

Kampanye Vaksinasi Covid-19

Nadhifa Rikhansa*, Wulan Tri Gartanti

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*nadhifa10199@gmail.com, gartanti@yahoo.com

Abstract. The emergency PPKM policy created a number of riots in Indonesia. Therefore, the government needs to provide other policies besides Emergency PPKM to deal with Covid-19 cases in Indonesia. One of them is the Covid-19 Vaccination Program which aims to form a national Herd Immunity. Unfortunately, the number of Indonesians who are willing to be vaccinated against Covid-19 is still far from the Government's target of 70%. This study examines the Covid-19 Vaccination Campaign Program by the Provincial Government of the Bangka Belitung Islands. This study aims to determine the Covid-19 Vaccination Campaign Program and its implementation by the Provincial Government of Kep. Bangka Belitung. This research uses qualitative method with constructivist paradigm and case study approach. The concept used as a perspective in this research is the Campaign Technique by Ruslan and Arifin's Communication Strategy. The results of this study explain that the Covid-19 Vaccination Campaign Program by the Provincial Government of the Bangka Belitung Islands is a "Promotive Program" and a "Pick-up" program. This program is carried out by "Satuan Tugas Khusus Vaksinasi Covid-19". These two programs were carried out because of the threat and strength that Bangka Belitung had in the Covid-19 Vaccination. In its implementation, the Provincial Government of the Bangka Belitung Islands uses participation techniques, associations, integrative techniques, reward techniques, ice sculpture arrangement techniques, and coercion or coercion techniques. The Provincial Government of the Bangka Belitung Islands has also carried out several communication strategies including repetition and canalizing. The content of this campaign message is also educative, persuasive, and informative.

Keywords: *Promotive Program, "Pick-Up" Program, Satuan Tugas Khusus Vaksinasi Covid-19.*

Abstrak. Kebijakan PPKM darurat membuat sejumlah kerusuhan di Indonesia. Oleh karenanya, pemerintah perlu memberikan kebijakan lain selain PPKM Darurat untuk mengatasi kasus Covid-19 di Indonesia. Salah satunya adalah Program Vaksinasi Covid-19 yang bertujuan untuk membentuk *Herd Immunity* nasional. Sayangnya, jumlah masyarakat Indonesia yang bersedia untuk divaksin Covid-19 masih jauh dari target capaian Pemerintah di-angka 70%. Penelitian ini meneliti mengenai Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 dan implementasinya oleh Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif dengan paradigma konstruktivis serta pendekatan Studi Kasus. Konsep yang digunakan sebagai perspektif dalam penelitian ini adalah Teknik Kampanye oleh Ruslan dan Strategi Komunikasi Arifin. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung adalah Program Promotif dan program "Jemput Bola". Program ini dilakukan oleh Satuan Tugas Khusus Vaksinasi Covid-19. Kedua program ini dilakukan karena ancaman dan kekuatan yang dimiliki Bangka Belitung dalam Vaksinasi Covid-19. Dalam implementasinya, Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menggunakan teknik Partisipasi, Asosiasi, teknik integratif, Teknik ganjaran, Teknik penataan patung es, dan Teknik koersi atau paksaan. Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung juga melakukan beberapa strategi komunikasi diantaranya adalah pengulangan dan *Canalizing*. Isi pesan kampanye ini juga bersifat edukatif, persuasif, dan informatif..

Kata Kunci: *Program Promotif, Program Jemput Bola, Satuan Tugas Khusus Vaksinasi Covid-19.*

A. Pendahuluan

Dalam upaya mensukseskan Program vaksinasi Covid-19 di Indonesia, Pemerintah perlu melakukan kampanye untuk mengajak masyarakat agar mau divaksin. Apalagi, jumlah masyarakat yang tidak mau dilakukan vaksinasi di Indonesia sangat banyak. Hasil survei Indikator Politik Indonesia (IPI) yang dikutip dari Kompas.com pada tanggal 23 Februari 2021, menunjukkan hanya 55 persen masyarakat Indonesia yang bersedia untuk di vaksin Covid-19. Sementara itu, 41 persen masyarakat lainnya tidak bersedia di vaksin, sedangkan 4,2 persen sisanya tidak menjawab. Hal tersebut tentunya menjadi “PR” bagi pemerintah dalam *membentuk Herd Immunity* di Indonesia. Pasalnya, agar bisa mencapai *Herd Immunity* atau kekebalan kelompok, setidaknya harus ada 70 persen populasi yang telah di vaksin atau telah memiliki kekebalan dari Covid-19.

