

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

WHO (*World Health Organization* atau Badan Kesehatan Dunia) pada tanggal 11 Maret 2020, secara resmi mendeklarasikan virus Corona (COVID-19) sebagai pandemi. Menurut WHO, pandemi adalah skala penyebaran penyakit yang terjadi secara global di seluruh dunia. (CNBC Indonesia, 12 Maret 2020). Data sebaran di situs covid19.go.id yang diakses pada tanggal 17 April 2022 menunjukkan terdapat 6.039.266 kasus terkonfirmasi, 60.475 kasus aktif, 5.822.947 kasus sembuh, dan 155.844 kasus meninggal dunia di Indonesia.

Dalam Keputusan Presiden (Keppres) Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-Alam, Presiden Joko Widodo menetapkan COVID-19 sebagai bencana nasional. Sejak April 2020, sejumlah kebijakan Pemerintah diberlakukan guna membatasi mobilitas masyarakat agar dapat mengurangi laju penyebaran virus COVID-19. Kebijakan-kebijakan yang diberlakukan pemerintah tersebut antara lain yakni PSBB (Pembatasan Sosial Skala Besar), PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Jawa-Bali, Penebalan PPKM Mikro, PPKM Darurat, hingga PPKM level 3-4.

Melihat pesatnya penyebaran COVID-19 dan bahaya yang akan muncul jika tidak segera ditangani, salah satu cara yang sangat mungkin untuk mencegah penyebaran virus ini adalah dengan mengembangkan vaksin. Vaksin tidak hanya melindungi mereka yang divaksinasi tetapi juga masyarakat luas dengan mengurangi penyebaran penyakit dalam populasi (Rachman & Pramana, 2020).

Dikutip dari situs Biofarma.co.id, vaksin merupakan antigen (mikroorganisma) yang dinonaktif atau dilemahkan yang bila diberikan kepada orang yang sehat untuk menimbulkan antibodi spesifik terhadap mikroorganisma tersebut, sehingga bila kemudian terpapar, akan kebal dan tidak terserang penyakit.

Pemerintah berupaya mendatangkan vaksin dari beberapa negara untuk mengatasi masalah COVID-19. Negara berupaya untuk mengelola vaksinasi mulai dari pendanaan, pengadaan dan distribusi termasuk hubungan dan elaborasi antar Kementerian dan Lembaga, yang dilakukan secara komprehensif. Hal ini sesuai dengan yang diamanatkan oleh Presiden Joko Widodo dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 99 Tahun 2020 tentang Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinasi dalam rangka Penanggulangan Pandemi COVID-19, yang ditandatangani pada 5 Oktober 2020. (Rokom, 2021).

Penuntasan program vaksinasi COVID-19 ini membutuhkan waktu 15 bulan yang dilakukan dalam 2 periode seperti disampaikan Juru Bicara Vaksin COVID-19 Kementerian Kesehatan dr. Siti Nadia Tarmidzi pada konferensi Pers secara daring tanggal 3 Januari 2021. Periode 1 berlangsung dari Januari hingga

April 2021 dengan memprioritaskan 1,3 juta tenaga kesehatan dan 17,4 juta petugas publik yang ada di 34 provinsi. Periode 2 berlangsung dari April 2021 hingga Maret 2022 untuk menjangkau jumlah masyarakat hingga 181,5 juta orang di seluruh Indonesia. (Rokom, 2021)

Adapun enam jenis vaksin yang digunakan untuk pelaksanaan vaksinasi virus Corona di Indonesia berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor H.K.01.07/Menkes/9860/2020 tentang Penetapan Jenis Vaksin Untuk Pelaksanaan Vaksinasi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) adalah yang diproduksi oleh PT Bio Farma, Astra Zeneca, China National Pharmaceutical Group Corporation (Sinopharm), Moderna, Pfizer Inc and BioNTech dan Sinovac Biotech Ltd. (Aida, 2020)

Rencana kegiatan vaksinasi haruslah mempertimbangkan segala aspek, mulai dari aspek kelayakan vaksin yang akan digunakan, risiko pasca pemakaian, sampai tahapan & prosedur dari pemberian vaksin hingga nantinya sampai ke masyarakat. Semua aspek tersebut haruslah dipertimbangkan secara terperinci agar rencana kegiatan vaksinasi dapat berjalan dengan baik dan terhindar dari hal-hal yang justru akan merugikan. Rencana kegiatan vaksinasi tersebut juga haruslah mempertimbangkan berbagai masukan, di antaranya adalah dengan melihat bagaimana respons dan opini masyarakat terhadap wacana vaksinasi tersebut. (Rachman & Pramana, 2020)

