

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Wabah Corona Virus Disease-19 (COVID-19) semakin mengkhawatirkan. World Health Organization(WHO) telah mencatat di dalam website resmi nya per tanggal 5 Desember 2020 terdapat 65.007.974 kasus COVID-19 yang telah terkonfirmasi di seluruh dunia. Sementara kasus kematian yang disebabkan oleh virus Covid-19 mencapai **1,507,018** korban jiwa. Novel Corronavirus (2019-nCoV/ COVID-19) merupakan virus baru penyebab penyakit pernafasan. Virus ini berasal dari kota Wuhan, Cina. Virus ini merupakan virus jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada tubuh manusia. Sebelum virus ini dikenal secara umum, terdapat dua jenis corona virus yang tercatat dalam sejarah peradaban manusia yang pernah menjadi wabah, yaitu Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Ketiga virus di atas merupakan keluarga besar dari virus yang dapat menyebabkan penyakit dengan gejala ringan sampai berat, bahkan berujung pada kematian.

Berdasarkan kejadian MERS dan SARS yang pernah mewabah sebelumnya, penularan dari manusia ke manusia dapat terjadi melalui droplet, kontak, dan benda yang terkontaminasi oleh si pengidap virus ini. Para ahli pun meyakini bahwa Covid-19 juga dapat menular dengan cara yang sama seperti cara penularan pada virus MERS dan SARS. Virus Covid-19 ini memiliki ukuran 80-150 nano micro. Ukuran partikel yang sangat amat kecil ini yang menyebabkan virus mudah terban dan terbawa udara, lalu menular melalui udara atau yang di sebut juga airborne disease. Virus ini juga bisa menembus masker pelindung, hinggap di pakaian, dan saat masker pelindung terbuka virus tersebut akan mudah terhirup oleh pernafasan manusia. Tanda dan gejala umum dari infeksi COVID-19 beberapa di antaranya yaitu seperti adanya gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak napas. Menurut PDPI 2020 dalam (Yuliana, 2020 hlm.189) masa inkubasi virus sampai muncul penyakit membutuhkan waktu 3 hingga 7 hari.

Jumlah kasus COVID-19 meningkat cepat dalam kurun waktu yang sangat singkat sejak kasus pertama yang terjadi pada awal Desember 2019 di Wuhan. World Health Organization (WHO) menetapkan penyakit COVID-19 sebagai pandemi dunia pada Maret

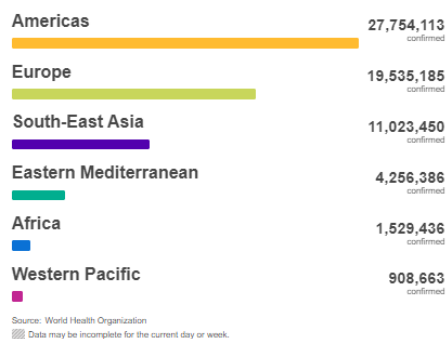
Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

***PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 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)]

2020. Pada tanggal 5 Desember 2020, jumlah kasus COVID-19 di dunia telah mencapai kurang lebih 65 juta kasus terkonfirmasi Covid-19, kasus menyebar di 215 negara. Jumlah kematian dilaporkan sebanyak 1,5 jt kasus. Jumlah kasus COVID-19 tertinggi terdapat di regional Amerika yang mencapai jumlah 2,5 juta kasus.



Gambar 1. Grafik angka kasus Covid-19 di benua di dunia

Sumber: (World Health Organization, 2020)

Di Indonesia sendiri, Virus Covid-19 pertama kali terdapat di Kota Depok, pada 2 maret 2020, dua warga Kota Depok ini yang merupakan seorang ibu dan anak menjadi kasus pertama covid-19 di Indonesia. Virus Covid-19 menyebar luas dengan sangat cepat kian hari nya. Kasus Covid-19 di Indonesia mengalami kenaikan yang sangat signifikan dari kasus Covid-19 pertama, tercatat per tanggal 5 Desember 2020 kasus positif Covid-19 meningkat sangat signifikan menjadi 569.707 ribu kasus positive Covid-19 , dan angka kematian mencapai 17.589 orang.



