

SKRIPSI

**KOMUNIKASI PUBLIK PRESIDEN JOKO WIDODO DALAM
SOSIALISASI VAKSINASI COVID-19 DI METRO TV**



OLEH

**ERNI
NIM: 18.3600.016**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**KOMUNIKASI PUBLIK PRESIDEN JOKO WIDODO DALAM
SOSIALISASI VAKSINASI COVID-19 DI METRO TV**



OLEH:

**ERNI
NIM: 18.3600.016**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo
Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Di Metro
TV

Nama Mahasiswa : Erni

NIM : 18.3600.016

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN
Parepare. No B-2584/In. 39.7/PP.00.9/12/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Nurhakki, S.sos, M. Si. (.....) 

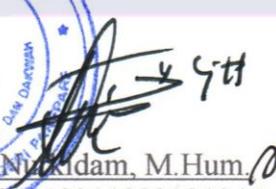
NIP : 1977061662009122001

Pembimbing Pendamping : Nahrul Hayat, M.I. Kom (.....) 

NIP : 199011130201801001

Mengetahui:



Dr. A. Akidam, M.Hum. 
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Di Metro TV

Nama Mahasiswa : Erni

Nomor Induk Mahasiswa : 18.3600.016
Fakultas : Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

Program Studi : Jurnalistik Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah No B-2584/In. 39.7/PP.00.9/12/2021

Tanggal Kelulusan : 14 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Nurhakki, S. Sos., M.Si. (Ketua) (.....)

Nahrul Hayat, M.I.Kom (Sekretaris) (.....)

Dr. Muhammad Jufri, M.Ag. (Anggota) (.....)

Dr. Nurhikmah, S.Sos.I., M.Sos. (Anggota) (.....)

Mengetahui:



Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

Dr. A. Mukidam, M.Hum
NIP. 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يُضِلِّ اللَّهُ فَلَا هَادِيَ لَهُ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ، أَمَّا بَعْدُ؛

Segala puji bagi Allah swt. kita memuji-Nya dan meminta pertolongan, pengampunan, dan petunjuk-Nya. Kita berlindung kepada Allah swt. dari kejahatan diri kita dan keburukan amal kita. Aku bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah swt. dan bahwa Muhammad saw. adalah hamba dan Rasul-Nya.

Berkat karunia Allah swt. dan semangat serta keuletan di dalam menyelesaikan penulisan. Penulis memiliki kekurangan disertai segala macam keterbatasan, namun di luar dari pada itu, penulispun dapat menyusun skripsi ini. Tulisan ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Jurnalistik Islam (IAIN) Parepare. Peneliti berterima kasih kepada keluarga terutama kedua orang tua yang senantiasa memberikan motivasi dan tiada henti untuk memajukan doanya. Berkat beliau, peneliti dapat menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis selama ini telah banyak menerima bimbingan dan bantuan serta arahan dari bapak Nurhakki, S.sos, M. Si., selaku dosen pembimbing utama bapak Nahrul Hayat, M.I. Kom., selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan dan arahan secara maksimal kepada penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Selanjutnya penulis mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Hannani, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras dalam mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Dr. A. Nurkidam, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa di IAIN Parepare.
3. Nahrul Hayat, M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Islam, atas pengabdianya telah memberi dorongan kepada mahasiswa binaannya agar memiliki motivasi belajar.
4. Dr. H. Muhammad Saleh, M.Ag., selaku dosen penasehat akademik yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Seluruh dosen program studi Jurnalistik Islam yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
7. Para sahabat terbaik. terima kasih atas bantuannya selama proses perkuliahan di IAIN Parepare.
8. Para teman perjuangan di Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah. Terima kasih atas segala bantuan selama berada di IAIN Parepare.
9. Teman-teman seperjuangan di Prodi Jurnalistik Islam yang telah memberikan motivasi dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Begitu pula peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak disebutkan di atas yang telah memberikan motivasi dan masukan, Semoga

Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah sehingga rahmat dan berkah-Nya selalu tercurahkan kepada mereka semua.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 12 Januari 2023
12 Rajab 1444 H

Penulis,



Erni
18.3600.016



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Mahasiswa : Erni
NIM : 18.3600.016
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab Dan Dakwah
Judul Skripsi : Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo Dalam
Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Di Metro Tv

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 12 Januari 2023
12 Rajab 1444 H

Penulis,



PAREPARE Erni
18.3600.016

ABSTRAK

Erni. *Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Di Metro Tv.* (dibimbing oleh Nurhakki dan Nahrul Hayat).

Penelitian ini menganalisis komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di Metro TV. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv dan untuk mendeskripsikan jenis retorika komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif wacana. Penelitian kualitatif menggunakan kajian analisis deskriptif naratif yaitu menggambarkan karakteristik individu, situasi, atau kelompok tertentu, dengan data yang diperoleh melalui observasi dan dokumentasi. Analisis data mencakup banyaknya pengamatan yaitu mengkategorikan data, mengatur data, menjumlahkan data.

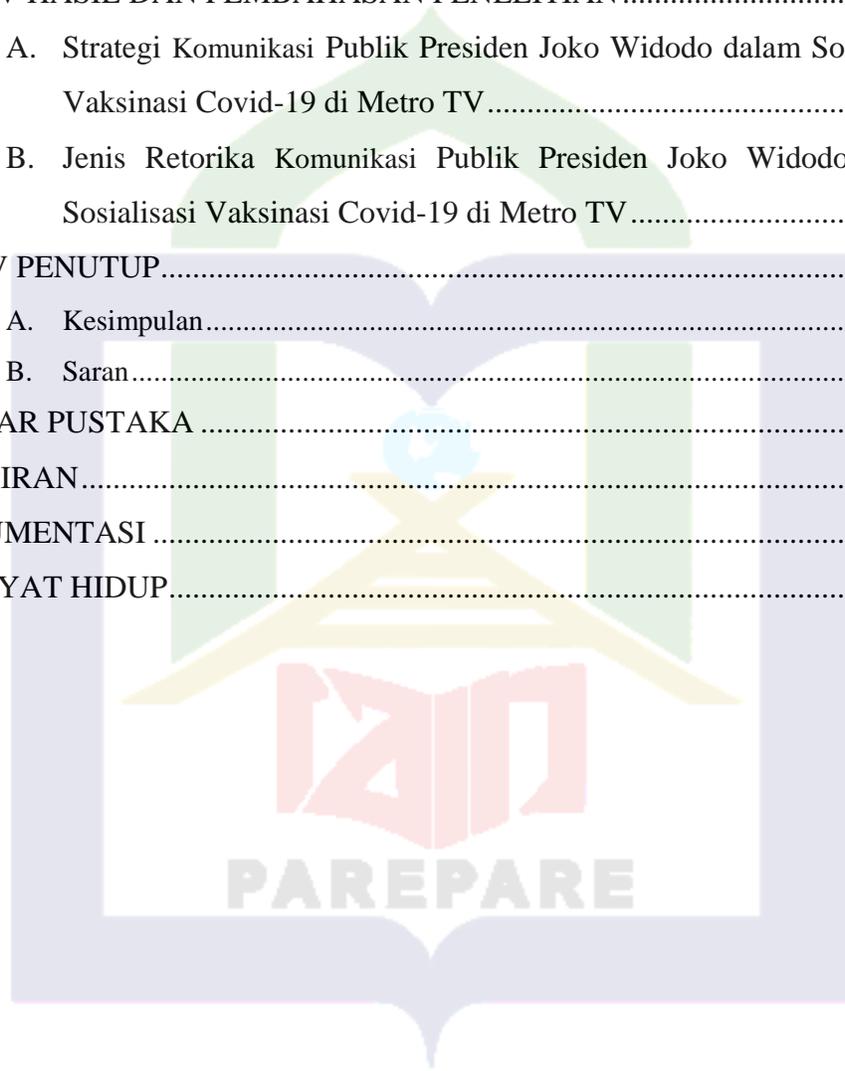
Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik presiden Joko Widodo berdasarkan 2 jenis retorika komunikasi publik yakni retorika demonstratif dan deliberatif sebagai upaya yang digunakan untuk mengetahui informasi, penyusunan, gaya dan penguatan. Retorika dalam komunikasi publik Jokowi guna memberikan penerangan, keyakinan dan menggerakkan atau mengarahkan mereka untuk bertindak melaksanakan ide atau pesan yang telah dikomunikasikan.

Kata Kunci : *Komunikasi Publik; Retorika; Sosialisasi Vaksinasi.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Penelitian Relevan	5
B. Tinjauan Teoritis	8
1. Pengertian Dan Fungsi Retorika	8
2. Tujuan Retorika	13
3. Jenis Retorika.....	13
C. Tinjauan Konseptual	15
D. Kerangka Pikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Fokus Penelitian	25

D. Jenis dan Sumber Data	26
E. Teknik Pengumpulan Data dan pengolahan Data	27
F. Uji Keabsahan Data	27
G. Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	29
A. Strategi Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 di Metro TV	29
B. Jenis Retorika Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 di Metro TV	54
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	III
DOKUMENTASI	IV
RIWAYAT HIDUP.....	V



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Jenis Retorika Persuasif	55



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka pikir	24
4.1	Jokowi melakukan vaksinasi Covid-19 perdana	30



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Dokumentasi	IV
2	Biografi Penulis	VI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Vaksinasi covid-19 merupakan upaya pemerintah Indonesia dalam menangani masalah covid-19. Vaksinasi covid-19 bertujuan untuk menciptakan kekebalan kelompok (*herd immunity*) agar masyarakat menjadi lebih produktif dalam menjalankan aktivitas kesehariannya.¹

Vaksin covid-19 dapat mendorong terbentuknya kekebalan kelompok (*Herd Immunity*) dalam menghadapi covid-19. Menurut data *Cleveland Clinic*, diperlukan 50-80 persen populasi agar tercapai kekebalan kelompok. Indonesia sendiri ditargetkan sebanyak 182 juta jiwa atau 70% yang divaksinasi covid-19 agar tercipta kekebalan kelompok.

Di Indonesia, program vaksinasi covid-19 mulai dilakukan pada 13 Januari 2021 yang diawali penyuntikan terhadap Presiden Joko Widodo. Terdapat 10 jenis vaksin Covid-19 yang diterapkan di Indonesia, yakni: *Sinovac*, *Astrazeneca*, *Sinopharm*, *Moderna*, *Novavax*, *Pfizer*, *Sputnik-V*, *Janssen*, *Convidencia*, dan *Zifivax*.

Pengadaan program vaksinasi tersebut tentu harus disertakan pertimbangan yang matang meliputi seluruh aspek, mulai dari layak atau tidaknya vaksin untuk digunakan, efek pasca vaksinasi, hingga prosedur dan tahapan dari vaksinasi sampai nantinya diberikan langsung ke masyarakat. Seluruh aspek tersebut haruslah dipertimbangkan dengan seksama sehingga program vaksinasi covid-19 yang sudah direncanakan dapat berjalan dengan lancar dan hal-hal yang merugikan dapat dihindari. Rencana pengadaan program vaksinasi tersebut juga harus

¹Eunice Margarini, *Masyarakat Indonesia Sambut Baik Vaksinasi Covid-19*, Kementerian Kesehatan, (2021).

memperhitungkan beragam masukan yang ada, yakni dengan meninjau atensi serta spekulasi dari seluruh lapisan masyarakat mengenai program vaksinasi Covid-19.

Pemerintah Indonesia juga mendapat banyak kritik atas penanganan covid-19, dan itu belangsung hingga ke tahap pembelian covid-19 ini. Mengapa? Sebab, kebijakan yang diambil ini terkesan tergesa-gesa tanpa disertai dengan pembuktian yang *empiris* akan kekhasiatan lanjutan vaksin. Terkesan pula bahwa ada niatan mencari keuntungan ekonomis dengan memaksakan penggunaan produk ini menggunakan tangan kekuasaan dan kepentingan negara. Benarkah demikian? Mari kita telaah sedikit untuk melihat bagaimana pemerintah memandang fenomena ini. Sehingga, tidak sekedar menganggap sepele persoalan kedalam suatu perdebatan yakin atau ragu; mau atau tidak; atau (dalam kaca mata pemerintah) butuh *effort* sosialisasi yang lebih intens.

Pada awal diterapkannya program vaksinasi, yakni Januari 2021, vaksin diberitakan oleh media online dengan judul-judul yang sensasional seperti, “Nambah Lagi, 29 Warga Meninggal Usai Disuntik Vaksin Corona,” “Warning Efek Samping Vaksin Corona dari Norwegia,” hingga “Sehari Setelah Disuntik Vaksin COVID-19, Seorang Dokter Ditemukan Tewas”. Ditinjau berdasarkan teori agenda media, pemberitaan yang disampaikan oleh media dapat berimplikasi pada keputusan masyarakat untuk divaksinasi.

Metro Tv sebagai media digital terkemuka dalam memberitakan isu vaksinasi covid-19 di Indonesia. Dalam mengunggah berita, kecepatan sebagai media digital tak diragukan lagi, hal ini terlihat dari keduanya yang masuk ke dalam daftar situs teratas menurut alexa.com. Oleh karna itu, penulis memilih media tersebut untuk melihat isi pemberitaan yang diproduksi dan menganalisisnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis menilai bahwa penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui apakah data awal yang didapatkan sebanding dengan data yang didapatkan pada komunikasi publik presiden Joko Widodo , oleh karna itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Publik Presiden Jokowi Dodo Dalam Sosialisasi Vaksinasi Di Metro Tv”**

B. Rumusan Masalah

Untuk menghindari pembahasan secara meluas yang keluar dari pokok masalah yang ada, maka peneliti memberi batasan pembahasan. Oleh karena itu peneliti membatasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv?
2. Bagaimana jenis retorika komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv.
2. Untuk mendeskripsikan jenis retorika komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv.

