

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena munculnya virus korona terbaru yang mengganggu sistem pernapasan manusia pada awal tahun 2020 merupakan berita yang mengejutkan dunia. Virus dengan nama ilmiah *Coronavirus disease 2019* disingkat Covid-19 adalah diduga muncul pada akhir 2019 di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China (Rumbo, 2020). Efek yang diderita pasien akibat terpapar virus Covid-19 dapat menyebabkan radang paru-paru, SARS, hingga kematian (Pane, 2020). Penularan virus tersebut terbilang sangatlah mudah dan cepat berawal dari kontak erat dan percikan cairan lendir yang terpercik keluar saat seseorang sedang batuk, bersin ataupun berbicara dapat mengenai orang lain dan menyebabkan penularan virus Covid-19. Berawal dari satu kota, virus ini secara cepat menyebar hingga berbagai negara belahan dunia, sehingga *World Health Organization (WHO)* secara resmi menyatakan wabah Covid-19 sebagai pandemi global terhitung tanggal 11 Maret 2020.

Kurva kasus korona di Indonesia semakin lama semakin meningkat, belum terlihat bahwa kurva tersebut berubah menjadi melandai. Meskipun kurva mengenai pasien yang sembuh dari Covid-19 turut serta meningkat, hal ini tentu saja bukanlah sebuah torehan prestasi, tetapi kondisi ini masih mengkhawatirkan karena kasus infeksi korona di Indonesia masih terus meningkat setiap harinya dalam kurun waktu delapan bulan. Berdasarkan info melalui Satgas Penanganan Covid-19 (2020) hingga tanggal 8 November 2020, kasus virus korona di Indonesia terakumulasi sudah menyentuh angka 437,716 kasus. Fakta ini tentu saja tidak menutup kemungkinan untuk bulan-bulan berikutnya rantai penyebaran kasus Covid-19 akan semakin meningkat.

Penekanan laju penyebaran virus Covid-19 dapat ditekan melalui sikap masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan 3M secara sepaket. Pemerintah telah mengerahkan segala upaya yang memungkinkan untuk bisa menekan laju kasus Covid-19. Upaya peningkatan sikap menjalankan protokol kesehatan 3M secara

sepaket oleh masyarakat dapat menggunakan cara yang efektif dengan efek yang cepat dan menyeluruh dengan melakukan kampanye. Kampanye adalah bentuk kegiatan komunikasi berguna mencapai suatu tujuan tertentu agar menghasilkan suatu perubahan sikap perilaku yang diharapkan oleh penyelenggara kampanye. Menurut Venus (2019) pada kegiatan kampanye, pesan yang disampaikan harus bersifat *stimulating* (memiliki daya rangsang), dan *appealing* (memiliki kemampuan menarik perhatian), serta memerlukan *reasoning* sebagai landasan argumentasi seseorang untuk bertindak sesuai dengan rekomendasi yang disampaikan penyelenggara kampanye. Apabila desain pesan pada kampanye memiliki sifat-sifat tersebut maka tidak dapat dipungkiri bahwa tujuan kampanye yang diselenggarakan akan menarik atensi masyarakat sehingga menimbulkan sikap perilaku tertentu.

Pemerintah melalui Satgas Penanganan Covid-19 dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) membuat gerakan kampanye penerapan protokol kesehatan 3M sebagai bentuk langkah preventif menekan laju penyebaran Covid-19. Protokol kesehatan 3M merupakan singkatan dari tiga sikap seseorang agar mencegah dan menekan penyebaran virus Covid-19 dengan menjalankan tiga langkah sederhana, yaitu pertama, menggunakan masker sesuai anjuran; kedua, mencuci tangan dengan sabun; ketiga, menjaga jarak aman satu meter di kerumunan. Satgas Covid-19 berpendapat bahwa vaksinasi terbaik untuk diri sendiri dalam mencegah penyebaran Covid-19 dengan cara menjalankan protokol kesehatan 3M. Protokol kesehatan 3M sudah seperti perlindungan diri primer bagi masyarakat saat beraktivitas (CNN, 2020). Tujuan diselenggarakannya kampanye ini untuk mempersuasi masyarakat melalui desain pesan kampanye yang ditampilkan agar bisa menimbulkan efek tertentu yaitu mengubah sikap masyarakat untuk menjalankan protokol kesehatan 3M dimanapun dan kapanpun agar bisa mencegah penyebaran Covid-19. Kampanye ini memiliki tujuan menyadarkan dan mendorong masyarakat agar lebih peduli terhadap kesehatan diri dari virus Covid-19 yang mengancam karena penyebaran virus Covid-19 bukan hanya kewajiban pemerintah untuk mengatasi Covid-19 tetapi juga kewajiban masing-masing individu untuk menekan Covid-19. Penyebaran virus Covid-19 yang cepat disebabkan karena mobilitas manusia yang sangat tinggi sehingga penerapan protokol kesehatan 3M harus selalu

dijalankan dalam setiap kegiatan dan membutuhkan kontribusi yang besar dari masyarakat untuk turut serta andil dalam penanganan Covid-19.