Berbeda halnya dengan yang dialami Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Kegiatan vaksinasi Covid-19 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung justru kerap kali melampaui target harian nasional. Tak heran, Dikutip dari Buku Profil Provinsi Kep. Bangka Belitung (2020), Penanganan Covid-19 Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ini ternyata menjadi salah satu terbaik nasional. Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung juga meraih Top Inovasi Pelayanan Publik Tangani Covid-19. Ditambah lagi, Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung meraih Predikat Communication Award yang artinya Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung telah menjadi salah satu provinsi di Indonesia dengan tingkat penyebaran informasi yang tinggi.

Artinya, terdapat sejumlah kampanye berbeda yang dilakukan Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung untuk mencapai hal tersebut. Hal itulah yang kemudian menarik peneliti untuk meneliti Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 yang dilakukan Pemerintah Prov. Kep. Bangka Belitung.

Kampanye menurut Roger dan Storey (dalam Venus, 2018) adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Dalam konteks penelitian ini, kampanye dilakukan dengan serangkaian tindakan komunikasi untuk mengajak masyarakat agar mau melakukan vaksinasi Covid-19 dan memutus penyebaran Covid-19.

Kampanye Vaksinasi Covid-19 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sendiri diatur oleh Satuan Tugas Vaksinasi Covid-19 Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, yang dikepalai oleh Wakapolda Bangka Belitung. Satuan tugas vaksinasi Covid-19 ini merupakan satuan baru yang dibentuk untuk menangani permasalahan vaksinasi Covid-19 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Satuan tugas vaksinasi Covid-19 ini, terdiri dari berbagai macam instansi pemerintahan dan non pemerintahan. Diantaranya adalah BPBD, Dinas Kesehatan, Kantor Kesehatan Pelabuhan, Diskominfo, Polda Babel, dan lain sebagainya.

Dalam mengajak masyarakat agar mau melakukan Vaksinasi Covid-19, Satuan Tugas Vaksinasi Covid-19 menggunakan serangkaian tindakan komunikasi melalui berbagai macam media, salah satunya adalah media sosial.

Media sosial menurut Fardiah,dkk. (2020) telah berhasil mengubah praktek komunikasi langsung media siaran dari satu media institusi ke banyak audiens (satu ke banyak) ke dalam komunikasi dialogis praktik di antara banyak audiens (banyak ke banyak). Sedangkan Ardianto (2011) mengatakan bahwa media sosial memiliki kekuatan (*power*) yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa terbentuk karena kekuatan media tersebut terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku atau masyarakat. Penggunaan media sosial sebagai salah satu media kampanye Vaksinasi Covid-19 di Bangka Belitung ini tak terlepas dari hal tersebut.

Selain media sosial, pemerintah yang dalam hal ini diwakili satgasus Vaksinasi Covid-19 juga melakukan beberapa program kampanye vaksinasi Covid-19 lainnya. Hal inilah yang akhirnya membuat peneliti merumuskan fokus penelitian menjadi “Bagaimana Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung?”

Tujuan penelitian ini sendiri adalah untuk mengetahui :

1. Program Kampanye Kegiatan Vaksinasi Covid-19 Oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

2. Implementasi Program Kampanye Kegiatan Vaksinasi *Covid-19* oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian atau pendekatan studi kasus. Desain penelitian menurut Nacmias & Nachmias (1976) adalah suatu rencana tindakan dari pertanyaan penelitian hingga konklusi atau kesimpulan, untuk menentukan ranah generalisasi dan digunakan sebagai *blue print* penelitian serta untuk menghindari data yang tidak mengarah pada pertanyaan penelitian. Pemilihan Studi Kasus sesuai dengan tujuan umum penelitian, dimana Program kampanye memerlukan penggambaran karakteristik yang menyeluruh seperti bentuk program kampanye yang dijalankan, pelaksanaannya, media apa yang digunakan, dan hal-hal lain yang menyangkut kegiatan kampanye itu sendiri. Penelitian ini sendiri termasuk kedalam tipe desain kasus tunggal holistik.

Penelitian ini menggunakan manusia sebagai alat penelitian. Artinya, hasil dari penelitian ini dikembangkan menggunakan sudut pandang peneliti maupun subjeknya. Oleh karenanya, penelitian ini memerlukan subjek atau narasumber penelitian sebagai salah satu sumber peneliti dalam pengumpulan data.

Dalam memilih subjek sebagai salah satu sumber penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* sendiri adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan peneliti disini adalah untuk memilih narasumber atau subjek penelitian yang memiliki pemahaman dan pengalaman terkait Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 dan juga terlibat dalam pelaksanaannya.

