnya yang mendominasi penduduk Indonesia. Indonesia didominasi oleh generasi muda yaitu generasi Z sebesar 27,94 persen dan generasi milenial sebesar 25,87 persen dari total penduduk Indonesia (BPS, 2020).

Menghadapi hal tersebut, pemerintah melalui Kementerian Kesehatan RI (Kemenkes) berupaya mengajak masyarakat untuk memberikan kontribusi terhadap pencegahan virus Corona dengan melindungi diri sendiri dan orang lain. Melalui kegiatan kampanye vaksinasi, diharapkan masyarakat mampu memahami, menilai, dan menerima kehadiran vaksinasi sebagai upaya pencegahan Covid-19 sekaligus sebagai harapan dari adanya pandemi yang berkelanjutan. Kampanye vaksinasi dibuat sebagai upaya mengajak masyarakat untuk ikut berperan aktif dalam mencegah Covid-19 dengan vaksinasi dan disiplin protokol kesehatan.



**Gambar 1. 2 Video Kampanye Vaksinasi.**

Sumber: Instagram dit.promkes

Sebagai penanggungjawab pelaksanaan kampanye publik, Direktorat Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat Kementerian Kesehatan (Dit Promkes) berusaha untuk memanfaatkan berbagai macam media massa untuk menyampaikan pesan persuasi. Kampanye vaksinasi dilakukan pada berbagai jenis saluran komunikasi yang melibatkan media konvensional dan media sosial. Antara lain dengan adanya *live talkshow* bersama para ahli, pemberitaan di koran atau majalah, media berita daring, iklan layanan masyarakat dan pemanfaatan media sosial termasuk pelibatan tokoh masyarakat. Penggunaan berbagai jenis media massa ini sejalan dengan efek dari media massa itu sendiri yaitu untuk mempengaruhi efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral khalayak.

Rogers dan Storey dalam Venus (2019: 7) mengemukakan bahwa kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Terlepas dari siapapun penyelenggaranya, suatu kampanye tentu memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kampanye vaksinasi dibuat dengan tujuan untuk membentuk perilaku pencegahan Covid-19 di masyarakat dengan mendorong penerimaan vaksinasi pada masyarakat dan disiplin terhadap protokol kesehatan supaya dapat terbentuk kekebalan kelompok.

Kampanye vaksinasi dilakukan di berbagai jenis media massa yang dikemas secara kreatif supaya pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak penerima pesan.

**Andara Urfa Humaira, 2021**

**PESAN KAMPANYE VAKSINASI DAN PERILAKU PENCEGAHAN COVID-19 MASYARAKAT DKI JAKARTA**

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Melalui video dan poster kampanye vaksinasi, pemerintah berupaya menjelaskan urgensi dari vaksinasi dan disiplin protokol kesehatan untuk mencegah Covid-19 yang dapat dilihat dari aspek isi pesan dan struktur pesan kampanye. Aspek isi pesan merujuk pada materi pendukung kampanye, visualisasi pesan, pendekatan emosional dan pendekatan kelompok rujukan yang ada pada kampanye. Sementara aspek struktur pesan merujuk pada bagaimana unsur-unsur pesan diorganisasikan sesuai dengan khalayak sasaran yang mencakup sisi pesan, susunan penyajian, dan pernyataan kesimpulan.

