

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

URGENSI MEDIA MASSA DALAM MENSOSIALISASIKAN HIMBAUAN VAKSINASI COVID-19 DI MASA PANDEMI

Muhamad Bisri Mustofa
UIN Raden Intan Lampung
bisrimustofa@radenintan.ac.id

Siti Wuryan
UIN Raden Intan Lampung
Siti@radenintan.ac.id

Muhamad Juniardi
UIN Raden Intan Lampung
juniardi060601@gmail.com

Khilda Nur Kholisiyah
UIN Raden Intan Lampung
khildanurkholisiyah1605@gmail.com

Juwita Nindy Rosiana
UIN Raden Intan Lampung
juwitanindy435@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini berusaha menjabarkan urgensi media massa yang sejatinya memiliki peranan penting dalam menyebarkan suatu informasi atau secara istilah dapat dikatakan sebagai agen sosialisasi, hal tersebut sangatlah penting apabila diterapkan guna menyampaikan himbauan terkait vaksinasi Covid-19 di era pandemi kepada seluruh lapisan masyarakat. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa media massa berperan penting menjadi agen sosialisasi ideologi dan gairah politik kepada kaum muda, dan penelitian lainnya menjelaskan mengenai peranan media cetak dalam mensosialisasikan himbauan Vaksinasi. Tulisan ini merujuk pada pemberitaan media massa, media sosial, artikel-artikel jurnal, dan semua resource yang dapat diakses secara daring, atau menggunakan metode library research. Tulisan ini menjelaskan bagaimana media massa mampu menjadi agen sosialisasi terutama dalam penyampaian himbauan mengenai kebijakan vaksinasi di era pandemi pada berbagai lapisan masyarakat terlepas dari segala dinamika dan juga kendala yang menjadi penghambatnya.

Kata Kunci: *Media Massa, Sosialisasi, Himbauan Vaksinasi*

ABSTRACT

The mass media actually has an important role in disseminating information or in terms it can be said as an agent of socialization, this is very important if applied to convey appeals related to Covid-19 vaccination in the pandemic era to all levels of society. Previous research has stated that the mass media plays an important role as agents of ideological socialization and political

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

passion to young people, and other studies explain the role of print media in disseminating the vaccination appeal. This paper refers to mass media coverage, social media, journal articles, and all resources that can be accessed online, or using library research methods. This paper explains how the mass media are able to become agents of socialization, especially in conveying appeals regarding vaccination policies in the pandemic era at various levels of society regardless of all the dynamics and obstacles that become obstacles..

Keywords: *Mass Media, Socialization, Vaccination Appeal*

A. PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah kasus Covid-19 di Indonesia menyebabkan perubahan pada berbagai sektor. Pemerintah berupaya menangani masalah Covid-19 dengan menerapkan himbauan Vaksinasi, hal ini bertujuan untuk menciptakan kekebalan tubuh dan tentunya agar masyarakat menjadi terlindungi dari virus Covid-19.(Alfianistiawati, 2021) Namun himbauan tersebut sempat mendapat penolakan dari beberapa lapisan masyarakat. Lembaga Survei Indonesia (LSI) melakukan survei yang dilakukan terhadap responden yang berjumlah 1.200 orang dari seluruh wilayah yang ada di Indonesia sampai pada bulan Juni 2021, hal ini bertujuan untuk mengetahui progres giat vaksinasi yang telah dianjurkan oleh pemerintah. (Dewi & Bustan, 2021)

Dari hasil survei tersebut menunjukkan, 55,5% masyarakat mengatakan alasan utama tidak mau divaksin adalah karena takut efek samping vaksinasi. Kemudian 25,4% masyarakat merasa bahwa vaksinasi tidak terlalu efektif, sehingga enggan divaksinasi. Masyarakat yang merasa badannya sehat dan tidak membutuhkan Vaksinasi Sebanyak 19%. Sebanyak 9,9% beranggapan bahwa vaksin mengandung unsur-unsur yang kemudian menyebabkan vaksin menjadi haram. Beberapa masyarakat beranggapan bahwa sudah banyak yang divaksin sehingga telah tercakup dalam kekebalan kelompok, maka dirinya tak perlu divaksin sebanyak 4,1%. Kemudian, 3,8% masyarakat beranggapan vaksinasi hanya upaya perusahaan farmasi untuk menambah keuntungan. Hasil survei itu juga menunjukkan bahwa sekitar 82.6% masyarakat belum divaksinasi. Di antara masyarakat yang belum mendapatkan vaksinasi, sekitar 36.4% tidak bersedia untuk divaksin, dan 63.6% lainnya masih bersedia divaksinasi.(Lestari dkk., 2021)