Atas pertimbangan tersebut, peneliti memilih beberapa narasumber sebagai berikut: (1) Kepala Pelaksana Badan Penanggulangan bencana Daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (yang dalam hal ini menjabat sebagai Sekretaris Satuan Tugas *Covid-19* Provinsi Kepulauan Bangka Belitung), Bapak Mikron Antariksa, A.Ks., M.Si., (2) Kepala Kantor Kesehatan Pelabuhan Kelas III Kota Pangkalpinang (yang dalam hal ini menjabat sebagai Juru Bicara Vaksinasi *Covid-19* Provinsi Kepulauan Bangka Belitung), dr. Bangun Cahyo Utomo, M. Epid., (3) Kepala Dinas Kesehatan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dr. H. Andri Nurtito, MARS., (4) Kepala Biro Operasi Polda yang dalam hal ini menjabat sebagai anggota Satgas Dalap (Pengendalian dan Laporan), Kombes Pol Pontjo Soediantoko, S.I.K., M.H., (5) Vaksinator *Covid-19* di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Ibu Endah Kustrianti, A.Mk., (6) Pimpinan Redaksi Bangka Pos Grup, Bapak Ibnu Taufik Juwariyanto.

Kemudian, peneliti melakukan pengumpulan data pada keenam narasumber tersebut dengan wawancara mendalam untuk mengetahui secara lebih luas terkait fenomena yang diteliti. Selain wawancara mendalam, Peneliti juga menggunakan metode observasi dan dokumentasi. Penulis mengobservasi media yang digunakan dalam kampanye serta menggunakan dokumen-dokumen yang berasal dari narasumber dan penelitian terdahulu untuk dijadikan sumber data penelitian.

Setelah data-data terkumpul, peneliti melakukan reduksi data dan uji keabsahan data dengan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Barulah setelah itu, peneliti menyajikan data tersebut ke dalam laporan hingga menarik kesimpulan atas pertanyaan penelitian.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

PROGRAM KAMPANYE VAKSINASI COVID-19 DI PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG

Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung melaksanakan kegiatan Kampanye vaksinasi *Covid-19* secara masif dan terus-menerus kepada masyarakat guna memberikan informasi, edukasi, dan juga mempersuasi publik agar mematuhi protokol kesehatan serta bersedia divaksin saat vaksin siap diberikan. Kegiatan kampanye ini diakui pemerintah telah berlangsung sebelum pelaksanaan Vaksinasi *Covid-19* di mulai serentak di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, yakni sejak bulan November 2020, atau dua bulan sebelum pelaksanaan Vaksinasi *Covid-19* di mulai pada bulan Januari 2021.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Roger dan Storey (dalam Antar Venus, 2018:7)

yang mendefinisikan kampanye sebagai “Serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Program Kampanye Vaksinasi ini di kemudian di sahkan dengan penetapan Surat Keputusan Gubernur Kep. Bangka Belitung Nomor 188.44/DINKES/2021 terkait “Pembentukan Tim Percepatan Pelaksanaan Vaksin *Corona Virus Disease* 2019 Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung”. Dalam Surat Keputusan yang di sahkan awal Agustus 2021 tersebut, Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung membentuk Satgas Vaksinasi *Covid-19* yang terdiri atas berbagai bidang guna mendukung pelaksanaan vaksinasi *Covid-19* di Bangka Belitung. Salah satunya adalah bidang Komunikasi, Advokasi, dan Pemberdayaan Masyarakat, yang dalam satgasus Vaksinasi *Covid-19* disebut “Satgas Edukasi”.

Satuan Tugas Khusus Vaksinasi *Covid-19* inilah yang kemudian menjalankan program-program kampanye Vaksinasi *Covid-19* di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Program-program tersebut dijalankan dengan anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Namun, anggaran tersebut merupakan anggaran untuk kegiatan sosialisasi dan edukasi kesehatan secara umum, tidak dianggarkan khusus untuk Kampanye vaksinasi *COVID-19*. Oleh karenanya, Pemerintah Bangka Belitung kemudian melakukan *refocussing* anggaran untuk digunakan sebagai dana Media Komunikasi, Informasi, dan Edukasi *Covid-19* sebesar 139.228.000,- yang didalamnya juga terdapat dana untuk kampanye mengenai vaksinasi *Covid-19*.

Berdasarkan temuan yang telah didapat, Program-program kampanye Vaksinasi *Covid-19* yang dilakukan Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung secara umum dibagi menjadi dua, Program Promotif dan Program “Jemput Bola”.

