

KOMUNIKASI PUBLIK SATGAS COVID TENTANG PROGRAM VAKSINASI COVID-19 KEPADA MASYARAKAT DI DESA PASAREAN KECAMATAN PAMIJAHAN

¹ Nahrudin [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]
²Erna Ernawati [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]
³Febri Palupi Muslikhah [Institut Agama Islam Sahid, Bogor,

E-mail: Fanjulnahrudin@gmail.com

ABSTRACT

This research is motivated by the attitude of the people who are still unsure about the Covid-19 vaccination. The Covid Task Force needs to take more effective communication strategy steps, thereby reducing the level of apathy and resulting in a change in attitude among the people who are still unsure about the Covid 19 vaccination. what happened between the Covid-19 Task Force and the community and factors influencing the success of public communication in Pasarean Village in receiving information about vaccines from the Covid task force with a low level of public trust. The research method used is a qualitative descriptive approach. The sample used in this research is people who have participated in the vaccination program in Pasarean Village. With data collection techniques by way of observation, interviews and documentation. The results of this study state that: public communication in Pasarean Village that occurs between the Covid -19 task force and the community consists of 2 face-to-face, namely by direct socialization and through the media (print media and social media) as well as the factor of receiving information in encourage the public to be able to know, like and want to take part in the activities held, one of which is with social media. The closeness of the communicator and the communicant is also one of the keys to the success of public communication as well as language style that is adjusted based on age and is able to have an effect on the community so that people are ready to do the vaccine.

Keywords: *Public communication, covid 19, covid task force and vaccination.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sikap masyarakat yang masih ragu dengan vaksinasi Covid-19. Satgas Covid perlu mengambil langkah strategi komunikasi yang lebih efektif, sehingga menurunkan tingkat apatis dan menghasilkan perubahan sikap di kalangan masyarakat yang masih ragu terhadap vaksinasi Covid 19 Berdasarkan dari gambaran secara umum, adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui komunikasi publik tentang program vaksinasi di Desa Pasarean yang terjadi antara Satgas Covid-19 dengan masyarakat serta faktor – faktor pengaruh keberhasilan komunikasi publik di Desa Pasarean dalam penerimaan informasi tentang vaksin dari satgas covid dengan tingkat kepercayaan masyarakat yang rendah. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode pendekatan deskriptif kualitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat yang telah mengikuti program vaksinasi di Desa Pasarean. Dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa komunikasi publik yang ada di Desa Pasarean yang terjadi antara satgas covid -19 dan masyarakat yaitu terdiri dari 2 secara tatap muka yaitu dengan cara sosialisasi langsung dan melalui media (media cetak dan media sosial) serta faktor penerimaan informasi dalam mendorong masyarakat agar dapat mengetahui, menyukai serta mau mengikuti kegiatan yang diadakan yaitu salah satunya dengan media sosial. Kedekatan komunikator dan komunikan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan komunikasi publik serta gaya bahasa yang di sesuaikan berdasarkan usia serta mampu memberikan efek kepada masyarakat sehingga masyarakat siap melakukan vaksin.

Kata Kunci : *Komunikasi publik, covid 19, Satgas covid dan vaksinasi*

PENDAHULUAN

Strategi komunikasi merupakan paduan suatu perencanaan komunikasi (*communication*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.

Untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan, diperlukan sebuah strategi komunikasi yang dapat menunjukkan keefektifan dan keefisienan. Penyebaran strategi diperlukan dalam sebuah informasi, tanpa adanya strategi informasi tidak akan

tersampaikan dengan baik kesasaran. Strategi komunikasi merupakan hal penting yang harus dilakukan guna menyampaikan pesan atau sebuah informasi kepada publik atau khalayak. (Sartika, 2020).

Komunikasi publik adalah komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan atau mempersuasi, membangun hubungan, dan untuk mendorong dialog terbuka dalam organisasi atau komunitas terhadap solusi jangka panjang. Komunikasi publik unsur – unsurnya terdapat sumber, pesan, penerima dan diantara ketiganya ada yang disebut sebagai gangguan. Sumber akan menyesuaikan pesan yang dikirimkan kepada penerima. Kunci dari komunikasi publik adalah pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan diterima secara utuh. Namun, tidak menutup suatu kemungkinan dalam proses penyampaian pesan sering terjadi kesalahpahaman atau gangguan pada pesan yang lebih disering disebut dengan *hoax*. Komunikasi publik yang efektif akan mampu mengimbangi beredarnya informasi palsu, disinformasi, dan isu yang salah terkait suatu hal. Untuk meminimalisir terjadinya hal tersebut, maka yang perlu dilakukan adalah mempersingkat tahap-tahap dari proses komunikasi dengan semakin panjang tahapan yang dilalui oleh pesan maka akan menimbulkan distorsi pesan dalam komunikasi.