Berbagai pihak turut serta dalam hal sosialisasi dan edukasi kampanye protokol kesehatan 3M. Salah satunya yaitu, Kementerian Komunikasi dan Informasi atau disebut dengan Kominfo merupakan kementerian yang memiliki peran vital dan sentral di masa pandemi dalam menyebarkan informasi dan edukasi ke masyarakat Indonesia terkait Covid-19. Selain memberikan informasi kepada publik, Kominfo juga memiliki peran untuk meredakan kepanikan, ketakutan, memberi sebuah pencerahan informasi dan menciptakan kondisi masyarakat yang optimis dalam menangani Covid-19. Kominfo selaku Koordinator Komunikasi Publik Satgas Penanganan Covid-19 berperan untuk menguatkan serta meluruskan pesan-pesan inti mengenai program pemerintah saat pandemi terutama mengenai gerakan kampanye protokol kesehatan 3M (Astutik, 2020). Berbagai macam media dan aplikasi digunakan oleh Kominfo dalam menyebarkan informasi dan edukasi mengenai kampanye protokol kesehatan 3M kepada publik.

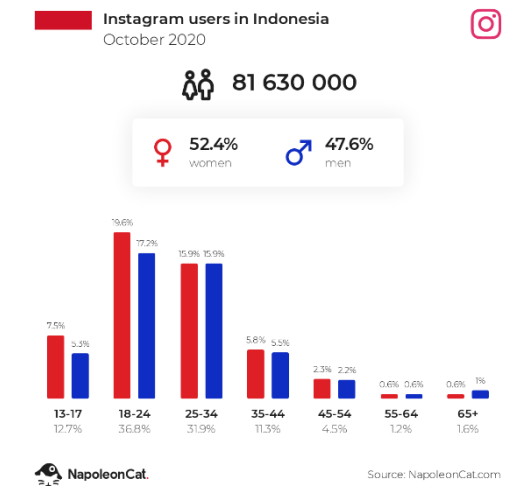
Pada era digital ini, dalam prakteknya kampanye tidak hanya disebarluaskan menggunakan media konvensional. Namun, seiring berjalannya waktu, saat ini praktek kampanye juga dilakukan melalui media baru saluran kampanye yaitu media sosial. Hal ini dikarenakan media sosial memiliki keunikan karena sifatnya yang mudah diakses, interaktif, dan dapat mencakup pada ranah personal sehingga mampu mengarahkan keterlibatan aktif dalam berdemokrasi (Venus, 2019).



Gambar 1. Infografis Media Paling Populer Untuk Informasi Protokol Kesehatan dan Pentingnya Mencegah Penyebaran Covid-19
Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Menurut data yang dikemukakan oleh Badan Pusat Statistik (2020) menjelaskan bahwa media paling berpengaruh dan terkenal dalam penyebaran informasi protokol

kesehatan 3M serta informasi mengenai pencegahan Covid-19 diduduki hasil tertinggi oleh media sosial dengan presentase sebanyak 34,05%, lalu disusul dengan media televisi sebanyak 23,27% dan media Whatsapp sebanyak 12,03%. Maka, tidak dapat dipungkiri eksistensi media sosial sebagai media baru kampanye protokol kesehatan terbilang cukup efektif dan berpengaruh pada masyarakat. Instagram merupakan salah satu media yang pada zaman ini digemari oleh masyarakat.



Gambar 2. Pengguna Instagram Di Indonesia
 Sumber : NapoleonCat.com (2020)

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Napoleon Cat (2020), pengguna Instagram di Indonesia pada bulan Oktober berjumlah 81 juta dengan peringkat tertinggi ditempati oleh rentan umur 18-24 tahun yang merupakan usia produktif, yakni jumlah pengguna Instagram sebesar 30 juta pengguna dengan presentase 36,8%. Data yang dirilis juga menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin perempuan menempati peringkat teratas sebagai pengguna Instagram di Indonesia dengan presentase 52,4% dibandingkan pengguna pria hanya mencapai presentase 47,6%.