Program Promotif Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Kata Promotif merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “bersifat memajukan atau meningkatkan”. Dalam hal ini, Program Promotif Kampanye Vaksinasi *Covid-19* maksudnya adalah upaya penyebarluasan informasi terkait Vaksinasi *Covid-19* untuk meningkatkan capaian herd immunity Nasional. Dikutip dari Rosady Ruslan (2013:22), Kampanye adalah “*campaign is generally example persuasion in action*” (Kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk). Program Promotif ini pada dasarnya juga bertujuan untuk membujuk masyarakat agar mau melakukan Vaksinasi *Covid-19* dan meningkatkan capaian target Vaksinasi *Covid-19* menuju *Herd Immunity* nasional. Program promotif kampanye ini dilakukan Pemerintah Provinsi Kep. Babel dengan berbagai macam cara. Adapun penjabaran kegiatannya sebagai berikut:

1. Melibatkan Tokoh Masyarakat Penting
2. Memberdayakan Masyarakat, Komunitas, dan Organisasi Keagamaan
3. Berkoordinasi dengan *stakeholder*/ Organisasi Perangkat Daerah (OPD)
4. Meningkatkan Kerja Sama dengan Media Massa
5. Mengoptimalkan media komunikasi publik milik Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung

Peneliti kemudian menemukan beberapa alasan mengapa program promotif dilaksanakan di Bangka Belitung, adapun alasannya adalah :

Pertama, Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung menghadapi beberapa ancaman. Ancaman yang terjadi di Provinsi Kep. Bangka Belitung saat ini mengenai vaksinasi *Covid-19* adalah banyak informasi salah yang beredar luas di masyarakat sehingga menimbulkan tuntutan masyarakat akan transparansi vaksinisasi *Covid-19* menyangkut bentuk fisik vaksin, kebaruannya, campur tangan siapa saja didalamnya, hingga siapa yang memberikannya.

Kedua, kekuatan media sosial yang begitu besar sekarang, mempermudah laju penyebaran disinformasi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Menurut Supiadi, dkk. (2020), media sosial adalah ruang dengan aksesibilitas tinggi untuk mendapatkan informasi, tetapi sering bercampur dengan informasi palsu. Hoax lebih fokus pada kepercayaan daripada

argumentasi dan perasaan bukan daripada deduksi. Informasi hoax yang tidak benar tersebut menyebar cepat dan akhirnya menimbulkan krisis komunikasi atau ketidakpercayaan masyarakat atas kegiatan vaksinasi *Covid-19* yang akan dilakukan Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Dalam Yuningsih (2003), ketidaksesuaian antara kebijaksanaan Pemerintah dengan realitas yang terjadi dimasyarakat, menghasilkan sejumlah formalisme di masyarakat itu sendiri. Formalisme adalah “suatu keadaan di mana masyarakat tidak mau mematuhi kebijaksanaan itu karena tidak sejalan dengan aspirasi mereka dan pemerintah tidak sanggup memaksakannya”.

Ketiga, luasnya wilayah Geografis Provinsi Kep. Bangka Belitung serta bentuk wilayahnya yang merupakan kepulauan, menyulitkan petugas vaksin dalam melakukan Vaksinasi *Covid-19* kepada masyarakat yang berada di daerah pelosok. Dalam kampanye, Pelaku kampanye harus melakukan Proses identifikasi dan segmentasi kampanye agar dalam menjalani perencanaan dan pelaksanaan kampanye selanjutnya akan lebih mudah.

Arens (1999) dalam Patria dan Fahmi(2020), menyatakan bahwa identifikasi dan segmentasi sasaran kampanye dilaksanakan dengan melakukan pemilahan atau segmentasi salah satunya terhadap kondisi geografis (*geographic segmentation*). Kondisi geografis inilah yang selanjutnya merujuk kepada perencanaan kampanye promotif.

Apalagi, kendaraan umum yang mempercepat mobilisasi di Provinsi ini minim sekali. Salah satunya adalah tidak tersedianya Kereta Api di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Selain itu, anggaran yang disediakan untuk melakukan promosi atau sosialisasi kegiatan vaksinasi ini terbilang jauh dari cukup sehingga pemerintah harus mencari cara agar komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien, salah satunya adalah dengan Kegiatan Promotif melalui media social dan media lainnya.

Program “Jemput Bola”

Program Jemput Bola merupakan salah satu program Kampanye Vaksinasi *Covid-19* dimana vaksinator mendekati diri ke masyarakat yang belum di vaksin. Tujuan Program Jemput Bola pada dasarnya adalah mempermudah akses masyarakat kepada vaksinator *Covid-19* untuk kemudian dapat mendapatkan Vaksin *Covid-19* dengan cepat dan mudah. Adapun beberapa program Jemput bola yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung adalah sebagai berikut:

1. Membuka Gerai Vaksinasi *Covid-19* di Tempat Keramaian

Adapun beberapa tempat keramaian yang disebutkan dalam wawancara dengan dr. Bangun Cahyo adalah sebagai berikut :

2. Pusat Perbelanjaan “Transmart”
3. Tempat Karaoke “Masterpiece”
4. Acara Lomba Burung
5. Pelabuhan
6. Mengadakan Acara Vaksinasi *Covid-19* dengan *Doorprize*
7. Mengadakan Kegiatan Vaksinasi *Covid-19* “*Door to Door*”
8. Melakukan kerjasama dengan Badan Intelejen Negara

Dalam hal ini, Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki Komunikasi risiko tentang keamanan vaksin dalam program kampanye yang dilakukan. Komunikasi risiko tentang keamanan vaksin yang disebut dengan *Vaccine Safety Communication* merupakan komponen esensial dalam rangkaian interaksi antara petugas kesehatan, orang tua, influencer publik, media dan masyarakat. Tujuan komunikasi keamanan vaksin adalah untuk membangun kepercayaan dan melindungi program Vaksinasi *Covid-19*.