Komunikasi publik dalam penanganan *Covid -19*, yang pertama bertujuan untuk menciptakan *behavioral change* (ksp.go.id) atau perubahan perilaku, selanjutnya ialah kolaborasi pentahelix dari berbagai stakeholder yakni pemerintah, media, dunia usaha, akademisi, dan komunitas (ksp.go.id). Terakhir, pesan inti yang hendak disampaikan melalui komunikasi publik yakni disiplin diri, gotong royong, optimis dan positif dalam penanggulangan dan pencegahan pandemic *Covid-19* (ksp.go.id). Melalui komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah diharapkan akan mampu meningkatkan kesadaran serta disiplin publik terhadap protokol kesehatan, peningkatan pada kemampuan memilih serta memilah informasi yang didapat mengenai *Covid - 19*, serta

meningkatkan kepercayaan publik terhadap pemerintah.

Keberhasilan pemerintah terkait program yang akan dijalankan perlu melibatkan partisipasi dari masyarakat, sehingga diperlukan cara yang tepat dalam berkomunikasi khususnya terkait dengan program vaksinasi *Covid-19*. Program vaksinasi masih menimbulkan pro dan kontra pada masyarakat.

Warga negara sebagian bersikap tidak percaya terhadap vaksin *Covid-19* bukan hanya terjadi di Indonesia tetapi juga terjadi di seluruh belahan dunia. Survei yang pernah dilakukan oleh *Nature Medicine* pada tahun 2021 menunjukkan masih banyaknya masyarakat global yang ragu terhadap vaksin. Istilah populer yang digunakan adalah *vaccine hesitancy*. Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) memaknai keraguan terhadap vaksin ini sebagai “penundaan dalam penerimaan atau penolakan” (*delay in acceptance or refusal*) terhadap vaksinasi meskipun layanan vaksinasi sudah tersedia. Yang menarik dari survey *Nature Medicine* adalah bahwa skeptisisme terhadap vaksin rupanya memiliki hubungan dengan rendahnya kepercayaan warga terhadap pemerintah. Jika hal ini berlaku di Indonesia, maka kemungkinan vaksinasi perdana yang dilakukan oleh Presiden tempo hari belum cukup untuk “mengungkit” (*leveraging*) rasa percaya publik. Tentu hal ini menjadi pekerjaan rumah yang serius, mengingat vaksinasi adalah salah satu ikhtiar kita ditengah pandemi ini. Menurut (*Nature Communication, 2021*) Vaksinasi *Covid-19* di masa pandemi merupakan upaya “*Public Goods*” yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai urusan wajib (*Obligatory Public Health Functions*).

Masyarakat yang masih bersikap ragu dengan vaksinasi *Covid-19*, Satgas Covid perlu mengambil langkah strategi komunikasi yang lebih efektif, sehingga menurunkan tingkat apatis dan menghasilkan perubahan sikap di kalangan masyarakat yang masih ragu terhadap vaksinasi *Covid 19*. Menurut Aristoteles, beliau menyebutkan teori segitiga retorika yaitu *ethos, logos* dan *pathos* dalam

membangun komunikasi yang efektif. *Ethos* artinya kredibilitas dari seorang komunikator, *logos* yaitu kemampuan dalam memberikan rasionalisasi, dan *pathos* adalah karismatik atau daya tarik yang bersifat emosional (West dan Lynn, 2008). Ketiga variabel ini adalah faktor dasar yang harus dipenuhi oleh komunikator dalam mempengaruhi perubahan sikap komunikan.

Informasi yang ada di Desa Pasarean segala informasi pada umumnya orang yang pertama kali mengetahui yaitu Kepala Desa, kemudian informasi yang diperoleh diinformasikan kepada bawahan. Aliran komunikasi atasan ke bawahan tersebut, umumnya terkait dengan tanggung jawab dan wewenang dalam suatu organisasi. Seorang Kepala Desa menggunakan jalur komunikasi ke bawahan memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, memotivasi, memimpin, dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada di level bawah.