Kegunaan Instagram di Indonesia sebagai media sosial sangat berpengaruh karena saat ini media Instagram di Indonesia telah digunakan layaknya mikro-blog untuk menyampaikan pesan-pesan dan edukasi kepada masyarakat. Sejalan dengan kegunaan tersebut, pihak Kominfo melalui Instagram resminya yaitu @kemenkominfo juga berpartisipasi aktif dalam menyerukan pesan-pesan terutama pesan kampanye yang berkaitan dengan Covid-19 pada laman sosial media

Instagram. Berbagai bentuk desain pesan kampanye mengenai Covid-19 dikemas secara kreatif dengan memperhatikan aspek-aspek desain pesan kampanye dengan beragam muatan pesan, ditilik dari segi isi, bingkai dan struktur pesan kampanye agar mudah dimengerti serta mempengaruhi sikap masyarakat khususnya *followers* Instagram @kemenkominfo.

Dari sekian banyak pesan kampanye mengenai Protokol Kesehatan 3M yang tersebar di media sosial selama pandemi, terdapat salah satu contoh desain pesan kampanye yang diserukan oleh @kemenkominfo yakni kampanye protokol kesehatan 3M yang mengandung aspek *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Aspek *ethos* (*source credibility*) merupakan aspek yang berfokus pada kredibilitas sumber yang akan berpengaruh pada kepercayaan khalayak dengan sumber pesan. Pada kampanye, aspek *ethos* diterapkan pada penggunaan juru bicara, *brand ambassador* ataupun tokoh terkemuka. Aspek *pathos* (*emotional appeals*) merupakan aspek emosional yang melibatkan perasaan emosi audiens. Pada kampanye aspek *pathos* dapat digunakan dalam bentuk argumentasi dan pesan-pesan yang membangkitkan emosi seperti simpati, rasa bersalah, rasa ketakutan, rasa kebanggan, solidaritas, dan sebagainya. Aspek *logos* (*logical appeals*) merupakan aspek rasionalitas pesan yang melibatkan data-data, angka dan hasil penemuan ilmiah. Pada kampanye, penerapan aspek *logos* dapat diterapkan dengan mencantumkan informasi faktual dan valid.

Kampanye protokol kesehatan 3M oleh @kemenkominfo merupakan video kreatif yang berdurasi satu menit. Jumlah tayangan dari video kampanye protokol kesehatan 3M oleh @kemenkominfo hingga tanggal 14 November 2020 pukul 11.30 WIB sudah mencapai 10072 tayangan dengan 786 *likes*. Kampanye ini bertujuan untuk mempengaruhi *followers* Instagram @kemenkominfo agar menjalankan protokol kesehatan 3M secara sepaket dimanapun dan kapanpun saat beraktivitas. Adapun yang dimaksud dengan menjalankan protokol kesehatan 3M secara sepaket adalah menjalankan sikap-sikap berikut secara sepaket, yaitu memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, dan menjaga jarak minimal satu meter. Untuk memiliki pengetahuan dan sikap menjalankan protokol kesehatan 3M secara sepaket, Kominfo memberikan edukasi kepada masyarakat terutama *followers* Instagram @kemenkominfo dalam unggahan konten video kampanye protokol kesehatan 3M secara sepaket terkait penerapan penggunaan masker sesuai anjuran, mencuci tangan

dengan sabun, dan menjaga jarak aman satu meter di kerumunan merupakan hal yang penting dilakukan saat beraktivitas diluar ruangan. Kampanye ini juga mempopulerkan empat tagar dengan tajuk #PakaiMasker, #CuciTanganPakaiSabun, #JagaJarak, dan #LindungiDiriLindungiNegeri. Dalam kampanye tersebut, Kominfo juga menghadirkan sosok juru bicara Satuan Tugas Penanganan Covid-19 yakni dr. Reisa Broto Asmoro, lalu Ketua Tim Pakar Satuan Tugas Penanganan Covid-19 yakni Prof. Wiku Adisasmito, serta juga menghadirkan sosok *talent* Bu Tejo. Dihadirkannya *public figure* penting yang peduli akan penerapan protokol kesehatan 3M, pemerintah memiliki harapan hal tersebut bisa menjadi contoh dan panduan masyarakat terutama *followers* Instagram @kemenkominfo untuk lebih peduli dalam menjalankan protokol kesehatan 3M pada aktivitas sehari-hari.

