

TINJAUAN KOMUNIKASI PUBLIK DI ERA PANDEMI COVID-19 TERKAIT OPTIMALISASI VAKSINASI COVID-19

Jessica Alfreda

Master of Art in Communication/ Corporate Communication, London School of Public Relations, Jakarta

E-mail: 19210310005@lspr.edu

(* Corresponding Author
19210310005@lspr.edu

ARTICLE HISTORY

Received : 07-08-2021

Revised : 18-10-2021

Accepted : 17-11-2021

KEYWORDS

Komunikasi;
Komunikasi Publik;
Vaksinasi Covid 19

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan Tinjauan Komunikasi Publik di Era Pandemi Covid-19 terkait Optimalisasi Vaksinasi Covid 19. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Desain penelitian ini adalah tinjauan pustaka yakni mengumpulkan data atau sumber yang berhubungan pada sebuah topik tertentu yang bisa didapat dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, internet, dan pustaka lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan program vaksinasi Covid-19 bergantung pada banyak faktor yang mempengaruhinya, dan salah satu faktor tersebut adalah komunikasi publik. Komunikasi publik yang dipersiapkan dengan akurat, tuntas, strategi yang matang, monitoring dan evaluasi yang berkesinambungan akan memberikan pengaruh positif pada tingkat pengetahuan, pemahaman, dan partisipasi masyarakat.

This is an open access article under the CC-BY-SA license.



PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan sebuah langkah penting guna menyampaikan informasi yang dibutuhkan seseorang ataupun masyarakat terutama di tengah pandemic Covid-19. Komunikasi menjadi sebuah kebutuhan yang tidak dapat diabaikan kepentingannya dalam menghadapi Covid-19. Dengan kebijakan pembatasan sosial, maka komunikasi massa menjadi sebuah pilihan untuk penyampaian informasi kepada publik. Komunikasi publik menjadi pilihan terbaik dalam proses interaksi sosial yang harus tetap berjalan di tengah pandemik dalam menjawab berbagai persoalan yang ada. Pengertiannya komunikasi publik, menjadi salah satu kebutuhan utama, serta komunikasi yang dilakukan di depan orang banyak atau khalayak umum (Syaipudin, 2020).

Komunikasi publik merupakan proses penyampaian pesan berupa suatu informasi. Dalam prosesnya komunikasi publik memerlukan sarana, dapat melalui media massa, baik cetak, elektronik maupun online. Proses dalam komunikasi publik terbagi menjadi dua yaitu komunikasi lisan maupun tulisan. Komunikasi publik dalam penyebutannya seringkali dikenal dengan istilah komunikasi massa. Namun, jika dianalisa lebih dalam untuk definisinya komunikasi publik cenderung dinilai memiliki makna yang lebih luas dibandingkan dengan komunikasi massa. Lebih detail lagi, komunikasi massa merupakan komunikasi yang dalam prosesnya menggunakan suatu media dalam menyampaikan suatu pesan (Hadi et al., 2020).

Seringkali, komunikasi publik ditemukan dalam kegiatan-kegiatan dengan jenis bertatap muka secara langsung, contohnya kegiatan kuliah umum, khotbah, rapat akbar, pengarahan, ceramah, dan lainnya, dengan melibatkan massa yang banyak. Dalam penyampaian komunikasi publik merupakan bentuk komunikasi satu arah yaitu langsung menuju masyarakat luas atau khalayak umum. Lebih detail lagi, komunikasi massa dalam penyampainnya dengan melibatkan unsur adanya suatu media yang terlibat dalam penyampaian informasi tersebut. Tidak jarang, dalam komunikasi massa melibatkan beberapa media massa sekaligus yang digunakan sebagai wadah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Ketidakpercayaan sebagian warga negara terhadap vaksin Covid-19 bukan hanya terjadi di Indonesia tetapi juga terjadi di seluruh belahan dunia. Ini tentunya menjadi pekerjaan rumah bersama. Survey yang pernah dilakukan oleh (Krammer, 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. 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 pandemic merupakan upaya “*Public Goods*” yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai urusan wajib (Obligatory Public Health Functions). Oleh sebab itu, seluruh biaya vaksinasi harus ditanggung sepenuhnya oleh pemerintah. Di Indonesia vaksin covid 19 yang banyak digunakan adalah Vaksin Sinovac yang dapat diberikan kepada orang berusia 18-59 tahun dalam kondisi sehat. Setiap warga akan diberikan sebanyak 2 kali vaksin dengan jarak minimal 14 hari. Dosis dalam sekali suntikan adalah 0,5 ml diberikan secara gratis kepada masyarakat dan tidak dikenakan biaya sama sekali. Hal ini, dilakukan demi mempercepat penurunan pandemic sehingga diperlukan cakupan imunisasi sebesar 70% agar ‘*herd immunity*’ segera tercapai dalam kurun waktu kurang dari 1 tahun.

Terkait sikap masyarakat yang masih ragu dengan vaksinasi Covid 19. Pemerintah 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 (NN, 2012). Ketiga variabel ini adalah faktor dasar yang harus dipenuhi oleh komunikator dalam mempengaruhi perubahan sikap komunikan.

Hal terpenting dari komunikasi publik terkait vaksinasi Covid-19 saat ini adalah komunikasi yang berlangsung harus ditangani secara komprehensif, sistematis dan searah kepada publik semua yang terkait dengan vaksinasi Covid-19. Mengingat kondisi saat ini kasus covid-19 semakin meningkat.

Aliran komunikasi ke bawah (*downward communication*) yaitu pesan yang mengalir dari jabatan yang berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah adapun tujuannya untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang timbul karena salah informasi, mencegah kesalahpahaman karena kurang informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan (Arni, 2005) sama seperti yang dilakukan oleh Presiden Jokowi kepada bawahannya selaras dengan konsep komunikasi publik yang dikemukakan oleh Judy Pearson dan Paul Nelson (dalam (Srisadono, 2018)) mereka mendefinisikan komunikasi publik (*public speaking*) sebagai proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi di mana sumber mentransmisikan pesan ke sejumlah penerima yang kemudian memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi nonverbal maupun berupa tanya jawab.

Secara sederhana dalam komunikasi publik, 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 hal yang perlu dilakukan adalah dengan mempersingkat tahap-tahap dari proses komunikasi dengan semakin panjang tahapan yang dilalui oleh pesan maka akan menimbulkan distorsi pesan dalam komunikasi. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk melakukan Tinjauan Komunikasi Publik di Era Pandemi Covid-19 terkait Optimalisasi Vaksinasi Covid 19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif (Sugiono, 2018). Desain penelitian ini adalah tinjauan pustaka yakni mengumpulkan data atau sumber yang berhubungan pada sebuah topik tertentu yang bisa didapat dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, internet, dan pustaka lain (Lexy, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Surat edaran, himbuan dan bentuk komunikasi sejenis lainnya merupakan medium atau pola mengkomunikasikan sesuatu dalam konteks komunikasi publik. Dalam ilmu komunikasi, komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan) acapkali terhalang adanya gangguan (*noise*) yang dapat menyebabkan pesan tidak diterima secara utuh.

Di era *Internet of Thing* (IoT) dan masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang komunikasi, media sosial dapat menjadi salah satu penyebab noise dalam upaya pengendalian bencana publik Covid-19. Saat ini, berita atau wacana apapun perihal Covid-19 akan selalu menjadi sorotan publik. Banyaknya informasi terkait Covid-19 yang tersebar di ruang publik bisa jadi malah menimbulkan kebingungan masyarakat.

McLuhan (1960) mencetuskan konsep global village dan dalam konsep ini dinyatakan bahwa komunikasi personal akan semakin mengarah ke komunikasi massa (Zahid, 2019). Ketika informasi dikomunikasikan melalui internet, maka siapa saja dapat melihat dan mengetahuinya. Warga memiliki hubungan yang sifatnya simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media. Inilah yang menjadi konsep dasar dari teori ekologi media. Maka,

komunikasi publik di masa pandemi Covid-19 membutuhkan adanya transparansi dan kepercayaan publik. Pun, diperlukan adanya official counter terhadap informasi dan isu ‘liar’ yang menerpa dan menjejali masyarakat lewat media sosial agar kepercayaan khalayak bisa diperoleh oleh pemegang otoritas. Sebab, tujuan utama dari komunikasi publik adalah perubahan perilaku akibat pesan yang disampaikan, yakni pesan tentang bahaya Covid-19. Munculnya kepercayaan masyarakat dengan salah satu indikator kepatuhan menjalankan protokol kesehatan menjadi indikasi keberhasilan dari komunikasi publik itu sendiri.

Penyampaian pesan dalam komunikasi publik sangat rentan akan adanya *noise* (gangguan). Hal ini disebabkan karena komunikasi publik cenderung berbentuk komunikasi satu arah (*one way communication*). Menurut (Rakhmat, 1996) terdapat lima jenis gangguan dalam komunikasi publik di antaranya 1) gangguan mekanik, yakni gangguan yang disebabkan oleh adanya suara atau kebisingan lain di sekitar pengirim pesan; 2) gangguan personal, yakni gangguan kondisi fisik komunikator (pengirim pesan) dan/atau komunikan (penerima pesan) yang sedang kelelahan, rasa lapar, atau sedang mengantuk, termasuk di dalamnya kondisi psikologis seperti tidak ada minat, bosan, dan tekanan psikologis lainnya; 3) gangguan semantik, yakni gangguan yang disebabkan oleh adanya perbedaan makna yang dipahami oleh komunikator sebagai sumber informasi dan komunikan sebagai penerima informasi. Hal ini biasanya terjadi karena pemilihan diksi, istilah-istilah, simbol-simbol, atau jargon yang bersifat multi tafsir yang bisa diplintir sehingga menjadi rumit di tengah masyarakat; 4) gangguan adanya perbedaan budaya, yakni perbedaan budaya antara komunikator dengan komunikan dapat membuat pesan yang disampaikan tidak seimbang dan menjadi kurang efektif; dan 5) gangguan ketiadaan feedback, yakni tidak ada timbal balik (feedback) dari komunikan kepada komunikator dan hal ini dapat membuat komunikan merasa bosan dengan keadaan komunikasi yang ada di ruang publik.

Pro dan kontra terhadap cara masyarakat memahami Covid-19 tercermin dari hebohnya geliat komunikasi di media sosial. Hal ini disebabkan karena adanya informasi yang kurang komprehensif akibat gangguan komunikasi publik. Apalagi, lamanya masa pandemi Covid-19 ikut memperparah gangguan-gangguan yang terjadi dalam komunikasi publik. Sebagai contoh nyata, gangguan personal dan gangguan semantik yang menimpa komunikator dan komunikan seperti kelelahan, kondisi psikologis dan penggunaan diksi dapat mengakibatkan tensi dan emosi yang kalau tidak dipolakan dengan baik dapat bermuara di ruang sidang pengadilan. Dan, ini sebenarnya sangat tidak dikehendaki baik oleh komunikator maupun komunikan dalam konteks komunikasi publik.

Ketika ini sudah dan sedang terjadi di tengah masyarakat dan agar dapat dikurangi, *theory of reasoned action* dan *theory of planned behavior* yang digagas oleh Icek Ajzen layak untuk direnungkan. Teori ini secara mendasar merumuskan kombinasi antara sikap pribadi, norma yang dirasakan orang lain, dan motivasi untuk

mematuhi segala prediktor perilaku. Teori ini didasarkan pada nilai harapan yang mendalilkan bahwa sikap ditimbulkan oleh keyakinan tentang perilaku yang dapat menyebabkan konsekuensi tertentu. Dalam konteks ini, sikap, keyakinan, perilaku dan konsekuensi logika-rasa terhadap bahaya Covid-19 perlu disinergikan bersama antara pemerintah selaku komunikator dan masyarakat selaku komunikan.

Menurut Yamani (2020), sinergi yang dimaksud dapat diupayakan dengan mengubah pola komunikasi verbal dan non-verbal di tiap jenjang. Misalnya, oknum pemerintah tidak menciptakan kerumunan walau untuk kepentingan foto ataupun acara seremonial. Para influencer dan buzzer program pemerintah di medsos tidak memberi contoh yang bertentangan dengan protokol kesehatan dan lebih memilih diksi yang tepat dan mudah dipahami oleh masyarakat. Hal ini penting dilakukan untuk mengurangi friksi dan kegaduhan di tengah-tengah masyarakat.

Strategi komunikasi vaksin di masa depan harus mempertimbangkan tingkat kesehatan, keilmuan dan keaksaraan umum di subpopulasi, mengidentifikasi sumber informasi yang dipercaya secara lokal 10 dan lebih dari sekadar menyatakan bahwa vaksin itu aman dan efektif (Lazarus et al. 2021a). Strategi untuk membangun literasi dan penerimaan vaksin harus secara langsung mengatasi masalah atau kesalahpahaman khusus komunitas, mengatasi masalah bersejarah yang menumbuhkan ketidakpercayaan dan peka terhadap keyakinan agama atau filosofis. Para peneliti telah mengidentifikasi intervensi yang menjanjikan untuk membangun kepercayaan dan mengurangi keraguan vaksin dalam konteks yang berbeda, tetapi menerjemahkan bukti ini ke dalam kampanye vaksinasi skala besar akan membutuhkan kesadaran dan perhatian khusus terhadap persepsi publik yang ada dan kebutuhan yang dirasakan.

Temuan (Astuti et al., 2021) menggambarkan siapa yang benar-benar dipekerjakan atau dipercayakan pada saat survei sampai pada masalah yang tidak kami selidiki. Responden laki-laki dalam penelitian ini lebih kecil kemungkinannya dibandingkan perempuan untuk menerima vaksin secara umum atau mereka perlu rekomendasi dari orang lain (majikan) untuk mendapatkan vaksinasi; bagaimanapun, asosiasi ini tidak kuat. Mereka yang berpenghasilan lebih tinggi kemungkinan besar menerima vaksin daripada mereka yang berpenghasilan lebih rendah. Data ini dapat membantu pemerintah, membuat kebijakan, profesional kesehatan dan organisasi internasional untuk menargetkan secara lebih efektif Sumber kekhawatiran lainnya adalah ketidaksesuaian antara laporan yang diamanatkan oleh pemberi kerja (Lima et al., 2020).

Kepercayaan adalah komponen intrinsik dan berpotensi dapat dimodifikasi dari penyerapan vaksin Covid-19 yang berhasil. Temuan (Astuti et al., 2021) menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat pada pemerintah sangat

rendah terkait dengan penerimaan vaksin dan dapat berkontribusi pada kepatuhan publik terhadap tindakan yang direkomendasikan. Pelajaran dari wabah penyakit menular sebelumnya dan keadaan darurat kesehatan masyarakat, termasuk HIV, H1N1, SARS, MERS, dan Ebola, mengingatkan kita bahwa sumber informasi dan panduan terpercaya sangat penting untuk pengendalian penyakit. Namun, mengatasi keragu-raguan vaksin membutuhkan lebih dari sekadar membangun kepercayaan. Ini adalah upaya multifaktorial, kompleks dan bergantung pada konteks yang harus ditangani secara bersamaan di tingkat global, nasional dan subnasional (Hooker & Leask, 2020).

Komunikasi yang jelas dan konsisten oleh pejabat pemerintah sangat penting untuk membangun kepercayaan publik terhadap program vaksin. Ini termasuk menjelaskan cara kerja vaksin, serta cara mengembangkannya, dari perekrutan hingga persetujuan peraturan berdasarkan keamanan dan kemanjuran. Kampanye yang efektif juga harus bertujuan untuk menjelaskan dengan hati-hati tingkat keefektifan vaksin, waktu yang dibutuhkan untuk perlindungan (dengan berbagai dosis, jika diperlukan) dan pentingnya cakupan seluruh populasi untuk mencapai kekebalan komunitas. Menanamkan kepercayaan publik dalam tinjauan badan pengawas tentang keamanan dan keefektifan vaksin akan menjadi penting. Komunikasi kesehatan yang kredibel dan berwawasan budaya sangat penting dalam mempengaruhi perilaku kesehatan yang positif seperti yang telah diamati sehubungan dengan mendorong orang untuk bekerja sama dengan langkah-langkah pengendalian Covid-19. Ini termasuk mempersiapkan publik dan pemimpin organisasi kemasyarakatan, agama dan persaudaraan yang dihormati di berbagai sektor masyarakat dan komunitas lokal, serta sektor swasta, untuk program vaksinasi massal dengan juru bicara yang kredibel, keterlibatan lokal, informasi akurat dan dukungan teknologi (Macartney et al., 2020).

Keragu-raguan vaksin merupakan fenomena alam yang merupakan ancaman serius bagi kesehatan global, (Macartney et al., 2020). Lompatan besar dalam mengembangkan vaksin Covid-19 yang efektif dan aman dalam waktu singkat belum pernah terjadi sebelumnya (Nguyen et al., 2020). Keraguan vaksin Covid-19 dapat menjadi langkah pembatas dalam upaya global untuk mengendalikan pandemi saat ini dengan dampak negatif terhadap kesehatan dan sosial ekonomi. Menilai tingkat kekebalan populasi yang diperlukan untuk membatasi penyebaran patogen bergantung pada jumlah reproduksi dasar untuk penyakit menular tersebut (Voss et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Sallam & Mahafzah, 2021) terkait survei tingkat penerimaan vaksin Covid-19 ditemukan dari 33 negara berbeda. WHO (2020) mengatakan tingkat penerimaan vaksin dapat membantu dalam merencanakan tindakan dan intervensi tahapan-tahapan yang diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan meyakinkan masyarakat tentang keamanan dan manfaat vaksin, yang pada dasarnya akan membantu mengendalikan penyebaran virus dan mengurangi hal negatif. Biaya untuk vaksin, efektivitas dan durasi perlindungan tampaknya sama pentingnya faktor untuk mencapai tujuan tersebut. Namun keragu-raguan penerimaan vaksin Covid-19 bisa

menjadi penentu faktor yang menghambat keberhasilan pengendalian pandemi Covid-19 saat ini. tingkat penerimaan vaksin yang relatif tinggi saat ini disuatu wilayah dikaitkan dengan kepercayaan yang kuat pada pemerintah dan kepercayaan yang lebih kuat terhadap keamanan vaksin dan efektivitas. Namun, tingkat penerimaan vaksin Covid-19 yang sangat rendah di antaranya adalah petugas kesehatan di DRC (Lazarus et al., 2021).

Ketaatan dan kedisiplinan masyarakat akan semakin tinggi ketika pemerintah konsisten dalam laku teks dan gerak. Sebab, tindakan visual di tengah fakta masyarakat yang rendah literasi dan kurangnya pemahaman komunikasi akan cenderung meniru. Masyarakat patron-client sangat membutuhkan cermin atau contoh yang baik dalam penerapan protokol kesehatan dalam kegiatan keseharian.

Masyarakat dan pihak swasta juga perlu taat terhadap aturan dan tidak memanfaatkan celah lemahnya suatu aturan seperti persoalan klasik yang terjadi, yakni lemahnya pengawasan, endorsement dan adanya multi interpretasi terhadap aturan yang ada. Untuk itu, langkah-langkah serius, termasuk memperbaiki pola komunikasi dan menyadari adanya gangguan komunikasi publik penting untuk dipahami dan diamini baik oleh pemerintah maupun masyarakat demi intensif-masifnya pengendalian Covid-19.



Sumber: <https://ppid.ipb.ac.id/wp-content/uploads/2020/12/Strategi-Komunikasi-Publik-dalam-Mendukung-Program-Vaksinasi-update-201220-Fredy-Tulung.pdf>

Gambar 1. Strategi Komunikasi Publik terkait vaksinasi massal

Komunikasi yang terjadi terkait vaksinasi Covid-19 berdasarkan teori komunikasi yang dikemukakan Laswell (dalam (Arni, 2005)) ada 5 (lima) hal sebagai berikut: siapa, mengatakan apa, dalam media/saluran apa, kepada siapa, dan apa efeknya.

Dalam penelitian Dewi (2021), menyebutkan bahwa pejabat pemerintah yang bertugas menyampaikan informasi kepada publik terkait Vaksin Covid-19 maupun rencana vaksinasi perlu ditetapkan dari sejak awal. Pejabat yang berwenang hendaknya bersifat tetap. Hal ini penting untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran informasi terkait Covid-19 dapat disaksikan melalui media televisi lokal dan salah satunya yang sering mengimbau masyarakat terhadap vaksinasi. Pemerintah perlu menangani berita atau informasi palsu (hoax) yang beredar di media sosial, misalnya Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) untuk memfilter berita-berita yang meresahkan sehingga dapat berpengaruh kepada pegawai yang menyebabkan menurunnya semangat dan keyakinan teman-teman yang belum vaksin untuk mengikuti program vaksinasi Covid-19 (Sarno, 2021).

Media atau saluran yang digunakan oleh pemerintah tentunya saluran yang transparan dan mudah untuk diakses oleh publik terkait pelaksanaan Vaksinasi Covid-19, informasi yang disampaikan harus secara detail mulai dari informasi pengadaan vaksin, kehalalan, manfaat vaksin, ketersediaan vaksin hingga peta jalan vaksinasi di Indonesia. Informasi vaksinasi Covid-19 disampaikan oleh pemerintah berawal disampaikan kepada para jurnalis hingga nantinya dikonsumsi oleh publik. Oleh karena itu, antara pemerintah dan jurnalis harus satu suara dalam menyampaikan informasi agar terhindar dari miskomunikasi yang disampaikan kepada masyarakat mengingat masih ada rekan-rekan yang mengurungkan niat untuk divaksin dikarenakan berita yang beredar dimasyarakat yang masih simpang siur dengan informasi satu pintu mudah- mudahan menaikkan kepercayaan untuk melaksanakan vaksin. Kelima, Efek dari komunikasi vaksinasi Covid-19 yakni keterbukaan pemerintah menyampaikan informasi maupun membuka ruang diskusi dan dialog dengan warga terkait pelaksanaan vaksinasi Covid-19. sehingga masyarakat dapat menyampaikan keluh kesahnya sebelum dan sesudah vaksin dan berbagai hal yang penting lainnya terkait vaksinasi kepada pemerintah, baik berupa catatan, masukan, saran, maupun kritik.

Upaya mengedukasi masyarakat luas tentang pandemi Covid-19 juga dilakukan dari unsur masyarakat, mestinya pemerintah menempatkan masyarakat sebagai subjek yang perlu memahami konteks pandemi secara utuh. Pemerintah bisa meniru strategi komunikasi industri konsumen retail dengan cara menghadirkan tokoh dan konten sesuai dengan kelompok audiens. Dengan cara ini, pemerintah dapat memberi pemahaman kepada masyarakat melalui konten yang sesuai dengan jenis golongan masyarakat, misalnya golongan perempuan dan laki-laki, golongan umur tertentu, dan sebagainya.

Aktivitas komunikasi publik untuk meningkatkan kepatuhan protokol kesehatan dan kesiapan masyarakat untuk melakukan vaksinasi dapat dilakukan melalui Optimalisasi media komunikasi publik milik sendiri (situs web, media sosial, media cetak, virtual event) dengan pesan utama peningkatan kepatuhan protokol Kesehatan dan kesiapan vaksinasi, (Sukmana et al., 2021) Meningkatkan *engagement* dengan kalangan media massa dan pegiat

media sosial untuk menguatkan amplifikasi pesan peningkatan kepatuhan protokol Kesehatan dan kesiapan vaksinasi, dan Mengintensifkan penyebaran pesan untuk menginformasikan, mengedukasi dan mempersuasi publik dalam mematuhi protokol kesehatan dan kesiapan vaksinasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Pemerintah perlu menangani berita atau informasi palsu (hoax) yang beredar di media sosial, misalnya Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) untuk memfilter berita-berita yang meresahkan sehingga dapat berpengaruh kepada pegawai yang menyebabkan menurunnya semangat dan keyakinan teman-teman yang belum vaksin untuk mengikuti program vaksinasi covid 19. Keberhasilan program vaksinasi Covid-19 bergantung pada banyak faktor yang mempengaruhinya, dan salah satu faktor tersebut adalah komunikasi publik. Komunikasi publik yang dipersiapkan dengan akurat, tuntas, strategi yang matang, monitoring dan evaluasi (monev) yang berkesinambungan akan memberikan pengaruh positif pada tingkat pengetahuan, pemahaman, dan partisipasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, M. (2005). Komunikasi organisasi. *Jakarta: Bumi Aksara*, 145.
- Astuti, N. P., Nugroho, E. G. Z., Lattu, J. C., Potempu, I. R., & Swandana, D. A. (2021). Persepsi Masyarakat terhadap Penerimaan Vaksinasi Covid-19: Literature Review. *Jurnal Keperawatan*, 13(3), 569–580.
- Dewi, S. A. E. (2021). Komunikasi Publik Terkait Vaksinasi Covid 19. *HEALTH CARE: JURNAL KESEHATAN*, 10(1), 162–167.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., Sos, S., Indrayani, I. I., & SIP, M. S. (2020). *Komunikasi massa*. Penerbit Qiara Media.
- Hooker, C., & Leask, J. (2020). Risk communication should be explicit about values. A perspective on early communication during COVID-19. *Journal of Bioethical Inquiry*, 17(4), 581–589.
- Krammer, F. (2021). A correlate of protection for SARS-CoV-2 vaccines is urgently needed. *Nature Medicine*, 27(7), 1147–1148.
- Lazarus, J. V., Ratzan, S. C., Palayew, A., Gostin, L. O., Larson, H. J., Rabin, K., Kimball, S., & El-Mohandes, A. (2021). A global survey of potential acceptance of a COVID-19 vaccine. *Nature Medicine*, 27(2), 225–228.
- Lexy, J. M. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.

- Lima, C. K. T., de Medeiros Carvalho, P. M., Lima, I. de A. A. S., de Oliveira Nunes, J. V. A., Saraiva, J. S., de Souza, R. I., da Silva, C. G. L., & Neto, M. L. R. (2020). The emotional impact of Coronavirus 2019-nCoV (new Coronavirus disease). *Psychiatry Research*, 287, 112915.
- Macartney, K., Quinn, H. E., Pillsbury, A. J., Koirala, A., Deng, L., Winkler, N., Katelaris, A. L., O'Sullivan, M. V. N., Dalton, C., & Wood, N. (2020). Transmission of SARS-CoV-2 in Australian educational settings: a prospective cohort study. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 4(11), 807–816.
- Nguyen, L. H., Drew, D. A., Graham, M. S., Joshi, A. D., Guo, C.-G., Ma, W., Mehta, R. S., Warner, E. T., Sikavi, D. R., & Lo, C.-H. (2020). Risk of COVID-19 among front-line health-care workers and the general community: a prospective cohort study. *The Lancet Public Health*, 5(9), e475–e483.
- NN. (2012). *Teori Persuasi: Formula Segitiga Retorika*.
- Rakhmat, J. (1996). Psikologi Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sallam, M., & Mahafzah, A. (2021). Molecular analysis of SARS-CoV-2 genetic lineages in Jordan: tracking the introduction and spread of COVID-19 UK variant of concern at a country level. *Pathogens*, 10(3), 302.
- Sarno, M. A. (2021). *Literasi Media Mahasiswa Ilmu Komunikasi Ups Tegal Mengenai Informasi Hoax Tentang Virus Covid-19 Di Social Networking (Facebook & Twitter) Berdasarkan Individual Competence Framework*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Srisadono, W. (2018). Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 213–227.
- Sugiono, S. (2018). Strategic Planning: Shaping Or Emerging From Organisations. *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 177–184.
- Sukmana, R. A., Iyansyah, M. I., Wijaya, B. A., & Kurniawati, M. F. (2021). Implementasi Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Meyakinkan Masyarakat untuk Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 di Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 409–419.
- Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19. *Kalijaga Journal of Communication*, 2(1), 14–34.
- Voss, A., Coombs, G., Unal, S., Saginur, R., & Hsueh, P.-R. (2020). Publishing in face of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Antimicrobial Agents*, 56(1), Art-106081.
- Zahid, A. (2019). Sensualitas Media Sosial di Era Globalisasi (Kajian Sosiologi Media McLuhan sebagai Analisis Media Masa Kini). *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(1), 1–15.