Kepercayaan masyarakat Desa Pasarean terhadap program vaksinasi covid masih minim. Oleh karena itu, Satgas covid di Desa Pasarean melakukan sosialisasi kepada masyarakat Desa Pasarean dalam meningkatkan kepercayaan terhadap program vaksinasi. Hal ini bermaksud agar masyarakat yang ada di Desa Pasarean dapat mengikuti program vaksinasi yang diadakan tanpa adanya paksaan, dan dari tidak mau divaksin berubah menjadi mau divaksin. Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah peneliti uraikan maka di dapat pertanyaan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi publik yang dilakukan satgas covid-19 tentang program vaksin terhadap masyarakat di Desa Pasarean Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor ?
2. Komponen apa saja yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi publik penerimaan informasi tentang vaksin terdapat dalam strategi komunikasi yang dilakukan satgas covid ?

TINJAUAN PUSTAKA.

II.1 Komunikasi Publik

II.1.1 Pengertian Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah suatu pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau kelompok dan luar organisasi, secara tatap muka maupun melalui media. (Muhammad, 2008)

Menurut Hageman komunikasi publik merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar dan majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang.

Ciri-ciri komunikasi publik menurut West (2008) yang membedakan dengan komunikasi yang lainnya yaitu :

1. Satu pihak (pendengar) cenderung lebih pasif
2. Interaksi antara sumber dan penerima terbatas
3. Umpan balik yang diberikan terbatas

II.1.2 Tujuan Komunikasi Publik

Menurut Onong Uchjana Effendy (2010) berpendapat bahwa tujuan komunikasi publik sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi (*Public Information*) kepada masyarakat.
- 2) Mendidik masyarakat (*Public Education*).
- 3) Menghibur masyarakat (*Public Entertainment*).

II.1.3 Unsur Komunikasi Publik

- 1) Sumber/Komunikator, merupakan pengirim pesan informasi.
- 2) Pesan, adalah sesuatu yang disampaikan oleh sumber/komunikator kepada penerima/komunikan.
- 3) Media, merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan.

- 4) Penerima/komunikasi, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator.
- 5) Efek/pengaruh, adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh komunikasi sebelum dan sesudah menerima pesan dari komunikator.
- 6) Umpan balik/*feedback*, adalah suatu bentuk tanggapan balik dari komunikasi/penerima setelah memperoleh pesan dari komunikator. (Mulyana,2011:5)

II.1.4 Efek Komunikasi Publik

Menurut Mc. Luhan dalam Mulyana (2011) membagi tiga aspek mengenai efek dari komunikasi publik, diantaranya :

- 1) Efek Kognitif. Dimana efek kognitif ini adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif.
- 2) Efek Afektif. Dalam efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahukan kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya.
- 3) Efek Behavioral. Efek ini merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

II.2 Strategi Komunikasi

II.2.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah paduan suatu perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communications management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan bagaimana strategi komunikasi mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata ialah pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. (Effendy, 2010)

Kemudian menurut Onong Uchjana Effendy dalam Suryadi, strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dimengerti dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara mikro (*planned multimedia strategy*) dan secara makro (*single communication medium strategy*). Ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya. (Effendy, 2010)

Dari kedua aspek tersebut memiliki fungsi ganda yaitu:

1. Menyampaikan pesan komunikasi yang sifatnya informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis terhadap sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani cultural gap, seperti suatu program yang berasal dari produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan sebagai suatu kebudayaan sendiri dapat dilihat tergantung dari bagaimana strategi mengemas informasi tersebut dalam komunikasinya. (Effendy, 2010)

II.2.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Menurut Liliweri (2010:248) dalam Suryadi (2018 : 8) tujuan strategi komunikasi yaitu sebagai berikut :

- a) Memotivasi (*Motivating*)
- b) Memberitahukan (*Announcing*)
- c) Menyebarkan informasi (*Informing*)
- d) Mendukung pengambilan keputusan (*Supporting Decision Making*).

II.2.3 Langkah – Langkah Strategi Komunikasi

Menurut Liliweri (2010) langkah – langkah dalam strategi komunikasi yaitu :

- a) Mengidentifikasi visi dan misi
- b) Menentukan program dan kegiatan
- c) Menentukan tujuan dan hasil
- d) Memilih audiens yang menjadi sasaran
- e) Mengembangkan pesan
- f) Identifikasi pembawaan pesan
- g) Mekanisme komunikasi/media
- h) Scan konteks dan persaingan. (Suryadi, 2018)