D. Kegunaan Penelitian

Sebagai suatu kajian keilmuan, penelitian ini tentu memiliki manfaat. Ada pun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis sebagai riset komunikasi, tentunya penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemutakhiran keilmuan melalui upaya mengkaji,

menerapkan, menguji, menjelaskan atau membentuk teori-teori, konsep maupun hipotesis-hipotesis tertentu.

2. Secara praktis yaitu Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumsi praktisi komunikasi, baik di bidang jurnalistik, hubungan masyarakat (*publicrelation*), periklanan (*advertising*), serta khalayak umum.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan peneliti terdahulu dipandang perlu suatu kajian terhadap penelitian sebelumnya, dengan tujuan untuk menghindari plagiasi penelitian yang berkaitan dengan topik yang dibahas nantinya antara lain :

1. Ridho Falah Adli (2016) dengan judul “Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar”, yang dipublikasikan Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2016. Masalah penelitian yang dikaji pada skripsi ini ialah bagaimana strategi yang dilakukan oleh MUI dalam mensosialisasikan fatwa sesat dan menyesatkan ormas gafatar kepada masyarakat, serta mencari faktor pendukung, penghambat serta solusi MUI dalam mensosialisasikannya. Teori yang digunakan yakni teori Hafiend Cangara tentang strategi komunikasi. Adapun metode yang digunakan memakai metode penelitian deskripsif kualitatif. Hasil penelitian tersebut menampilkan bahwa MUI yang diwakilkan oleh Komisi Dakwah dan Pengembangan Masyarakat melakukan berdasarkan lima tahapan dalam mensosialisasikan fatwanya sesuai dengan tahapan strategi komunikasi.² Perbedaan Penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya membahas tentang Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar sedangkan

² Ridho Falah Adli, *Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar*, (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016).

yang akan di teliti oleh peneliti yaitu Komunikasi Publik Presiden Joko Wdodo Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 di metro Tv.

2. Alif Jumai Rajab bersama Muhammad Saddam Nurdin dan Hayatullah Mubarak (2020) dengan jurnal ilmiah yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Pada Edaran Pemerintah dan MUI dalam Menyikapi Wabah Covid-19”. Kajian penelitian ini diterbitkan oleh Bustanul Fuqaha, adapun masalah yang dikaji tentang penanggulangan wabah Covid-19 dari pemerintah dan MUI yang sesuai dengan syariat Islam. Edaran dari pemerintah yang dimaksud dalam pembahasan penelitian ini terkait dengan sistem *lockdown* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau *social distancing*, sedangkan edaran dari MUI yang meniadakan salat berjamaah dan salat jum’at di masjid. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kajian literatur kepustakaan dengan pendekatan normatif serta didukung dengan pendekatan histori, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa edaran yang berupa aturan yang diberlakukan oleh pemerintah dan MUI dalam menangani wabah Covid-19 sama sekali tidak menyalahi syariat Islam.³ Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya membahas tentang tinjauan hukum islam tentang edaran MUI dalam menyikapi waba covid-19 sedangkan penelitian ini membahas tentang komunikasi publik presiden Jokowi Dodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas tentang pemerintahan.

³ Alif Jumai Rajab, Muhamad Saddam Nurdin, Hayatullah Mubarak, *Tinjauan Hukum Islam Pada Edaran Pemerintah dan MUI Dalam Menyikapi Wabah Covid-19*, Sekolah Tinggi Ilmu Islam Dan Bahasa Arab (STIBA) Makasar, Bustanul Fuqaha: Jurnal Bidang Hukum Islam, Vol.1, No.2 Special Issue: Islamic Law Perspective On Covid-19, (2020).

3. Hestiana.(2020) dengan judul“Strategi Komunikasi Humas Pemkot Dalam Upaya Menanggulangi Kasus Virus Corona (Covid-19)Di Kota Surakarta Pada Periode Maret 20 Juni 2020”. Humas Pemkot Surakarta dalam menjalankan tugas kehumasan sebagai fungsi komunikasi pimpinan juga terlibat dalam upaya penanggulangan Covid-19 di Kota Surakarta. Melalui perencanaan, pelaksanaan seperti pemilihan komunikator, pengelolaan pesan, pelaksanaan penggunaan dan kegiatan media baik media konvensional maupun media online, serta kegiatan konferensi pers, dan komunikasi baik publik internal yakni pegawai yang bekerja di balaikota serta publik eksternal yakni seluruh masyarakat yang tinggal di wilayah kota Surakarta. Selain itu ada kegiatan evaluasi dimana Humas Pemkot Surakarta mengevaluasi kinerja yang telah dilakukan khususnya dalam melakukan komunikasi. Humas Pemkot Surakarta berusaha untuk mengkaji ulang apakah strategi yang dilakukan dalam upaya penanggulangan Covid-19 di Kota Surakarta melalui komunikasi sudah sesuai dan berdampak pada aktivitas masyarakat.⁴ Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya membahas tentang strategi komunikasi humas dalam upaya menanggulangi virus corona dan berfokus pada strategi, sedangkan yang akan diteliti oleh peneliti yaitu analisis komunikasi publik presiden Jokowi Dodo dalam sosialisasi vaksinasi. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang vaksinasi covid-19.

Ketiga kajian penelitian terdahulu atau sebelumnya mempunyai persamaan serta perbedaan terhadap penelitian yang dilakukan. Perbedaan dan persamaan dapat

⁴ Hestina, *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Dalam Upaya Menanggulangi Kasus Virus Corona (Covid-19) Di Kota Surakarta Pada Periode Maret 20 Juni 2020*, IAIN Surakarta. 2020.

dilihat pada masalah penelitian yang dikaji serta metode yang digunakan dan pendekatan ataupun teori yang dipakai pada bagian skripsi ini.

Peneliti hingga sampai saat ini belum menemukan penelitian yang sama dengan permasalahan dalam penelitian yang di kaji. Kajian penelitian terdahulu atau sebelumnya digunakan untuk dijadikan bahan referensi sekaligus menjadi ajuan oleh peneliti untuk mencari jawaban atas permasalahan yang akan dikaji. Persamaannya terletak pada tentang komunikasi, sosialisasi dan Vaksinasi Covid-19. Perbedaannya terletak pada fokus permasalahan dimana penulis mengambil bagian dari pola dan media komunikasi dari Metro Tv dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat mengenai Vaksinasi Covid-19, tentu dalam menjalankan hal tersebut penulis menganalisisnya dengan teori fungsional dan struktural komunikasi.

B. Tinjauan Teoritis

1. Pengertian dan Fungsi Retorika

Apabila seseorang ingin menjadi pembicara yang handal, maka ia harus memperhatikan, menguasai dan memahami segala situasi kondisi mitra tuturnya dengan baik. Serta mampu untuk selalu bisa beradaptasi dimanapun dan dalam situasi apapun ketika sedang berbicara. Tentu dalam hal ini, retorika sangatlah penting dan dibutuhkan, karena retorika merupakan seni tutur agar bisa berbicara dengan baik. Retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata *rhetorica* yang berarti kecakapan dalam berpidato. Kata tersebut, terkait dengan kata *rhetor* yang berarti pembicara publik dan terkait dengan kata *rhema* yang berarti perkataan.⁵ Dalam bahasa Inggris, retorika disebut dengan istilah *rhetoric* yang berasal dari

⁵ Zainul Ma'arif, *Retorika, Metode dan Komunikasi Publik*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015) h. 1

bahasa latin yang berarti ilmu bicara. Sedangkan secara istilah munculah bermacam-maca defenisi mengenai retorika.

Retorika menurut Aristoteles adalah suatu ilmu atau seni untuk mengajak orang melakukan pidato yang efektif. Menurutnya, retorika merupakan pidato paling efektif. Sehingga mengandung kebenaran yang dapat disusun secara ilmiah untuk membujuk keyakinan para pendengar kebenaran dari gagasan dalam hal yang dibicarakan. Yang paling mendasari dalam retorika menurut Aristoteles ialah logika (*logos*), emosi (*pathos*), dan etika atau kredibilitas (*ethos*).

Logos harus didasarkan pada argumen dan bukti rasional, sesuai wacana yang akan disampaikan dalam sebuah pesan. Logos adalah kumpulan bukti logis yang digunakan pembicara. Bagi Aristoteles, logos mencakup penerapan beberapa praktik, termasuk penggunaan klaim logis serta bahasa yang jelas.⁶

Pathos berkaitan dengan emosi yang dimunculkan dari para pendengar. Pathos memunculkan bukti emosional yang mampu menggugah naluri serta batin pendengar, sehingga mereka mampu merasakan apa yang dibicarakan sumber (pembicara).⁷

Ethos adalah kekuatan yang dimiliki komunikator (pembicara) dari karakter pribadinya, sehingga ucapannya dapat dipercaya. Pathos adalah kekuatan yang dimiliki seorang komunikator dalam mengendalikan emosi pendengarnya (penerima pesan), sedangkan logos adalah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya.

⁶ Imam Mahmud, *Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika*, Jurnal Komunikasi Vol 1, 2021.

⁷ Imam Mahmud, *Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika*, Jurnal Komunikasi Vol 1, 2021.

Kesimpulannya, ethos, logos, dan pathos berarti pembicara tidak hanya harus kredibel, namun juga perlu mengungkapkan berbagai fakta logis dengan didukung penyampaian pesan yang mampu merangsang emosi pendengarnya.

Untuk mengetahui bagaimana orang-orang seharusnya berretorika yang baik tdpapat dilihat didalam QS. Ar-Rahman/55:1-4

الرَّحْمٰنُ ۱ عَلَّمَ الْقُرْءَانَ ۲ خَلَقَ الْاِنْسَانَ ۳ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۴

Terjemahnya:

“(Allah) Yang Maha Pengasih, Yang telah mengajarkan Al-Qur’an. Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara”.⁸

Menurut George Campbell dalam bukunya Jalaludin Rakhmat yang berjudul “Retorika Modern Pendekatan Praktis” menyebutkan bahwa retorika adalah tata bahasa yang harus diarahkan kepada upaya mencerahkan pemahaman, menyenangkan imajinasi, menggerakkan perasaan dan mempengaruhi kemauan.⁹

Menurut Roger Bacon retorika adalah menggunakan rasio dan imajinasi untuk menggerakkan kemauan secara lebih baik. Maka, berdasarkan pada beberapa defenisi tersebut dapat disimpulkan mengenai pengertian retorika. Bahwa retorika adalah teknik untuk dapat berbicara didepan umum, yang bertujuan untuk membujuk dan mempersuasi *audience* dengan memanfaatkan data yang berdasarkan pada aspek psikologis dan sosiologi dari komunikan yang hendak atau akan dipengaruhi. Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa dan ilmu komunikasi, sehingga retorika memiliki fungsinya tersendiri.

⁸ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Caringin, 2016), h.531

⁹ Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung ; Rosdakarya, Oktober 2012), h. 12

Retorika adalah alat untuk menyelesaikan suatu kasus menggunakan teknik berbicara. Jika ada suatu kasus yang dipermasalahkan, maka kasus ini bisa diselesaikan menggunakan kecakapan dalam teknik bertutur kata, selama perkataan atau gagasan tersebut berdasarkan kaidah retorika milik kaum sofis. Prinsip retorika yang dimiliki oleh kaum sofis adalah : (1) seorang pembicara harus pandai mengolah argumen, (2) pembicara harus fasih dalam berbahasa, (3) Pembicara harus memanfaatkan emosi audiens sebaik mungkin, dan (4) membuat permasalahan menjadi sederhana dan memperkecil timbulnya peluang yang merugikan sehingga berdampak pada kegagalan dari retorika tersebut

Fungsi retorika adalah untuk membimbing komunikator dalam mengambil sebuah keputusan yang tepat, dengan memahami masalah mental orang yang akan dihadapi, bisa menemukan sebuah solusi dalam permasalahan serta dapat membela kebenaran dengan alasan yang dapat diterima oleh akal. Selain itu, fungsi lain dari retorika juga adalah mengajarkan kepada komunikator dalam memilih argumentasi yang tepat. Menurut Aristoteles, argumentasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yang meliputi jenis argumentasi artistik dan jenis argumentasi non artistik. Jenis argumentasi artistik adalah jenis argumentasi pokok pada persoalan yang ditampilkan, sedangkan jenis argumentasi non artistik adalah data-data yang berdasarkan pada fakta. Baik secara langsung, maupun secara tidak langsung.

Setelah memahami dari pengertian, fungsi dan unsur-unsur retorika diatas. Retorika memiliki cakupan yang lebih luas, ada yang menekankan pada kalangan aspek-aspek tertentu dari retorika, sehingga retorika melahirkan beberapa aliran yang terdiri dari :

a. *Epstemologis*

Aliran *epstemologis*, yaitu aliran yang menitik beratkan pada *speech* pengaruh pesan yang disampaikan sehingga dikenal dengan sebutan aliran epistemologis. Bagaimana isi, narasi dan sistematika materi mempengaruhi serta diserap dan diolah dalam kognisi dan perasaan atau emosi khalayak. Aliran ini kemudian dikembangkan oleh kelompok psikologi, bahwa salah satu kekuatan dalam retorika adalah kemampuan untuk mempengaruhi atau persuasi. Termasuk didalamnya juga mempengaruhi emosi juga imajinasi. Kelompok yang menitik beratkan pada aspek ini cenderung memberikan porsi besar pada kemampuan mengolah emosi dan imajinasi dengan memperhatikan aspek psikologi pesan dan psikologi publik dalam pemenuhan kebutuhan pesan (Informasi, Pengetahuan).

b. *Elucasionis*

Aliran *elucasionis*, sementara kalangan yang menitik beratkan pada teknik penyampaian dikenal dengan kelompok aliran elucasionis. Gaya atau teknik penyampaian seseorang orator yang menarik perhatian pendengar atau khalayak tersusun dari beberapa struktur susunan penyampaian serta gaya bahasa, intonasi suara juga gesture dan mimik wajah.

c. *Belles Leteres*

Keindahan aliran ini adalah kelompok yang menitik beratkan pada aspek keindahan bahasa. Dikenal dengan aliran belles letteres keindahan bahasa bukan hanya pada bahasa lisan, akan tetapi terlebih khusus dalam bahasa tulisan yang meliputi komposisi. Sebagai sebuah ilmu, yang mengajarkan dan

melatih kecerdasan berbicara di depan khalayak, retorika menerapkan beberapa prinsip.