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat diketahui bahwa upaya penyampaian pesan yakni himbauan vaksinasi oleh pemerintah, masih belum memiliki metode cukup baik dan efektif untuk dapat meyakinkan masyarakat. Sehingga masih banyak masyarakat yang enggan mentaati himbauan tersebut.(Syaipudin, 2019) Hal tersebut didasari oleh beberapa faktor yang memang

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

menjadi penghambat upaya pemerintah untuk memberikan himbauan dan sosialisasi juga edukasi terkait vaksinasi. Salah satu faktor penghambatnya ialah media massa itu sendiri yang seharusnya dapat menjadi agen sosialisasi yang sangat efektif ketika melihat jangkauan media massa yang begitu luas, yang pastinya dapat menyingkap problem geografis Indonesia yang pada dasarnya adalah negara kepulauan. Namun, pada kenyataannya banyak pula timbul pemberitaan yang menjadi bumerang dan menghambat proses sosialisasi vaksinasi.(Zein, 2021)

Fungsi media selain sebagai sarana penyampaian informasi kepada khalayak juga memiliki peran yang strategis. Media yang menyediakan informasi sebagai alat penyampaian pesan terkait Covid-19, komunikasi massa sebagai sarana dapat menjadi salah satu bentuk edukasi dini yang langsung menyasar terhadap masyarakat luas dengan efektif dan efisien. Pembahasan dalam penelitian ini tentang peranan komunikasi massa di tengah pandemi Covid-19 ini, sebagai bagian dari pencegahan dan pendidikan awal bagi masyarakat. Media komunikasi memiliki peranan penting dan terpusat dalam menanggapi pandemi Covid-19.(Akbar, 2021)

Penelitian ataupun riset-riset terdahulu lebih terfokus pada peranan media massa sebagai agen sosialisasi ideologi, (Chakim, 2011) dan sosialisasi politik pada kaum muda, (Octafitria, 2018) beberapa riset juga mencoba menjabarkan upaya sosialisasi vaksinasi yang menggunakan media cetak. (Ananda, C. P., & Paujiah, 2021) Berbeda dengan tulisan kali ini yang akan mencoba menuliskan problematika dan dinamika media massa sebagai agen sosialisasi himbauan vaksinasi baru-baru ini.

Diharapkan tulisan ini dapat menjabarkan secara rinci mengenai urgensi media massa sebagai agen sosialisasi, yang di dalamnya bukan hanya terfokus membahas peranan media massa dalam mensosialisasikan himbauan vaksinasi, namun juga mengetahui kelemahan media massa yang menjadi penghambat proses sosialisasi vaksinasi.

B. METODOLOGI

Metode yang digunakan pada tulisan ini adalah metode riset kepustakaan (library research method), atau pengumpulan data menggunakan sumber-sumber pustaka terdahulu yang masih relevan dengan masalah yang akan diteliti sebagai landasan teori. Dalam prosesnya periset juga melakukan metode observasi atau pengamatan secara tidak langsung mengenai suatu hal yang

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

akan dikaji, dan kemudian disesuaikan dengan fenomena yang terjadi pada kehidupan. Pengumpulan data yang dilakukan bersumber dari literatur-literatur terdahulu, melalui artikel-artikel ataupun pemberitaan yang dapat diakses melalui internet. Metode analisis menggunakan Analisis Isi (Content Analysis) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak di media massa. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisa semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan dokumentasi yang lainnya. Penulis menganalisis berbagai jurnal yang berhubungan dengan efektifitas komunikasi massa pada suasana pandemic covid-19, terdapat beberapa jurnal yang sangat berkaitan dengan tema tersebut.(Ahmad Saebani, 2012)