II.2.4 Bentuk Strategi Komunikasi

Agar dalam menerapkan strategi komunikasi ini berhasil apabila segala sesuatu harus dipertautkan dengan komponen - komponen yang merupakan hasil dari pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut, diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Who?* (siapakah komunikatornya). Dalam hal ini yang dimaksud ialah terbuka, jujur, disiplin, berkeinginan keras dan penuh perhitungan logika dan rasional.
- 2) *Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya). Dalam hal ini yang dimaksud yaitu benar, rasional, valid, cepat dan jelas sumbernya.
- 3) *In which channel?* (media apa yang digunakan). Dalam hal ini adalah media elektronik, cetak, grafis gambar, audio, dan audio visual.
- 4) *To whom?* (siapa komunikannya). Yang dimaksud adalah personal, masyarakat luas, anggota baru maupun anggota lama.
- 5) *With what effect?* (efek apa yang diharapkan). Dalam hal ini yang dimaksud adalah kerja sama dalam hal memahami pesan, terjalin pemahaman bersama, terjadinya perbedaan persepsi, meninjau pada proses pencapaian tujuan bersama dengan pesan yang sama. (Suryadi, 2018)

II.3 Satgas Covid 19

Satuan Tugas (Satgas) merupakan sebuah kelompok yang berorientasi pada tugas atau kelompok kecil yang dibentuk untuk menangani suatu atau sejumlah pekerjaan, menurut Myanzinda (2008 : 20). Satgas *Covid -19* dapat diartikan sebagai sebuah kelompok yang berorientasi pada tugas penanganan wabah *covid-19* untuk meminimalisir penyebaran di wilayah terdampak. Adapun tugas Satgas Covid di Desa Pasarean yaitu sebagai berikut :

a. Ketua

1. Menyusun kepengurusan dan menunjuk personil Satuan Tugas Penanganan *Covid-19* Kelurahan/Desa
2. Menyusun rencana kegiatan penanganan *Covid-19* dengan mengacu pada Kecamatan

3. Mengoordinasikan dan melakukan pengawasan pelaksanaan kegiatan penanganan *Covid-19* bersama Satuan Tugas penanganan *Covid-19* Dusun/RWRT
4. Melaporkan pelaksanaan kegiatan penanganan *Covid-19* serta hal-hal penting lainnya kepada Satuan Tugas Penanganan *Covid-19* di Kecamatan secara rutin minimal satu minggu sekali dan setiap saat jika terjadi situasi mendesak atau darurat
5. Melaporkan kepada Tugas Penanganan *Covid-19* Kecamatan jika menerima berita yang meragukan untuk dikonfirmasi kebenarannya.

b. Bendahara

Melakukan pencatatan administrasi dan laporan keuangan pada kegiatan penanganan Covid-19.

c. Sekertaris

Melakukan korespondensi, pengurusan surat menyurat Tugas Penanganan Covid-19 dan mendokumentasikan kegiatan penanganan Covid-19 serta Menyusun laporan situasi terkini dan capaian kegiatan.

II.4 Covid 19

Corona Virus Disease 2019 atau *COVID-19* adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan dan dikenal sebagai sindrom pernapasan akut parah virus corona 2 (*SARS-CoV-2*) virus dan penyakit baru ini tidak diketahui sebelum terjadinya wabah di Wuhan, Cina, pada Desember 2019. *COVID-19* sekarang telah menjadi pandemi yang menyerang banyak negara secara global (*World Health Organization*, 2020).

II.5 Vaksinasi

Vaksin merupakan produk biologi yang mengandung antigen yang jika diberikan kepada manusia akan secara aktif mengembangkan kekebalan khusus terhadap penyakit tertentu (*Covid-19* Komite Penanganan, 2020). Berbagai negara termasuk Indonesia, sedang mengembangkan vaksin yang sangat cocok untuk pencegahan infeksi SARS-CoV-2 pada

berbagai platform, yaitu vaksin virus yang dilemahkan, vaksin hidup dilemahkan, vaksin vektor virus, vaksin asam nukleat, seperti virus. Vaksin (vaksin mirip virus) dan vaksin subunit protein. Tujuan dengan dibuatnya vaksin ialah untuk mengurangi penyebaran Covid-19, menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat Covid-19, mencapai imunitas kelompok dan melindungi masyarakat dari Covid-19, sehingga dapat menjaga produktivitas sosial dan ekonomi (Kemenkes RI Dirjen P2P,2020).

Menurut Menteri Kesehatan, vaksin Covid-19 memiliki tiga manfaat. Termasuk di dalamnya adalah menambah kekebalan setiap orang yang divaksinasi secara langsung, jika jumlah penduduk yang divaksinasi banyak, maka sistem kekebalan penduduk akan memberikan perlindungan bagi mereka yang belum divaksinasi atau belum menjadi populasi sasaran vaksin (winanto, 2020).