Menurut Joseph Dominick (Morissan, 2013:17) setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi: sumber, encoding, pesan, saluran, dekoding, penerima, umpan balik, dan gangguan. Media disini merupakan salah satu bagian dari saluran. Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung meningkatkan penggunaan media agar masyarakat Bangka Belitung lebih memahami informasi terkait Vaksinasi *Covid-19*.

Hampir seluruh media massa yang ada di Bangka Belitung di atur agar menampilkan

informasi vaksinasi *Covid-19* dan mengajak masyarakat Bangka Belitung agar mau di vaksin. Pemprov Bangka Belitung sendiri menggunakan media milik Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung dan media berbayar, antara lain: media cetak (Koran, poster, leaflet, flier, dan lain-lain), media siar (In Radio FM), media daring (seminar virtual), media sosial (melalui diskominfo dan dinas terkait), media luar ruang (baliho), komunikasi tetap muka (kunjungan kerja, dan lain-lain), komunikasi antar personal (kunjungan kerja, dan lain-lain).

Mengenai Alasan Pelaksanaan Program “Jemput Bola” di Prov. Kep. Babel sendiri, peneliti menemukan beberapa hal diantaranya :

Pertama, jumlah masyarakat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang tidak banyak. Menurut Arens dalam Patria dan Fahmi (2020), salah satu Proses identifikasi dan segmentasi yang dilakukan agar perencanaan dan pelaksanaan kampanye lebih mudah dilakukan adalah pemilahan atau segmentasi terhadap kondisi demografis.

Menurut data BPS tahun 2020, Provinsi Kep. Bangka Belitung masuk kedalam enam besar Provinsi dengan populasi penduduk yang paling sedikit, dengan jumlah 1,4 juta jiwa. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa Program Jemput Bola diadakan. Pemerintah dapat lebih mudah menjangkau masyarakat yang jumlahnya cenderung sedikit dengan meminta bantuan kerjasama dengan berbagai macam komunitas di daerah kota hingga pelosok.

Kedua, sasaran Vaksinasi *Covid-19* yang belum tercapai. Sasaran vaksinasi Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung secara keseluruhan adalah sebesar 1.137.824. Jumlah tersebut adalah presentase 70% dari total seluruh masyarakat Provinsi Kep. Bangka Belitung. Sedangkan berdasarkan data temuan, pada Agustus 2021, masyarakat yang telah di vaksin dosis 1 baru sebanyak 489.168 dosis. Padahal, target keseluruhan sebesar 1.137.824 harus telah di capai di akhir tahun pada bulan Desember 2021.

Ketiga, pemerintah memiliki dukungan penuh dari lembaga non pemerintah seperti media, TNI/POLRI, BUMN ataupun BUMS hingga komunitas masyarakat untuk melakukan kegiatan vaksinasi *Covid-19* serta membantu pemerintah untuk melakukan kampanye kegiatan vaksinasi *Covid-19* tersebut. Dengan bantuan ini, pemerintah memiliki peluang yang lebih besar untuk masuk kedalam masyarakat dan melakukan Kampanye vaksinasi di masyarakat.

Penulis akhirnya membuat bagan alur yang menjelaskan mengenai Program Kampanye Vaksinasi *Covid-19* di Provinsi Bangka Belitung (Gambar 3.1).



Gambar 1. Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 di Provinsi Bangka Belitung

(Sumber : Temuan Penulis, 2022)

IMPLEMENTASI PROGRAM KAMPANYE VAKSINASI COVID-19 DI PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG

Dalam implementasi Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, penulis menemukan bahwa terdapat faktor pendorong dan faktor penghambat dalam kegiatan kampanye. Adapun faktor pendukung Program kampanye Vaksinasi *Covid-19* adalah :

1. Satgasus Vaksinasi *Covid-19*

2. Jumlah Masyarakat Bangka Belitung yang tidak banyak
3. Mayoritas masyarakat tidak melakukan penolakan terhadap kegiatan Kampanye Vaksinasi *Covid-19*

Penulis kemudian menemukan Faktor penghambat Program Kampanye Vaksinasi *Covid-19* sebagai berikut :