2. Tujuan Retorika

- a. *To Inform*, yaitu memberikan penerangan dan pengertian guna memberikan penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.
- b. *To Convince*, yaitu meyakinkan terkait argumen yang disampaikan agar mau mengikuti dan merubah pandangannya.
- c. *To Inspire* yaitu menimbulkan inspirasi dengan teknik dan sistem penyampaian yang baik.
- d. *To Intertain*, yaitu untuk menggembirakan, menghibur dan menyenangkan, dan memuaskan.
- e. *To Ectuate*, yaitu menggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak menetralsir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator dihadapan.

3. Jenis Retorika

a. Retorika Demonstratif

Retorika Demonstratis adalah wacana yang memuji dan menjatuhkan. Tujuannya adalah untuk memperkuat sifat baik dan sifat buruk seseorang, suatu lembaga, atau gagasan. Kampanye politik penuh dengan retorika demonstratif seperti satu pihak menantang kualifikasi pihak lain bagi jabatan di dalam pemerintahan. Dukungan editorial oleh surat kabar, majalah, televisi, dan radio juga mengikuti garis demonstratif, memperkuat sifat-sifat positif kandidat yang didukung dan sifat-sifat negatif lawannya.

b. Retorika Deliberatif

Retorika Deliberatif dirancang untuk mempengaruhi orang-orang dalam masalah kebijakan pemerintah dengan menggambarkan keuntungan dan kerugian relatif dari cara-cara alternatif dalam melakukan segala sesuatu. Fokusnya ialah pada apa yang akan terjadi di masa depan jika di tentukan kebijakan tertentu. Jadi, ia menciptakan dan memodifikasi pengharapan atas hal-hal yang akan datang. Di dalam seluruh tahap politik kita melihat retorika deliberatif. Ketika seorang menteri pertahanan meminta pembiayaan militer yang lebih dasar untuk menghindari ancaman dari kekuatan asing, menteri keuangan meminta kenaikan pajak untuk “meredam api inflasi”, walikota kota-kota besar meminta bantuan pemerintah federal untuk mencegah kebangkrutan finansial di daerah-daerah metropolitan, dan sebagainya.

c. Retorika Forensik

Retorika Forensik berfokus pada apa yang terjadi pada masa lalu untuk menunjukkan bersalah atau tidak bersalah, pertanggungjawaban, atau hukuman dan ganjaran. Setting-nya yang biasanya adalah ruang pengadilan, tetapi terjadinya di tempat lain. Pemeriksaan pada musim panas tahun 1974 di depan komite Yuridis dari parlemen mengenai kemungkinan didakwa Presiden Richard Nixon memberi peluang bagi wacana forensik, persis seperti semua acara di depan badan pengaturan pemerintah, pemeriksaan Komisi pengaturan Nuklir untuk mengizinkan pembangunan fasilitas nuklir, pemeriksaan Dewan Hubungan Perburuhan Nasional mengenai perselisihan buruh manajemen dan sebagainya.

C. Tinjauan Konseptual

1. Komunikasi

Dari segi etimologi istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “*communication*” yang berasal dari kata *communis* yang mempunyai arti sama makna sama rasa mengenai suatu hal. Sedangkan secara terminologis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Adapun dalam pengertian paradigmatis, komunikasi memiliki tujuan tertentu, yang dilakukan secara lisan, tatap muka atau menggunakan media, baik media massa meliputi surat kabar, radio, televisi atau film, ataupun media non massa seperti surat, telepon, papan pengumuman, poster dan lain sebagainya.¹⁰

Harold Lasswell yang merupakan salah satu di antara pakar komunikasi menyebutkan *communication is who say what in which channel to whom with what effect*. Sehingga dapat diartikan komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.¹¹

Komunikasi secara sederhana bisa didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaannya komunikasi terjadi secara primer atau langsung maupun secara sekunder atau tidak langsung. Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni panduan pengalaman dan pengertian yang pernah diterima oleh komunikan.¹²

Untuk mengetahui bagaimana orang-orang seharusnya berkomunikasi secara benar. Sebagaimana yang terdapat didalam QS. An-nissa/4:5

¹⁰ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), h.47.

¹¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h.10

¹² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.4.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ۝

Terjemahnya:

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar”.¹³

a. Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi mempunyai unsur-unsur atau komponen dalam proses berlangsungnya komunikasi, berikut adalah unsur atau komponen komunikasi:

- 1) Komunikator, Komunikator disebut sebagai pengirim pesan, yakni yang memulai proses komunikasi. Dalam mengirim pesan komunikator tentu mempunyai motif dan tujuan, beberapa istilah disebut sebagai komunikator seperti pengirim, sumber, dan encoder. Komunikator bisa terdiri dari satu orang atau lebih bahkan massa (sekumpulan orang). Dalam komunikasi massa surat kabar atau pers adalah komunikatornya.¹⁴
- 2) Pesan, Pesan adalah informasi yang berisikan hal penting maupun sesuatu hal yang disampaikan oleh komunikator. Bentuk pesan terbagi menjadi dua, yakni pesan verbal (berupa lisan atau tulisan) dan pesan yang sifatnya non-verbal. Secara ringkasnya komunikasi nonverbal berupa lambang-lambang seperti gerakan tangan, warna, ekspresi wajah, dan lainnya selain dengan bahasa lisan dan tulisan.
- 3) Saluran dan Media, Media dalam komunikasi juga dapat disebut sebagai saluran, atau penghubung tersampainya pesan dari komunikator kepada

¹³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Cv Penerbit Ceringin, 2016), h. 77

¹⁴ Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jogjakarta: AR-RUZZ Media, 2016), h.59.

penerima pesan. Namun disampaikan bahwa saluran komunikasi lebih identik dengan proses berjalannya pesan, sedangkan media lebih kepada alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Sehingga saluran komunikasi lebih umum daripada media komunikasi.¹⁵

- 4) Komunikasikan, Komunikasikan merupakan sebutan bagi penerima pesan dari komunikator dalam komunikasi. Sebagaimana komunikator, komunikasikan juga dapat terdiri dari satu orang atau lebih ataupun banyak orang seperti kelompok kecil, kelompok besar, organisasi dan massa.
- 5) Efek, Efek atau pengaruh merupakan hasil akhir dari proses komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku dari komunikasikan yang menjadi sasaran komunikasi, sesuai atau tidak dengan yang dilakukannya. Apabila sikap dan tingkah lakunya sesuai yang diharapkan berarti komunikasi berhasil, namun bila sebaliknya maka komunikasi dapat dianggap belum berhasil.
- 6) *Feedback*, Umpan balik atau yang fasih dengan bahasa Inggris disebut *feedback* adalah tanggapan yang diberikan oleh komunikasikan terhadap komunikator pada pelaksanaan komunikasi. Dengan mengetahui umpan balik (*feedback*) yang terlihat atau yang dikirimkan oleh komunikasikan, komunikator dapat mengetahui tujuan dari pesan yang disampaikan itu tersampaikan atau tidak, *feedback* tersebut dapat berupa respons (tanggapan) yang positif atau negatif.

b. Bentuk Bentuk Komunikasi

Komunikasi tidak terjadi atau berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks (situasi tertentu). Konteks di sini memiliki arti luas yakni

¹⁵ Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.134.

semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, terdiri dari: aspek fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan; aspek psikologi seperti: sikap, kecenderungan, prasangka, dan emosi para peserta komunikasi; aspek sosial: norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya; dan aspek waktu seperti: kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam). Adapun indikator paling umum mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatnya ialah jumlah peserta yang terlibat. Untuk itu berikut bentuk-bentuk komunikasi diantaranya:¹⁶

- 1) Komunikasi intrapribadi atau *intrapersonal communication* ialah komunikasi yang terjadi pada diri sendiri. Komunikasi intrapribadi dapat disebut juga dengan komunikasi intrapersonal, dalam komunikasi ini melibatkan internal secara aktif dari individu dalam simbolis dari pesan-pesan yang diproduksi melalui proses pemikiran internal individu.
- 2) Komunikasi antarpribadi atau *interpersonal communication* merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap peserta komunikasi menanggapi reaksi orang lain secara langsung, dilakukan secara verbal ataupun non-verbal.¹⁷ Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi diadik atau *dyadic communication* yang melibatkan hanya dua orang seperti komunikasi suami-isteri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru dan murid, dan sebagainya.

¹⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h.77.

¹⁷ Edi Harapan, Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), h.56-57.

- 3) Komunikasi publik atau *public communication* merupakan aktivitas komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi tersebut bisa berupa pidato, ceramah, atau kuliah, tablig akbar misalnya dari pendakwah seperti K.H Zainuddin MZ dan Aa Gym adalah contoh komunikasi publik yang nyata terjadi.
- 4) Komunikasi Organisasi adalah suatu kesatuan ataupun perkumpulan yang terdiri atas orang maupun bagian yang di dalamnya terdapat aktivitas kerja sama berdasarkan pola dan aturan untuk mencapai tujuan bersama.
- 5) Komunikasi Massa atau *mass communication* merupakan komunikasi yang aktivitas komunikasinya menggunakan media massa. Komunikasi Massa ialah bentuk komunikasi yang merupakan penggunaan media (saluran) dalam menghubungkan komunikator dengan komunikan secara massal. Berjumlah banyak. Bertempat tinggal yang jauh, sangat heterogen dan menimbulkan efek-efek tertentu.¹⁸ Jadi itulah bentuk-bentuk dari komunikasi yang perlu diketahui.

2. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media. Pengertian lain mengatakan bahwa komunikasi publik merupakan suatu komunikasi yang dilakukan di depan banyak orang. Dalam komunikasi publik pesan yang disampaikan dapat berupa suatu informasi, ajakan, gagasan. Sarananya, bisa media massa, bisa pula melalui orasi pada rapat umum atau aksi demonstrasi, blog,

¹⁸ Alo Liliweri, *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat* (Bandung: PT Citra Adtya Bakti, 1991), h.36.

situs jejaring sosial, kolom komentar di website/blog, e-mail, milis, SMS, surat, surat pembaca, reklame, spanduk, atau apa pun yang bisa menjangkau publik. Yang pasti, Komunikasi Publik memerlukan keterampilan komunikasi lisan dan tulisan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan efisien. Komunikasi publik sering juga disebut dengan komunikasi massa. Namun, komunikasi publik memiliki makna yang lebih luas dibanding dengan komunikasi massa.¹⁹

a. Penyampaian Komunikasi Publik

Persiapan komunikasi publik yang baik hendaklah diikuti dengan cara penyampaian yang baik sehingga memungkinkan komunikasi itu efektif. Kualitas penyampaian komunikasi publik ditentukan oleh pesan yang sengaja dimaksudkan dan juga oleh pesan yang tidak sengaja disampaikan. Pembicara bertanggung jawab memberikan presentasi yang berharga dalam arena itu bertanggung jawab untuk menyampaikan seefektif mungkin. Untuk menyampaikan persentasi lisan dengan baik perlu diperhatikan beberapa hal seperti berikut:

- 1) Kontak mata adalah teknik komunikasi nonverbal yang sangat membantu si pembicara dalam menjelaskan idenya kepada pendengar. Di samping mempunyai kekuasaan yang membujuk, kontak mata juga membantu untuk menjaga perhatian pendengar. Seorang pembicara yang berhasil harus menjaga kontak mata dengan pendengarnya. Untuk mendapatkan hubungan dengan pendengar si pembicara harus menjaga kontak mata langsung dengan pendengar kira-kira 75% dari waktu persentasinya. Kontak mata dengan pendengar membantu si pembicara mengetahui dan memonitor pendengar dan merupakan balikan bagi si pembicara mengenai pesan yang disampaikan

¹⁹ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Bumu Aksara, 2008) h. 7.

- 2) Kecepatan berbicara, nada dan irama suara, serta penekanan pada kata-kata tertentu perlu diperhatikan dalam komunikasi publik. Komunikasi publik yang disampaikan dengan suara yang jelas dan enak didengar dapat memukau pendengar.
- 3) Ketepatan. Seringkali suatu komunikasi publik disampaikan dalam situasi informal atau dalam suasana pendengar rileks, maka penyampaian komunikasi publik hendaknya disesuaikan dengan situasi tersebut. Begitu juga sebaliknya, bila kondisi formal maka cara penyampaian komunikasi publik juga bersifat formal. Di samping mempertimbangkan kondisi dan topik pembicaraan, juga dipertimbangkan apa yang diharapkan si pendengar untuk didengar.
- 4) Kunci strategi yang terbaik adalah perencanaan. Oleh karena itu sebelum penyampaian komunikasi publik, si pembicara terlebih dahulu telah membuat perencanaan yang matang. Pilihan topik pembicaraan yang cocok untuk diberikan pada pendengar dengan berdasarkan analisis pendengar. Persiapkan materi yang diperlukan dan rencanakan bagaimana strategi penyampaian yang cocok dengan pendengar.

3. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan suatu hal yang mendasar bagi perkembangan manusia. Dengan berinteraksi dengan orang lain, seorang individu belajar bagaimana berpikir, mempertimbangkan dengan nalar, dan berperasaan, yang hasil akhirnya adalah

membentuk perilaku kita termasuk pikiran dan emosi sesuai dengan budaya yang berlaku.²⁰

a. Sosialisasi Bentuk Dari Aktivitas Komunikasi

Umumnya sosialisasi bersifat persuasif yakni mengajak target sasaran untuk melakukan suatu perbuatan atau memberikan sebuah pengetahuan, sehingga antara sosialisasi dengan proses komunikasi erat hubungannya. Dalam menginternalisasikan informasi, nilai dan pemahaman diperlukan tranfer informasi dari sumber informasi, dalam aktivitas tersebut biasanya menggunakan media. Media yang digunakan bisa berupa keluarga, kelompok bermain, sekolah, atau lingkungan kerja dan media massa.²¹

Keluarga merupakan ruang pertama yang menjadi agen sosialisasi. Kerena kedekatan keluarga berawal dari manusia baru lahir sampai tumbuh dewasa, sehingga interaksi pertama yang dilakukan dan paling berpengaruh, sehingga interaksi pertama yang dilakukan dan paling berpengaruh adalah melalui keluarga. Lingkungan hunian berpengaruh saat manusia tumbuh besar, mereka akan berinteraksi dengan lingkungan di sekitar tempat tinggalnya.

Kemudian agama, penanaman paham agama menuntun seseorang individu agar lebih beriman. Agama atau cara-cara keagamaan bisa menjadi ruang yang tepat untuk mensosialisasikan informasi kepada para umat pemeluk agama tersebut. Selanjutnya fase pertumbuhan bermula dari masa anak, remaja dan dewasa. Selama fase ini akan bersosialisasi dengan orang-orang di lingkungan sekolah, kelompok

²⁰ Syarifah Zahrina Firda, *Strategi Komunikasi MUI Dalam Mensosialisasikan Fatwa Pedoman Bermuamalah di Media Sosial*, (S1, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2018), h.39.

²¹ Dwi Narwoko, Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar* (Jakarta: Prenada Media, 2005), h.56.

sebaya, dan tempat kerja. Terakhir sebuah informasi bisa disosialisasikan melalui media massa, karena persebaran media massa yang luas dan serentak sangat efektif dalam menyebarkan informasi, media massa meliputi televisi, radio, media cetak dan internet.²²

4. Vaksinasi Covid-19

Vaksin adalah produk biologis yang bersifat antigen berupa *mikro organisme* yang sudah mati atau yang masih hidup yang dilemahkan, masih utuh atau bagiannya, atau berupa toksin mikroorganisme yang telah diolah menjadi toksoid atau protein rekombinan, yang ditambahkan dengan zat lainnya, yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu.²³

Dikutip dari sumber lainnya, vaksin merupakan agen biologis yang memiliki respons imun terhadap antigen spesifik yang berasal dari patogen penyebab penyakit menular. Hadirnya vaksin merupakan sesuatu yang dianggap sebagai satu diantara kemenangan terbesar dalam sejarah kedokteran. Edward Jenner adalah tokoh yang mengembangkan produk vaksin untuk pertama kalinya pada tahun 1796, yakni vaksin cacar sapi untuk memberantas penyakit cacar secara global.

Vaksin Covid-19 adalah vaksin yang diberikan untuk menanggulangi Covid-19. Vaksin Covid-19 merupakan satu diantara langkah pemerintah dalam memberikan kebijakan untuk mengatasi penyebaran Covid-19. Vaksinasi adalah pemberian vaksin yang khusus diberikan dalam rangka meningkatkan kekebalan

²²Ridho Falah Adli, *Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar*, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016), h.30-31.

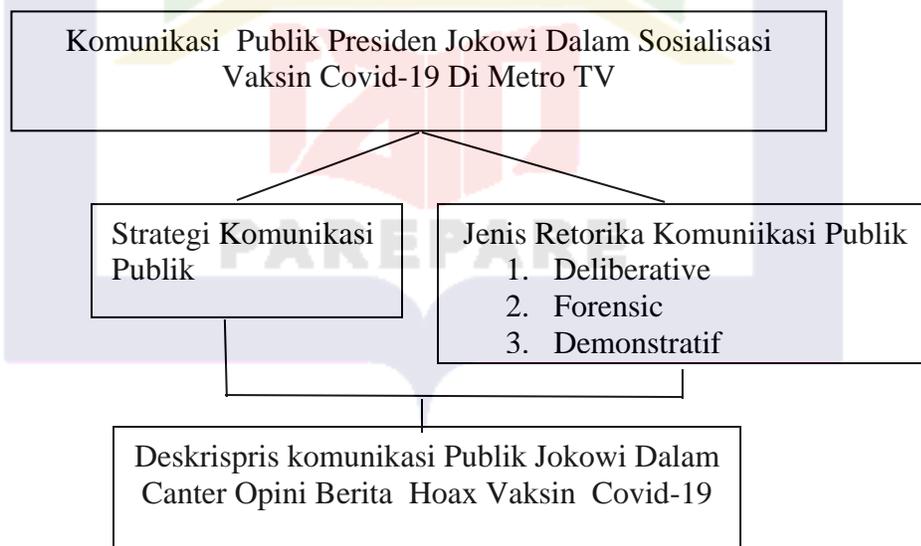
²³Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomer 10 Tahun 2021, *Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*, ditetapkan di Jakarta 24 Februari 2021, h.3.

secara aktif terhadap suatu penyakit, sehingga apabila suatu saat terpapar dengan penyakit tersebut tidak akan sakit atau hanya mengalami sakit ringan dan tidak menjadi sumber penularan.²⁴

Penetapan vaksin Covid-19 pada pelaksanaan vaksinasi Covid19 di Indonesia telah ditetapkan oleh pemerintah secara resmi pada keputusan menteri kesehatan tentang penetapan jenis vaksin. Dalam keputusan tersebut ditetapkan jenis vaksin Corona Virus Disease (Covid-19) adalah yang diproduksi oleh Pt. Bio Farma (persero), *Astrazeneca*, *China National Pharmaceutical Group Corporation*(*Sinopharm*), *Moderna*, *Pfizer Inc. And BioNTech*, dan *Sinovac Biotech Ltd.*, sebagai jenis vaksin Covid-19 yang dapat digunakan untuk pelaksanaan vaksinasi di Indonesia.

D. Kerangka Pikir

Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini yakni:



²⁴ Indah Pitaloka Sari, Sriwidodo, *Perkembangan Teknologi Terkini Dalam Mempercepat Produksi Vaksin Covid-19*, Majalah Farmasetika, Vol.5 No.5, (Agustus, 2020), h.206.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian Komunikasi publik Presiden Joko Widodo Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19, maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif wacana. Penelitian kualitatif menggunakan kajian analisis deskriptif naratif yaitu menggambarkan karakteristik individu, situasi, atau kelompok tertentu.²⁵

Pendekatan kualitatif adalah komunikasi paling populer, dan banyak digunakan dalam ilmu sosial. Pendekatan kualitatif lebih mengutamakan uraian dalam bentuk verbal, atau deskriptif. Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah cara untuk menajikan dunia sosial, dan perspektif di dalam dunia dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.²⁶

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada salah satu media online Metro Tv, yakni You tube Channel Metro Tv dan pemberitaan di media lainnya. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan.

C. Fokus Penelitian

Pada umumnya, penelitian kualitatif tidak diawali dengan sesuatu yang kosong, akan tetapi dapat dilakukan sesuai dengan persepsi seseorang terhadap masalah. Masalah dalam penelitian kualitatif bertumpu pada suatu focus. Sehingga penelitian ini difokuskan pada *Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo Dalam*

²⁵ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian pubik Relation dan Komunikasi*, Edisi I (cet.IV: Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)

²⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.6

Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 di Metro Tv, yaitu Pemberitaan sosialisasi vaksinasi covid-19 pada tahap pertama DiYoutube Channel Metro Tv dan pemberitaan di media lainnya.

D. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan atas data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari tangan pertama di lapangan, artinya sebagai sumber data utama. Sumber data ini dapat berupa responden atau subjek penelitian dari observasi yang dilakukan oleh peneliti. Observasi sendiri merupakan kegiatan mengamati secara langsung tanpa adanya mediator. Adapun observasi yang penulis mengumpulkan data primer berupa berita yang bersumber dari portal media online Metro Tv (Youtube Channel Metro Tv dan Pemberitaan di Media lainnya).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau dengan kata lain sumber sekunder²⁷. Data sekunder bersifat melengkapi data primer, sehingga peneliti dituntut selektif atas data sekunder tersebut agar sesuai dengan tujuan riset yang dilakukan. Selain bersifat melengkapi, data sekunder sangat membantu peneliti apabila data primer sulit diperoleh. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, serta portal media online yang berkaitan dengan informasi vaksinasi Covid-19.

²⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006) h.106.

E. Teknik Pengumpulan Data dan pengolahan Data

1. Observasi

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan pengamatan tidak langsung dengan mendownload video dan file tentang pemberitaan vaksinasi covid-19 pada Youtube Channel Metro Tv Dan Pemberitaan di Media lainnya).

2. Dokumentasi

Metode *documenter* adalah alat pengumpulan datanya disebut form pencatatan dokumen, dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen yang tersedia.

F. Uji Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyangga balik dengan apa yang ditujukan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan seagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kuantitatif.²⁸

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang digunakan benar-benar merupakan penelitian ilmiah. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.²⁹ Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggung

²⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006) h.320.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta 2007), h. 207.

jawabkan sebagai penelitian ilmiah maka perlu melakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan yang dapat digunakan.

1. Credibility

Kreadibilitas data dimaksudkan dengan tujuan untuk membuktikan data yang hasil yang dikumpulkan benar-benar sesuai dengan yang sebenarnya.

2. Dependability

Kreteria keteguhan digunakan untuk menjaga terjadinya sesuatu yang tidak diinginkan dalam mengumpulkan data sehingga data yang didapatkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Cara untuk melihat apakah penelitian dapat dipertanggungjawabkan melalui audit yang independen oleh dosen pembimbing.

G. Analisis Data

Analisis data mencakup banyaknya pengamatan yaitu mengkategorikan data, mengatur data, manipulasi data, menjumlahkan data yang di arahkan untuk memperoleh jawaban dari masalah penelitian.

Untuk kajian penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitaif dengan pendekatan model analisis wacana yang bertujuan untuk meringkas data dalam bentuk yang mudah di pahami dan ditafsirkan, sehingga hubungan antara problem penelitian dapat diuji.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Strategi Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 di Metro TV

Sejak Maret 2020, terjadi lonjakan kasus masyarakat Indonesia yang terpapar virus Covid-19 sehingga membuat pemerintah Indonesia menetapkan berbagai macam kebijakan penanganan pandemi Covid19, salah satunya yaitu kebijakan vaksinasi Covid-19. Kebijakan vaksinasi Covid-19 diambil oleh pemerintah karena dinilai sebagai salah satu solusi yang dapat meningkatkan kekebalan imunitas tubuh masyarakat sehingga menimalisir penyebaran virus Covid-19 dan dapat mengembalikan kondisi perekonomian yang terhambat oleh adanya pandemi Covid-19.

Ketika awal mula disampaikan kepada publik bahwa ada masyarakat yang terpapar virus COVID 19, seketika itu terjadi kegaduhan dimana-mana. Ke-bimbangan dan kecemasan masyarakat berakibat pada pola pikir dan perilaku yang tidak semestinya. Peristiwa ini terjadi di masyarakat salah satunya dalam bentuk perilaku berbelanja yang berlebihan untuk menimbun makanan dan bahan-bahan keperluan lainnya.

Kondisi tersebut kemudian direspon cepat oleh Presiden Joko Widodo (Jokowi) dengan menyampaikan informasi kepada masyarakat. Informasi ini dalam bentuk ilustrasi komik seperti yang terdapat pada gambar 3 dengan isi informasi berupa anjuran untuk tidak panik dalam menyikapi kejadian tersebut. Informasi ini merupakan bagian dari literasi media yang diunggah Presiden Jokowi di akun Instagramnya (@jokowi).

Kemudian, dalam perkembangannya, kegaduhan kembali yang terjadi muncul khususnya terkait vaksin COVID 19. Banyak terjadi penolakan tentang status keberadaan vaksin itu sehingga membuat ketidakpercayaan masyarakat. Dengan sigap pemerintah melalui Kementerian Kesehatan memberikan informasi dalam bentuk literasi media tentang keamanan dan siapa saja yang wajib mendapatkan vaksin. Literasi media dalam bentuk komik itu diunggah di akun resmi Instagram Kementerian Kesehatan (@kemenkes_ri). Komik yang disajikan sangat menarik dan mudah dipahami untuk semua lapisan masyarakat. Literasi masyarakat penting dilakukan karena bahaya mengancam masyarakat dengan literasi rendah. Imbasnya, masyarakat berliterasi rendah lebih mudah dipengaruhi berita tidak benar dan hoaks. Sepanjang pandemi COVID 19, berbagai isu dapat dengan mudah viral di masyarakat. Kecepatan internet menjadi salah satu faktor tersebarnya berbagai isu baik positif maupun negatif. Hal ini membuat kita harus cermat dalam menelaah konten media.

Dalam salah satu tayangan President's Corner terlihat berjalannya Agenda Setting yang dilakukan oleh media. Salah satunya dalam tayangan President's Corner pada tanggal 13 Januari 2021. Dimana Jokowi melakukan vaksinasi Covid-19 perdana dan menjadi orang yang pertama kali di vaksin Covid -19 di Indonesia.



Gambar. 4.1. Jokowi melakukan vaksinasi Covid-19 perdana

Program vaksinasi covid-19 nasional telah dimulai dengan penyuntikan perdana kepada Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka Jakarta pada 13 Januari 2021. Presiden berpesan kepada seluruh warga Indonesia untuk turut menyukseskan program vaksinasi covid-19 nasional untuk memenuhi herd immunity atau kekebalan kelompok di Tanah Air. Agenda Setting terlihat dengan menjadikan Jokowi sebagai orang yang pertama kali di vaksin, hal ini dilakukan untuk memberikan rasa aman dan percaya kepada masyarakat agar tidak takut dan mau untuk di vaksin.