METODE PENELITIAN

III.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut (Sugiono, 2017) Penelitian kualitatif dituntut untuk memiliki wawasan yang luas, baik wawasan teoritis maupun wawasan praktis yang terjadi dan berkembang pada konteks sosial. Rancangan Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, diuraikan dalam kalimat yang berdasarkan kepada teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat yang telah mengikuti program vaksinasi di Desa Pasarean.

Pada riset kualitatif mempunyai tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan

populasi atau *samplingnya* sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang akan diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya (Kriyantono, 2006: 56-57).

III.2 Paradigma Penelitian

Terdapat tiga jenis paradigma penelitian, yaitu konstruktivisme, positivisme, dan post positivisme. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivistik, hal ini karena sifat dan permasalahan yang ada sesuai dengan paradigam konstruktivistik. Tujuan penelitian dengan menggunakan paradigma ini untuk menghasilkan pemahaman yang bersifat rekonstruksi, yang di dalamnya mengandung kriteria dengan terma-terma sifat layak dipercaya (*trustworthness*) dan otentitas (*outhenticity*). Pengguna paradigma ini berorientasi pada produksi rekonstruksi pemahaman terhadap dunia sosial. Gejala sosial yang terjadi pada penelitian ini terlihat dari jumlah kasus positif *covid-19*, gejala ini memerlukan kesadaran masyarakat dalam pencegahan virus salah satunya dengan vaksinasi.

III.3 Jenis dan Sumber Data

- a. Data primer
Data primer akan digunakan pada hasil wawancara dengan informan dan juga jawaban dari responden melalui kuesioner (angket) yang didapatkan dari lapangan.
- b. Data Sekunder
Data sekunder merupakan data pelengkap dari data primer. Biasanya berupa tulisan atau dokumentasi yang mendukung penelitian seperti arsip, dokumen, laporan tertulis, data dari narasumber maupun dari internet. (Lailiani, 2017).

III.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan yaitu:

- a. Observasi
- b. Wawancara

c. Dokumentasi

III.5 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini memerlukan waktu kurang lebih dua bulan untuk menyelesaikan sebuah penelitian yaitu pada bulan agustus – september. Penelitian ini dilakukan di Jl. KH. Abdul Hamid Desa Pasarean Kecamatan Pamijhan Kabupaten Bogor 16810.

III.6 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan populasi oleh peneliti adalah masyarakat Desa Pasarean yang sudah di vaksinasi *Covid-19*.

b. Sampel

Informan yang dipilih mampu memberikan informasi yang sesuai yaitu orang-orang yang dapat memahami permasalahan yang sedang diteliti dan mereka yang memiliki informasi yang diperlukan saat penelitian. Adapun informan yang utama dalam penelitian ini adalah:

Petugas Satgas Covid	: 3 Orang
Tokoh Masyarakat	: 2 Orang
Masyarakat	: 10 orang

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data dari informan, peneliti menggunakan teknik penarikan *snow ball*.

III.7 Teknik Analisis Data

Display data (penyajian data) selanjutnya data yang di peroleh dalam bentuk penjelasan singkat, bagan atau sejenisnya. Penarikan kesimpulan, dimana data yang diperoleh kemudian di kategorikan, mencari tema dan polanya kemudian menarik kesimpulan. Kesimpulan awal masih akan berubah ketika tidak menemukan bukti yang akurat yang mendukung bagian pengumpulan data berikutnya. (Sugiono, 2017)

III.8 Keabsahan Data

Untuk menguji kredibilitas suatu kebenaran dapat dilakukan dengan cara:

1. Perpanjangan pengamatan

Apabila peneliti masih menemukan kekurangan dalam penelitian, maka

peneliti masih bisa mendapatkan informasi yang akurat dari data yang sudah di dapatkan sebelumnya.

2. Triangulasi

Menurut sugiyono (2017), triangulasi merupakan pemeriksaan data dari berbagai sumber, cara dan waktu. Secara keseluruhan terdapat triangulasi data, triangulasi teknik dan triangulasi waktu antara lain:

a. Triangulasi data, dapat diperoleh dengan cara mengecek kembali data dari beberapa sumber dan dikategorikan berdasarkan pandangan yang sama atau tidak.

b. Triangulasi teknik, yang dilakukan dengan cara mengecek kebenaran data dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi waktu, dilakukan dengan cara pengecekan dengan menggunakan situasi yang berbeda.

3. Menggunakan bahan referensi
Hal ini dilakukan dengan cara memperlihatkan bukti berupa gambar, suara/rekaman sehingga ada pembuktian bahwa peneliti benar - benar melakukan penelitian dan menghasilkan data dari penelitian.