Gambar 2. Peta sebaran Covid-19 di Indonesia

Sumber: (Covid19.go.id, 2020)

Berdasarkan data per Desember 2020 tersebut, kasus Covid-19 tertinggi terdapat di Provinsi DKI Jakarta dengan jumlah 137.929 kasus, di Provinsi Jawa Timur angka kasus

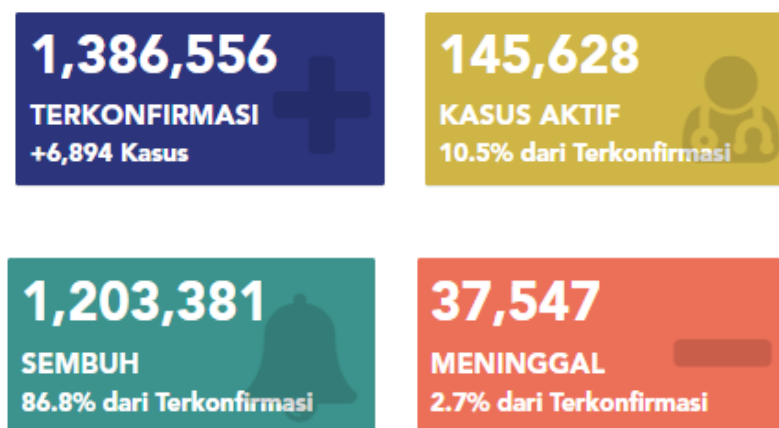
Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
 [www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Covid-19 berjumlah 62,313 kasus, di Provinsi Jawa tengah 56.626 kasus, Provinsi Jawa Barat 53.395 kasus, Provinsi Sulawesi Selatan terdapat 20.804 kasus, Provinsi Riau terdapat 20.238 kasus, dan di provinsi Sumatera Barat terdapat 20.098 kasus.

Semakin hari kasus positif virus Covid-19 ini semakin meningkat pesat. Data kasus Covid-19 yang terakhir penulis peroleh dari website “Covid19.go.id “ per tanggal 9 maret 2021 menunjukkan bahwa angka Covid-19 meningkat secara drastis dari data yang sebelumnya penulis amati dari tanggal 5 Desember 2020.



Gambar.3 Data jumlah covid-19 di Indonesia

Sumber: (Covid19.go.id, 2020)

Berdasarkan data yang tersebut, jumlah kasus Covid-19 yang terkonfirmasi di seluruh Indonesia mencapai 1,386,556, angka ini mengalami peningkatan dari angka kasus Covid-19 sebelumnya pada bulan Desember yaitu sebanyak 569.707 ribu kasus. Angka kematian yang di sebabkan oleh Covid-19 ini pun turut meningkat drastis menjadi 37,547 jumlah kematian dari sebelumnya pada bulan Desember 2020 lalu angka kematiannya sebanyak 17.589 orang. Berdasarkan data yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa virus Covid-19 merupakan jenis virus berbahaya yang dapat menyebabkan kematian dan dapat menyebar sangat luas dalam kurun waktu yang sangat cepat.

Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi pandemi COVID-19, salah satunya adalah dengan menyediakan vaksin COVID-19. Vaksin adalah imunisasi aktif sebagai upaya memicu tubuh mengeluarkan antibody terhadap penyakit tertentu. Vaksin Covid-19 ini sendiri merupakan vaksin yang berfungsi untuk mendorong pembentukan kekebalan spesifik pada penyakit COVID-19 agar terhindar dari tertular

Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

ataupun kemungkinan sakit berat yang di sebabkan oleh Virus Covid-19. Pemerintah sudah menetapkan enam vaksin COVID-19 yang ditetapkan untuk dipakai di Indonesia, yaitu vaksin buatan Bio Farma, *Sinovac*, Pfizer, Sinopharm, Moderna, dan AstraZeneca.

Vaksin Corona tahap pertama tiba di Indonesia pada tanggal 6 Desember 2020 melalui Bandara Soekarno-Hatta. Vaksin tahap pertama ini merupakan Vaksin Covid-19 buatan *Sinovac* Biotech. Perusahaan *Sinovac* BioTech adalah farmasi China yang mengembangkan vaksin COVID-19 mereka bernama CoronaVac. Selama dua dekade terakhir, *Sinovac* telah mengembangkan dan menjual enam vaksin yang digunakan manusia dan satu vaksin hewan. Di antaranya adalah vaksin hepatitis A dan B, influenza H5N1 (flu burung), influenza H1N1 (flu babi), vaksin gondok, dan vaksin rabies anjing.