Video kampanye vaksinasi oleh Dit Promkes merupakan video kreatif berdurasi tiga puluh detik dan satu menit tentang ajakan untuk mencegah Covid-19 dengan vaksinasi dan disiplin protokol kesehatan. Guna memiliki perilaku tersebut, Dit Promkes memberikan edukasi terhadap khalayak melalui unggahan video kampanye terkait dengan fakta-fakta terkait pencegahan Covid-19. Dalam kampanye tersebut, Kemenkes juga berusaha menampilkan sekelompok anak muda yang sudah jenuh dengan keadaan pandemi dan menginginkan adanya perubahan, yang mana perubahan tersebut dapat diwujudkan dengan perilaku pencegahan Covid-19 melalui vaksinasi dan disiplin protokol kesehatan. Duyker dalam Ruslan (1997: 79) mengemukakan bahwa kampanye perlu menggunakan berbagai lambang untuk mempengaruhi manusia sedemikian rupa sehingga tingkah laku yang timbul karena pengaruh tersebut sesuai dengan keinginan komunikator.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh pesan kampanye vaksinasi terhadap perilaku pencegahan Covid-19 terutama pada masyarakat di DKI Jakarta. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengambil judul penelitian “Pesan Kampanye Vaksinasi dan Perilaku Pencegahan Covid-19 Masyarakat DKI Jakarta”. Sebelum mengkaji kampanye pencegahan Covid-19, peneliti membaca penelitian serupa yang sudah ada terlebih dahulu, diantaranya adalah dengan judul “Kampanye Kesehatan Covid 19 di Media Sosial Dalam Perspektif Interaksionisme Simbolik” mengemukakan bahwa pesan kampanye kesehatan Covid-19 yang dilakukan media sosial dapat dikatakan berhasil apabila memiliki isi pesan yang erat kaitannya dengan pengguna media sosial dan menggunakan tokoh masyarakat yang dikagumi masyarakat. Terlebih, keberhasilan kampanye juga dipengaruhi dari faktor internal seperti pengalaman pribadi masing-masing individu terkait Covid-19 (Suri & Irwansyah,

**Andara Urfa Humaira, 2021**

***PESAN KAMPANYE VAKSINASI DAN PERILAKU PENCEGAHAN COVID-19 MASYARAKAT DKI JAKARTA***

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

2021). Penelitian selanjutnya dengan judul “Analisis Pesan Kampanye #Dirumahaja di Tengah Pandemi Covid-19” karya Aprianita dan Hidayat (2020) juga mengungkapkan bahwa pesan kampanye sukses membuat khalayak untuk beraktifitas dari rumah. Visualisasi pesan dan penggunaan konten yang relevan dinilai menjadi faktor terpenting karena menjadi daya tarik dari pesan kampanye yang disampaikan sehingga masyarakat mau untuk tetap di rumah dan menjaga protokol kesehatan yang ada, sekaligus mendukung kampanye tersebut. Berdasarkan penelitian tersebut, belum terdapat penelitian yang membahas tentang pesan kampanye pencegahan Covid-19 yang dianalisis dengan metode kuantitatif eksplanatif yang berusaha menjelaskan hubungan sebab akibat antara dua variabel dan mengukur besaran pengaruh dari kampanye yang telah dilakukan. Terlebih belum ada penelitian yang memfokuskan pada kriteria usia tertentu, sehingga penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui aspek isi pesan dan struktur pesan yang termuat pada pesan kampanye vaksinasi dalam mempengaruhi perilaku masyarakat DKI Jakarta pada rentang usia tertentu.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu “Seberapa Besar Pengaruh Pesan Kampanye Vaksinasi terhadap Perilaku Pencegahan Covid-19 Masyarakat DKI Jakarta”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh pesan kampanye vaksinasi terhadap perilaku masyarakat dalam pencegahan Covid-19.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Peneliti tentu berharap dari penelitian ini akan diperoleh berbagai manfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

### **a. Manfaat Teoritis**

**Andara Urfa Humaira, 2021**

***PESAN KAMPANYE VAKSINASI DAN PERILAKU PENCEGAHAN COVID-19 MASYARAKAT DKI JAKARTA***

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bisa berkontribusi dalam kajian ilmu komunikasi khususnya pada pembuatan dan pengembangan pesan kampanye dengan target audiens yang luas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau referensi bagi penelitian komunikasi terutama tentang kampanye yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah terutama Kementerian Kesehatan dan Satgas Covid-19 serta institusi terkait dalam melakukan penyampaian kampanye agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran supaya dapat mempengaruhi, menggerakkan dan meningkatkan kepedulian sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, kemudian tujuan penelitian, manfaat penelitian meliputi manfaat akademis dan praktis, serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab dua ini berisi mengenai beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan atau referensi penulis, konsep-konsep penelitian, teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, kemudian waktu dan analisis penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi uraian secara mendetail mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, analisis perhitungan statistik, dan pembahasan.

Andara Urfa Humaira, 2021

*PESAN KAMPANYE VAKSINASI DAN PERILAKU PENCEGAHAN COVID-19 MASYARAKAT DKI JAKARTA*

UPN Veteran Jakarta, FISIP, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]



## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan-bahan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.