C. HASILDANPEMBAHASAN

Upaya sosialisasi Vaksinasi

Vaksinasi merupakan proses pemberian vaksin melalui suntikan ataupun diteteskan melalui mulut guna menjadi pemicu peningkatan antibodi dan menangkal penyakit ataupun sekedar menjaga kondisi tubuh, tentunya hal ini merupakan langkah yang sangat efektif dalam upaya penanganan penyebaran virus covid-19 di Indonesia. Dalam hal ini vaksin juga sering dikenal dengan istilah imunisasi, dengan pemahaman cara kerja sebagai pemicu fungsi unik yang ada pada tubuh agar dapat mempelajari dan melawan bakteri, kuman, dan virus penyebab penyakit. Selanjutnya vaksinasi Covid-19 ini sendiri berperan khusus untuk menangkal virus Corona, atau setidaknya dapat meminimalisir efek ataupun dampak yang fatal apabila terinfeksi dan tertular virus tersebut. Beberapa jenis vaksinasi yang sering kali digunakan ialah jenis AstraZeneca, Moderna, dan Sinovac. (Ananda, C. P., & Paujiah, 2021)

Hal tersebut sejalan dengan penerapan vaksinasi sesuai dengan PERMENKES RI No.10 Tahun 2021 pasal 4 yang menjelaskan mengenai tujuan dilakukannya vaksinasi yang diantaranya sebagai berikut : (a) mengurangi transmisi/penularan COVID-19; (b) menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat COVID-19; (c) mencapai kekebalan kelompok di masyarakat (herd immunity); (d) melindungi masyarakat dari COVID-19 agar tetap produktif secara sosial dan ekonomi. (Kemenkes RI, 2021)

Covid-19 atau corona virus disease 19 merupakan penyakit infeksi saluran pernapasan yang

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

dapat menular. Coronavirus jenis baru ini ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa di Wuhan, Cina pada Desember 2019. Pada bulan April 2020, WHO mengumumkan bahwa pandemi Covid-19 merupakan masalah krisis kesehatan yang terjadi secara global karena telah ditemukan lebih dari 2 juta kasus yang tersebar di 167 negara dalam kurun waktu yang sangat singkat.

Pemerintah Indonesia melakukan berbagai cara terkait upaya pemutusan rantai penyebaran COVID-19 mulai dari pembuatan kebijakan terkait pembatasan sosial berskala besar termasuk pembatasan sekolah, tempat kerja, tempat peribadatan, tempat umum dan transportasi, pemberian bantuan sosial, pemberian insentif bagi tenaga kesehatan, kebijakan masker untuk semua dan kebijakan penerapan protokol kesehatan di berbagai tempat juga pemberian vaksin kepada masyarakat. Vaksinasi periode pertama telah berlangsung pada Januari 2021 yang diberikan kepada kelompok prioritas, seperti tenaga kesehatan dan petugas publik. Sementara vaksinasi periode kedua yang berlangsung selama 11 bulan yakni dari April 2021 hingga Maret 2022.

Guna memutus mata rantai sebaran covid-19 di Indonesia, pemerintah dalam hal ini teramat gencar melakukan upaya sosialisasi mengenai urgensi vaksinasi, namun upaya tersebut dinilai belum mendapatkan respon yang maksimal dari masyarakat. Lambannya respon masyarakat terhadap program nasional vaksinasi Covid-19 dapat disebabkan karena keraguan pada keefektifan dan kemampuan vaksin, serta maraknya berita hoax yang terkait dengan vaksin Covid-19.

Dalam teori Law as a tool of sosial engineering yang dikemukakan oleh Roscoe Pound, hukum berperan sebagai alat pembaharuan dalam masyarakat, yang artinya hukum diharapkan dapat berperan merubah nilai-nilai sosial dalam masyarakat. Teori ini juga relevan dengan teori lainnya seperti teori validitas hukum dan teori efektifitas. Efektifitas dalam hal ini berarti pengaruh efek keberhasilan atau kemanjuran, yang tentunya tidak dapat terlepas dari proses analisa terhadap karakteristik ataupun dimensi objek sasaran yang dipergunakan.

Sehingga salah satu upaya dan strategi pemerintah guna mencegah penularan Covid-19 adalah dengan mensosialisasikan suatu kebijakan yang kemudian disebar luaskan seperti himbauan vaksinasi Covid-19 dan upaya guna menjaga protokol kesehatan, tentunya beberapa usaha ataupun kebijakan tersebut diharapkan dapat menjadi sarana dan pemicu perubahan perilaku ataupun kebiasaan masyarakat. Upaya tersebut diharapkan akan menimbulkan dampak