Jumlah Vaksin Covid-19 *Sinovac* yang datang pada tahap pertama ini sebanyak 1,2 juta dosis. Vaksin yang datang pada tahap pertama ini merupakan vaksin bantuan dari pemerintah, sedangkan vaksin yang akan datang selanjutnya sebagian bantuan pemerintah, dan sebagian lainnya ditujukan untuk vaksin mandiri. Vaksin mandiri ditargetkan untuk masyarakat mampu, dan pemerintah akan bekerja sama dengan KADIN dan asosiasi pengusaha lainnya. Pada tanggal 31 Desember 2020, Vaksin Covid-19 tahap kedua tiba di Indonesia, vaksin ini sama dengan vaksin pada tahap pertama yaitu vaksin Covid-19 buatan *Sinovac*, dengan jumlah 1,8 juta dosis. Selanjutnya, vaksin tahap selanjutnya tiba di Indonesia pada 12 Januari 2021, tiba lagi di Indonesia Covid-19 bahan baku vaksin Covid-19 *Sinovac* Biotech berjumlah 15 juta dosis. Pada 2 Februari lalu, Vaksin Corona tahap ke-3 datang ke Indonesia, Vaksin yang datang berjumlah 11 juta vaksin yang terdiri dari 10 juta bahan baku vaksin, dan 1 juta nya merupakan overfill dari *Sinovac*. Menurut Sekretaris Jenderal Kementerian Kesehatan, Oscar Primadi, total jumlah vaksin di Indonesia saat ini mencapai 28 juta vaksin, angka 28 juta ini merupakan total dari vaksin yang masih berbentuk bahan baku, maupun vaksin yang sudah jadi.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sudah memastikan vaksin Covid-19 *Sinovac* telah diuji coba tahap ketiga dan telah memenuhi standar keamanan yang disyaratkan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Vaksin *Sinovac* secara keseluruhan aman. Berdasarkan evaluasi khasiat, vaksin *Sinovac* sudah mampu membentuk antibodi di dalam tubuh dan mampu membunuh serta menetralkan virus SARS-CoV-2 di dalam tubuh. Majelis

Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Ulama Indonesia (MUI) pun sudah mengeluarkan fatwa kehalalan vaksin *Sinovac* dengan mempertimbangkan proses hasil audit LPPOM MUI. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah resmi memberikan izin penggunaan darurat atau Emergency Use Authorization (EUA) vaksin *Sinovac* di Indonesia. Kepala BPOM, Penny Lukito menyatakan bahwa secara keseluruhan vaksin *Sinovac* ini aman dan tidak menimbulkan efek samping yang berat. Selain itu, vaksin *Sinovac* juga efektif dalam membentuk antibodi di dalam tubuh penerimanya, sehingga mampu membunuh atau menetralkan virus corona penyebab Covid-19.

Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Dr Ir Penny K Lukito mengumumkan mulai 11 Januari 2021, vaksin *Sinovac* resmi kantongi izin penggunaan darurat atau Emergency Use Authorization (EUA). Kepala BPOM ini menyatakan efikasi vaksin *Sinovac* 65,3 persen. Artinya vaksin COVID-19 [Sinovac](#) berhasil menurunkan kejadian penyakit sampai 65,3 persen pada partisipan yang disuntik vaksin. Sementara Efikasi vaksin *Sinovac* China yang diujikan di Turki mencapai nilai 91,25 persen dan di Brasil, efikasinya mencapai 78 persen. Walaupun efikasi vaksin covid-19 *Sinovac* di Indonesia masih lebih rendah dibandingkan negara Turki dan Brasil, namun Kepala BPOM Dr Ir Penny K Lukito menegaskan, hasil uji klinik vaksin *Sinovac* Biotech Ltd ini telah memenuhi standar persyaratan dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), standar persyaratan angka efikasi efikasi yang harus dicapai adalah minimal 50 persen. Dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa presentase vaksin Covid-19 *Sinovac* mampu menurunkan penyakit ini mencapai 65,3% yaitu angka yang cukup tinggi, maka Vaksin Covid-19 *Sinovac* ini dipercaya dapat menurunkan kejadian penyakit pada kelompok orang yang divaksinasi.