Citra diri Jokowi ditampilkan sebagai seorang Presiden yang rela berkorban dengan menjadi orang yang pertama divaksin. Oleh karena beredar luas berita mengenai vaksin dan kredibilitas keberhasilan vaksin dalam menghambat virus corona. Sehingga masyarakat menjadi takut dan was-was untuk menjalani vaksinasi. Namun hal itu seolah ditepis oleh Jokowi dengan melakukan vaksinasi covid perdana di Indonesia.

Program vaksi yang dilakukan oleh presiden RI ini menjadi salah satu bentuk untuk mngajak orang-orang melakukan vaksin. Sama seperti yang dilakukan oleh Nabi dan rasul ketika ingin melakukan perang maka pemimpinlah yang maju paling depan, karna pemimpin yang hebat ialah orang yang berani mengambil segala resiko yang ada.

Mengacu pada tinjauan teori, Onong Ujhana Effendy menerangkan bahwa srategi komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus

dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi.³⁰

Harold D. Laswell mengungkapkan, kegiatan strategi komunikasi harus dihubungkan dengan komponen komunikasi yang berupa jawaban dari siapa? (*who?*), pesan apa yang disampaikan? (*says what?*), apa media yang digunakan? (*in which channel*), siapa yang menjadi komunikannya? (*to whom?*), efek apa yang diinginkan? (*with what effect?*).³¹

Data yang didapat melalui hasil dari observasi dan dokumentasi bahwasannya pesan yang disampaikan ke masyarakat disampaikan dengan menggunakan berbagai model diantaranya melalui postingan-postingan terkait informasi dan kegiatan humas lewat media internet, kemudian juga menyampaikan pesan melalui kegiatan woro-woro rutin, dalam kegiatan woro-woro ini pemerintah memberikan himbauan mengenai pentingnya melakukan vaksinasi dan terus-menerus mengedukasi masyarakat agar tidak terjadi miss komunikasi atau kesalahpahaman dalam memahami informasi terkait vaksin dan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan yang diterima oleh masyarakat.

Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) menegaskan pengendalian penyebaran virus covid-19 harus menjadi prioritas utama dalam upaya mengatasi pandemi saat ini.

Pada forum Metro TV, Presiden menyampaikan ucapan terima kasih kepada walikota diseluruh Indonesia dengan pemerintah pusat bergerak bersama-sama

³⁰David Cardona, *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka,2020), h.19

³¹Onong Ujaha Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h.

menangani pandemi covid-19 baik dalam dampak kesehatan maupun dalam dampak di bidang sosial maupun ekonomi.

Namun, Jokowi menegaskan bahwa saat ini pandemi belum sepenuhnya berakhir dan semua pihak diharapkan untuk tetap terus bekerja keras dalam upaya untuk pulih dan bangkit. Sebagaimana pernyataan beliau, sebagai berikut:

“Kita juga harus semakin detail untuk menemukan cara-cara baru dalam mengatasi permasalahan yang ada bahkan memanfaatkan kondisi krisis ini untuk meraih kemajuan yang signifikan”.³²

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika deliberatif pada kalimat “menemukan cara-cara baru” karena kalimatnya berupa ajakan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “menemukan” bermakna mendapatkan. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut beliau mengharapkan gerak dan langkah luar biasa kepada seluruh pihak dalam memberikan solusi terhadap permasalahan yang terjadi saat ini bahkan diharapkan dengan kondisi saat ini dapat menjadi motivasi untuk kembali membangkitkan semangat mereka sehingga kembali dapat meraih kemajuan signifikan kedepannya.

Mengatasi situasi pandemi saat ini, pemerintah daerah termasuk pemerintah kota, bersama-sama dengan pemerintah pusat melakukan langkah-langkah terhadap situasi tersebut dengan melakukan langkah-langkah *extraordinary* yang mendesak pada saat ini. Salah satunya dengan memprioritaskan pengendalian laju penyebaran virus.

³²https://www.setneg.go.id/baca/index/sambutan_presiden_pada_peresmian_pembukaan_musyawarah_nasional_vi_asosiasi_pemerintah_kota_seluruh_indonesia_apeksi_2021. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

Terkait upaya pengendalian laju penyebaran virus, Jokowi selaku kepala negara kembali menegaskan tentang pentingnya disiplin dalam penerapan protokol kesehatan. Sebagaimana yang diungkapkan sebagai berikut:

“Saya kira berulang-ulang sudah saya sampaikan, disiplin 3M (Menggunakan masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak) harus tetap digaungkan kepada masyarakat. Pemda, saya sudah perintahkan kepada Panglima TNI dan Kapolri, akan dibantu oleh aparat TNI dan Polri di daerah”.³³

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “berulang-ulang sudah saya sampaikan” karena kalimatnya berupa instruksi. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “sampaikan” bermakna informasikan. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut untuk mengatasi pandemi dapat dilakukan melalui prioritas pengendalian laju penyebaran virus dengan menerapkan 3M (Menggunakan masker, Mencuci tangan, dan Menjaga jarak). Beliau juga tetap bekerjasama dengan Panglima TNI dan Kapolri di berbagai daerah agar kiranya tetap mengindahkan penerapan 3M tersebut.

Lebih lanjut, beliau mengungkapkan,

“Jangan hanya juga menyuruh pakai masker kepada masyarakat, tetapi harus sekarang saya tambah perintahnya, juga harus bagi masker karena banyak rakyat kadang juga tidak mampu untuk beli masker. Selain menyuruh pakai masker, mengimbau pakai masker, tapi juga bagi masker”.³⁴

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “jangan hanya menyuruh pakai masker” karena kalimatnya berupa instruksi. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “pakai” bermakna gunakan. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut beliau menegaskan untuk tidak hanya sekedar menghimbau dalam disiplin penerapan 3M seperti Menggunakan masker melainkan

³³<https://www.kominfo.go.id/content/detail/32663/empat-langkah-pemda-untuk-tangani-pandemi-dan-dampak-covid-19/0/berita>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

³⁴<https://portalika.id/2021/02/presiden-jangan-hanya-menyuruh-pakai-masker-tetapi-juga-bagi-masker-karena-banyak-rakyat-tidak-mampu-beli/>. diakses pada tanggal 5 Januari 2023

pemerintah setempat juga perlu untuk membagikan masker kepada masyarakat karena tidak menutup kemungkinan sebagian masyarakat kurang memperhatikan untuk membeli masker bahkan ada yang tidak mampu untuk membeli masker.

Adapun pernyataan Jokowi pada Metro TV sebagai berikut:

“Jangan hanya juga menyuruh pakai masker dan bagi masker kepada masyarakat, tetapi harus sekarang saya tambah perintahnya, pemerintah setempat juga harus pakai masker”.³⁵

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “pemerintah setempat juga harus pakai masker” karena kalimatnya berupa ajakan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “pakai” bermakna gunakan. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut menggunakan masker bukan hanya masyarakat yang menginginkannya, akan tetapi pemerintah setempat juga perlu untuk menggunakan masker apalagi sebagai contoh bagi masyarakatnya. Jadi penggunaan masker perlu diseimbangkan.

Upaya pengendalian laju kasus covid-19, bapak presiden Jokowi juga mengungkapkan pemerintah terus berupaya meningkatkan 3T (*testing, tracing, dan treatment*). Dalam pernyataannya sebagai berikut:

“Tes, lacak, kemudian isolasi, ini penting. Ini sudah dua minggu ini saya memperingatkan terus masalah ini, tetapi yang paling penting adalah pelaksanaan di lapangan”.³⁶

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “ini sudah dua minggu saya memperingatkan” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “memperingatkan” bermakna mengingatkan.

³⁵<https://portalika.id/2021/02/presiden-jangan-hanya-menyuruh-pakai-masker-tetapi-juga-bagi-masker-karena-banyak-rakyat-tidak-mampu-beli/>. diakses pada tanggal 5 Januari 2023

³⁶<https://setkab.go.id/presiden-jokowi-pengendalian-laju-penyebaran-virus-jadi-prioritas-utama/>. diakses pada tanggal 5 Januari 2023

Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut tes, lacak dan isolasi merupakan salah satu upaya pengendalian laju kasus covid-19.

Dalam hal ini beliau meminta pemerintah daerah (pemda) bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan, BNPB, TNI, dan Polri dalam upaya mengambil langkah jika terdapat kasus positif di sekitar wilayahnya. Kepala daerah juga dihimbau untuk melakukan pemetaan zonasi penyebaran covid-19 secara detail. Bahkan jika perlu PPKM bisa diberlakukan tapi dalam skala mikro, dalam lingkup yang kecil terlebih dahulu. Baik itu dalam skala kampung, desa, RW atau RT saja. Kemudian, Pemda juga harus memperhatikan ketersediaan tempat tidur perawatan di rumah sakit dan obat-obatan maupun kesiapsiagaan tenaga medis dalam melakukan perawatan pada pasien covid-19. Seperti ungkapan berikut ini.

“Kita harus membatasi mobilisasi masyarakat melalui penerapan PPKM Mikro guna mengurangi penyebaran virus dan juga mempercepat pelaksanaan vaksinasi. Di samping, kita akan fokus pada peningkatan pelayanan kesehatan”.³⁷

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “kita harus membatasi mobilisasi masyarakat” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “membatasi” bermakna memberi batas. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut mobilisasi masyarakat melalui KKM mikro diterapkan untuk mengurangi penyebaran virus dan mempercepat vaksinasi di samping difokuskan pada kesehatan.

Pada bagian teori dijelaskan bahwa media digolongkan menjadi beberapa kategori seperti media cetak, media tulisan, media audio, dan media audio visual.

³⁷<https://ekon.go.id/publikasi/detail/3159/penerapan-ppkm-untuk-mengendalikan-laju-covid-19-dan-menjaga-kehidupan-masyarakat>. diakses pada tanggal 5 Januari 2023

Sesuai dengan data yang didapat saat observasi, wawancara dan dokumentasi, upaya yang dilaksanakan dalam menyampaikan informasi terkait program vaksinasi ini melalui beberapa media seperti media cetak yaitu berupa banner yang biasanya ditempatkan dilokasi strategi yang sering dikunjungi orang-orang atau di pusat keramaian, kemudian media elektronik berupa radio yang dilakukan melalui kerja sama dengan media partner RRI Purwokerto sehingga dari pihak RRI Purwokerto yang ikut membantu Humas dalam melakukan publikasi, selanjutnya berupa media internet lewat postingan di akun media sosial yang dimiliki Humas seperti youtube, instagram, dan facebook.

Peringatan Hari Pers Nasional tahun 2021 mengusung tema “Bangkit dari Pandemi, Jakarta Gerbang Pemulihan Ekonomi dengan Pers sebagai Akselerator Perubahan”. Bukan tanpa alasan, tema itu menjadi salah satu perhatian seluruh bangsa Indonesia agar pers mampu menyampaikan informasi yang objektif, membangun, dan mengedukasi masyarakat. Menjadi bagian penting dalam upaya bangsa untuk melawan pandemi COVID-19 dan memulihkan ekonomi nasional.

Apresiasi khusus diberikan Presiden Joko Widodo kepada pers Indonesia. Selama masa pandemi, menurutnya pers membantu pemerintah untuk melakukan edukasi kepada masyarakat melalui pemberitaan dan pada gilirannya mampu mencegah penyebaran COVID-19. Sebagaimana pernyataannya dalam acara puncak peringatan Hari Pers Nasional (HPN) Tahun 2021 di Istana Negara, Jakarta, Selasa (9/2/2021).

“Saya ucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada insan pers, karena membantu pemerintah untuk mengedukasi masyarakat agar menerapkan

protokol kesehatan dan membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar dan tepat.”³⁸

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya” karena kalimatnya berupa pujian. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “terima kasih” bermakna rasa syukur. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut presiden memberikan apresiasi berupa ucapan terima kasih kepada insane pers karena telah membantu pemerintah dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat terkait protokol kesehatan juga dalam mendapatkan informasi yang akurat.

Bahkan, Presiden Jokowi mengajak insan pers untuk bersama-sama membangun harapan dan optimisme untuk mewujudkan keberhasilan penanganan pandemi COVID-19 beserta dampak ekonomi yang ditimbulkannya.

“Pemerintah terus membuka diri terhadap masukan dari insan pers. Mari bersama-sama membangun harapan, menyuarakan optimisme, dan kita ingin berhasil melakukan penanganan krisis kesehatan dan krisis ekonomi, juga meraih banyak lompatan kemajuan”.³⁹

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “mari bersama-sama membangun harapan” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “mari” bermakna ayo. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut pemerintah mengajak insan pers untuk sama-sama membangun harapan dan optimis demi keberhasilan yang ingin dicapai dalam krisis yang sedang terjadi sehingga nantinya dapat meraih kemajuan.

³⁸<https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/presiden-jokowi-ucapkan-terima-kasih-pers-telah-edukasi-protokol-kesehatan>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

³⁹<https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/presiden-jokowi-ucapkan-terima-kasih-pers-telah-edukasi-protokol-kesehatan>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

Apresiasi juga disampaikan Presiden karena insan pers tetap berkomitmen untuk berada di garis terdepan untuk mengabarkan setiap perkembangan situasi dan menjadi jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

“Saya tahu rekan-rekan pers tetap bekerja dan berada di garis terdepan untuk mengabarkan setiap perkembangan situasi, dan menjadi jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat”.⁴⁰

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “saya tahu rekan-rekan pers tetap bekerja dan berada di garis terdepan” karena kalimatnya berupa pujian. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “tahu” bermakna menyaksikan. Sehingga berdasarkan ungkapan tersebut presiden memberikan apresiasi kepada rekan-rekan pers yang telah bekerja keras dan standby untuk memberikan berita terkait perkembangan situasi yang terjadi.