4. Mengadakan membercheck
Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi data kembali oleh peneliti atas data yang diperoleh dilapangan apakah jawaban yang didapatkan sesuai dari pertanyaan peneliti atau tidak, sehingga data yang didapatkan ialah data yang akurat. (Sugiono, 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

IV.1 Komunikasi Publik

Tujuan umum dari komunikasi publik pada satgas yang utama adalah untuk memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai vaksin *covid-19*. Satgas harus meyakinkan masyarakat khususnya di Desa Pasarean yang masih ragu mengikuti vaksin yang diadakan

oleh pemerintah dimana satgas ini harus melakukan berbagai sosialisasi kepada masyarakat yang bisa membuat masyarakat tertarik untuk mengikuti vaksin dimana satgas ini sebagai komunikator dimana keraguan – keraguan masyarakat harus segera tertangani dan dapat mencapai suatu kegiatan ini agar Satgas dinyatakan berhasil dalam menjalankan tugasnya.

1. Komunikasi Publik yang ada di Desa Pasarean

Komunikasi publik yang ada di Desa Pasarean ada 2 yaitu secara tatap muka dan melalui media.

a. Tatap Muka

Komunikasi publik yang ada di Desa Pasarean yaitu melakukan tatap muka dimana seseorang melakukan komunikasi tanpa perantara media telepon atau surat dan lainnya. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan di Desa Pasarean yaitu dengan sosialisasi atau penyuluhan. Sosialisasi yang sering diadakan di Desa Pasarean dilakukan secara terbuka dengan melibatkan pegawai Desa serta masyarakat. Oleh karena itu, dengan melakukan tatap muka (*face to face*) komunikator dan komunikan terjadi kontak pribadi (*personal contact*). Ketika pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan tersampaikan maka komunikan akan menanggapi baik melalui ekspresi wajah, maupun gaya bicaranya. Apabila tanggapan yang diberikan komunikan positif, berarti penyampaian yang diberikan komunikator menyenangkan komunikan yang mendengarkan dan bisa dikatakan bahwa komunikasi yang dilakukan berhasil.

b. Melalui Media

Media menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari sebuah proses dalam menyelenggarakan kegiatan pemerintahan sekarang. Masyarakat memantau kegiatan yang dilakukan

oleh pemerintah melalui jenis media. Terdapat 2 media yang ada di Desa Pasarean yaitu media cetak dan media sosial. Untuk media cetak Desa Pasarean membuat pamflet sedangkan untuk media sosial yaitu membuat grup whatsapp dalam menyampaikan informasi.

Relasi dengan media itu penting dengan alasan :

- 1) Media bisa digunakan untuk membangun citra positif instansi mata publik
- 2) Instansi bisa lebih diketahui dimata publik bila diberitakan oleh media
- 3) Media bisa menolong instansi dalam mensosialisasikan kebijakan terhadap masyarakat

Dengan komunikasi publik informasi tentang program vaksinasi dari satgas kepada masyarakat tersampaikan sehingga masyarakat mengetahui bahwa vaksin ini penting untuk kesehatan tubuh untuk mencegah penularan covid. Selain itu juga masyarakat jadi antusias dan tertarik atau menyukai adanya program vaksin serta masyarakat Desa Pasarean mau mengikuti program vaksin setelah mengikuti sosialisasi.

Komunikasi publik memang sangat penting dalam pemahaman serta pengetahuan. Sebagian masyarakat Desa Pasarean yang tidak memiliki waktu dalam mengikuti sosialisasi yang ada di Desa untuk itu dibuat grup whatsapp. Informasi – informasi yang ada tidak akan berpengaruh terhadap orang - orang yang malas membaca teks dan mendengarkan orang berbicara panjang untuk itu tim satgas membuat pamflet semenarik mungkin agar orang tertarik membacanya.

Karakteristik orang - orang yang malas membaca dan kurangnya pemahaman aparat desa dengan cepat membuat pamflet semenarik mungkin

dengan begitu masyarakat akan melihat dan penasaran terhadap gambar sehingga masyarakat mau membacanya.

Dalam pemberian informasi di Desa Pasarean ada berbagai macam bentuk informasi yaitu sosialisasi, pembuatan grup whatsapp serta pembuatan pamflet. Hal seperti ini yang membuat masyarakat Desa Pasarean dapat mengetahui informasi terkini.