1. Banyak beredar disinformasi dan hoax terkait vaksinasi *Covid-19*.
2. Pemahaman masyarakat terkait Vaksinasi *Covid-19* masih rendah.
3. Area masyarakat yang berada jauh dari pusat Kota sehingga proses kampanye kurang efektif dilaksanakan.
4. Akses untuk lansia terbatas
5. Banyak masyarakat yang sudah merasa terlindungi dengan Vaksin pertama

Untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melakukan sejumlah upaya-upaya, seperti:

1. Melakukan Intensifikasi dan Ekstensifikasi Kampanye Vaksinasi *Covid-19*
2. Memberikan bukti atas informasi yang disampaikan
3. Melakukan “pemaksaan” untuk Vaksinasi *Covid-19*

Dalam implementasinya, penulis juga menemukan beberapa teknik kampanye yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Teknik Kampanye dilakukan untuk menyukseskan persuasi pemerintah dalam berkampanye melalui berbagai public sehingga penyampaian pesan (message) kepada audiensinya cukup efektif. Adapun penjabaran beberapa teknik yang digunakan oleh Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

Pertama, adalah Partisipasi (*Participasing*). Menurut Ruslan (2013), Partisipasi adalah teknik yang mengikutsertakan (Partisipasi) atau peran serta komunikasi atau audiensi yang memancing minat atau perhatian yang sama kedalam suatu kegiatan kampanye dengan tujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, menghargai, kerja sama, dan toleransi. Teknik partisipasi digunakan oleh pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung dengan Melibatkan langsung Kepala Daerah, Forkopinda (Forum Komunikasi Pimpinan Daerah), Tokoh masyarakat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, hingga influencer lokal dalam mensosialisasikan pelaksanaan Vaksinasi *Covid-19*. Pemerintah juga meningkatkan kerja sama dengan kalangan media massa dan pegiat media sosial untuk terus menguatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat.

Kedua, adalah teknik Asosiasi (*Association*), yaitu menyajikan isi kampanye yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau objek yang tengah ramai dibicarakan agar dapat memancing perhatian masyarakat (Ruslan,2013). Kampanye yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung adalah terkait vaksinasi *Covid-19* yang mana merupakan suatu hal yang ramai dibicarakan dan erat kaitannya dengan penanganan *Covid-19* itu sendiri. Dengan menginformasikan ke masyarakat mengenai salah satu penanganan *Covid-19* terbaik selain berfokus pada pematuhan protokol kesehatan yakni vaksinasi *Covid-19*, masyarakat seharusnya dapat lebih mendengarkan isi dari informasi kampanye tersebut.

Ketiga, Teknik integratif (*integrative*), Teknik ini adalah bagaimana Pemerintah menyatukan diri dengan Masyarakat secara komunikatif dengan mengucapkan kata-kata: “kita, kami, anda sekalian atau untuk anda, dan sebagainya” yang artinya mengandung makna bahwa yang disampaikan pihak komunikator bukan untuk kepentingan dirinya atau perusahaannya, atau bukan untuk mengambil keuntungan sepihak, tetapi mengambil manfaat secara bersama, demi untuk kepentingan bersama (Ruslan, 2013). Pemerintah dalam mengkampanyekan kegiatan vaksinasi ikut di vaksin juga, dan meminta bantuan dari masyarakat untuk mengajak masyarakat lain, agar pandemi *Covid-19* dapat segera berakhir. Dalam mengkampanyekan kegiatan ini, pemerintah juga mengoptimalkan media komunikasi publik milik Pemerintah Provinsi Kep. Bangka Belitung dengan konten utama penegakan protokol Kesehatan dan kesiapan vaksinasi melalui website, radio, dan lainnya.

Kampanye Vaksinasi *Covid-19* yang dilakukan pemerintah di media sosial juga kebanyakan menggunakan kalimat ajakan seperti “*yoh seperadik*” yang memiliki arti “ayo saudara”. Kemudian kalimat “*bantu sebarakan informasi ni ke keluarga, seperadik kite ok, biar cepet kite herd immunity*” yang memiliki arti “bantu sebarakan informasi ini ke keluarga dan saudara kita ya, agar kita bisa mencapai *herd immunity* dengan cepat “. Kata saudara kita yang merujuk kepada masyarakat Bangka Belitung yang lain merupakan salah satu bentuk teknik integratif yang terlihat dari kampanye yang dilakukan pemerintah di media sosial. Penggunaan bahasa daerah Bangka juga memperkuat jalinan integrasi antar masyarakat dan pemerintah.