Menurut Presiden, pemerintah terus membuka diri terhadap masukan dari insan pers, mengingat jasa insan pers sangat besar bagi kemajuan bangsa selama ini dan juga di masa yang akan datang. Bersama-sama, Presiden mengajak pers membangun harapan, menyuarakan optimise.

Dalam peringatan HPN 2021 ini, Presiden Joko Widodo menyampaikan bahwa pemerintah memberikan apresiasi kepada insan wartawan yang akan menjadi penerima vaksin COVID-19 gelombang berikutnya. Pemerintah, menurut Kepala Negara, akan memberikan 5.000 vaksin untuk awak media pada akhir Februari hingga awal Maret nanti.

“Saya yakin banyak awak media yang sudah ingin divaksin, saya sudah bisik-bisik dengan Prof. Nuh (Ketua Dewan Pers), untuk di akhir bulan Februari

⁴⁰<https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/presiden-jokowi-ucapkan-terima-kasih-pers-telah-edukasi-protokol-kesehatan>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

sampai awal Maret nanti untuk awak media. Sudah kita siapkan kira-kira 5000 orang untuk bisa divaksin”.⁴¹

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “saya yakin banyak awak media yang sudah ingin divaksin” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “yakin” bermakna meyakini. Dalam hal ini pemerintah telah meyakini bahwa banyak awak media yang sudah siap untuk divaksin sehingga akhir bulan Februari sampai awal bulan Maret vaksin untuk awak media telah disiapkan.

Menurut Presiden, saat ini pelaksanaan program vaksinasi sedang fokus untuk tenaga kesehatan dan juga para pelayan masyarakat, termasuk pedagang pasar yang menjadi garda terdepan dalam pelayanan kepada masyarakat.

“Nanti keluar dari Bio Farma 12 juta vaksin, kita berikan 5.000 untuk awak media,” tegasnya.⁴²

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “nanti keluar dari Bio Farma” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “nanti” bermakna tunggu. Dalam hal ini pemerintah telah menyediakan 5.000 vaksin untuk awak media tapi nanti vaksin tersebut diberikan ketika vaksin dari Bio Farma sebanyak 12 Juta telah dikeluarkan.

Di tengah pandemi yang berdampak pada terjadinya kontraksi ekonomi, pemerintah juga tidak menutup mata atas kendala dan tantangan yang dihadapi insan pers. Presiden menyatakan pemerintah berusaha meringankan beban industri media, yang dilakukan dengan cara memberikan beragam insentif.

⁴¹https://www.setneg.go.id/baca/index/sambutan_presiden_pada_puncak_peringatan_hari_per_s_nasional_tahun_2021. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

⁴²<https://sultra.antaranews.com/berita/371864/presiden-sebut-5000-vaksin-covid-19-diberikan-ke-insan-pers-akhir-februari>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

Presiden menegaskan pemerintah berusaha untuk meringankan beban industri media salah satunya dalam hal kewajiban membayar pajak. “PPh-21 bagi awak media telah dimasukkan dalam daftar pajak yang ditanggung oleh pemerintah. Artinya, pajak dibayar oleh pemerintah dan ini berlaku sampai Juni 2021.

Insentif juga diberikan bagi industri dalam bentuk pembebasan abonemen listrik. Memang, Presiden mengakui, keringanan dan bantuan yang diberikan kepada industri media dan awak media tersebut memang tidak seberapa.

“Perlu saya sampaikan beban pemerintah juga berada pada posisi yang sangat berat, selain berat untuk menangani masalah kesehatan, juga berat dalam menggerakkan perekonomian tatkala sektor swasta mengalami perlambatan yang signifikan. Salah satu belanja pemerintah yang dibelanjakan adalah vaksin untuk vaksinasi dan pemerintah sekarang sedang bekerja keras untuk memperoleh vaksin”.⁴³

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “beban pemerintah juga berada pada posisi yang sangat berat” karena kalimatnya berupa celaan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “beban” bermakna tanggungan. Dalam hal ini pernyataan presiden dalam ungkapannya menyampaikan kepada awak media bahwa saat ini pemerintah sedang berada diposisi yang sangat berat baik dalam menangani masalah kesehatan, menggerakkan perekonomian karena sector swasta mengalami perlambatan. Dimana salah satu yang diutamakan pemerintah adalah vaksin oleh karena itu pemerintah berusaha untuk memperoleh vaksin tersebut.

Pada saat mengidentifikasi khalayak publik atau biasa disebut komunikan tentu harus membedakan komunikan yang akan dijumpai bersifat perorangan atau kelompok. Karena dalam menghadapi khalayak yang bersifat perorangan dan

⁴³<https://news.detik.com/berita/d-5367125/hari-pers-nasional-jokowi-bebaskan-pajak-penghasilan-wartawan-hingga-juni>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022.

kelompok sifatnya tidak sama. Mengendalikan khalayak kelompok lebih sulit jika dibandingkan dengan perorangan.

Komunikan yang menjadi sasaran kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Presiden RI dalam menyukseskan program vaksinasi covid secara global yaitu seluruh masyarakat yang ada di Indonesia. Pemilihan komunikan ini sesuai aturan dan mekanisme yang ada.

Strategi komunikasi yang dilakukan untuk masyarakat luas melalui beberapa media, baik itu media sosial untuk orang-orang yang aktif bermedsos dan berupa praktek secara langsung berupa woro-woro kegiatan untuk orang-orang tua yang tidak terlalu aktif di media sosial seperti orang tua.

Pembahasan tentang efek dari komunikasi ini yaitu mengenai tujuan dan juga fungsi komunikasi. Tujuan serta fungsi komunikasi yakni menyampaikan informasi, mengubah sikap dari komunikan dan memberi hiburan.

Bapak presiden Jokowi dalam rapat tertutup rencana pengadaan dan pelaksanaan vaksinasi di Istana Merdeka, menekankan pentingnya penerapan strategi komunikasi publik yang baik dalam rencana pengadaan dan pelaksanaan vaksinasi covid-19 kepada masyarakat. Sebagaimana pernyataannya:

“Ini sangat penting. Strategi komunikasi publik harus disiapkan dengan baik”.⁴⁴

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika forensik pada kalimat “strategi komunikasi publik harus dipersiapkan dengan baik” karena kalimatnya berupa ajakan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “disiapkan” bermakna disediakan. Dalam hal ini presiden dalam pernyataannya mengajak masyarakat untuk menyiapkan strategi komunikasi dengan baik.

⁴⁴<https://news.detik.com/berita/d-5367125/hari-pers-nasional-jokowi-bebaskan-pajak-penghasilan-wartawan-hingga-juni>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022.

Presiden sebelumnya telah mengingatkan, strategi komunikasi publik yang tidak efektif akan berakibat buruk seperti halnya saat masyarakat merespon UU Cipta Kerja, oleh sebab itu, Presiden meminta Menteri BUMN didukung Menteri Komunikasi dan Informatika (Kominfo) untuk menyiapkan strategi yang dimaksud. Dimana beliau menginstruksikan Erick Thohir selaku Menteri BUMN yang juga menjabat sebagai Wakil Ketua Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dibantu Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G Plate untuk memastikan komunikasi yang baik dengan masyarakat terkait vaksin covid-19. Sebagaimana pernyataannya sebagai berikut:

“Saya minta ini timnya Pak Menteri BUMN disiapkan lagi mengenai strategi komunikasi ini, di *backup* dibantu oleh kominfo, dijelaskan secara komprehensif terhadap publik mengenai manfaat vaksin”.⁴⁵

Dari pernyataan di atas termasuk dalam forensik forensik pada kalimat “saya minta ini timnya Pak Menteri BUMN disiapkan lagi” karena kalimatnya berupa ajakan. Mengingat bahwa dalam KBBBI kata “disiapkan” bermakna disediakan. Dalam hal ini presiden memohon kepada tim BUMN untuk mempersiapkan strategi komunikasi yang dibantu oleh kominfo, kemudian secara keseluruhan dijelaskan kepada publik tentang manfaat vaksin.

Dengan begitu, Jokowi berharap tidak terjadi disinformasi dan penyebaran berita hoaks dari berbagai *platform* dan media yang ada. Di samping itu, menurutnya pemerintah juga harus melibatkan partisipasi beberapa pihak khususnya organisasi masyarakat Islam seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Muhammadiyah untuk meyakinkan masyarakat mengenai keamanan dan kehalalan vaksin covid-19. Dalam ungkapannya bahwa:

⁴⁵<https://news.detik.com/berita/d-5229115/cegah-hoax-jokowi-minta-erick-thohir-siapkan-komunikasi-soal-vaksin-covid>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

“Perlu ada partisipasi dari berbagai pihak dalam vaksinasi sehingga tidak ada disinformasi yang beredar di masyarakat, dan bisa meyakinkan masyarakat akan kegunaan vaksin”.⁴⁶

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “perlu ada partisipasi dari berbagai pihak” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “perlu” bermakna penting. Sehingga presiden memerlukan kerjasama dari berbagai pihak terkait vaksin sehingga nantinya tidak ada kesalahpahaman yang beredar di masyarakat dan masyarakat yakin untuk divaksin nantinya.

Bapak presiden Jokowi mengingatkan bahwa vaksinasi tidak hanya berkaitan dengan keselamatan jiwa manusia dan tidak hanya urusan kesehatan, tetapi menyangkut ekonomi.

Vaksin Harus Aman

Informasi yang beredar terkait vaksinasi Covid-19, digadag-gadag menjadi salah satu penyebab semakin tinggi-nya vaccine hesitancy di dalam masyarakat saat ini. Berdasarkan survei persepsi masyarakat terhadap vaksinasi Covid-19 yang dilakukan Kementerian Kesehatan dan Indonesia Advisory Group on Immunization (ITAGI) dengan dukungan WHO dan UNICEF pada September 2020, menunjukkan 65 persen masyarakat menerima vaksin Covid-19.

Namun, pada Desember 2020 angka penerimaan masyarakat terhadap vaksin Covid-19 turun menjadi 30%. Risang Rimbasmaja, C4D UNICEF salah satu pembicara dalam webinar mengatakan saat ini terjadi dinamika penerimaan vaksin Covid-19 di dalam masyarakat Indonesia. "Hal ini disebabkan adanya kesalahan

⁴⁶<https://upk.kemkes.go.id/new/4-manfaat-vaksin-covid-19-yang-wajib-diketahui>. diakses pada tanggal 4 Januari 2023

informasi yang diterima masyarakat terkait keamanan efektivitas vaksin, kejadian ikutan pasca Imunisasi (KIPI), sampai dengan teori konspirasi yang saat ini banyak beredar," ujarnya dalam keterangan tertulis yang diterima.

Menurut Risang, pemberitaan media yang berimbang dan akurat mengenai vaksinasi menjadi kunci meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap vaksinasi. "Literasi digital dan komunikasi interpersonal yang efektif, terutama pada key opinion-leader dalam masyarakat pun juga dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat tersebut," imbuhnya Siberkreasi berharap melalui kegiatan webinar yang dilakukan dengan menghadirkan pakar-pakar di bidangnya, masyarakat memiliki pemahaman yang terbuka dan mendalam tentang vaksinasi Covid-19.

Sebelumnya pemerintah mengatakan vaksinasi direncanakan akan dilakukan bulan November dengan izin penggunaan vaksin darurat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia.

Bapak presiden Jokowi kembali memberikan penegasan terkait vaksinasi bahwa vaksinasi baru bisa dilakukan jika vaksin tersebut sudah dipastikan aman dan efektif yang telah diuji melalui pengujian klinis. Pengujian tersebut sangat perlu dilakukan guna mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, karena jika terdapat satu saja yang bermasalah dalam vaksinasi ini maka akan mengurangi keinginan masyarakat untuk divaksin. Berikut pernyataannya:

“Saat pelaksanaan vaksinasi, harus dipastikan vaksin covid-19 tersebut telah melalui tahapan-tahapan uji klinis yang benar dan aman untuk digunakan.

Jika tidak, misalnya ada satu saja yang bermasalah, nanti bisa akan menjadi masyarakat tidak percaya terhadap upaya vaksinasi ini”.⁴⁷

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “nanti bisa akan menjadi masyarakat tidak percaya terhadap upaya vaksinasi ini” karena kalimatnya berupa celaan. Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut vaksin harus melalui tahapan-tahapan uji klinis yang benar dan aman. Karena jika tidak dan terjadi masalah maka hal tersebut akan membuat masyarakat tidak percaya terhadap upaya vaksin.

Presiden mengingatkan kepada masyarakat bahwa vaksin covid-19 ini sangat aman karna sudah ter uji klinis. Besar harapan presiden kepada masyarakat untuk melakukan vaksin, karna masyarakat yang patuh ialah yang mendengarkan dan melaksanakan perintah pemimpinnya. Seperti pada khalifah-khalifah terdahulu.

Presiden Joko Widodo pada hari ini, Rabu, 13 Januari 2021, di Istana Merdeka, Jakarta, menjadi orang pertama yang menerima vaksin dalam program vaksinasi massal secara gratis di Indonesia. Vaksinasi tersebut menjadi titik awal pelaksanaan vaksinasi nasional di Indonesia sebagai salah satu upaya penanganan pandemi Covid-19. Sekaligus membuktikan kepada masyarakat bahwa vaksin yang akan digunakan dalam program vaksinasi untuk masyarakat itu aman untuk digunakan sekaligus membantah isu-isu yang berkembang bahwa vaksin tidak aman untuk digunakan dan dapat membahayakan kesehatan.

Presiden RI juga menegaskan bahwa, di tengah situasi pandemi seperti sekarang ini, semua negara tengah berlomba untuk mendapatkan vaksin bagi warganya agar keadaan bisa cepat kembali normal. Namun demikian, ujar dia, hal

⁴⁷<https://www.kominfo.go.id/content/detail/30377/presiden-pastikan-keamanan-dan-keefektifan-vaksin-covid-19/0/berita>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

tersebut tidak boleh menjadi alasan untuk melakukannya terburu-buru tanpa perencanaan yang matang.