2. Metode Informasi dalam Program Vaksinasi sehingga Masyarakat di Desa Pasarean Mengetahui dan Tertarik tentang program vaksin

Program vaksin yang diperintahkan oleh Pemerintah harus dilaksanakan di Desa Pasarean. Masyarakat harus mengetahui bahwa vaksin ini penting dalam pencegahan penularan terhadap penyakit covid -19. Untuk itu sangat diperlukan metode informasi yang dapat membuat masyarakat menjadi memahami dan mengetahui. Sosialisasi merupakan metode penting yang dapat mempengaruhi masyarakat mengetahui dan memahami informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Sosialisasi yang ada di Desa Pasarean untuk pengetahuan mengenai covid yaitu dengan publik speaking. Target penyampaian sosialisasi dengan publik speaking ini adalah masyarakat yang tidak mengetahui sosial media, tidak dapat membaca, serta ibu - ibu dan bapak - bapak. Sosialisasi yang lain yaitu dengan edukasi melalui tontonan film tentang bahaya covid - 19 serta cara pencegahannya. Target penyampaian pesan melalui tontonan film ini yaitu anak - anak sekolah.

Perbedaan sosialisasi seperti itu bertujuan agar informasi yang disampaikan kepada masyarakat itu harus benar-benar jelas sehingga target

yang dituju bisa memahaminya. Informasi yang ada yaitu sosialisasi namun sosialisasi yang ada cukup beragam yaitu dengan *public speaking*, menonton film edukasi serta lainnya dibedakan dalam usianya agar informasi yang diberikan tepat sasaran dan mudah untuk dipahami.

3. Peranan Satgas dalam Menginformasikan Program Vaksinasi kepada Masyarakat Desa Pasarean

Dalam hal ini, Satgas Covid berperan aktif dalam menginformasikan program vaksin kepada masyarakat. Informasi – informasi yang diberikan harus sesuai pada fakta sehingga tidak ada kesalahpahaman terhadap masyarakat Desa Pasarean dan Satgas Covid.

Peran satgas dalam tatanan implementasi program, para pihak terkait harus dapat memahami beragam pengalaman dan perspektif yang ada di masyarakat serta berupaya agar masyarakat dapat merespon program secara positif sehingga dengan sukarela melaksanakan vaksinasi. Di lain sisi, masyarakat juga perlu secara aktif untuk memahami program vaksinasi COVID-19 ini termasuk bagaimana skema dan kondisi prasyarat, target *outcome*, akses terhadap vaksin, serta risiko yang mungkin akan dihadapi bilamana tidak mendapat vaksinasi.

4. Tahapan atau Arahkan untuk Masyarakat agar Mau Mengikuti Program Vaksin dan Alasannya

Tidak mudah untuk masyarakat untuk mempercayai bahwa penyakit covid ini menular dengan cepat. Selain itu juga kekhawatiran yang ada pada diri masyarakat itu sendiri sehingga tidak mau mengikuti vaksin. Ada beberapa tahapan atau arahan agar masyarakat Desa Pasarean mau mengikuti kegiatan vaksin. Ada 3

tahapan dalam meyakinkan masyarakat serta mempercayai dan mau mengikuti kegiatan vaksin ini. Tahapan – tahapan yang dipilih yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap pasca pelaksanaan. Ketiga tahapan tersebut sudah dibicarakan dengan aparat Desa. Mereka berharap dengan ketiga tahapan tersebut keantusiasan masyarakat Desa Pasarean bertambah sehingga banyak yang mau mengikuti program vaksin

5. Waktu yang tepat dalam Menyampaikan Penyuluhan Informasi mengenai Vaksin kepada Masyarakat Desa Pasarean

Agar penyuluhan berjalan lancar dan masyarakat banyak yang mengikuti kegiatan ini maka tim harus bisa memprediksi waktu yang tepat. Waktu yang tepat dalam penyuluhan mengenai vaksin yaitu libur kerja atau sekolah yaitu hari weekend.

Waktu yang tepat dan efektif sangat berpengaruh pada penyampaian informasi. Masyarakat jauh lebih bersemangat dan bisa memahami dengan cepat jika waktu pelaksanaannya tepat.

6. Tempat untuk melakukan Penyuluhan atau Sosialisasi tentang Program Vaksin

Selain waktu yang tepat, tempat yang sesuai dan nyaman pun menjadi alasan seseorang mengikuti kegiatan penyuluhan atau sosialisasi. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa tempat yang nyaman mampu membuat seseorang mengikuti program atau acara yang dilaksanakan sampai dengan selesai. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dari 15 informan. Selain nyaman tempat bersih juga menjadi salah satu faktor agar masyarakat mau mengikuti sosialisasi. Selanjutnya tempat yang dekat juga menjadi faktor utama dalam

keikutsertaan masyarakat mengikuti sosialisasi yang diadakan.