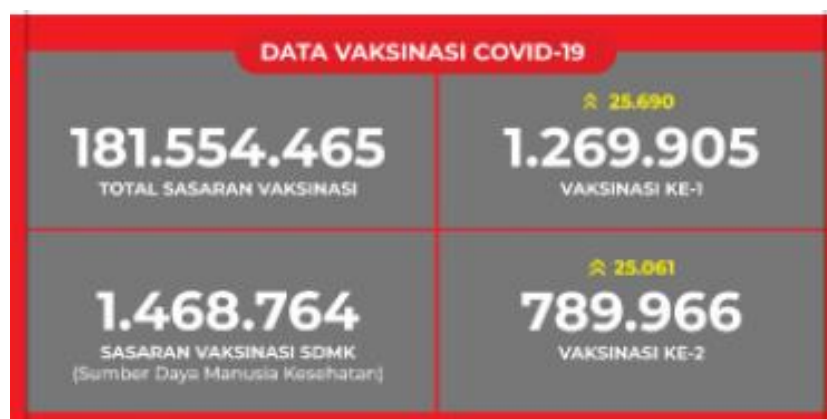
Penyuntikan perdana vaksin [Covid-19 Sinovac](#) dilakukan pada tanggal 13 Januari 2021, orang pertama yang disuntikan Vaksin *Sinovac* ini adalah Presiden Joko Widodo. Penyuntikan perdana ini sekaligus sebagai tanda bahwa program vaksinasi di Indonesia telah mulai dilakukan. Di tahapan awal, vaksinasi COVID-19 akan diperuntukkan bagi garda terdepan dengan risiko tinggi, yaitu tenaga kesehatan, asisten tenaga kesehatan, dan tenaga penunjang yang bekerja pada fasilitas pelayanan kesehatan. Selanjutnya secara bertahap akan

Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

diperluas seiring dengan ketersediaan vaksin dan izinnya, yaitu penerima bantuan iuran BPJS, dan kelompok masyarakat lainnya.



Gambar 4. Data vaksinasi covid-19 di Indonesia

(Sumber: <https://covid19.go.id/>)

Menurut data Kemenkes dan covid19.go.id per 23 Februari 2021, jumlah total sasaran vaksinasi Covid-19 secara keseluruhan sebanyak 181.554.456 orang. Vaksinasi tahap pertama di tujukan kepada tenaga kesehatan, asisten tenaga kesehatan, dan tenaga penunjang yang bekerja pada fasilitas pelayanan kesehatan. Sasaran Vaksinasi pada Sumber Daya Manusia Kesehatan (SDMK) ini yaitu 1.468.764. Jumlah masyarakat yang telah melakukan vaksinasi pada tahap 1 mencapai 1.269.905 orang. Selanjutnya Vaksinasi tahap ke-2 dilakukan pada tanggal 17 februari 2021, sasaran dari vaksinasi tahap kedua ini adalah kepada petugas layanan publik termasuk pelayan toko dan pedagang di pasar. Jumlah masyarakat yang telah melakukan vaksinasi pada tahap kedua ini sebanyak 789.966 orang. Pemerintah menargetkan setidaknya 70 persen penduduk Indonesia atau sekitar 182 juta jiwa yang harus diberi vaksin agar terbentuk kekebalan populasi atau *herd immunity*.

Terdapat beberapa manfaat penting dalam melakukan vaksinasi Covid-19, manfaat pertama ialah, vaksin Covid-19 ini dapat menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat COVID-19, hal ini di karenakan vaksin COVID-19 dapat memicu sistem imunitas tubuh untuk melawan virus Corona. Dengan begitu, risiko masyarakat untuk terinfeksi virus Covid-19 akan jauh lebih kecil jika telah melakukan vaksinasi. Jika seseorang yang sudah divaksin tertular COVID-19, vaksin ini bisa mencegah terjadinya gejala yang berat dan

Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 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)]

komplikasi. Dengan begitu, jumlah orang yang sakit atau meninggal karena COVID-19 akan menurun. Manfaat kedua dari vaksinasi Covid-19 ini yaitu vaksin ini bermanfaat untuk mendorong terbentuknya *herd immunity*, maksud herd immunity disini adalah seseorang yang telah melakukan vaksinasi vaksin COVID-19 dapat melindungi orang-orang di sekitarnya, terutama kelompok yang sangat berisiko, seperti lansia di atas 70 tahun. Hal ini karena kemungkinan orang yang sudah divaksin untuk menularkan virus Corona sangatlah kecil. Jika vaksin Covid-19 diberikan secara massa, hal ini mampu mendorong terbentuknya kekebalan kelompok (*herd immunity*) dalam masyarakat. Artinya, orang yang tidak bisa mendapatkan vaksin, misalnya bayi baru lahir, lansia, atau penderita kelainan sistem imun tertentu, bisa mendapatkan perlindungan dari orang-orang di sekitarnya.