Sesuai rekomendasi ITAGI, Kemenkes dengan dukungan dari UNICEF dan WHO, telah melaksanakan survei daring di Indonesia untuk memahami pandangan, persepsi, dan kekhawatiran publik terkait vaksinasi COVID-19. Survei daring tersebut berlangsung dari tanggal 19 sampai 30 September 2020. Lebih dari 115.000 responden dari 34 provinsi mengikuti survei tersebut. Hasilnya sekitar 65% responden menyatakan bersedia menerima vaksin COVID-19 jika disediakan Pemerintah, sedangkan delapan persen di antaranya menolak. 27% sisanya menyatakan ragu dengan rencana Pemerintah untuk mendistribusikan vaksin COVID-19. Alasan penolakan vaksin COVID-19 paling umum adalah terkait dengan keamanan vaksin (30%); keraguan terhadap efektivitas vaksin (22%); ketidakpercayaan terhadap vaksin (13%); kekhawatiran adanya efek samping seperti demam dan nyeri (12%); dan alasan keagamaan (8%) (Kesehatan, ITAGI, UNICEF, & WHO, 2020).

Keadaan ini makin diperburuk dengan maraknya penyebaran konten hoax vaksinasi COVID-19 di sosial media. Berdasarkan catatan Kementerian Kominfo, hingga 13 Januari 2022 sebaran hoaks seputar COVID-19 di media sosial ada total 5.381 unggahan. Dari jumlah tersebut sebanyak 5.200 hoaks seputar COVID-19 telah ditindaklanjuti dan 767 konten ada dalam penagakan hukum. (Tim Cek Fakta, 2022)

Sebuah penelitian berjudul "*Vaksin Covid19 Di Indonesia : Analisis Berita Hoax*" mengungkapkan bahwa setidaknya ada tiga jenis berita hoaks yang beredar di Indonesia dari November 2020 hingga Januari 2021 yaitu: 1) Hoaks tentang

komposisi vaksin Covid 19; 2) Hoaks tentang dampak vaksin Covid 19; 3) Hoaks tentang menolak vaksin Covid 19. (Rahayu & Sensusiyati, 2021)

Terkait persebaran hoaks mengenai pandemi COVID-19, Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO telah memunculkan istilah baru yaitu infodemi. Adapun tiga bentuk infodemi yang beredar, yaitu: (1) *misinformasi* atau penyebaran informasi yang tidak tepat akibat adanya ketidaktahuan akan informasi yang tepat; (2) *disinformasi* atau penyebaran informasi yang tidak tepat dan bersifat destruktif secara sengaja; dan (3) *malinformasi* atau penyebaran informasi faktual untuk merugikan pihak-pihak tertentu.

Menurut Laras Sekarasih, PhD dosen Psikologi Media Universitas Indonesia, ada dua faktor yang dapat menyebabkan seseorang cenderung mudah percaya pada hoaks. Faktor pertama yaitu jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki. Seseorang yang terlalu suka terhadap kelompok, produk, dan kebijakan tertentu, jika menerima informasi yang sesuai dengan apa yang dia percayai, maka keinginan untuk melakukan pengecekan kebenaran terlebih dahulu menjadi berkurang. Perasaan terafirmasi tersebut juga menjadi pemicu seseorang dengan mudahnya meneruskan informasi hoaks ke pihak lain. Selanjutnya faktor kedua adalah terbatasnya pengetahuan tentang informasi yang diterima. Oleh karena itu, secara teoretis, menurut Laras, rentan atau tidaknya seseorang terhadap hoax lebih tergantung pada kemampuan berpikir kritis, mengevaluasi informasi, dan literasi media, bukan hanya kemahiran memanfaatkan teknologi informasi. (Tim Cek Fakta, 2017)

Dalam upaya percepatan program vaksinasi COVID-19 serta menyakinkan masyarakat agar mau divaksin COVID-19, pemerintah mengedepankan cara persuasif dan pendekatan edukasi ke masyarakat menyangkut program dan manfaat vaksinasi COVID-19. (Bramasta, 2021)