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

pada perubahan sosial, seperti ketersediaan dan sikap sukarela masyarakat untuk di vaksin Covid-19, serta memiliki kedisiplinan dalam penerapan protokol kesehatan 7M yang di dalamnya memiliki beberapa poin seperti: Mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, membatasi mobilitas dan interaksi, menjauhi kerumunan, menghindari makan bersama, dan mendekatkan diri kepada agama. Selanjutnya upaya vaksinasi dengan cakupan yang cukup tinggi dan merata diharapkan dapat terciptanya kekebalan kelompok atau herd immunity yang tercapai dengan baik, sehingga akan timbul dampak yang tidak langsung dari sistem kekebalan kelompok ini, yaitu turut terlindunginya kelompok masyarakat yang rentan, yang bukan merupakan sasaran vaksinasi. (Dewi & Bustan, 2021)

Dalam penerapannya upaya sosialisasi juga melibatkan berbagai lapisan masyarakat termasuk mahasiswa, seperti yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa yang melakukan pengabdian dan mulai menuliskan proses sosialisasi di Lingkungan 01 Ciriung bertepatan di RT.05/RW.01 Kelurahan Ciriung, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor pada bulan Agustus. Para mahasiswa tersebut menemukan bahwa dalam implementasi sosialisasi mulai diinisiasi oleh ketua RT setempat yang berharap agar masyarakat mulai peduli akan himbauan vaksinasi dan tentunya penuh harapan besar agar vaksinasi dapat menjadi pengentasan pandemi karena terbentuknya herd immunity. Proses sosialisasi tidak berjalan secara langsung atau menimbulkan kerumunan warga, melainkan mengoptimalkan media cetak dalam upaya penyampaian informasinya. Ketua RT bersama mahasiswa membuat infografis sebaran covid-19 yang kemudian ditempatkan di sudut-sudut jalan yang memang memungkinkan sering dilalui oleh warga. Bukan hanya melalui media cetak atau baner saja, namun para anggota karang taruna juga dibekali pemahaman inti mengenai virus covid-19 dengan tujuan dapat mensosialisasikan langsung secara lisan. Rangkaian upaya sosialisasi yang dilakukan nyatanya dirasa kurang efektif. Setelah dilakukan sampling kepada ibu rumah tangga, diketahui bahwa pemahaman mengenai informasi vaksinasi masih sangatlah minim. Tentunya hal tersebut memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap masyarakat keseluruhan, dikarenakan peran wanita yang tentunya dapat memberi edukasi ataupun pemahaman lebih terhadap keluarga. (Ananda, C. P., & Paujiah, 2021)

Dalam pengimplementasiannya sebagaimana yang di lansir dari Website Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang dipublikasikan pada tanggal 3 Januari 2021, Jubir Vaksin

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

COVID-19 Kementerian Kesehatan dr. Siti Nadia Tarmidzi mengungkapkan bahwa proses sosialisasi sekaligus penerapan vaksinasi di seluruh Indonesia memerlukan waktu setidaknya 15 bulan untuk menjangkau total populasi sebesar 181,5 juta jiwa masyarakat Indonesia.

Perkiraan atau estimasi waktu penerapan ini merupakan target atau capaian yang telah dipublikasikan, namun pada kenyataannya dalam penerapan dan proses sosialisasi mengenai himbauan vaksinasi ini sendiri menemui beberapa kendala terutama dikarenakan banyaknya informasi yang beredar baik dari media ataupun pembicaraan antar warga, sebagaimana yang diungkapkan oleh Jubir Vaksin Covid-19 KEMENKES RI yang mengungkapkan bahwa Hoax juga menjadi kendala utama selain ketersediaan vaksin Covid-19 itu sendiri. (Rina Ayu, 2021)

Selain Hoax dan juga ketersediaan salah satu penghambat proses penerapan vaksinasi di Indonesia adalah masyarakat yang kurang yakin mengenai keamanan vaksinasi juga kehalalan yang masih dipertanyakan. Kedua hal tersebut sering dijadikan landasan bagi masyarakat untuk akhirnya enggan menerima vaksinasi. (Penerapan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia dan Permasalahannya - Unair News, t.t.) Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat belum teredukasi mengenai PERMENKES RI No. 10 tahun 2021 pasal 1 yang di dalamnya terdapat poin yang dengan jelas menerangkan mengenai vaksinasi dan juga zat yang terdapat dalam vaksinasi. Adapun isi dari poin tersebut ialah “Vaksin merupakan produk biologi yang berisi antigen berupa mikroorganisme yang sudah mati atau 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.” (Kemenkes RI, 2021)