Namun, penelitian yang telah dilakukan mengenai herd immunity ini mengungkap bahwa untuk mencapai herd immunity dalam suatu masyarakat, minimal 70% penduduk dalam negara tersebut harus sudah divaksin. Manfaat vaksinasi vaksin Covid-19 selanjutnya adalah untuk meminimalkan dampak ekonomi dan social, manfaat vaksin COVID-19 tidak hanya untuk sektor kesehatan, tetapi juga sektor ekonomi dan sosial. Jika sebagian besar masyarakat sudah memiliki sistem kekebalan tubuh yang baik untuk melawan penyakit COVID-19, kegiatan sosial dan ekonomi masyarakat bisa kembali seperti semula.



Gambar 5. Hasil Survei Lapar covid-19

(Sumber: cnnindonesia.com)

Namun kenyataannya masih banyak masyarakat yang masih ragu akan vaksin Covid-19 ini, hal tersebut di buktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lapar Covid-19, pada oktober 2020 yang bertujuan untuk mengetahui pendapat masyarakat Indonesia terhadap Vaksin Covid-19. Survei ini dilakukan terhadap 2.109 orang mengenai

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

keyakinan mereka pada vaksin Covid-19. Hasilnya, sebanyak 53% mengatakan vaksin bisa melindungi mereka dari paparan Covid-19. Akan tetapi, masih ada 41% yang ragu-ragu dan 6% yang tidak setuju. Hasil lainnya adalah sebanyak 46% dari responden yang merasa vaksin belum tentu mencegah infeksi Covid-19, sebanyak 41% masih ragu-ragu dan 13% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Dari penelitian tersebut bisa disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang merasa vaksin belum tentu bisa mencegah infeksi Covid-19.



Gambar 6. Hasil survei Kemenkes,Who,UNICEF  
(Sumber:Kompas.com)

Masih banyaknya keraguan masyarakat terhadap vaksin covid-19 juga dibuktikan oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Kemenkes,WHO, dan UNICEF pada November 2020 lalu, yang melibatkan 112.000 responden di seluruh Indonesia. Berdasarkan penelitian tersebut, dapat ditemukan terdapat 64,8% masyarakat yang bersedia di vaksin, 27,6% yang tidak tahu, dan 7,6% menyatakan menolak keras untuk melakukan vaksinasi covid-19. Selain ditemukan banyaknya keraguan masyarakat, ditemukan juga ketakutan masyarakat terhadap keamanan dari vaksin covid-19. hal ini di tunjukkan oleh hasil dari survey penelitian yang dilakukan oleh Saiful Mujani Research & Consulting (SMRC) yang di laksanakan pada 16- 19 Desember terhadap 1.202 responden.

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL,LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]





Gambar 7. Hasil Survei SMRC

(sumber:kontan.co.id)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan SMRC ditemukan bahwa sekitar 56% warga percaya atau sangat percaya vaksin COVID-19 yang disediakan pemerintah aman bagi kesehatan penggunaannya. Selanjutnya sebanyak 23% masyarakat yang tidak percaya keamanan vaksin, dan sebanyak 21% tak punya sikap. Bisa disimpulkan bahwa masih terdapat banyak masyarakat yang tidak percaya akan keamanan vaksin Covid-19. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh SMRC tersebut bisa di simpulkan bahwa, masih banyak masyarakat yang tidak percaya akan keamanan vaksin Covid-19 ini.

Banyaknya masyarakat yang ragu untuk melakukan vaksin covid-19 dan tidak mempercayai keamanan vaksin covid-19 salah satunya bisa di sebabkan oleh banyaknya Hoax di masyarakat mengenai bahaya dari vaksin covid-19. Hoax mengenai vaksin covid-19 antara lain yaitu hoax yang mengatakan bahwa vaksin covid-19 berasal dari vero cell.



Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
 [www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

## Heboh Vaksin Corona Sinovac Mengandung Jaringan Kera, Bio Farma Pastikan Hoax!

Rhepuph Tur Auliah - detikHealth



Gambar 8. Hoax vaksin covid-19

(Sumber:Detikhealth)

Salah satu hoax yang beredar di masyarakat mengenai vaksin covid-19 adalah vaksin covid-19 Sinovac mengandung *Vero Cell* dari kera hijau Afrika dan beberapa komponen lain yang tidak teruji kehalalannya. Namun, juru bicara vaksin covid-19 PT. Bio Farma menyatakan bahwa “Vaksin COVID-19 Sinovac tidak mengandung *Vero Cell*. *Vero Cell* hanya digunakan untuk pengembangan kultur virus untuk proses perbanyakan virus. Kalau tidak ada media kultur maka virus akan mati dan tidak bisa digunakan untuk pembuatan vaksin *Vero Cell* ini tidak akan ikut sampai proses akhir pembuatan. Vaksin COVID-19 Sinovac saat ini sedang dalam proses aspek kehalalannya oleh LP POM MUI untuk mendapatkan sertifikasi halal”.