Salah satu cara yang digunakan adalah dengan mengunggah konten-konten video mengenai Vaksin COVID-19 di kanal Youtube Ditpromkes Kemenkes RI. Youtube merupakan media sosial dengan konten berupa video, dimana pengguna dapat mencari informasi dari setiap kanal yang ada, bahkan membuat kanal miliknya sendiri. Dari kanal tersebut pula penyebaran informasi terjadi, gambaran tersebut seperti proses produksi pada stasiun televisi di perangkat TV namun dikemas dalam media sosial. (Nasrullah, 2016, p. 32)

Sejak Januari 2021, terdapat 44 video yang terkompilasi di dalam *playlist* Vaksinasi COVID-19 yang diunggah di akun resmi Youtube milik Ditpromkes Kemenkes RI. Kanal yang dibuat sejak 5 Juli 2011 tersebut saat ini memiliki lebih dari 45.800 pelanggan dan telah ditonton 21.342.787 kali (Youtube Ditpromkes Kemenkes RI, diakses pada 18 September 2022)



Gambar 1. Tangkapan Layar : Kanal Youtube Ditpromkes Kemenkes RI
(<https://www.youtube.com/user/puspromkes>)

Di antara puluhan video terkait vaksinasi COVID-19 di dalam playlist tersebut, penulis memilih empat iklan video mengenai imbauan vaksinasi COVID-19 yaitu :

Tabel 1.1 Iklan Imbauan Vaksinasi COVID-19 di Youtube

No	Judul	Tanggal Unggah	Jumlah ditonton
1.	Lindungi Diri dan Keluarga dari COVID-19	15 Januari 2021	4.626.553
2.	Vaksinasi Covid 19 Versi Bagi Tenaga Kesehatan dan Lansia	5 April 2021	726.404
3.	Pentingnya Vaksinasi untuk Mencegah Penyebaran COVID-19	18 Mei 2021	5.337
4.	Kampanye SIAP - Tematik	11 Mei 2022	1.424.833

Sumber : Kanal Youtube Ditpromkes Kemenkes RI (diakses pada 18 Sep 2022)

Alasan penulis memilih video-video tersebut adalah karena jumlah ditontonnya termasuk yang paling banyak ditonton dan tanggal unggahnya masih dalam kurun waktu penelitian yaitu dari periode Januari 2021-May 2022. Selain itu, Penulis berasumsi bahwa terdapat wacana persuasif dalam video-video tersebut yang berupaya mengajak atau membujuk masyarakat agar bersedia divaksinasi.



Gambar 2 : Kampanye SIAP – Tematik
(<https://www.youtube.com/watch?v=a2hZlWuPXM4>)

Dasar dari asumsi Penulis ada pada tangkapan layar gambar sampul video iklan **Kampanye SIAP – Tematik** terdapat logo SIAP (Semangat Dapat Vaksinasi Lengkap) dan memuat dua warga yang mengacungkan jempol sambil berucap ‘Kite juga siap!’. Kedua warga tersebut merepresentasikan masyarakat yang siap untuk mendapatkan vaksinasi lengkap. Dengan demikian audiensi atau sasaran iklan juga diharapkan tergugah untuk mendapat vaksinasi lengkap.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti iklan imbauan vaksin COVID-19 Ditpromkes Kemenkes RI di Youtube menggunakan analisis wacana kritis guna menyelidiki lebih lanjut pesan persuasif di dalamnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ditetapkan rumusan masalah penelitian ini yaitu **bagaimanakah analisis wacana kritis dari iklan imbauan vaksin COVID-19 Ditpromkes Kemenkes RI di Youtube?**

1.3. Fokus Penelitian

Untuk menghindari adanya pelebaran pokok pembahasan masalah dan agar penelitian dapat berjalan lebih terarah, maka lingkup dari penelitian ini terbatas pada empat iklan imbauan Vaksin COVID-19 yang disebutkan dalam latar belakang penelitian tanpa meneliti lebih lanjut mengenai dampak pesan kepada khalayak.

1.4. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji wacana dalam iklan imbauan Vaksin COVID-19 Ditpromkes Kemenkes RI di Youtube.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Pengguna

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi mengenai analisis isi komunikasi persuasif dalam konten video Youtube Vaksin COVID-19.

2. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat bagi peneliti adalah mengimplementasikan ilmu yang sudah dipelajari di perkuliahan.