"Hati-hati, jangan sampai kita tergesa-gesa ingin vaksinasi sehingga kaidah-kaidah saintifik, data-data sains, standar kesehatan ini dinomorduakan. Tidak bisa. Jangan timbul persepsi bahwa pemerintah tergesa-gesa tanpa mengikuti koridor-koridor ilmiah yang ada".⁴⁸

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat "hati-hati, jangan sampai kita tergesa-gesa ingin divaksin" karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata "hati-hati" bermakna waspada. Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut presiden tetap menghimbau untuk tidak tergesa-gesa divaksin karena jangan sampai kaidah-kaidah saintifik, data-data sains, dan standar kesehatan tidak diperhatikan.

Dalam pelaksanaannya nanti, vaksinasi tersebut juga akan didistribusikan melalui dua skema, yakni skema gratis dan mandiri. Kepala Negara menginginkan agar masyarakat yang mendapatkan vaksin melalui skema mandiri dapat memperolehnya dengan harga yang terjangkau.

"Pengenaaan biaya dalam pelaksanaan vaksinasi secara mandiri harus betul-betul dikalkulasi dan dihitung dengan cermat. Disiapkan aturannya sejak sekarang dari awal. Saya minta harganya bisa terjangkau".⁴⁹

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat "pengenaan biaya dalam pelaksanaan vaksinasi" karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata "pengenaan" bermakna proses. Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut pengenaan biaya dalam vaksin harus betul-betul

⁴⁸<https://m.kominfo.go.id/content/detail/30377/presiden-pastikan-keamanan-dan-keefektifan-vaksin-covid-19/0/berita>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

⁴⁹<https://m.kominfo.go.id/content/detail/30377/presiden-pastikan-keamanan-dan-keefektifan-vaksin-covid-19/0/berita>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

dikalkulasi dengan baik, jika perlu aturannya disiapkan secepat awal dan harganya juga terjangkau.

Presiden Joko Widodo menerima suntikan dosis kedua vaksin COVID-19 pada Rabu, 27 Januari 2021, di sisi barat halaman tengah Istana Kepresidenan, Jakarta. Dua minggu lalu, tepatnya pada 13 Januari 2021, Presiden menjadi orang pertama yang menerima suntikan dosis vaksin dalam program vaksinasi massal secara gratis di Indonesia.

Sama halnya dengan prosedur vaksinasi sebelumnya, dalam pelaksanaan kali ini, Presiden tetap terlebih dahulu melakukan sejumlah tahapan. Sekira pukul 08.25 WIB, Kepala Negara tampak menempati meja registrasi untuk melakukan validasi data. Selanjutnya, Kepala Negara juga melalui tahap penapisan kesehatan seperti pengukuran suhu tubuh, tekanan darah, dan pemeriksaan riwayat kesehatan untuk memastikan penerima vaksin berada dalam kondisi prima dan layak mengikuti vaksinasi untuk dosis kedua ini.

Prof. dr. Abdul Muthalib, Sp.PD-KHOM. kembali bertindak selaku vaksinator kepada Presiden Joko Widodo. Selama pelaksanaan vaksinasi, Wakil Ketua Dokter Kepresidenan tersebut dibantu oleh M. Sokheh, S.Kep., Ns. selaku Ners. Adapun pernyataan presiden selepas menerima suntikan dosis kedua vaksin sebagai berikut.

“Sama seperti yang dilakukan dua minggu lalu, tidak terasa (saat penyuntikan). Kalau dulu setelah dua jam hanya pegal-pegal, kalau sekarang saya kira sama saja”.⁵⁰

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “sama seperti yang dilakukan dua minggu lalu” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “sama” bermakna serupa. Sehingga berdasarkan

⁵⁰https://www.setneg.go.id/baca/index/presiden_jokowi_terima_suntikan_dosis_kedua_vaksin_covid_19. diakses pada tanggal 28 Desember 2022.

pernyataan tersebut presiden mengungkapkan bahwa penyuntikan vaksin yang telah dialaminya mengalami efek yang sama seperti dua minggu yang lalu ketika vaksin yaitu merasakan pegal-pegal dua jam setelah suntik vaksin.

Vaksin yang disuntikkan kepada Presiden dan para penerima vaksin lainnya di seluruh Indonesia hingga saat ini ialah vaksin CoronaVac yang diproduksi oleh Sinovac Life Science Co.Ltd. yang di Indonesia bekerja sama dengan PT Bio Farma (Persero).

CoronaVac telah mengantongi izin penggunaan darurat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) setelah melalui sejumlah uji klinis yang melibatkan sebanyak 1.620 relawan di Bandung. Majelis Ulama Indonesia juga telah menyatakan bahwa vaksin tersebut suci dan halal sehingga dapat digunakan untuk program vaksinasi di Indonesia.

Vaksin CoronaVac, sebagaimana vaksin COVID-19 lain yang tersedia saat ini, membutuhkan dua dosis penyuntikan bagi tiap masing-masing penerima untuk memperkuat respons imun dari suntikan dosis pertama. Sebanyak 0,5 mililiter dosis vaksin disuntikkan di masing-masing penyuntikan.

Untuk diketahui, sejumlah perwakilan yang mendapatkan dosis pertama vaksin bersama Presiden pada dua minggu lalu dan dinyatakan memenuhi syarat kesehatan untuk mengikuti vaksinasi kembali hadir untuk menerima penyuntikan dosis kedua.

Nama-nama perwakilan tersebut yang hadir mengikuti vaksinasi sesi pertama bersama Presiden pagi ini ialah Daeng Mohammad Faqih (Ketua Umum PB IDI), Amirsyah Tambunan (Sekjen MUI sekaligus mewakili Muhammadiyah), Ahmad

Ngisomudin (Rois Syuriah PBNU), Marsekal Hadi Tjahjanto (Panglima TNI), Jenderal Pol. Idham Azis (Kapolri), dan Raffi Ahmad (perwakilan anak muda).

Selain enam orang di atas, sejumlah perwakilan juga tampak hadir pada vaksinasi pertama dalam sesi-sesi setelahnya. Mereka yang hadir tersebut ialah Budi Gunadi Sadikin (Menteri Kesehatan), Unifah Rosyidi (Ketua Umum PGRI), Ronald Rischard Tapilatu (Persekutuan Gereja-Gereja di Indonesia), dan Romo Agustinus Heri Wibowo (Konferensi Waligereja Indonesia).

Selain itu, turut pula perwakilan lainnya yakni Penny Kusumastuti Lukito (Kepala BPOM), Rosan Perkasa Roeslani (Ketua Kadin), Ade Jubaedah (Sekjen Ikatan Bidan Indonesia), Harif Fadhillah (Ketua Umum DPP PPNI), Agustini Setiyorini (perwakilan buruh), dan Narti (perwakilan pedagang).

Di samping itu, tampak Juru Bicara Satgas Penanganan COVID-19 Prof. Wiku Adisasmito dan dr. Reisa Broto Asmoro turut serta mengikuti vaksinasi dosis kedua ini.

Selepas penyuntikan vaksin, baik kepada Presiden maupun para perwakilan, terlebih dahulu dilakukan observasi selama 30 menit untuk memantau kemungkinan Kejadian Ikutan Pascaimunisasi (KIPI). Seluruh penerima vaksin juga diberikan sosialisasi untuk tetap menerapkan protokol kesehatan secara ketat.

Bansos dan Insentif Sebagai Upaya Pemerintah Tangani Pandemi

Presiden Joko Widodo memastikan bahwa bantuan sosial dan sejumlah insentif lain bagi masyarakat terdampak pandemi serta para pelaku UMKM akan terus bergulir di tahun 2021 ini.

Hal tersebut menjadi bagian dari upaya pemerintah dalam jangka pendek untuk menghadapi masa pandemi COVID-19 sebagaimana yang disampaikan oleh

Presiden saat menjadi pembicara kunci dalam Kompas CEO Forum Tahun 2021 pada Kamis, 21 Januari 2021. Berikut ini pernyataan presiden secara virtual dari Istana Negara, Jakarta:

“Akan kita lanjutkan yang berkaitan dengan bantuan sosial untuk yang tidak mampu. Kemudian yang berkaitan dengan bantuan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah entah itu insentif pajak atau bantuan modal darurat”.⁵¹

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika debileratif pada kalimat “akan kita lanjutkan yang berkaitan dengan bantuan sosial” karena kalimatnya berupa seruan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “lanjutkan” bermakna teruskan. Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut presiden akan menindak lanjuti sebagai bantuan sosial baik bagi masyarakat tidak mampu atau bantuan usaha mikro maupun bantuan modal darurat.

Pemerintah juga akan memberikan perhatian bagi masyarakat yang terkena dampak pemutusan hubungan kerja melalui salah satu program pemerintah, Kartu Prakerja. Semua program dan upaya tersebut dimaksudkan untuk menjaga daya beli masyarakat sekaligus membantu meringankan beban yang dirasakan oleh mereka yang terdampak pandemi saat ini.

Sementara dari sisi penanganan kesehatan, Presiden Joko Widodo menegaskan bahwa kedisiplinan terhadap protokol kesehatan masih menjadi strategi utama bagi penanganan pandemi yang juga menjadi upaya jangka pendek pemerintah.

Terkini, pemerintah telah memulai pelaksanaan program vaksinasi COVID-19 secara gratis yang pada tahap pertama ini memprioritaskan para tenaga kesehatan yang ada di seluruh Indonesia. Kepala Negara mengatakan bahwa Indonesia memiliki

⁵¹<http://ppid.bnpp.go.id/news/newsdetail/1143/bansos-insentif-hingga-vaksinasi-jadi-upaya-pemerintah-tangani-pandemi>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

kekuatan besar dan pengalaman yang banyak melalui program-program serupa yang telah berjalan bertahun-tahun lamanya.

“Kita punya kekuatan: 30 ribu vaksinator, kurang lebih 10 ribu puskesmas, dan lebih dari 3 ribu rumah sakit yang bisa kita gerakkan. Kita memiliki puskesmas yang setiap tahunnya juga melakukan imunisasi kepada anak-anak kita”.⁵²

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika deliberatif pada kalimat “setiap tahunnya juga melakukan imunisasi kepada anak-anak” karena kalimatnya berupa ajakan. Mengingat bahwa dalam KBBI kata “melakukan” bermakna perbuatan. Dalam hal ini presiden mengajak setiap tahunnya untuk melakukan imunisasi kepada anak-anak kita karena kita punya kekuatan dengan 20 ribu vaksinator, kurang lebih 10 puskesmas dan 3 ribu rumah sakit yang bisa digerakkan.

Sidak Vaksinasi Massal Pedagang di Pasar Tanah Abang

Presiden Joko Widodo pada hari ini, Rabu, 17 Februari 2021, melakukan inspeksi mendadak (sidak) pelaksanaan vaksinasi COVID-19 massal untuk para pedagang. Vaksinasi massal yang digelar di Pasar Tanah Abang, Jakarta, tersebut dilakukan dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat.

Vaksinasi ini merupakan lanjutan dari program vaksinasi massal nasional yang telah dimulai sejak 13 Januari 2021 yang lalu. Pada tahapan pertama, vaksinasi dilakukan dengan menyoroti sumber daya manusia di bidang kesehatan. Adapun vaksinasi tahapan kedua kali ini menyoroti para pelayan dan pekerja publik.

Dalam sidak tersebut, Presiden tampak tiba di Pasar Tanah Abang sekitar pukul 08.52 WIB dan langsung menuju lokasi vaksinasi digelar bersama Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin dan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan.

⁵²<http://ppid.bnpp.go.id/news/newsdetail/1143/bansos-insentif-hingga-vaksinasi-jadi-upaya-pemerintah-tangani-pandemi>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

Menurut Presiden, vaksinasi yang digelar telah berjalan dengan baik dan diharapkan akan menyoar lebih banyak lagi target vaksinasi selain pedagang.

Setelah dilaksanakan di Provinsi DKI Jakarta, Presiden menjelaskan, kegiatan vaksinasi massal bagi pelayan dan pekerja publik juga akan dilakukan di provinsi-provinsi lain sehingga tiap hari jumlah orang yang divaksin akan terus bertambah. Presiden pun kembali mengingatkan akan pentingnya untuk disiplin menjalankan 3M sejalan dengan vaksinasi yang terus dilakukan sebagai bagian dari upaya pengendalian pandemi COVID-19.

Untuk diketahui, vaksinasi bagi para pedagang di Pasar Tanah Abang ini telah melalui sejumlah tahapan, mulai dari pendataan, sosialisasi, hingga penapisan kesehatan pra-vaksinasi. Adapun jumlah sasaran vaksinasi pedagang Pasar Tanah Abang seperti yang terdata di PD Pasar Jaya adalah sebanyak 9.729 orang.

Molor

Menteri Koordinator (Menko) Bidang Maritim dan Investasi Luhut Binsar Pandjaitan mengatakan rencana vaksinasi bisa molor dari jadwal semula November karena izin otorisasi penggunaan obat darurat dari BPOM belum keluar.

Atas alasan keamanan, Luhut mengatakan Presiden Joko Widodo tidak mau mengambil resiko.

“Presiden mengatakan keamanan harus nomor satu. Pemerintah sangat menghormati itu”.⁵³

Dari pernyataan di atas termasuk dalam retorika demonstratif pada kalimat “pemerintah sangat menghormati itu” karena kalimatnya berupa pujian. Mengingat

⁵³<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201025153041-20-562526/bpom-izin-darurat-vaksin-tunggu-data-mutu-dan-klinis-lengkap>. diakses pada tanggal 28 Desember 2022

bahwa dalam KBBI kata “menghormati” bermakna hormat. Dalam hal ini presiden memberikan apresiasi dengan sangat menghormati keamanan.

Pakar Epidemiologi dari Universitas Indonesia, Pandu Riono, menyambut baik keputusan Presiden untuk lebih mempertimbangkan keamanan dan efektivitas vaksin sudah semestinya dilakukan karena menyangkut keselamatan masyarakat.