Hoax mengenai vaksin lainnya yaitu terdapat beberapa oknum masyarakat yang mengatakan bahwa bahan-bahan pembuatan vaksin covid-19 mengandung formalin, boraks, hingga merkuri.

Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]



Gambar 9. Hoax Vaksin kedua

(sumber:pikiranrakyat.com)

Hoax ini disebarakan melalui pesan berantai beredar melalui aplikasi chatting *Whatsapp* yang menyatakan bahwa bahan-bahan yang digunakan dalam membuat [vaksin Covid-19](#) buatan [Sinovac](#) mengandung bahan-bahan berbahaya seperti [boraks](#), [formalin](#) dan [merkuri](#). Namun menurut Manajer Lapangan Tim Riset Uji Klinis [Vaksin Covid-19](#) dari Universitas Padjadjaran (Unpad), Eddy Fadlyana mengonfirmasi klaim terhadap pesan yang menyatakan vaksin covid-19 mengandung boraks, formalin dan merkuri tersebut adalah [hoaks](#). Hoax ini lah yang membuat masyarakat semakin ragu untuk di vaksin dan tidak percaya keamanan vaksin covid-19.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat mengenai keraguan terhadap vaksin covid-19, dan keraguan atas keamanan vaksin covid-19. Maka pemerintah dalam upaya menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap vaksinasi Covid-19 dan keinginan masyarakat untuk melakukan Vaksinasi Covid-19, pemerintah melalui Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KCPEN) yang di dukung oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (KOMINFO) mengeluarkan Iklan Layanan Masyarakat di media masa televisi dengan judul “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal”. Iklan Layanan Masyarakat adalah salah satu jenis periklanan yang dijalankan oleh suatu organisasi non komersial ataupun komersial maupun pemerintah untuk mencapai suatu tujuan sosial atau sosio-ekonomis yang berfokus kepada meningkatkan kesejahteraan

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

khalayak banyak (Nuradi, 1996 hlm.136). Menurut (Pujiyanto, 2013 hlm.8) Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuannya akhirnya bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial itu meliputi munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku terhadap masalah yang di iklankan yang mana kesemua keuntungan itu sangat penting bagi kualitas hidup masyarakat itu sendiri”.

Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal “ ini dibuat oleh KCPEN (Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional yang di dukung oleh KOMINFO, Iklan Layanan Masyarakat ini secara keseluruhan berisi pesan edukatif dan persuasif dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat dan meyakinkan masyarakat bahwa vaksin Covid-19 ini sudah di uji klinis, dan dipastikan keamanan, khasiat, serta mutunya oleh BPOM dan para ahli di bidangnya. Pesan persuasif disini adalah dimana iklan ini mempersuasi masyarakat untuk melakukan Vaksinasi Covid-19 ini jika vaksin nya sudah siap di edarkan secara luas di masyarakat.

Konsep Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” dari KOMINFO dan KCPEN di televisi ini adalah terdapat seorang tokoh artis yaitu “Cak Lontong”, memberi pesan kepada masyarakat bahwa Vaksinasi melatih tubuh kita untuk kenal, lawan, dan kebal dari penyakit atau bakteri. Vaksin Covid-19 akan di uji klinik, dipastikan keamanannya, khasiat, serta mutunya. Cak Lontong dalam iklan ini juga menyampaikan bahwa vaksin Covid-19 sebelum digunakan akan di uji klinik terlebih dahulu oleh BPOM, dan para ahli. Pesan dalam iklan ini juga mengingatkan masyarakat untuk tetap menggunakan masker, jaga jarak aman, dan jangan lupa untuk mencuci tangan. Di akhir iklan, Cak Lontong mengajak masyarakat untuk melakukan vaksinasi Covid-19 ketika vaksin sudah siap disebarkan keseluruh masyarakat. Tujuan KOMINFO dan KCPEN mensosialisasikan mengenai Vaksin Covid-19 lewat Iklan layanan masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal “ ini dengan harapan masyarakat yakin bahwa vaksin Covid-19 ini aman sudah teruji klinis, dan harapan lainnya adalah menumbuhkan niat masyarakat untuk melakukan vaksinasi covid19 ketika vaksin sudah siap.