Dapat dikatakan bahwa untuk mencegah penularan covid sosialisasi Desa diadakan per RT. Semakin banyak orang yang mengikuti sosialisasi, maka hal itu akan mempengaruhi jumlah yang mau mengikuti vaksin.

IV.2 Faktor – Faktor Keberhasilan Komunikasi Publik

Komunikasi publik bisa dikatakan berhasil jika komunikator mampu memberikan pengetahuan yang bisa dimengerti oleh komunikan dan bisa direspon positif serta menyukainya. Selain itu juga komunikator mampu mengajak komunikan dalam program yang diadakannya.

1. Faktor informasi yang mendorong masyarakat sehingga masyarakat mengetahui, menyukai dan mau mengikuti vaksin

Informasi yang didapat untuk mendorong masyarakat agar dapat mengetahui, menyukai serta mau mengikuti kegiatan yang diadakan yaitu salah satunya dengan media sosial. Dengan adanya media sosial semua informasi yang didapat akan lebih lengkap.

Media sosial sangat berpengaruh pesat pada informasi - informasi terkini yang dapat tersebar luas. Zaman sekarang hampir semua orang menggunakan media sosial terutama anak muda. Informasi - informasi yang ada di media sosial tersebar luas bukan hanya di Indonesia tetapi mendunia.

Informasi bagi masyarakat dan orang – orang itu penting dalam memberdayakan kehidupan yang lebih meningkat. Dengan membanjirnya informasi bagi masyarakat bisa menambah ilmu dan pengetahuan bahkan bisa sampai mengikutinya.

2. Orang yang berpengaruh dalam keberhasilan program vaksin yang

diadakan sehingga masyarakat mau mengikuti kegiatan vaksin

Keberhasilan komunikasi publik dalam program vaksinasi tidaklah mudah. Peran serta Satgas covid dan Komunikator sangat mempengaruhi kesuksesan program vaksinasi Covid. Pemberdayaan masyarakat untuk menerima vaksin dan mendukung program vaksinasi Covid itu sendiri memerlukan peran serta banyak pihak, di mana komunikasi yang baik antara pemerintah, tenaga kesehatan, keluarga, dan komunitas merupakan salah satu faktor yang harus dibangun.

Dalam hal membangun perspektif positif, pihak yang bersangkutan sangat diperlukan agar masyarakat tertarik dan menerima program untuk bersama-sama mensukseskan vaksinasi Covid . Hal ini penting karena beberapa hal seperti faktor agama dan kepercayaan termasuk concern terhadap kehalalan vaksin, berita negatif terkait vaksinasi, takhayul, norma budaya tertentu, sampai propaganda anti-vaksin dapat menghambat kesuksesan vaksinasi.

Selain itu juga faktor keberhasilan komunikasi publik yaitu pada penggunaan sosial media. Dengan banyaknya informasi yang didapat mampu mendorong masyarakat mengetahui, tertarik serta mau mengikuti kegiatan yang diadakan. Tidak hanya itu kedekatan antara komunikator dan komunikan juga berpengaruh pada faktor keberhasilan komunikasi.

Bahasa yang mudah dipahami dan jelas menjadi kunci kesuksesan keberhasilan komunikasi. Dengan begitu sasaran yang dituju bisa memahaminya dengan cepat. Efek yang dirasakan oleh masyarakat setelah mengetahui bahwa vaksin itu sangat penting untuk kehidupan di masa covid - 19 diantaranya yaitu :

1. Mencari kerja dan sedang bekerja
2. Pengambilan bansos
3. Keluar rumah

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis sajikan pada bab-bab sebelumnya, dan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi publik yang ada di Desa Pasarean. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi publik yang ada di Desa Pasarean yang terjadi antara satgas covid -19 dan masyarakat yaitu terdiri dari 2 secara tatap muka yaitu dengan cara sosialisasi langsung dan melalui media (media cetak dan media sosial)
2. Faktor – faktor penerimaan informasi dalam mendorong masyarakat agar dapat mengetahui, menyukai serta mau mengikuti kegiatan yang diadakan yaitu salah satunya dengan media sosial. Kedekatan komunikator dan komunikan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan komunikasi publik serta gaya bahasa yang di sesuaikan berdasarkan usia serta mampu memberikan efek kepada masyarakat sehingga masyarakat siap melakukan vaksin.

DAFTAR PUSTAKA.

- Effendy, O. U. (2010). Dimensi - Dimensi Komunikasi. 84.
- Lailiani, A. B. (2017). Strategi Pemerintah Desa Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Rangka Pembangunan Desa.
- Muhammad, A. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sartika, D. (2020). Strategi Komunikasi Publik Kepala Wilayah Kecamatan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat. 1.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* . Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakaya.