Keraguan pada masyarakat kembali menunjukkan bahwa informasi yang telah disampaikan oleh pemerintah belum sepenuhnya efektif terutama guna memberi edukasi kepada masyarakat. Oleh karena itu dirasa perlu adanya upaya sosialisasi atau memberikan informasi terkait dengan maksud dan tujuan yang diinginkan, sosialisasi dilakukan guna memberikan informasi kepada khalayak, dalam pemberian sosialisasi melibatkan edukasi. Edukasi merupakan upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat melalui penyampaian pengetahuan mengenai hal tertentu. Karena Mindset yang baik bermula dari pemahaman yang baik pula. Dengan demikian, masyarakat tentunya akan melaksanakan vaksinasi sesegera mungkin apabila telah memiliki

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

pemahaman yang cukup baik mengenai vaksinasi. (Ananda, C. P., & Paujiah, 2021) Sosialisasi juga mencakup nilai-nilai sosial yang ada dan disosialisasikan sebagai proses natural untuk menjaga kaidah sistem sosial yang berlaku. Begitupun lembaga negara juga perlu bertindak sebagai agen sosialisasi yang menjaga transmisi nilai-nilai, baik sosial maupun politik. (Solihat, 2005)

Urgensi Media Massa Sebagai Agen Sosialisasi

Dalam proses sosialisasi pemerintah telah berupaya memberikan edukasi melalui berbagai media terutama media massa, media massa juga memiliki sifat guna menceritakan peristiwa-peristiwa, dengan demikian mengonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan kepada khalayak dapat dikatakan sebagai kesibukan utama dari media massa. Media membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna melalui susunan realita dan berbagai peristiwa yang ada. (Triyaningsih, 2020) Melalui bahasa media yang dipakainya, dengan pilihan kata dan cara penyajian media dapat mempengaruhi persepsi konsumennya. (Mustofa dkk., 2022)

Dalam hal ini apabila terjadi suatu fenomena sosial (yang sifatnya negatif) dan hal tersebut berkaitan erat dengan dampak yang ditimbulkan oleh media, maka masyarakat dalam hal ini akan dengan spontan mengklaim bahwa penyebab utamanya merupakan media yang kemudian menyebabkan kegaduhan atau ketidakseimbangan dalam konteks masyarakat tertentu. Banyaknya tingkat frustrasi yang timbul menunjukkan asumsi ataupun anggapan yang menguatkan bahwasanya media tidak mampu memenuhi harapan khalayaknya. Tetapi, sebagian kelompok masyarakat yang sebagian besar berstatus sosial tinggi mendapatkan dan merasakan manfaat media, sehingga dapat lebih bersifat optimis pada media. Media berbentuk suatu institusi yang berada dalam suatu sistem sosial, sehingga media merupakan alat bantu yang utama bagi interaksi sosial. Terlebih lagi dalam suatu sistem masyarakat modern. Dalam keberadaan tersebut struktural dalam masyarakat (struktur pemerintah) sangatlah erat kaitannya dengan peranan media. (Solihat, 2005)

Dikarenakan hal tersebut, media selalu memiliki peran sebagai kontrol sosial, juga sebagai alat yang membantu memberi kestabilan tatanan struktur, dalam artian membantu mensuplai informasi kebijaksanaan nilai-nilai yang dianut oleh struktur pemerintahan ataupun masyarakat termasuk juga dapat menjadi agen sosialisasi di masa yang cukup sulit seperti pandemi guna

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

dapat menjadi titik penyebaran suatu informasi.

Suatu sistem sosial yang dianut oleh pemerintah sangatlah menentukan efektifitas media atau sebaliknya yakni ketidakberdayaan suatu media. Dalam peranannya yakni media yang memiliki tugas sebagai kontrol sosial dapat dikatakan kurang memiliki kebebasan dalam arti positif. Teori dampak media, yakni teori ketergantungan telah banyak mengemukakan ulasan mengenai sistem sosial tertentu sangatlah berpengaruh atau memiliki efek tertentu pada suatu media yang memiliki ketergantungan terhadap sistem sosial tersebut, atau dengan kata lain dampak media sangat bergantung ataupun berkaitan dengan sistem sosial dan politik pada suatu negara dan juga tentunya melibatkan sistem nilai dalam suatu masyarakat. Dari sekian banyak teori yang menjelaskan dampak media, maka teori sosialisasi yang mengasumsikan media sebagai agen sosialisasi tidak diragukan lagi. Walaupun sama-sama diketahui bahwa sosialisasi terjadi pada tahapan yang memerlukan estimasi waktu yang sangat panjang. Namun dengan cara sosialisasi inilah suatu ketahanan sistem dapat dijaga.