Televisi menjadi saluran media massa yang menayangkan Iklan Layanan Masyarakat “ Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” ini. Televisi saat ini

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

***PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

menjadi salah satu media massa yang paling banyak diminati masyarakat dibanding media massa lainnya, salah satu alasan nya adalah karena televisi memiliki kelebihan yang sangat efektif (powerful) dalam menyampaikan informasi secara visual kepada masyarakat. Menurut data yang di temukan oleh Badan Pusat Statistik, pada 2015, sebesar 91,47 persen penduduk berusia diatas 10 tahun masih menggunakan televisi sebagai akses utama untuk mendapatkan informasi (Databoks, 2016). Fungsi televisi pun semakin luas dari sebelumnya , yang pada awalnya hanya sebagai media hiburan kemudian melebar memiliki fungsi informasi dan edukasi (Abdullah, 2018 hlm.104)

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh konsultan riset Nielsen Indonesia pada tanggal 23 maret 2020, pandemi Covid-19 telah menyebabkan perubahan perilaku konsumen termasuk dalam hal konsumsi media. Sejak adanya implementasi Work From Home (WFH) dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di masyarakat, jumlah pemirsa TV mengalami peningkatan dengan rata-rata 12% lebih tinggi dari periode normal. Jumlah penonton di segmen kelas atas telah meningkat sebesar 14% dengan durasi menonton TV juga meningkat menjadi 5 jam 46 menit. (Republika.co.id, 2020). Maraknya pemberitaan di sejumlah stasiun televisi terkait COVID-19 di sepanjang periode 1-18 Maret berkontribusi kepada kenaikan kepemirsaaan program berita. Kepemirsaaan televisi terhadap Program Berita naik signifikan (+25%), terutama pada penonton Kelas Atas. Kenaikan juga terlihat pada Program Anak-anak dan Series. Segmen pemirsa Anak (usia 5-9 tahun) meningkat signifikan, dari rata-rata rating 12 persen menjadi 15.8 persen di tanggal 18 Maret. Bahkan di Jakarta kepemirsaaan di segmen ini mencapai rating tertinggi yaitu 16,2 persen.

Salah satu Kota di Indonesia dengan kasus penularan Covid-19 yang cukup tinggi adalah Kota Tangerang Selatan. Pada bulan Januari lalu, Kota Tangerang Selatan dinyatakan masuk ke dalam daerah zona merah di Provinsi Banten, sedangkan kabupaten/kota lainnya sudah masuk ke zona oranye. Daerah zona merah adalah daerah yang masih ada kasus Covid-19 pada satu atau lebih klaster dengan peningkatan kasus yang tinggi. Namun, pada 8 Februari 2021, Kota Tangerang Selatan sudah dinyatakan masuk ke zona oranye, lalu menjadi zona kuning atau wilayah dengan tingkat penularan Covid-19 rendah pada 2 Maret 2021.

Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

***PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Namun meski sudah masuk zona kuning, kasus Covid-19 di wilayah Tangerang Selatan masih terus bertambah. Contohnya pada kelurahan Pisangan yang terletak di Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan. Data yang peneliti sempat peroleh dari laman “lawanCovid-19tangselsel.co.id” per tanggal 27 Januari 2021, jumlah kasus positif Covid-19 di Kelurahan Pisangan ini sebanyak 384 kasus, kemudian pada tanggal 12 Maret 2021 penulis melakukan pengamatan data kembali dan menemukan data kasus positif Covid-19 di Kelurahan Pisangan melonjak cukup tinggi menjadi 514 kasus. Berikut merupakan data dari 5 Kelurahan dengan angka covid-19 tertinggi di Kota Tangerang Selatan per 12 maret 2021.

Tabel 1. Data umlah kasus covid-19 tertinggi di Tangerang Selatan

No	Kelurahan	Kasus Erat	Kasus Suspect	Total Positif	Meningga
1	Pisangan	749	102	<b>514</b>	14
2	Pamulang barat	294	124	<b>506</b>	26
3	Serua	70	125	<b>416</b>	11
4	Rengas	637	60	<b>328</b>	9
5	Pamulang timur	164	110	<b>325</b>	11

Sumber: (Lawancovid19.tangerangselatankota. & go.id)

Berdasarkan data tersebut, bisa diperoleh kesimpulan bahwa Kelurahan Pisangan merupakan Kelurahan dengan angka positif Covid-19 tertinggi di Kota Tangerang Selatan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk menjadikan Kelurahan Pisangan menjadi populasi dalam penelitian ini. Menurut pemerintah Indonesia salah satu upaya untuk memutus rantai Covid-19 ini adalah dengan melakukan vaksinasi Covid-19. Berdasarkan tingginya angka Covid-19 di Kelurahan Pisangan ini, membuat peneliti tertarik untuk menjadikan warga kelurahan Pisangan sebagai responden dalam penelitian ini untuk meneliti sikap masyarakat Kelurahan Pisangan ini setelah diterpa oleh Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi melatih tubuh Kenal, Lawan, dan Kebal” di televisi.