Keempat, Teknik ganjaran (*pay off technique*), Teknik ganjaran bermaksud untuk mempengaruhi komunikasi dengan suatu ganjaran (*pay off*) atau menjanjikan sesuatu dengan reward, dan lain sebagainya dengan dua kemungkinan, yaitu bisa berupa benefit (manfaat), kegunaan, dan sebagainya; atau juga bisa berupa ancaman, kekhawatiran, dan suatu yang menakutkan (Ruslan, 2013).

Dalam mensosialisasikan kegiatan vaksinasi *Covid-19*, pemerintah provinsi Kep. Bangka Belitung memberikan reward kepada masyarakat yang melakukan vaksin dengan memberikan sertifikat vaksin serta manfaat perlindungan yang lebih ampuh untuk melawan *Covid-19* dalam tubuh. Ketika melakukan vaksinasi di meja dua (*screening*) dan meja empat (pencatatan dan observasi), masyarakat di informasikan seputar manfaat di vaksin agar masyarakat juga tergerak untuk mengajak masyarakat yang lain.

Reward nyata juga diberikan pemerintah dalam mengajak masyarakat untuk di vaksin. Pemerintah bekerjasama dengan pengusaha-pengusaha lokal yang ada untuk mensponsori *doorprize* menarik untuk dihadiahkan kepada masyarakat yang mau di vaksin. Hadiah bersifat acak dan di-undi. Dengan begitu, masyarakat menjadi lebih tertarik untuk dilakukan vaksin *Covid-19* di Bangka Belitung.

Kelima, adalah Teknik penataan patung es (*icing technique*). Menurut Ruslan (2013), teknik penataan patung es adalah suatu upaya dalam menyampaikan pesan (*message*) suatu kampanye sedemikian rupa sehingga enak dilihat, didengar, dibaca, dirasakan dan sebagainya. Pemerintah melakukan teknik penataan patung es di setiap kampanyenya melalui media cetak dan media sosial. Di media sosial, pemerintah membuat poster-poster infografis yang menarik dengan jenis *font* yang mudah dibaca oleh Masyarakat. Warna yang kontras dan cerah juga membuat pesan yang ditampilkan semakin menarik.

Keenam, Teknik koersi atau paksaan (*coercion technique*). Menurut Ruslan (2013), Teknik koersi adalah kampanye yang lebih menekankan suatu “paksaan” yang dapat menimbulkan rasa ketakutan atau kekhawatiran bagi pihak komunikasi yang tidak mau tunduk melalui suatu ancaman tertentu. Dalam hasil penelitian yang ditemukan, pelaksanaan vaksinasi *Covid-19* memang tidak boleh dipaksakan, karena keputusan dikembalikan kepada masyarakat itu sendiri. Masyarakat berhak memilih atas badannya sendiri.

Namun demikian, jika merujuk kepada pengertian “menimbulkan rasa ketakutan atau kekhawatiran bagi pihak komunikasi yang tidak mau tunduk melalui suatu ancaman tertentu”, Pemerintah menggunakan teknik paksaan. Hal ini terlihat dari dilibatkannya BABINSA bersama TNI/POLRI dalam melakukan kampanye vaksinasi *Covid-19* secara *door to door*. Masyarakat yang rumahnya didatangi langsung oleh petugas tentunya mendapatkan rasa kekhawatiran dan ketakutan apabila tidak mengikuti Vaksinasi, meskipun vaksinasi *Covid-19* merupakan pilihan yang bisa untuk tidak dipilih.

Kemudian, penulis juga melakukan analisis terkait implementasi Program Kampanye Vaksinasi *Covid-19* melalui pespektif strategi Komunikasi. Ternyata, dalam menyampaikan pesan tersebut, Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melakukan beberapa teknik strategi komunikasi, diantaranya adalah *Redudancy (Repetition)* yang mana merupakan pengulangan. Kampanye vaksinasi *Covid-19* ini dilakukan setiap hari sejak dua bulan menjelang proses vaksinasi demi tercapainya komunikasi yang efektif dan pemahaman penuh dari masyarakat. Kemudian *Canalizing*, Pemerintah menggunakan teknik ini dalam mengkampanyekan Vaksinasi *Covid-19* melalui media sosial ataupun pada saat tatap muka. Pendekatan pemerintah dalam mengkampanyekan Vaksinasi *Covid-19* menggunakan bahasa daerah agar masyarakat Bangka Belitung lebih memahami pesan yang dimaksud. Pemerintah

juga bekerjasama dengan komunitas atau organisasi keagamaan untuk menarik massa yang dimiliki kelompok tersebut untuk bersama mengkampanyekan Vaksinasi *Covid-19*. Pesan yang disampaikan pemerintah pada saat kampanye juga bersifat Informatif, Persuasif, Edukatif, dan Koersif.

Pada bagian implementasi ini, penulis kemudian merangkum analisis kedalam sebuah bagan temuan sebagai berikut.