Kini dampak sosialisasi merujuk pada seluruh lapisan masyarakat, terutama guna memberikan pemahaman mengenai himbuan vaksinasi covid-19 di tengah-tengah masa pandemi seperti yang terjadi belakangan ini. Pemberitaan ataupun informasi terkait vaksinasi tentunya akan memberikan pemahaman dan juga pengetahuan yang cukup kompleks pada masyarakat ataupun khalayak, sehingga khalayak dapat membentuk orientasi pengetahuan, sikap, dan perilaku yang sesuai dengan arahan ataupun anjuran yang telah disampaikan oleh negara ataupun aturan yang telah disepakati oleh pemerintahan. Dampak yang lebih jauh, dapat terciptanya suatu komitmen dalam bentuk partisipasi pemutus mata rantai pandemi.

Dengan informasi melalui berita pada media massa, pemerintah atau negara dapat memberikan suatu orientasi pengetahuan, sikap dan himbuan terutama guna menjadi pemutus mata rantai sebaran virus covid-19 di Indonesia. Informasi tersebut lebih banyak menyiarkan informasi himbuan baik pemberlakuan pembatasan sosial secara besar, informasi dan himbuan terkait upaya guna menjaga protokol kesehatan, sampai pada arahan guna melakukan vaksinasi.

Dalam mengkaji dampak media massa sebagai agen sosialisasi yang mampu memberikan nilai-nilai pada khalayaknya, tidak dapat mengabaikan pengaruh lembaga lain yang mempunyai interaksi lebih banyak dengan khalayak seperti keluarga, para influencer, dan beberapa stakeholder yang tentunya memiliki andil yang cukup besar terutama guna menjadi agen

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

sosialisasi.

Terkait dengan konteks sosialisasi menggunakan peran media massa, hal ini tentunya memiliki peluang yang sangat besar terutama apabila melihat peranan media massa yang memiliki cakupan yang sangat luas dan dapat dipastikan akan mempermudah proses penyebaran informasi dan memberi edukasi kepada seluruh lapisan masyarakat, berdasarkan We Are Social pengguna internet terutama media sosial di Indonesia mencapai 204,7 juta jiwa per Januari 2022. (Cindy MutiaAannur, 2022) Dalam hal ini media massa bukan hanya terfokus pada penggunaan internet atau sosial media saja, karena dalam peranannya media massa dapat dibagi menjadi 3 yang diantaranya media cetak, media internet, juga media audio visual seperti halnya televisi. (Ananda, C. P., & Paujiah, 2021)

Media adalah fasilitas yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia apalagi di era millennial dimana sosialisasi dan interaksi banyak melalui media. Penelitian berkembang dari efek media menjadi bagaimana konsepsi masyarakat terhadap konvergensi media, penyebaran hoax dan saat ini adaptasi menghadapi global village. Penelitian meluas ketika dikaitkan dengan era revolusi industri 4.0 yang merupakan nama tren otomasi dan pertukaran data terkini dalam teknologi pabrik. Istilah ini mencakup sistem siber fisik, internet untuk segala, komputasi awan dan komputasi kognitif. Semakin kompleks kajian media dengan memasukkan kajian society era 5.0 yang dicetuskan oleh Negara Jepang.(Mustofa dkk., 2022)

Data tersebut sangat relevan dengan pertumbuhan signifikan pengguna media terutama media sosial di Indonesia. Sehingga, penggunaan media digital membentuk karakter baru dalam bentuk komunikasi di Indonesia. Terbukti dengan adanya perubahan suatu daerah yang semula dipetakan sebagai pedesaan oleh sistem komunikasi Indonesia dimana ada suatu daerah yang mulanya menjadi opinion leader sebagai sumber informasi dan sumber rujukan, yang kini posisinya terganti oleh peran media dikarenakan tren penggunaan media massa terutama media sosial ataupun media massa.

Salah satu bentuk eksperimen yang paling sederhana adalah ketika terjadi kasus dengan pemberitaan masif, sehingga dapat terbaca kecenderungan masyarakat bagaimana mereka mengkonsumsi informasi. Apa yang dikonsumsi dapat dipantau secara berkala dan presisten. (Triyaningsih, 2020)

Dari beberapa pemaparan sebelumnya tentunya dapat menambah peluang media massa guna

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

mensosialisasikan atau menyampaikan himbauan vaksinasi Covid-19 kepada seluruh masyarakat di Indonesia, karena cakupan atau khalayak media massa yang jumlahnya puluhan ratusan ribuan atau bahkan jutaan komunikan dapat dengan serempak mendapatkan satu pesan yang sama. Dapat dikatakan penggunaan media massa dalam proses sosialisasi memiliki beberapa keunggulan yakni efisiensi dan juga efektifitas yang cukup tinggi.