Terpaan Iklan Layanan Masyarakat dalam penelitian ini akan diukur melalui 3 dimensi menurut Wells, dkk dalam (Pratomo, 2008 hlm. 8) yaitu: 1). Frekuensi yaitu seberapa sering iklan tersebut dilihat, dibaca dan didengarkan. 2). Intensitas yaitu seberapa jauh khalayak mengerti tentang isi pesan iklan tersebut, intensitas juga bisa diartikan tingkat perhatian seseorang pada saat mereka menonton suatu tayangan pada media televisi.

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

**PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

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

3). Durasi adalah rentang waktu atau lamanya seseorang, membaca, dan menonton suatu tayangan televisi dalam satu periode tertentu. Sedangkan Sikap Masyarakat dalam penelitian ini diukur dengan komponen sikap yaitu Kognitif, Afektif, Konatif (Azwar, 2015 hlm.23-27). Menurut Soemanegara dalam (Mahesthi, 2017 hlm.5) iklan dapat meningkatkan perubahan sikap dan perilaku konsumen seperti yang diungkapkan oleh Soemanegara yaitu “Tujuan iklan pada akhirnya diharapkan untuk meningkatkan terjadinya perubahan sikap dan perilaku konsumen menurut Soemanegara dalam

Dikarenakan masih banyaknya masyarakat yang masih awam, ragu akan keamanan vaksin Covid-19 dan tidak berminat melakukan vaksin Covid-19 padahal Vaksinasi Covid-19 merupakan salah satu upaya untuk membuat tubuh kita kebal dari virus Covid-19, peneliti tertarik untuk meneliti topik mengenai Iklan Layanan Masyarakat dan sikap Masyarakat ini karena penulis ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara terpaan iklan layanan masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” di televisi ini terhadap sikap masyarakat setelah di terpa oleh Iklan Layanan Masyarakat tersebut, dan peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruhnya antara terpaan iklan layanan masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” di televisi ini terhadap sikap masyarakat setelah masyarakat di terpa oleh iklan layanan masyarakat tersebut. COVID-19 menjadi bahasan yang penting untuk dibahas karena saat ini Covid-19 merupakan virus yang sedang mewabah di seluruh dunia termasuk Indonesia. Virus ini pun sangat berpengaruh terhadap segala aspek di kehidupan masyarakat, maka dari itu penulis merasa perlu membahas hal hal yang berkaitan dengan virus Covid-19.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas, maka peneliti memutuskan bahwa judul penelitian ini adalah PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL,LAWAN,KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT (SURVEI PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, TANGERANG SELATAN)

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” di Televisi terhadap sikap Masyarakat?

Sherina Riznufirdine Alfari, 2021

*PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL,LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

2. Seberapa besar pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” di Televisi terhadap sikap Masyarakat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” di Televisi terhadap Sikap Masyarakat
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat “Vaksinasi Melatih Tubuh Kenal, Lawan Dan Kebal” di Televisi terhadap Sikap Masyarakat

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Manfaat Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, serta dapat dijadikan literatur ilmiah dan referensi untuk kajian penelitian dalam bidang ilmu komunikasi khususnya di bidang terpaan iklan dan Sikap masyarakat.

#### **b. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi KOMINFO dan KCPEN terkait pengaruh dari iklan layanan masyarakat yang dibuatnya, dan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan Sikap Masyarakat terkait vaksinasi Covid-19.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Di dalam bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penelitian.

#### **BAB II KAJIAN TEORI**

Pada bab ini, tertera teori-teori komunikasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Terdiri dari penelitian terdahulu, definisi konsep, teori penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis.

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

*PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]



### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan metodologi penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, operasional variabel, metode analisis data, dan tempat dan waktu penelitian.

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

Bab ini berisikan deskripsi objek penelitian, deskripsi iklan layanan masyarakat, hasil penelitian, serta pembahasan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan berisikan saran berdasarkan hasil penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

### **LAMPIRAN**

Sherina Riznufirdine Alfariz, 2021

*PENGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “VAKSINASI MELATIH TUBUH KENAL, LAWAN, DAN KEBAL” DI TELEVISI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT. (SURVEY PADA WARGA KELURAHAN PISANGAN, KOTA TANGERANG SELATAN)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 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)]