Pada tanggal 13 November 2020 pukul 12.25 WIB, jumlah *followers* Instagram @kemenkominfo terdapat sejumlah 1,4 juta orang. Maka, bisa dikatakan bahwa ada sebanyak 1,4 juta orang yang telah menerima informasi kampanye protokol kesehatan 3M. Tentu saja, *followers* Instagram @kemenkominfo secara aktif dan sadar mengkonsumsi desain pesan yang termuat dalam kampanye protokol kesehatan 3M yang muncul di beranda Instagram yang memungkinkan mereka untuk menimbulkan sikap tertentu.

Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye pencegahan Covid-19 sudah pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian pemanfaatan media sosial sebagai media kampanye pencegahan Covid-19 menggunakan media sosial Instagram, Twitter, Youtube, dan Whatsapp dengan sampel pada mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik Pencegahan Covid-19 Universitas Pendidikan Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan apabila penggunaan media sosial dimanfaatkan secara baik sebagai media edukasi pencegahan Covid-19 maka semakin baik pula tingkat kesadaran mahasiswa KKN Tematik Covid-19 Universitas Pendidikan Indonesia . Hasil lainnya juga mengungkapkan terdapat pengaruh yang kuat dari peran media sosial terhadap tingkat kesadaran mahasiswa untuk pencegahan Covid-19 (Setiawati & Mulyawati, 2020). Berdasarkan penelitian tersebut, belum terdapat penelitian yang mengukur variabel sikap masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan 3M secara sepaket dengan menggunakan desain pesan kampanye pada Instagram. Peneliti juga tidak menemukan penelitian terdahulu

yang membahas mengenai desain pesan kampanye menggunakan Teori Retorika Aristoteles, sehingga penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui aspek *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang termuat pada desain pesan kampanye dalam mempengaruhi sikap masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan 3M.

Berdasar pada penjabaran fenomena diatas sehingga penelitian ini oleh peneliti diberikan judul **Pengaruh Desain Pesan Kampanye Protokol Kesehatan 3M Oleh Kementerian Kominfo Terhadap Sikap Menjalankan Protokol Kesehatan 3M (Survei Followers Instagram @kemenkominfo)**. Penelitian ini akan menggunakan populasi yang berasal dari *followers* Instagram @kemenkominfo karena penyebaran pesan kampanye yang dilakukan oleh Kominfo melalui media Instagram memungkinkan timbul sikap menjalankan protokol kesehatan 3M secara sepaket bagi *followers* Instagram @kemenkominfo. Alasan peneliti menggunakan desain pesan kampanye Protokol Kesehatan 3M yang disebarluaskan oleh Kominfo sebagai objek penelitian karena desain pesan kampanye tersebut mengandung aspek *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Maka, perlu diteliti dengan menggunakan Teori Retorika Aristoteles. Peneliti berharap jenis penelitian ini dapat memperkaya literasi serta rujukan mengenai desain pesan kampanye dengan menggunakan aspek *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam mempengaruhi sikap masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan 3M.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada penjelasan yang dijabarkan pada latar belakang masalah dapat ditarik pertanyaan yang akan peneliti tanyakan untuk rumusan masalah dari penelitian ini adalah “apakah desain pesan kampanye protokol kesehatan 3M oleh Kementerian Kominfo berpengaruh positif terhadap sikap menjalankan protokol kesehatan 3M?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka didapati tujuan dari penelitian adalah untuk mengukur pengaruh desain pesan kampanye protokol kesehatan 3M oleh Kementerian Kominfo terhadap sikap menjalankan protokol kesehatan 3M.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, terutama pada studi kampanye dalam media sosial. Serta sebagai referensi penelitian yang sejalan dengan studi Ilmu Komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai pengaruh desain pesan kampanye protokol kesehatan 3M oleh Kementerian Kominfo terhadap sikap menjalankan protokol kesehatan 3M. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tolak ukur pihak pemerintah, perusahaan, dan badan organisasi yang terkait dalam melakukan penyampaian kampanye agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini terdapat desain penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, waktu dan tempat penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang profil objek penelitian, analisis deskripsi hasil penelitian serta pembahasan terhadap masalah penelitian berdasarkan analisis statistik.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi semua daftar referensi, yaitu buku, jurnal, dan data lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi sumber yang digunakan.