Namun, dalam penerapannya media massa juga menemui beberapa kendala terutama dalam menyampaikan informasi kepada khalayak ataupun masyarakat, salah satu kendala adalah prasangka (prejudice), hal ini menyebabkan masyarakat menjadi memiliki keraguan dan persepsi pribadi mengenai penerapan vaksinasi. Praduga ini juga lebih dominan menimbulkan anggapan negatif di tengah masyarakat dan dikarenakan kemudahan akses penyebaran informasi melalui media massa terutama media internet ataupun sosial media maka tak sedikit pula pengguna sosial media yang menjadi fasilitator atau sekedar konsumen informasi yang kurang tepat (Hoax).(Tenriawali dkk., 2020)

Pemerintah dalam hal ini juga turut berupaya dalam menangani sebaran informasi hoax yang menimbulkan kegaduhan di tengah masyarakat dengan turut mensosialisasikan pemberlakuan sanksi terhadap pelaku yang menjadi dalang dalam sebaran konten ataupun isu yang tidak benar melalui UU ITE. Pada infografis yang dilansir dari Kementerian KOMINFO sebaran berita hoax Per-April 2022, 2.78 isu yang sudah di-takedown dan 767 isu diproses lebih lanjut guna mendapat tindakan penegakan hukum.



Infografis sebaran Hoax Covid-19 di Indonesia
(sumber: kominfo.go.id)

Pada infografis tersebut menunjukkan pemerintah melalui Kementerian Kominfo telah berupaya untuk menekan sebaran pemberitaan ataupun isu mengenai vaksinasi covid-19. (Kominfo RI, 2022) Hal ini dilakukan guna menjaga efektifitas dan efisiensi media massa dan

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

peranannya dalam menjadi salah satu agen sosialisasi kepada masyarakat terutama dalam penanganan covid-19 di Indonesia.

D. KESIMPULAN

Media massa memiliki peran yang sangat sentral dalam upaya sosialisasi himbuan vaksinasi kepada masyarakat. Hal tersebut diakibatkan kedua faktor yang menjadi ciri media massa itu sendiri, media massa memiliki cakupan yang sangat luas dan memberikan efisiensi dalam penyebaran informasi, terlebih dengan sifat media massa yang dapat menyampaikan informasi ataupun pesan secara real time tentunya dapat memberikan keselarasan dan keserempakan kepada khalayak media massa.

Dalam penerapannya media massa juga menemui beberapa kendala termasuk sebaran isu ataupun informasi hoax yang banyak ditemukan pada media massa. Pemerintah dalam hal ini juga turut berupaya dalam menangani sebaran informasi hoax yang menimbulkan kegaduhan di tengah masyarakat dengan turut mensosialisasikan pemberlakuan sanksi terhadap pelaku yang menjadi dalang dalam sebaran konten ataupun isu yang tidak benar melalui UU ITE.

Masyarakat perlu memilah informasi mengenai vaksinasi, bukan dengan serta merta turut menjadi agen penyebar informasi hoax melalui media massa. Sebagaimana informasi yang terdapat dalam PERMENKES RI No. 10 tahun 2021, dapat diketahui bahwa “vaksin sejatinya merupakan produk biologi yang berisi antigen berupa mikroorganisme yang sudah mati atau 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.” Dengan demikian diharapkan masyarakat mulai dapat memilah informasi yang bertentangan dengan keterangan dari pemerintah.

E. DAFTAR PUSTAKA

Afifuddin, & Ahmad Saebani. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. CV. Pustaka Setia.

Akbar, S. (2021). Media Komunikasi Dalam Mendukung Penyebarluasan Informasi

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

- Penanggulangan Pandemi Covid-19. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*.
<https://202.89.117.136/index.php/mkm/article/view/4099>
- Alfianistiawati, R. (2021). Konstruksi Media Massa Dalam Pembentukan Stigma Masyarakat Mengenai Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*.
http://jos.unsoed.ac.id/index.php/acta_diurna/article/view/4279
- Ananda, C. P., & Paujiah, E. (2021). Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Melalui Media Cetak untuk Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Socialization of the Covid-19 Vaccination Through Print Media to Improve Public Understanding About the Importance of the Covid-19 Vaccination. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(32), 53 dari 62.
- Chakim, S. (2011). MEDIA MASSA SEBAGAI AGEN SOSIALISASI IDEOLOGI Sul Khan Chakim. *Jurnal Dakwah Dkwah Dan Komunikasi*, 5(2), 1–8.
- cindy mutia annur. (2022, Februari 23). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022 | Databoks. [databoks.katadata. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022)
- Dewi, A., & Bustan, R. (2021). Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Dan Protokol Kesehatan 7 M Sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Virus Covid-19. *SNPPM-3 (Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3, 197–209.
- Kemendes RI. (2021). PMK No 10 Tahun 2021 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). *Permenkes RI*, 2019, 33.
- Lestari, D., Norrahmi, D., & ... (2021). Peran Media Komunikasi dalam Upaya Edukasi Tentang Pentingnya Vaksin Sinovac Untuk Mencegah Penularan Covid-19 (Studi Kasus Pada Masyarakat Wilayah Indonesia Sosial Sains. <http://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/374>
- Muhamad Bisri Mustofa, Agus Sujepri, Nurrohman, Umiatul Mutoharoh, & Vika Anggraini. (2022). Efek Perkembangan Komunikasi Massa Terhadap Pola Pikir dan Perilaku Masyarakat Di Era Society 5.0. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 16-26.

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

<https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/907>

Muhamad Bisri Mustofa, Jeanika Elma Putri, Kristi Sabela, Luthfia Nur Maharani, & Maytufi Az-Zahra Yasha. (2022). Fungsi Komunikasi Massa dalam Pemberitaan Pengamen Badut Cilik Cantik Oleh Akun Instagram @say.viideo Terhadap Perilaku Warganet. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 1-12. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v3i1.417>

Mustofa, M. B., Dwiandrini, E. L., Agustin, I., Esyarito, M. A., Anggraeni, M., & Wuryan, S. (2022). MEDIA MASSA DAN CYBER CRIME DI ERA SOCIETY 5.0. *AT-TANZIR: JURNAL ILMIAH PRODI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM*, 77-98.

Octafitria, Y. (2018). Media Sosial sebagai Agen Sosialisasi Politik pada Kaum Muda. *Indonesian Journal of Sosciology and Education Policy*, 1(1), 22.

Penerapan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia dan Permasalahannya—Unair News. (t.t.). Diambil 5 April 2022, dari <http://news.unair.ac.id/2022/01/06/penerapan-vaksinasi-covid-19-di-indonesia-dan-permasalahannya/>

RI, K. (2022, April 8). Kementerian komunikasi dan informatika republik indonesia. Kominfo. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/41069/penanganan-sebaran-konten-hoaks-vaksin-covid-19-jumat-08042022/0/infografis>

Rina ayu panca rini. (2021, Oktober 19). Jubir Kemenkes: Hoaks Jadi Hambatan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia—Tribunnews.com. <https://www.tribunnews.com/corona/2021/10/19/jubir-kemenkes-hoaks-jadi-hambatan-vaksinasi-covid-19-di-indonesia>

Siti Wuryan, Mustofa, M. B., Rezha Mardianty Rachmy, Sarah Nur Laila Indriyani, Septi Jelita Putri, & Tri Yana Dea Sari. (2022). SOCIAL IMPACT ANALYSIS OF MASS COMMUNICATION ON COMMUNITY IN THE SOCIETY 5.0 ERA . *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 14(1), 19–32. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v14i1.5171>

Solihat, M. (2005). Media massa dan sosialisasi. *Komunikasi Massa dan Siosialisasi*, 56, 105–112.

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 04	Nomor. 02	Juli– Desember 2022
-------------------	------------	-----------	---------------------

- Syaipudin, L. (2019). Efektifitas Media Komunikasi di Tengah Pandemi: Respon Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung. *Kalijaga Journal of Communication*. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/kjc/article/view/1700>
- Tenriawali, A. Y., Suryani, S., Hajar, I., & ... (2020). Efek Hoax Covid-19 Bagi Igeneration di Kabupaten Buru. *Potret ...* <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/PP/article/view/1201>
- Triyaningsih, H. (2020). Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan). *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 1(1). <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v1i1.3222>
- Zein, D. (2021). Opini Masyarakat Kabupaten Bireuen Terhadap Program Vaksinasi Covid 19. repository.umsu.ac.id. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16505>