Gambar 2. Implementasi Program Kampanye Vaksinasi *Covid-19* di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

(Sumber : Temuan Penulis,2022)

D. Kesimpulan

Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 yang dilaksanakan oleh Pemerintah Prov. Kep. Bangka Belitung, adalah Program Promotif dan Program Jemput Bola. Program promotif diantaranya adalah pelibatan tokoh masyarakat penting; pemberdayaan masyarakat, komunitas, dan organisasi keagamaan; koordinasi dengan *Stakeholder/OPD*; kerjasama dengan media massa; dan mengoptimalkan media komunikasi public milik pemerintah Prov. Kep. Bangka Belitung. Sedangkan program jemput bola terdiri dari pembukaan gerai vaksinasi Covid-19 di tempat keramaian seperti Transmart, Masterpiece, Acara lomba Burung, dan Pelabuhan; pengadaan acara vaksinasi Covid-19 dengan *doorprize*; pengadaan vaksinasi Covid-19 secara *door to door*; dan kerjasama dengan BIN untuk masuk ke sekolah dan komunitas.

Dalam implementasinya, Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melakukan Teknik Kampanye seperti Partisipasi (*Participating*), Asosiasi (*Association*), teknik integratif (*integrative*), Teknik ganjaran (*pay off technique*), Teknik penataan patung es (*icing technique*), dan Teknik koersi atau paksaan (*coercion technique*). Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung juga melakukan beberapa strategi komunikasi diantaranya adalah *Repetition* atau pengulangan dan *Canalizing*. Isi pesan kampanye ini juga bersifat edukatif, persuasif, dan informatif.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Wulan Tri Gartanti, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam penelitian ini, serta Mikron Antariksa, A.Ks., M.Si., dr. Bangun Cahyo Utomo, M. Epid., dr. H. Andri Nurtito, MARS., Kombes Pol Pontjo Soediantoko, S.I.K., M.H., Ibnu Taufik Juwariyanto, dan Endah Kustrianti, A.Mk. yang telah berperan sebagai narasumber dalam penelitian ini. Tak lupa, peneliti juga berterimakasih kepada seluruh pihak yang telah berjasa dan berkontribusi dalam membantu penelitian dari awal hingga selesainya penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Ardianto, E. 2011. Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi. Yogyakarta: ASPIKOM Buku Litera dan Perhumas.
- [2] Fardiah, D.,dkk. 2020. "Media Literacy for Dissemination Anticipated Fake News on

- Social Media”, dalam *Jurnal MediaTor: Jurnal Komunikasi* Volume 13 Nomor 2, halaman 278-289.
- [3] Nacmias, D., & Nachmias, C. .1976. *Research Methods in The Social Sciences*. New York: St. Martin’s.
- [4] Patria, P.R. dan Fahmi, H. 2020. “Kampanye #Negaramelindungi Wni Terhadap Virus Covid-19”, dalam *Spesia : Seminar Penelitian Sivitas Akadimka Unisba Prosiding Hubungan Masyarakat* , Volume 6, Nomor 2.
- [5] Pemprov Kep. Bangka Belitung. 2020. *PROFIL PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG 2020 : Potensi dan Pesona Bumi Serumpun Sebalai*. Bangka Belitungprov.go.id.
- [6] Ruslan, Rosady. 2013. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- [7] Saefullah, U. 2013. *Kapita Selektta Komunikasi: Pendekatan Budaya dan Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [8] Supriadi, Y., dkk. 2020. “The Role of the West Java Indonesian Broadcasting Commission (KPID) in Preventing Citizen Panic Related to News and Information Regarding Covid-19, dalam *Jurnal MediaTor*, Volume 13 Nomor 2, Desember 2020, halaman 167-177.
- [9] Venus, A. 2018. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [10] Yuningsih, A. 2003. “Urgensi Pembaharuan Strategi Kehumasan Bagi Partai Politik” , dalam *Jurnal Mimbar* Volume XIX No. 1, halaman 58 – 75.
- [11] Zahrotunnimah. 2020. “Langkah Taktis Pemerintah Daerah Dalam Pencegahan Penyebaran Virus Corona Covid-19 di Indonesia”, dalam *Jurnal Salam : Jurnal Sosial dan Budaya Syar’I*, Volume Nomor 3 Tahun 2020.
- [12] “Survei Sebut 41 Persen Masyarakat Tidak Bersedia Divaksin, Ini Saran Sosiolog”.
- [13] <https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/23/062800565/survei-sebut-41-persen-masyarakat-tidak-bersedia-divaksin-ini-saran?page=all>. Tanggal akses 18 Juli 2021.
- [14] Mufty Macmud, Abdullah, Yuningsih, Ani. (2022). Hubungan Kampanye Vaksinasi dengan Sikap Followers untuk Divaksin. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2) , 162 - 168