“Ya, akhirnya Presiden mendengar juga apa yang pakar inginkan. Bagi kami kehati-hatian dulu yang penting dan harus dipastikan semua aman baru dipesan kemudian,” ujarnya kepada *BenarNews*.

Ia menegaskan, saat ini belum ada satu kandidat vaksin yang sudah dinyatakan berhasil sehingga akan sangat beresiko jika terburu-buru digunakan.

Menurutnya, perjanjian kerjasama multilateral di bawah koordinasi Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) sudah dapat menjanjikan tersedianya vaksin secara merata.

Berita-berita yang teliti berjumlah 4 dari semua berita yang didapatkan disimpulkan bahwa segala bentuk vaksin itu sangat penting untuk dilakukan demi menjaga kesehatan. Dalam penulisan berita perlu memahami fakta berita yang di *update* sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Qalam/68:1

B. Jenis Retorika Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 di Metro TV

Hasil dan pembahasan dari penelitian ini mendeskripsikan jenis retorika menurut Aristoteles adalah suatu ilmu atau seni untuk mengajak orang melakukan pidato yang efektif. Menurutnya, retorika merupakan pidato paling efektif. Sehingga mengandung kebenaran yang dapat disusun secara ilmiah untuk membujuk keyakinan para pendengar kebenaran dari gagasan dalam hal yang dibicarakan. Berdasarkan perspektif Aristoteles yakni retorika deliberatif dan demonstratif dalam salah satu

tanyangan President's Corner. Pada bagian ini akan dibahas bentuk inti sari dan diuraikan secara jelas, runtut dan padat terkait seluruh data tentang Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 di Metro TV yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam prosesnya atau dalam menganalisis data dilakukan dengan mengelompokkan dalam bentuk tabel terkait jenis-jenis retorika persuasif. Berikut merupakan tabel jenis retorika persuasif beserta kategori kalimatnya:

Tabel. 4.1. Jenis Retorika Persuasif

No	Jenis Retorika	Jenis Kalimat	Data
1	Retorika Demonstratif	Pujian	“Sama seperti yang dilakukan dua minggu lalu, tidak terasa (saat penyuntikan). Kalau dulu setelah dua jam hanya pegal-pegal, kalau sekarang saya kira sama saja,” ujar Presiden selepas menerima suntikan dosis kedua vaksin.
			“Tadi sudah kita lihat semuanya berjalan dengan baik, manajemen lapangannya sangat baik. Kita harapkan para pekerja dan pelayan publik, baik itu aparat keamanan, para pedagang pasar, wartawan, atlet, juga pekerja-pekerja di toko dan mal semuanya akan divaksinasi”
			“Saya ucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada insan pers, karena membantu pemerintah untuk mengedukasi masyarakat agar menerapkan protokol kesehatan dan membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar dan tepat,”.
			“Saya tahu rekan-rekan pers tetap bekerja dan berada di garis terdepan untuk mengabarkan setiap perkembangan situasi, dan menjadi jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat”
			“Presiden mengatakan keamanan harus nomor satu. Pemerintah sangat menghormati itu”

		Celaan	<p>“Perlu saya sampaikan beban pemerintah juga berada pada posisi yang sangat berat, selain berat untuk menangani masalah kesehatan, juga berat dalam menggerakkan perekonomian tatkala sektor swasta mengalami perlambatan yang signifikan. Salah satu belanja pemerintah yang dibelanjakan adalah vaksin untuk vaksinasi dan pemerintah sekarang sedang bekerja keras untuk memperoleh vaksin”.</p>
			<p>“Saat pelaksanaan vaksinasi, harus dipastikan vaksin covid-19 tersebut telah melalui tahapan-tahapan uji klinis yang benar dan aman untuk digunakan. Jika tidak, misalnya ada satu saja yang bermasalah, nanti bisa akan menjadi masyarakat tidak percaya terhadap upaya vaksinasi ini”.</p>
2	Retorika Debileratif	Seruan	<p>“Kita juga harus semakin detail untuk menemukan cara-cara baru dalam mengatasi permasalahan yang ada bahkan memanfaatkan kondisi krisis ini untuk meraih kemajuan yang signifikan”.</p> <p>“Saya kira berulang-ulang sudah saya sampaikan, disiplin 3M (Menggunakan masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak) harus tetap digaungkan kepada masyarakat. Pemda, saya sudah perintahkan kepada Panglima TNI dan Kapolri, akan dibantu oleh aparat TNI dan Polri di daerah”.</p> <p>“Saya minta ini timnya Pak Menteri BUMN disiapkan lagi mengenai strategi komunikasi ini, di <i>backup</i> dibantu oleh kominfo, dijelaskan secara komprehensif terhadap publik mengenai manfaat vaksin”.</p> <p>“Jangan hanya juga menyuruh pakai masker kepada masyarakat, tetapi harus sekarang saya tambah perintahnya, juga harus bagi masker karena banyak rakyat kadang juga tidak mampu untuk beli masker. Selain menyuruh pakai masker, mengimbuai pakai masker, tapi juga bagi masker”.</p>

		<p>“Saat pelaksanaan vaksinasi, harus dipastikan vaksin covid-19 tersebut telah melalui tahapan-tahapan uji klinis yang benar dan aman untuk digunakan. Jika tidak, misalnya ada satu saja yang bermasalah, nanti bisa akan menjadi ketidakpercayaan masyarakat terhadap upaya vaksinasi ini”.</p>
		<p>“Jangan hanya juga menyuruh pakai masker dan bagi masker kepada masyarakat, tetapi harus sekarang saya tambah perintahnya, pemerintah setempat juga harus pakai masker”</p>
		<p>“Tes, lacak, kemudian isolasi, ini penting. Ini sudah dua minggu ini saya memperingatkan terus masalah ini, tetapi yang paling penting adalah pelaksanaan di lapangan”</p>
		<p>“Kita harus membatasi mobilisasi masyarakat melalui penerapan PPKM Mikro guna mengurangi penyebaran virus dan juga mempercepat pelaksanaan vaksinasi. Di samping, kita akan fokus pada peningkatan pelayanan kesehatan”</p>
		<p>“Saya yakin banyak awak media yang sudah ingin divaksin, saya sudah bisik-bisik dengan Prof. Nuh (Ketua Dewan Pers), untuk di akhir bulan Februari sampai awal Maret nanti untuk awak media. Sudah kita siapkan kira-kira 5000 orang untuk bisa divaksin”.</p>
		<p>“Pemerintah terus membuka diri terhadap masukan dari insan pers. Mari bersama-sama membangun harapan, menyuarakan optimisme, dan kita ingin berhasil melakukan penanganan krisis kesehatan dan krisis ekonomi, juga meraih banyak lompatan kemajuan”.</p>
		<p>“Nanti keluar dari Bio Farma 12 juta vaksin, kita berikan 5.000 untuk awak media,” tegasnya</p>

		<p>“Ini sangat penting. Strategi komunikasi publik harus disiapkan dengan baik”.</p> <p>“Saya minta ini timnya Pak Menteri BUMN disiapkan lagi mengenai strategi komunikasi ini, di <i>backup</i> dibantu oleh kominfo, dijelaskan secara komprehensif terhadap publik mengenai manfaat vaksin”.</p> <p>“Perlu ada partisipasi dari berbagai pihak dalam vaksinasi sehingga tidak ada disinformasi yang beredar di masyarakat, dan bisa meyakinkan masyarakat akan kegunaan vaksin”.</p>
	Larangan	"Hati-hati, jangan sampai kita tergesa-gesa ingin vaksinasi sehingga kaidah-kaidah saintifik, data-data sains, standar kesehatan ini dinomorduakan. Tidak bisa. Jangan timbul persepsi bahwa pemerintah tergesa-gesa tanpa mengikuti koridor-koridor ilmiah yang ada".
		“Presiden mengatakan keamanan harus nomor satu. Pemerintah sangat menghormati itu”.

Melalui dari table diatas diketahui bahwa jenis retorika deliberatif dan demonstratif memiliki point tersendiri., Deliberatif meliputi seruan dan larangan dan Demonstratif meliputi pujian dan celaan. Adapun jumlah retorika deliberatif dalam pemberitaan yang diambil ada 16 dan retorika demonstratif ada 8.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan mengacu pada data yang diperoleh terkait komunikasi publik presiden joko widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro Tv, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi publik presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv yaitu bagaimana komunikator menggunakan strategi pesan dan media.
2. Jenis retorika komunikasi public presiden Joko Widodo dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di metro tv yaitu dengan komunikasi retorika persuasif yakni demonstrative dan deliberatif

B. Saran

Saran yang peneliti rekomendasikan pada penelitian terdiri dari saran praktis dan saran akademis sebagai berikut:

1. Kepada pemerintah dari pusat dampai pemerintah daerah, publikasi melalui media internet seperti facebook, instagram, dan youtube terkait pelaksanaan kegiatan ataupun penyebarluasan informasi yang dilakukan agar ditingkatkan lagi sehingga khalayak yang mendapat informasi lewat akun sosial bisa lebih banyak dari sebelumnya.
2. Kepada Masyarakat, apabila mendapat informasi kurang meyakinkan atau bahkan informasi salah yang disebarluaskan oleh sebuah media, perorangan, dan organisasi mengenai pelaksanaan dan keamana vaksinasi sebaiknya mengecek langsung kepada situs-situs resmi pemerintah atau menanyakan langsung kepada pihak terkait yang diberikan wewenan terhadapnya.

3. Kepada peneliti selanjutnya, perlu kecakapan dalam mendeskripsikan hasil penelusuran peneliti sebab dari pengalaman peneliti, informasi yang didapatkan belum sepenuhnya menggambarkan fakta yang sesungguhnya dilapangan.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Adli, Ridho Falah, *Strategi Komunikasi Majelis Ulama Indonesia Dalam Mensosialisasikan Fatwa Sesat Ormas Gafatar*, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2010.

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.

Firda, Syarifah Zahrina, *Strategi Komunikasi MUI Dalam Mensosialisasikan Fatwa Pedoman Bermuamalah di Media Sosial*, S1, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2018.

Harapan, Edi, Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014.

Hestina, *Strategi Komunikasi Humas Pemkot Dalam Upaya Menanggulangi Kasus Virus Corona (Covid-19) Di Kota Surakarta Pada Periode Maret 20 Juni 2020*, IAIN Surakarta. 2020.

Ilahi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.

Littlejohn dkk, *Pengantar Retorika*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Margarini, Eunice, *Masyarakat Indonesia Sambut Baik Vaksinasi Covid-19*, Kementerian Kesehatan, 2021.

Rajab, Alif Jumai, Muhamad Saddam Nurdin, Hayatullah Mubarak, *Tinjauan Hukum Islam Pada Edaran Pemerintah dan MUI Dalam Menyikapi Wabah Covid-19*, Sekolah Tinggi Ilmu Islam Dan Bahasa Arab (STIBA) Makasar, Bustanul Fuqaha: Jurnal Bidang Hukum Islam, Vol.1, No.2 Special Issue: Islamic Law Perspective On Covid-19, 2020.

- Liliweri, Alo, *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, Bandung: PT Citra Adhya Bakti, 1991.
- Ma'arif, Alif Jumai, *Retorika, Metode dan Komunikasi Publik*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Mahmud, Imam, *Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika*, Jurnal Komunikasi Vol 1, 2021.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhammad, Arni, *Komunikasi Organisasi* Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Narwoko, Dwi, Bagong Suyanto, *Sosiologi Teks Pengantar* Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Nurudin, *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomer 10 Tahun 2021, *Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.
- Rakhmat, Jalaludin, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, Bandung Rosdakarya, Oktober 2012.
- Ruslan, Rosadi, *Metode Penelitian publik Relation dan Komunikasi*, Edisi I cet.IV: Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sari, Indah Pitaloka, Sriwidodo, *Perkembangan Teknologi Terkini Dalam Mempercepat Produksi Vaksin Covid-19*, Majalah Farmasetika, Vol.5 No.5, Agustus, 2020.
- Soyomukti, Nurani, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jogjakarta: AR-RUZZ Media, 2016.
- Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta 2007.



DOKUMENTASI



26
10-2020 1252

Presiden: Pastikan Keamanan dan Keefektifan Vaksin Covid-19

Kategori Berita Pemerintahan | mth



Jakarta, Kominfo- Pemerintah selalu berupaya



Bansos, Insentif, hingga Vaksinasi Jadi Upaya Pemerintah Tangani Pandemi



Bansos, Insentif, hingga Vaksinasi Jadi Upaya Pemerintah Tangani Pandemi

JAKARTA - Presiden Joko Widodo memastikan bahwa bantuan sosial dan sejumlah insentif lain bagi masyarakat terdampak pandemi serta para pelaku UMKM akan terus bergulir di tahun 2021 ini.

Hal tersebut menjadi bagian dari upaya pemerintah dalam jangka pendek untuk





RIWAYAT HIDUP



Erni, Lahir Pada 19 Oktober 1999 di Mandeangin Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Kadang dan Ibu Ida. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2012 Lulus dari SDN 152 Mandeangin Desa Letta kecamatan Lembang

Kabupaten pinrang, Sulawesi Selatan. Pada tahun 2015 lulus dari MTs DDI Pacongan Kec. Paleteang Kab. Pinrang. Melanjutkan pendidikan di MAN Pinrang, lulus pada tahun 2018. Kemudian, penulis melanjutkan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah, Program studi Jurnalistik Islam (JI). Pada semester akhir yaitu pada tahun 2023, Penulis telah menyelesaikan Skripsinya yang berjudul “Komunikasi Publik Presiden Joko Widodo Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Di Metro Tv” Selama menempuh perkuliahan, penulis berpartisipasi pada organisasi Ikatan Pelajar Mahasiswa Letta (IPMAL), Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII).