

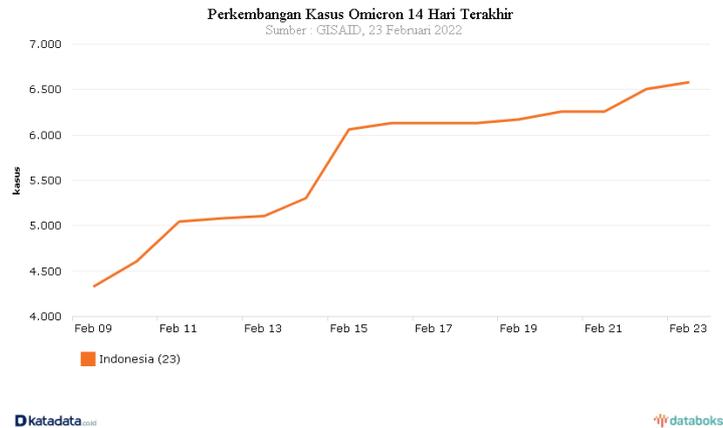
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Virus yang secara medis terbukti menyerang sistem pernapasan korbannya hingga mengantarkan pada kematian, kemudian secara global telah menjadikan seluruh dunia berstatus pandemi oleh otoritas WHO pada 9 Maret tahun 2020 ini dikenal sebagai *Corona Virus Disease* yang kemudian disingkat dengan akronim Covid-19. Secara historis virus ini menyebar awalnya di Kota Wuhan, China pada akhir 2019 kemudian secara massif menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Secara legal formal berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 ditetapkan karena ditemukannya kasus terkonfirmasi positif pertama bulan Maret 2020 sehingga Indonesia berada dalam status bencana nasional (*Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Penetapan Sebagai Bencana Nasional*, 2020, n. diakses pada 2 Maret 2022 pukul 20:00 WIB).

Virus Covid-19 ini memiliki beberapa varian, diantaranya yaitu Alpha, Beta, Delta, Gamma dan yang baru ditemukan awal tahun 2022 yaitu varian Omicron. Kasus positif di Indonesia sempat menjadi tertinggi di dunia, kemudian melandai pada akhir 2021 dan pada awal 2022 meningkat kembali ditengah munculnya varian baru Omicron. Berdasarkan data dari katadata.go.id terhitung kasus harian sebesar 6.580 orang Indonesia terindikasi positif Covid-19 untuk bulan Februari 2022 saja.



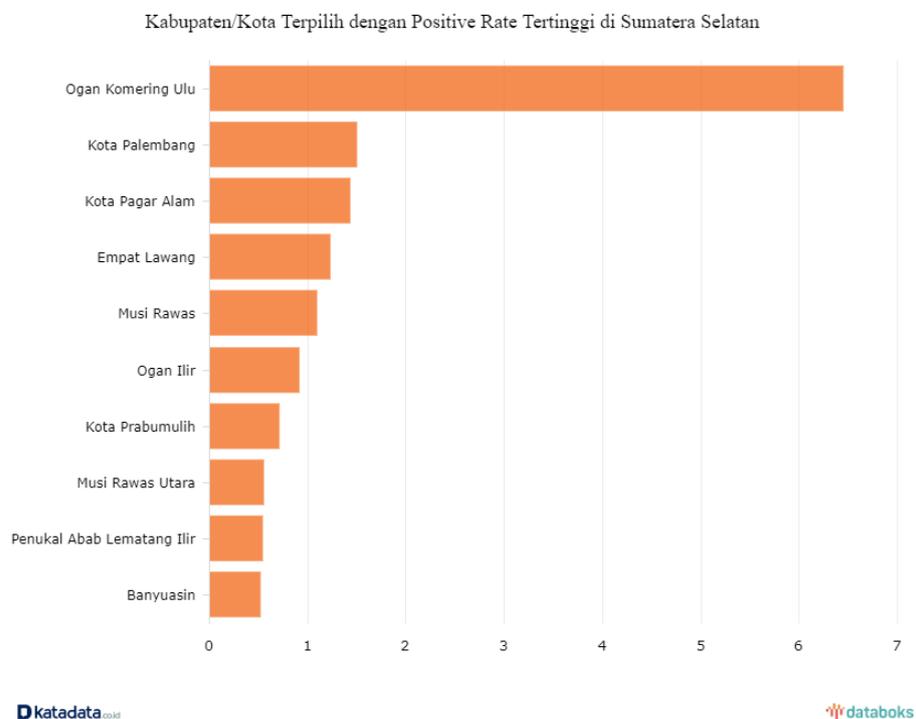
**Gambar 1. 1 Perkembangan Kasus Omicron di Indonesia selama 9 - 23 Februari 2022**  
(<https://databoks.katadata.co.id>)

Sempat melandai, kasus Covid di Indonesia per Juni 2022 kembali mengalami kenaikan hingga tercatat total kasus sebanyak 6.058.736. Pada awalnya hanya berkisar 200 sampai 300 kasus per hari, namun pada 9 Juni 2022 Kenaikan kasus tersebut hingga menembus 500 kasus per hari.



**Gambar 1. 2 Perkembangan Kasus Covid-19 di Indonesia selama Juni 2022**  
(<https://covid19.go.id>)

Termasuk di Palembang, kasus positif Covid-19 per 30 Maret 2022 masih mengalami peningkatan. Terdapat setidaknya 12 kasus baru dengan total sebanyak 13.359 kasus positif. Bahkan katadata.co.id mencatat bahwa pada Februari 2022, kasus positif Covid-19 di Palembang menempati urutan kedua terbanyak di Sumatera Selatan. Pada data tersebut, disebutkan juga bahwa tingkat penularan mingguan di Kota Palembang mencapai 1,5 persen dan tidak mengalami penurunan dari minggu-minggu sebelumnya.



**Gambar 1. 3 Kota dan Kabupaten dengan Jumlah Kasus Positif Covid-19 Tertinggi di Sumatera Selatan pada Februari 2022**

*(<https://databoks.katadata.co.id>)*

Berdasarkan data yang dimuat pada akun Promkes Dinas Kesehatan Kota Palembang, menunjukkan hingga Juni 2022 kasus positif di Kota Palembang mengalami kenaikan yaitu berjumlah 13.493 kasus.

Untuk menangani pandemi ini, pemerintah banyak mengambil kebijakan. Salah satunya pelaksanaan vaksinasi untuk memperkuat imun dan meminimalisir penyebaran virus Covid-19 dengan payung hukum Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 99 Tahun 2020. Perpres ini mencakup seperangkat aturan dalam upaya pengadaan vaksinasi untuk menanggulangi pandemi Covid-19. Aktivitas pemberian vaksin untuk menghasilkan dan meningkatkan sistem imunitas secara aktif sehingga dapat menangkal serangan virus Covid-19 dan jikapun tertular maka tidak akan mengalami sakit berat dan tidak menjadi sumber penularan inilah yang disebut vaksinasi Covid-19. (*Tentang Vaksinasi Covid-19*, 2021, n. diakses pada 2 Maret 2022 pukul 20:15 WIB).

Tahapan dosis yang perlu diterima oleh masyarakat, yaitu mulai dari dosis 1, dosis 2 dan pada awal 2022 vaksin booster (vaksin ketiga) dianjurkan bagi individu yang telah mendapatkan kedua dosis tersebut. Pengadaan vaksinasi diharapkan dapat meminimalisir dan mencegah penyebaran virus. Berdasarkan data yang dirangkum oleh *kemkes.go.id*, sudah terhitung sebanyak 280 juta dosis vaksin pertama dan kedua yang telah disuntikkan ke rakyat Indonesia. Khusus vaksin booster sudah terhitung 1,3 juta dosis diberikan ke masyarakat. (Rokom, 2022, n. diakses pada 3 Maret 2022 pukul 01:00 WIB).

Pada Maret 2022 tercatat vaksinasi Covid-19 secara nasional telah mencapai 339,8 juta dosis vaksin, dengan rincian vaksinasi dosis 1 sebanyak 191,11 juta, sebanyak 146,2 juta dosis 2 dan sebanyak 2,49 juta untuk dosis



Salah satu cara yang ditempuh pemerintah dalam mengencarkan vaksinasi adalah melalui sosialisasi yang dilakukan oleh Satuan Gugus Tugas Penanganan Covid-19 atau Satgas Covid-19. Di berbagai kota, Satgas Covid-19 bertugas dalam memberikan sosialisasi dan ajakan vaksinasi. Melalui sosialisasi ini, diharapkan masyarakat tidak takut akan vaksin dan sebagai cara untuk menangkal berita bohong yang beredar terkait vaksinasi. Termasuk di Palembang, Satgas Covid-19 terus melakukan sosialisasi mengenai vaksinasi. Sosialisasi oleh Satgas Covid-19 yaitu Dinas Kesehatan Kota Palembang ini disebutkan bertujuan untuk mengajak dan menghimbau kepada masyarakat Palembang agar ikut mendukung dan mensukseskan program pemerintah tersebut dengan melaksanakan Vaksinasi Covid-19. (Sri Fera Oktavia, 2021, n. diakses pada 11 April 2022 pukul 01:10 WIB).

Kepala Dinas Kesehatan Kota Palembang optimis selama arus mudik lebaran 2022, dosis ke tiga mencapai 50 persen dan dosis kedua 100 persen dari total jumlah sasaran masyarakat penerima vaksin. Adapun pada fakta yang terjadi di Kota Palembang, dihimpun dari data Dinas Kesehatan Kota Palembang hingga Juni 2022 jumlah masyarakat yang telah menerima vaksin di Kota Palembang belum memenuhi target yaitu dosis pertama 96,24 persen, dosis kedua 81,51 persen dan vaksin booster 17,85 persen. (Agus Dwi Darmawan, 2022, n. diakses pada 08 Juni 2022 pukul 21:10 WIB).

Kementerian kesehatan terus berkomitmen untuk mempercepat capaian vaksinasi. Selain pengadaan vaksinasi massal, adanya arahan dari KemenKes melalui surat edaran kepada seluruh unit pelayanan vaksin untuk memberikan

vaksinasi tanpa memberlakukan syarat domisili yang tertera pada KTP, agar memudahkan masyarakat untuk menerima dosis vaksin.

Hanya saja, tidak bisa dipungkiri meski sudah ada penjelasan dan ada peningkatan dalam pelaksanaan vaksinasi, namun masih ada kelompok masyarakat yang menolak divaksin. Penolakan vaksinasi ini didasari oleh berbagai alasan. Mulai dari masalah kesehatan, dikaitkan dengan agama, hingga masalah ketidakyakinan dengan efektivitas vaksin. Sebagaimana hasil survei dari Katadata Insight Center (KIC) bersama Change.org dan Kawal Covid-19, responden yang tidak yakin dengan efektivitas vaksin tercatat sebanyak 56,8 persen yang berdampak pada kengganan untuk melengkapi vaksinasi selanjutnya. Alasan lainnya yaitu anggapan bahwa efek setelah vaksinasi terlalu berat bagi 23,7 persen responden. (Cindy Mutia Annur, 2021b, n. diakses pada 3 Maret 2022 pukul 23:30 WIB).

Survei lainnya yaitu dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada 16 sampai 25 Februari 2022, menampilkan sebanyak 19,5 persen responden khawatir akan efek samping vaksinasi sehingga menjadi alasan tidak mau melakukan vaksinasi. Responden yang tidak ingin vaksinasi karena tidak percaya efektivitas vaksin yaitu sebanyak 9,2 persen. Sebanyak 6,4 persen masih menunggu jadwal vaksinasi yang menyebabkan responden belum menerima dosis vaksin. Kemudian, masih ada 4,9 persen responden mencari lokasi pelayanan yang menyediakan kuota vaksinasi. Faktor usia dan kesehatan, sarana yang tidak mendukung dan lain sebagainya menjadikan sebanyak 60,1

persen belum melakukan vaksinasi. (Dwi Hadya Jayani, 2022, n. diakses pada 8 Juni 2022 pukul 22:00 WIB).

Selain ragu terhadap efektivitas vaksin, juga terdapat data yang menunjukkan bahwa alasan masyarakat tidak melakukan vaksin karena informasi terkait hal yang harus dilakukan untuk mengikuti vaksinasi masih kurang dipahami. Berdasarkan hasil survei yang dimuat di *databoks.katadata.co.id* menunjukkan bahwa anggapan proses vaksinasi yang rumit menjadi alasan responden belum melaksanakan vaksinasi. Faktor antrian panjang dan rumit menjadikan 34,3 persen responden belum melakukan vaksinasi. Alasan tidak mengetahui prosedur pendaftaran vaksinasi menjadikan 17,9 persen responden tidak mau vaksinasi kemudian alasan sudah habisnya kuota vaksin dan kehabisan nomor antrian menjadikan 15,9 persen responden tidak vaksinasi.

Berdasarkan hasil survey lintas lembaga yaitu Katadata Insight Center (KIC), termasuk Kawal Covid-19, dan juga *Change.org* bertemakan Persepsi Masyarakat Terhadap Vaksin untuk menanggulangi Covid-19 yang diselenggarakan periode 6-22 Agustus 2021, menghasilkan data responden yang tidak mau vaksinasi sebanyak 38,3 persen. Metode survei *convenient sampling* diterapkan terhadap 8.299 responden secara online. Pada survei tersebut, ditemukan juga responden yang tidak tahu cara mendapatkan vaksin sehingga walaupun bersedia divaksin tetapi belum menerima vaksin, ini terjadi pada responden sebanyak 26,2 persen. Responden berharap informasi terkait vaksinasi diberikan di lingkungan sekitarnya yang paling terdekat.

(Ameidyo Daud Nasution, 2021, n. diakses pada 2 Maret 2022 pukul 22:00 WIB).

Informasi salah mengenai vaksin yang banyak beredar, dikarenakan kurangnya kesadaran dan komunikasi yang belum efektif kepada masyarakat terhadap pentingnya vaksinasi. Hal ini tentunya berkaitan dengan bagaimana Dinas Kesehatan sebagai bidang komunikasi publik Satgas Covid-19 dalam menyampaikan informasi terkait vaksin. Masyarakat juga diimbau untuk dapat mencari tahu dan memperoleh informasi dari sumber resmi yang sudah ditunjuk oleh pemerintah. Juru bicara Kemkominfo mengatakan, ada lima juru bicara yang telah ditunjuk untuk menjawab segala hal yang berkaitan dengan vaksinasi salah satunya yaitu bidang komunikasi publik Satgas Covid-19. Penjabaran dan pelaksanaan tugas telah diatur dalam payung hukum Perpres Nomor 82 Tahun 2020.

Setiap satuan tugas harus melaksanakan tugasnya berdasarkan aturan yang telah ditetapkan dalam rangka meraih tujuan. Keberhasilan tim kerja dicirikan dengan mampu menjalankan tugas sesuai dengan kompetensinya. Untuk sosialisasi mengenai vaksinasi, Satgas Covid-19 memerlukan kompetensi dalam mengkomunikasikan pesan yang berisi ajakan melakukan vaksinasi kepada masyarakat. Hal ini mengingat, dalam penanganan pandemi, komunikasi yang tepat dan efektif merupakan aspek terpenting agar tersampainya informasi ke seluruh masyarakat (Hidayah, 2021, p. 161). Terlebih, informasi yang disampaikan oleh Satgas Covid-19 akan menentukan keputusan masyarakat dalam melakukan vaksinasi atau tidak.

Kompetensi komunikasi didefinisikan sebagai tingkat keterampilan komunikator untuk tersampainya pesan pada komunikan agar terjadi perubahan sikap, pendapat dan perilaku secara utuh baik langsung maupun tidak langsung (Purwanto, 2006, p. 20). Satgas Covid-19 harus memiliki kompetensi komunikasi berupa keahlian berkomunikasi mengenai topik yang akan dibicarakan. Tidak hanya itu, Satgas Covid-19 perlu memiliki watak komunikator yang baik. Termasuk di antaranya yaitu jujur, tulus, bermoral, adil, serta dapat dipercaya. Kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 yang memenuhi kriteria-kriteria tersebut dapat membentuk cara pandang masyarakat mengenai pesan yang disampaikan, termasuk mengenai vaksinasi (Karundeng & Naryoso, 2020, pp. 79–80).

Disamping kompetensi komunikasi Satgas sebagai sumber informasi, komunikasi dalam keluarga juga dapat berpengaruh terhadap keinginan untuk melakukan vaksinasi. Komunikasi keluarga dipandang sebagai proses tersampainya informasi dari orang tua sebagai komunikator kepada anaknya selaku komunikan, maupun sebaliknya. Konten yang terdiri atas informasi umum, hikmah, instruksi, dan permintaan bantuan menjadi bahan dalam pesan komunikasi keluarga tersebut. Keunikan komunikasi keluarga terletak pada kombinasi informasi yang berasal dari minimal dua orang yang memiliki perbedaan dari aspek karakter, nilai yang diadopsi, pendapat yang dipegang teguh, sikap, argumentasi, dan perilaku khusus (Rahmah, 2018, p. 15).

Cara seorang anggota keluarga untuk interaksi dan menjadikannya wadah pembentuk dan pengembang nilai-nilai dasar sebagai pedoman hidup

dapat diraih dalam aktivitas komunikasi keluarga. Maka dari itu, melalui komunikasi keluarga juga bisa mempengaruhi keputusan untuk melakukan vaksinasi. Sebagaimana survei yang dilakukan lintas lembaga *Katadata Insight Center*, *Change.org* dan Kawal Covid-19 pada 6-22 Agustus 2021 terhadap 8.299 orang, menunjukkan 7.188 responden telah menyarankan keluarga serta kerabatnya untuk melakukan vaksinasi. 86,6 persen responden sudah menyarankan keluarga dan kerabatnya mengikuti vaksinasi Covid-19. Pada survei tersebut ditemukan bahwa responden yang hampir setiap hari menganjurkan keluarga dan orang terdekat untuk mengikuti vaksinasi yaitu sebanyak 44 persen responden. Tidak jauh berbeda selisihnya, terdapat sebanyak 42,6 persen responden yang mengaku jarang atau hanya sesekali merekomendasikan keluarga untuk menerima dosis vaksin. Survei juga menunjukkan masih terdapat 13 persen responden yang menyatakan tidak pernah merekomendasikan keluarga atau kerabatnya untuk mengikuti vaksinasi.

Pada survei ini juga ditemukan bahwa alasan sejumlah masyarakat ikut menyarankan keluarga untuk melakukan vaksinasi, yaitu mayoritas atau sebanyak 78,7 persen responden menyatakan supaya keluarga atau kerabatnya terlindungi dan aman dari paparan virus. Untuk bisa kembali menjalankan aktivitas normal seperti sebelumnya, menjadikan sebanyak 70,1 persen responden menganjurkan keluarganya ikut program vaksinasi. Lansia yang diduga rentan terpapar virus dan merupakan target utama vaksinasi, membuat 37,5 persen responden menganjurkan keluarganya yang merupakan

lansia untuk melakukan vaksinasi Covid-19. Sebanyak 34,6 persen responden menyarankan keluarga atau kerabat yang masih harus bekerja diluar rumah agar melakukan vaksinasi sebagai upaya perlindungan diri. Sedangkan 18,6 persen responden merekomendasikan kerabatnya menerima dosis vaksin yaitu sebagai syarat untuk melakukan perjalanan di masa pandemi (Cindy Mutia Annur, 2021a, n. diakses pada 2 Maret 2022 pukul 21:00 WIB).

Pada hasil survei di atas, terlihat bahwa antar anggota keluarga memang cenderung membahas sesuatu, melakukan persuasi dan memberikan ajakan kepada anggota keluarga lainnya. Terlebih, keluarga merupakan tempat hubungan paling penting dan intim serta agen sosialisasi utama (Kaddi et al., 2020, p. 66). Terutama, bagi individu yang sudah mendapatkan kepercayaan dari keluarga, dapat dengan mudah untuk diterima oleh anggota keluarga lainnya. Dengan kepercayaan tersebut, pada akhirnya anggota keluarga dapat mempersuasi anggota keluarga lainnya untuk memutuskan melakukan vaksinasi atau tidak sehingga dapat mempengaruhi minat melakukan vaksinasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Kementerian Kesehatan menargetkan tercapainya vaksinasi lengkap covid-19 sebanyak 208,2 juta jiwa pada pertengahan tahun 2022. Ketercapaian vaksinasi lengkap ini dapat terwujud dengan adanya kerjasama dari berbagai pihak. Di antaranya yaitu dibutuhkan adanya kompetensi komunikasi yang baik dari Satgas Covid-19 dalam melakukan sosialisasi dan ajakan vaksinasi. Hal ini mengingat keefektifan komunikasi Satgas Covid-19 sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan vaksinasi. Di sisi lain, intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksinasi juga diperlukan. Pada dasarnya, komunikasi dalam keluarga merupakan komunikasi utama yang dapat mendorong seseorang dalam melakukan vaksinasi.

Namun, pada faktanya, ketercapaian vaksinasi Covid-19 lengkap di Indonesia masih sangat kurang. Begitu pula di Kota Palembang, data dari Dinas Kesehatan Kota Palembang menyebutkan bahwa ketercapaian vaksinasi dosis ketiga baru menyentuh angka 17 persen. Oleh karena itu, Dinas Kesehatan Kota Palembang melalui Satgas Covid-19 terus melakukan sosialisasi berupa ajakan untuk melakukan vaksinasi kepada masyarakat Palembang. Sosialisasi oleh Satgas Covid-19 di Kota Palembang terus dilangsungkan baik secara *online* maupun *offline* dengan tujuan untuk mengajak dan menghimbau kepada masyarakat untuk melakukan vaksinasi Covid-19 dalam rangka pencegahan dari virus tersebut.

Di sisi lain, survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada Agustus 2021, menemukan bahwa 44 persen responden hampir setiap hari merekomendasikan keluarga dan orang terdekatnya untuk melakukan vaksinasi. Artinya, intensitas komunikasi dalam keluarga memiliki peran penting dalam minat seseorang melakukan vaksinasi. Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan dalam latar belakang, didapatkan pertanyaan penelitian yaitu, **“Apakah terdapat Pengaruh Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 dan Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Vaksin Covid-19 terhadap Minat Melakukan Vaksinasi?”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 dan intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi.

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

#### **1.4.1 Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi sebagai bahan kajian dalam bidang ilmu komunikasi terutama mengenai pentingnya kompetensi komunikasi pihak berwenang serta intensitas komunikasi keluarga terhadap minat masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan teori *source credibility* dan teori interaksi simbolik serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

### **1.4.2 Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi penting bagi dinas kesehatan, khususnya bagi Satgas Covid-19 untuk menaruh perhatian yang lebih terkait cara komunikasi atau pemberian edukasi kepada masyarakat. Juga diharapkan melalui penelitian ini, mampu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya intensitas komunikasi keluarga dalam meningkatkan minat untuk melakukan vaksinasi.

### **1.4.3 Sosial**

Memberikan arahan kepada masyarakat secara umum dalam memahami pentingnya pengaruh kompetensi komunikasi dan intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin terhadap penentuan minat untuk melakukan vaksinasi. Selain itu, masyarakat secara umum diharapkan dapat mendukung terlaksananya program vaksinasi dengan melakukan komunikasi keluarga yang intens mengenai vaksinasi.

## **1.5 Kerangka Teori / Konsep**

### **1.5.1 Paradigma penelitian**

Paradigma penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan paradigma positivistik. Paradigma ini digunakan mengingat penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme sehingga disebut menggunakan paradigma positivistic (Sugiyono,

2014). Paradigma ini memandang fakta, fenomena, serta gejala dapat diklasifikasikan dan dihubungkan atau bersifat sebab akibat. Adapun pada penelitian ini, peneliti meneliti mengenai pengaruh antara variabel-variabel yaitu kompetensi komunikasi Satgas Covid-19, intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19, serta minat masyarakat melakukan vaksinasi.

## **1.5.2 State of The Art**

**1.5.1.1** *Government Communication, Perceptions of COVID-19, and Vaccination Intention: A Multi-Group Comparison in China* oleh Linsen Su, Juana Du dan Zhitao Du dalam *Frontiers in Psychology* pada tahun 2022. Studi ini menguji hubungan komunikasi pemerintah dan minat melakukan vaksinasi dengan jumlah 557 responden. Responden merupakan warga Cina yang berusia 18-59 tahun. Survei itu dilakukan dari 13 Maret 2021 hingga 22 Maret 2021 oleh Sojump, sebuah penyedia survei online profesional di Cina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah memiliki hubungan positif langsung dengan niat vaksinasi dan hubungan tidak langsung dengan niat vaksinasi melalui mediasi keparahan yang dirasakan, manfaat, dan hambatan. Disebutkan juga bahwa kampanye vaksinasi yang berhasil membutuhkan komunikasi yang efektif untuk berhasil melibatkan masyarakat dan

memastikan masyarakat mau bekerjasama penuh mengenai prosedur vaksinasi yang direkomendasikan (Su et al., 2022, n. diakses pada 14 April 2022 pukul 03:00 WIB).

**1.5.1.2** *Transparent Communication About Negative Features of Covid-19 Vaccines Decreases Acceptance but Increases Trust* oleh Michael Bang Petersena, Alexander Bora, Frederik Jørgensena, dan Marie Fly Lindholt dalam *Proceedings of the National Academy of Sciences (PNAS)* pada tahun 2021. Studi ini menguji hubungan komunikasi transparan mengenai efek dan aspek negatif vaksin dan minat, penerimaan atau kepercayaan dalam melakukan vaksinasi dengan jumlah 6.800 responden. Responden sampel diambil berdasarkan sampel kuota mengenai jenis kelamin, usia, lokasi geografis, pendidikan, dan ras, untuk mencocokkan populasi masing-masing pada variabel sosio-demografi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi mengenai aspek negatif yang transparan memang dapat membahayakan penerimaan vaksin, tetapi hal itu juga meningkatkan kepercayaan pada otoritas kesehatan. Selain itu, sebaliknya, komunikasi pemerintah yang tidak jelas dan meyakinkan juga tidak meningkatkan penerimaan vaksin dan malah mengarah pada kepercayaan

terhadap otoritas kesehatan yang lebih rendah (Petersen et al., 2021, n. diakses pada 14 April 2022 pukul 03:00 WIB).

**1.5.1.3** *An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication* oleh Do Kyun David Kim dan Gary L. Kreps dalam *World Medical and Health Policy* tahun 2020. Studi ini dilakukan di Amerika Serikat untuk mengkaji komunikasi pemerintah selama pandemi COVID-19 dan sebagai upaya anjuran bagi pemerintah dalam menetapkan strategi komunikasi risiko kesehatan yang efektif. Studi ini menggunakan pendekatan studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diperlukan pemerintah yaitu penyampaian informasi secara jelas dan transparan agar meminimalisir kesalahan penerimaan informasi oleh publik sehingga tidak menimbulkan kebingungan dan ketakutan. Selain itu, komunikasi merupakan pusat untuk menghubungkan publik dengan pemerintah sebagai pembuat keputusan oleh karena itu diperlukan kerjasama dengan kelompok yang berpengaruh dalam masyarakat untuk berbagi informasi yang relevan dalam menanggapi kebutuhan serta pertanyaan dari publik. Secara khusus, dikatakan bahwa rekomendasi yang diberikan tidak akan

berhasil tanpa tindakan yang nyata. Jika pemerintah memiliki sistem komunikasi risiko kesehatan yang responsif dan strategis, maka dapat mengurangi kesenjangan antara kebutuhan publik, tujuan kebijakan dan hasil. Dengan cara tersebut, secara bersamaan dapat meningkatkan efektivitas pemulihan pandemi (Kim & Kreps, 2020, n. diakses pada 18 April 2022 pukul 06.10 WIB).

**1.5.1.4** *Young African Americans' Communication with Family Members About COVID-19: Impact on Vaccination Intention and Implications for Health Communication Interventions* oleh Diane B. Francis, Nia Mason, dan Aurora Occa pada 2021. Studi ini menganalisis hubungan komunikasi keluarga dan minat melakukan vaksin dengan jumlah 312 responden. Responden adalah orang kulit hitam atau Afrika Amerika yang berusia 18–30 tahun dan direkrut melalui survei online pada Juni 2020. Hasil studi menemukan bahwa komunikasi keluarga berhubungan dengan minat atau niat vaksinasi. Lebih dari setengah (62 persen) peserta telah berbicara dengan anggota keluarga tentang vaksin. (Francis et al., 2022, n. diakses pada 18 April 2022 pukul 06.00 WIB).

**1.5.1.5** *The Influence of Family Support on Providing Complete Primary Immunizations* oleh Ilhami dan Malik Afif pada

2020. Studi ini menganalisis pengaruh dukungan keluarga pada pemberian imunisasi dasar lengkap dengan 54 responden. Responden diambil dengan kriteria meliputi ibu yang memiliki anak usia 12-24 bulan, memiliki kesehatan (KMS), dan berdomisili di sekitar wilayah Puskesmas Sidotopo. Studi ini menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara dukungan keluarga terhadap imunisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dukungan keluarga untuk melakukan imunisasi secara lengkap yang meliputi dukungan emosional, dukungan instrumental, dukungan informatif dan dukungan penghargaan dapat mempengaruhi kelengkapan imunisasi baik secara langsung maupun tidak langsung (Ilhami & Afif, 2020, n. diakses pada 18 April 2022 pukul 06.10 WIB).

Dari kelima penelitian sebelumnya sebagaimana yang dijabarkan di atas, dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh antara kompetensi komunikasi petugas terkait atau satgas dan intensitas komunikasi keluarga terhadap minat melakukan vaksinasi.

Namun, posisi penelitian ini berbeda dibanding dengan kelima penelitian di atas yaitu terdapat perbedaan pada variabelnya. Pada penelitian ini, variabel yang digunakan dikhususkan pada variabel

kompetensi komunikasi satgas, intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin, dan minat melakukan vaksinasi.

### **1.5.3 Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19**

Kompetensi komunikasi menurut Barge adalah kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif (Barge, 2007, p. 102). Slocum & Hellriegel mendefinisikan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan seorang komunikator dalam menentukan sikap komunikasi yang paling efektif dan sesuai dengan kondisi tersebut (Slocum, J. W., & Hellriegel, 2009, p. 114). Sedangkan Spitzberg dalam (Yusuf, 2010, p. 208) mendefinisikan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan seorang komunikator dalam berinteraksi.

Kompetensi komunikasi juga dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang berkomunikasi dalam situasi sosial yang beragam Spitzberg & Cupach (1989) dalam (Rickheit, G., & Strohner, 2008, p. 23). Adapun (O'Hair, D., Friedrich, G., & Wiemann, 1997, p. 24) menyebutkan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan komunikasi situasional dimana seorang komunikator mampu menentukan tujuan dan mengoptimalkan kemampuannya dalam meningkatkan kemampuan komunikasinya. Rowley (1999) dalam (Intyaswati & Mansur, 2017, p. 332) menyimpulkan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan komunikator dalam menyampaikan informasi dan perkembangan target kepada khalayak. Satgas Covid-19 merupakan satuan unit yang dibentuk untuk mengerjakan tugas dengan tujuan

menanggulangi kasus Covid-19. Berdasarkan berbagai definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 yaitu kemampuan Satgas Covid-19 menyampaikan informasi terkait vaksinasi Covid-19 kepada masyarakat.

Kompetensi komunikasi yang perlu dimiliki dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat menurut (Slocum, J. W., & Hellrieger, 2009, p. 385), yaitu :

- 1) Bersikap sopan dan bijaksana
- 2) Dapat menerima umpan balik
- 3) Dapat berbagi informasi
- 4) Dapat memberikan informasi mengenai tugas
- 5) Dapat mengurangi ketidakpastian

Terdapat dua dimensi yang mencerminkan kompetensi komunikasi yaitu kognitif dan perilaku (Sirait et al., 2020, p. 428). Penjelasan nya yaitu:

- 1) Dimensi kognitif.

Dimensi kognitif kompetensi komunikasi berupa proses kesadaran dan pemrosesan informasi secara kognitif. Termasuk di antaranya yaitu kesadaran interpersonal, perspektif sosial, penangkapan, konstruksi kognitif, pemantauan diri, dan empati.

- 2) Dimensi perilaku

Dimensi perilaku kompetensi komunikasi berupa sikap dan perilaku yang dilakukan dalam memproses informasi. Termasuk di

antaranya yaitu keterlibatan interaksi, fleksibilitas perilaku, mendengarkan, gaya komunikasi, dan komponen perilaku lainnya.

Selain itu, Wiemann dalam (McCroskey, 1984, p. 260) menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi kompetensi komunikasi, yaitu

- 1) Ketenangan sosial (social relaxation),
- 2) Empati (empathy)
- 3) Afiliasi atau dukungan (affiliation or support)
- 4) Fleksibilitas perilaku (behavioral flexibility)
- 5) Manajemen interaksi (interaction management skill)

Persepsi terhadap kemampuan komunikasi seseorang dapat dipengaruhi dengan tiga faktor, yaitu kemampuan pengetahuan, keterampilan komunikator dalam berkomunikasi dan motivasi komunikator untuk mengembangkan kemampuannya (Liliweri, 2015, p. 413). Berdasarkan penjelasan tersebut, Spitzberg dan Cupach dalam (Payne, 2005) mengemukakan tiga hal untuk melihat kompetensi komunikasi, yaitu :

a. Pengetahuan

Pengetahuan dibutuhkan seorang individu dalam berkomunikasi untuk mendapatkan apa yang diharapkan, juga meningkatkan kemampuan dan ketepatan dalam proses komunikasi. Pengetahuan dalam hal ini, mencakup apa saja topik atau bahasan yang akan disampaikan, bagaimana tindakan

yang akan diambil, mengetahui lawan bicara saat berkomunikasi, memperhatikan bagaimana respon lawan bicara serta pemahaman terkait isi pesan yang akan dikomunikasikan. Pengetahuan didapatkan melalui pengalaman dan tingkat pendidikan, jika pengalaman dan tingkat pendidikan tinggi maka pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi juga meningkat.

b. Keterampilan

Skill merupakan kemampuan dalam mengolah perilaku yang dibutuhkan dalam berkomunikasi. Keterampilan ini mencakup tindakan yang nyata untuk komunikasi yang tepat dan efektif. Keterampilan dalam hal ini mencakup beberapa hal yang harus diperhatikan :

- 1) *Other orientation*, tindakan yang menunjukkan bahwa ketika individu merasa tertarik maka akan memperhatikan orang lain.
- 2) *Social Anxiety*, kemampuan individu untuk mengatasi kecemasan saat melakukan komunikasi dengan orang lain, kemampuan dalam menunjukkan kepercayaan diri serta tidak gugup dan tenang saat melakukan komunikasi.

- 3) *Expressiveness*, kemampuan seorang individu mengatur ekspresi wajah serta kecakapan dalam menggunakan kosa kata dan bahasa yang beragam.
- 4) *Interaction Management*, individu mampu mengatur interaksi dan membangun komunikasi yang interaktif dengan lawan bicara.

c. Motivasi

Motivasi dalam hal ini merupakan dorongan untuk ikut melakukan atau memilih tidak ikut dalam kegiatan komunikasi dengan individu lain. Motivasi biasanya didukung dengan maksud tertentu, antara lain untuk menjalin relasi, memperoleh informasi, serta ikut andil dalam pengambilan keputusan bersama. Peningkatan motivasi individu untuk terlibat dalam komunikasi bisa dipengaruhi oleh kesan yang didapatkan pada proses komunikasi. Ketika respon atau tanggapan yang diterima dari lawan bicara kurang baik dan tidak meyakinkan, maka dorongan untuk berkomunikasi pada individu akan rendah pula, begitu pun sebaliknya.

Jika Satgas Covid-19 mampu menguasai ketiga hal yang telah dijelaskan di atas dan memiliki kecakapan komunikasi secara efektif, maka Satgas Covid-19 dianggap sudah berkompeten dalam bidangnya.

#### **1.5.4 Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Vaksin Covid-19**

Chaplin mendefinisikan intensitas sebagai kekuatan, kedalaman, serta reaksi emosional yang bisa mendorong suatu sikap atau pendapat (Chaplin, 2009, p. 254). Galvin dan Brommel dalam (Tubbs, S. L., & Moss, 2008, p. 215) mendefinisikan keluarga sebagai sekumpulan orang yang memiliki ikatan hubungan berupa pernikahan, komitmen, darah, atau telah hidup bersama dalam jangka waktu tertentu yang saling berbagi harapan. Kehidupan yang berlangsung dalam keluarga, terbentuk melalui interaksi berupa komunikasi. Melalui komunikasi, interaksi antar anggota keluarga terjadi dan terbentuk peran, aturan, harapan, serta hubungan (William F. Eadie, 2009, p. 304).

Adapun intensitas komunikasi keluarga menurut Gunarsa dapat dilihat dari topik yang dibicarakan bersama, pemikiran, perasaan, serta suatu objek. Disebutkan juga bahwa kedalaman intensitas komunikasi keluarga terlihat dari adanya rasa kepercayaan, keterbukaan, serta kejujuran yang dapat menghasilkan tindakan (Gunarsa, 2004, p. 27). Intensitas komunikasi keluarga dapat terjadi karena hubungan komunikasi pada dasarnya paling sering terjadi dalam keluarga dan keluarga merupakan lingkungan interaksi pertama bagi seorang anak (Puspitasari et al., 2021, p. 925). Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas komunikasi keluarga merupakan kedalaman proses komunikasi yang terjadi dalam keluarga yang melibatkan berbagai

unsur seperti emosi, perasaan, kepercayaan, kejujuran serta keterbukaan.

Komunikasi dalam keluarga yang efektif sangatlah penting dalam menjaga keharmonisan antar anggota keluarga. Terdapat lima aspek yang menggambarkan kualitas komunikasi dalam keluarga Devito (2011) dalam (Sumartono, Jemmy, & Rizaldi, 2017, p. 92) :

- 1) Keterbukaan
- 2) Empati
- 3) Sikap mendukung
- 4) Sikap positif
- 5) Kesetaraan

Devito (2009:142) menjelaskan untuk menganalisis intensitas komunikasi keluarga dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu :

- 1) Frekuensi. Tingkat atau jumlah interaksi komunikasi yang terjadi, dapat dihitung berdasarkan minggu, bulan, dan seterusnya.
- 2) Durasi. Lama waktu yang dibutuhkan saat berkomunikasi dalam sekali pertemuan
- 3) Perhatian yang diberikan. Fokus atau atensi yang diberi pada saat berkomunikasi.
- 4) Keteraturan. Kesamaan aktivitas yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan selama proses komunikasi.
- 5) Level keluasan pesan. Kualitas dan kuantitas pesan yang disampaikan dan tersampaikan selama proses komunikasi.

- 6) Level kedalaman pesan. Tingkat yang menggambarkan detail dan keseluruhan pesan yang disampaikan.

### **1.5.5 Minat Melakukan Vaksinasi**

Minat yaitu kesadaran seseorang terkait objek yang memiliki hubungan terhadap dirinya (Witherington, 2003, p. 101). Sedangkan Sudirman menuliskan tentang minat dalam bukunya sebagai kesadaran terhadap objek akan meningkat jika objek tersebut dapat memenuhi kebutuhannya (Sudirman, 2003, p. 76). Minat yaitu keinginan berperilaku (*behavioral intentions*) individu yang didasarkan pada tindakan yang akan mungkin dilakukan. Keinginan berperilaku didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan tindakan dengan cara tertentu sebagai upaya memperoleh, melepaskan dan menggunakan barang atau jasa (Mowen, 2002, p. 322). Jadi minat dapat disimpulkan sebagai kesadaran individu terhadap objek yang diduga dapat memenuhi kebutuhannya yang intensitas kesadaran tersebut akan meningkat seiring meningkatnya dugaan manfaat objek tersebut terhadap kebutuhannya, kemudian menimbulkan keinginan individu untuk bertindak sebagai upaya memperoleh dan menggunakan atau membuang produk maupun jasa.

Vaksinasi merupakan upaya peningkatan produksi antibodi untuk menangkal penyakit tertentu melalui proses memberikan imunisasi suntikan di tangan atau lewat aktivitas meneteskan ke mulut (Larasati & Sulistianingsih, 2021, p. 99). Dalam konteks penelitian ini yaitu vaksinasi Covid-19 merupakan upaya peningkatan produksi antibodi untuk

menangkal serangan virus Covid-19 melalui proses memberikan imunisasi suntikan di tangan. Jadi minat melakukan vaksinasi pada penelitian ini adalah keinginan seseorang untuk meningkatkan produksi antibodi sebagai upaya menangkal serangan virus Covid-19 melalui proses memberikan imunisasi suntikan di tangannya.

Berdasarkan hasil survey terkait penerimaan vaksin Covid-19 di Indonesia oleh Kemenkes RI, ITAGI, UNICEF dan WHO tahun 2020 bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat masyarakat melakukan vaksinasi. Faktor pertama yaitu tingkat akses informasi terkait vaksinasi Covid-19. Tingkat akses informasi tergantung tingkat ekonomi seseorang. Terbukti dalam hasil survei tersebut bahwa kelas ekonomi menengah menjadi kalangan yang memiliki minat melakukan vaksinasi tertinggi yaitu sebesar 69 persen (Kesehatan, 2020, p. 6). Faktor kedua yang mempengaruhi minat vaksinasi yaitu tingkat kekhawatiran terhadap keamanan vaksin. Terlihat dalam hasil survey bahwa sekitar 30 persen responden menyatakan khawatir terhadap keamanan vaksin sehingga tidak berminat melakukan vaksinasi (Kesehatan, 2020, p. 8).

#### **1.5.6 Pengaruh Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 dengan Minat Melakukan Vaksinasi**

Pengaruh kompetensi komunikasi Satgas dengan minat melakukan vaksinasi dapat dijelaskan melalui teori *source credibility* yang pertama kali digagas oleh Hovland, Janis, dan Kelley tahun 1953. Dalam buku *Communication and Persuasion*, mereka menuliskan:

“*High credibility sources had a substantially greater immediate effect on the audience’s opinions than low credibility sources*” (Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, 1968, p. 270)

Teori ini menjelaskan bahwa lebih mudah untuk mempersuasi atau mempengaruhi seseorang jika penyampai pesan atau komunikator telah dahulu dipandang oleh *audience* sebagai orang yang kredibel di bidangnya. Jika komunikator dari Satgas Covid-19 dipandang kredibel dalam menyampaikan program vaksinasi oleh seseorang yang akan melakukan vaksinasi maka akan mempengaruhi atau mempersuasi seseorang tersebut untuk menaikkan minat menjadi aktivitas vaksinasi Covid-19. Kredibilitas Satgas Covid-19 terlihat dari kompetensi komunikasi yang mumpuni yang dimilikinya saat mempersuasi seseorang yang berminat melakukan vaksinasi.

Rakhmat (2008:260) menyatakan terdapat dua komponen terpenting terkait kredibilitas seseorang yaitu keahlian dan kepercayaan.

- 1) Keahlian yang tinggi ditentukan oleh pengetahuan, kecerdasan, pengalaman dan pelatihan yang didapatkan oleh komunikator sehingga kemampuannya dalam komunikasi terkait topik yang dibahas menjadi terlihat oleh *audience*.
- 2) Kepercayaan merupakan karakter atau watak dari komunikator yang terdiri atas kejujuran, ketulusan, moralitas, keadilan, kesopanan dan etika. Kedua komponen ini jika dikelola dengan baik oleh komunikator maka akan mampu mempersuasi atau mempengaruhi *audience* terkait topik yang disampaikan.

Kompetensi komunikasi yang baik akan membantu Satgas Covid-19 dalam menyampaikan informasi mengenai vaksinasi sehingga diharapkan masyarakat dapat termotivasi untuk mengetahui tentang vaksin dan kemudian melakukan vaksinasi.

Kompetensi komunikasi terdiri atas pengetahuan, keterampilan dan motivasi dalam berkomunikasi. Dalam sosialisasi mengenai vaksinasi, hal ini sangat diperlukan oleh Satgas Covid-19 agar tercapainya target pemberian vaksin lengkap bagi masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas maka diduga terdapat pengaruh kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 dengan minat melakukan vaksinasi. Semakin tinggi kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh Satgas Covid-19 maka minat melakukan vaksinasi oleh masyarakat juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, rendahnya kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh Satgas Covid-19 maka minat melakukan vaksinasi oleh masyarakat juga akan rendah.

### **1.5.7 Pengaruh Intensitas Komunikasi Keluarga dengan Minat Melakukan Vaksinasi**

Pengaruh intensitas komunikasi keluarga dengan minat melakukan vaksinasi dapat dijelaskan melalui teori yang dikenalkan oleh George Herbert Mead pada tahun 1939 yaitu teori interaksi simbolik. Teori ini menjelaskan bahwa dalam kehidupan sosial tiap individu tidak akan terlepas dari interaksi yang bertujuan untuk menyampaikan maksudnya

melalui perantara simbol-simbol dalam tiap aktivitas komunikasi yang mereka lakukan antar sesamanya (Berger, 2004, p. 14).

Teori interaksi simbolik kemudian dikembangkan oleh Herbert Blumer yang didasarkan pada tiga premis utama (Soeprapto, 2002, p. 120–121):

- 1) Seseorang melakukan tindakan pada sesuatu didasarkan pada makna yang diinterpretasikan oleh mereka terhadap sesuatu tersebut.
- 2) Makna diperoleh melalui hasil interaksi dengan individu lain.
- 3) Saat interaksi sosial sedang berlangsung, makna-makna tersebut disempurnakan.

Lebih lanjut (Sobur (2004:199) menguraikan teori interaksi simbolik menjadi 3 landasan pemikiran yaitu sebagai berikut:

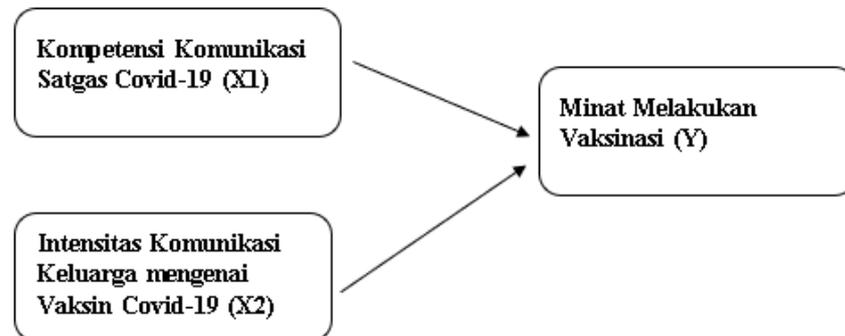
- 1) Suatu kondisi simbolik tertentu yang terdiri atas objek fisik dan objek sosial direspon oleh individu merujuk pada media yang terdapat dalam objek-objek tersebut.
- 2) Makna dinegosiasikan melalui perantara bahasa sehingga makna disebut produk interaksi sosial. Potensi kemampuan tiap manusia yang memungkinkan terjadinya pewarnaan terhadap segala sesuatu di dalam pikirannya mulai dari objek terlihat atau objek fisik (benda), kejadian hasil interaksi sosial (objek sosial), hingga gagasan yang bersifat abstrak.
- 3) Perubahan interpretasi makna di pikiran individu secara reguler seiring perubahan waktu merupakan konsekuensi logis akibat

dinamika internal yang terjadi dalam diri individu dan dinamika eksternal setelah berinteraksi dengan lingkungan.

Pada konteks ini, teori interaksi simbolik digunakan untuk melandasi penelitian terkait pengaruh intensitas komunikasi keluarga, karena dianggap sejalan dengan bagaimana masyarakat memahami simbol yang membentuk suatu makna mengenai vaksin Covid-19. Sehingga tercipta pemahaman bagi individu yang diperoleh melalui proses berfikir, menginterpretasi simbol yang ada disekitarnya baik melalui media simbol maupun saat interaksi secara langsung dengan individu lainnya. Hal ini diduga akan menghasilkan perubahan interpretasi makna di pikiran *audience* yang dalam konteks ini yaitu terjadinya perubahan minat melakukan vaksinasi.

Perubahan minat dapat terjadi apabila arah pesan yang disampaikan atau dikomunikasikan secara intensif ke arah pesan berupa informasi yang sejalan dengan yang disampaikan oleh Satgas Covid-19 yaitu mendorong orang untuk vaksin. Jika intensitas komunikasi terkait pesan tersebut naik, maka akan berefek terhadap minat melakukan vaksinasi sebagaimana dalam asumsi berdasarkan teori interaksi simbolik.

*Gambar 1. 5 Kerangka Berpikir*



## 1.6 Hipotesis

Melalui penelitian ini hipotesis yang akan dibuktikan yaitu:

H1: Terdapat pengaruh antara Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 (X1) terhadap Minat Melakukan Vaksinasi (Y)

H2: Terdapat pengaruh antara Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Vaksin Covid-19 (X2) terhadap Minat Melakukan Vaksinasi (Y)

## 1.7 Definisi Konseptual

### 1.7.1 Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19

Kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 secara konseptual didefinisikan sebagai kemampuan Satgas Covid-19 menyampaikan informasi terkait vaksinasi Covid-19 kepada masyarakat.

### 1.7.2 Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Vaksin Covid-19

Intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 secara konseptual didefinisikan sebagai kedalaman proses komunikasi yang terjadi dalam keluarga, melibatkan berbagai unsur seperti emosi, perasaan, kepercayaan, kejujuran serta keterbukaan mengenai vaksin Covid-19.

### **1.7.3 Minat Melakukan Vaksinasi**

Minat melakukan vaksinasi secara konseptual didefinisikan sebagai suatu keinginan seseorang untuk melakukan vaksinasi dalam rangka meningkatkan produksi antibodi sebagai upaya menangkal serangan virus Covid-19.

## **1.8 Definisi Operasional**

### **1.8.1 Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19**

Kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 secara operasional dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu :

- 1) Pengetahuan (*knowledge*), pemahaman Satgas Covid-19 mengenai pesan yang disampaikan.
- 2) Keterampilan (*skill*), kemampuan Satgas Covid-19 mengolah perilaku dalam berkomunikasi yang mencakup tindakan nyata.
- 3) Motivasi (*motivation*), dorongan yang timbul untuk melakukan kegiatan komunikasi.

### **1.8.2 Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Vaksin**

Intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin secara operasional dapat diukur dengan tiga indikator yaitu :

- 1) Keluasan pesan. Ragam topik yang dikomunikasikan selama proses komunikasi.
- 2) Kedalaman pesan. Terjadinya kesediaan pertukaran pesan secara detail, seperti adanya masalah, penyebab masalah terjadi, memberi solusi dan lainnya antara individu yang melakukan proses komunikasi.

- 3) Perhatian yang diberikan. Merujuk pada perhatian yang diberikan setiap individu yang terlibat dalam proses komunikasi.

### **1.8.3 Minat Melakukan Vaksinasi**

Rencana responden melakukan vaksinasi dalam kurun waktu satu bulan ke depan

## **1.9 Metode Penelitian**

### **1.9.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel independen yaitu kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 (X1) dan intensitas komunikasi keluarga mengenai Vaksin Covid-19 (X2) terhadap variabel dependen yaitu minat melakukan vaksinasi pada masyarakat Kota Palembang(Y), melalui pengujian terhadap hipotesis.

### **1.9.2 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah :

- a. Laki - laki dan Perempuan
- b. Usia 18-59 tahun
- c. Domisili Kota Palembang
- d. Mengetahui tentang vaksinasi Covid-19
- e. Pernah mendapatkan informasi atau mengikuti sosialisasi terkait Vaksin Covid-19 dari Dinas Kesehatan Kota Palembang

- f. Belum menerima dosis lengkap vaksin Covid-19, baik dosis satu, dua, maupun dosis tiga.

Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah populasi tidak diketahui. Alasan pemilihan populasi penelitian ini dikarenakan berdasarkan data dari dinas kesehatan Kota Palembang yang menunjukkan vaksinasi masyarakat umum dan rentan berusia 18-59 tahun baru mencapai 70 persen pada dosis pertama, 55 persen pada dosis kedua dan dosis ketiga baru mencapai 10 persen. Sasaran vaksinasi pada masyarakat umum masih paling rendah dibanding dengan kalangan tenaga kesehatan, petugas publik dan lansia. Percepatan pelaksanaan vaksinasi diupayakan dengan melibatkan lintas sektor dan kolaborasi dengan setiap elemen masyarakat, dengan pemberlakuan sistem jemput bola dan memberikan doorprize bagi masyarakat yang ingin mengikuti vaksin. Hal ini menunjukkan bahwa vaksinasi terjadi bukan hanya karena kesadaran masyarakat itu sendiri, namun ada faktor pendukung lainnya. (R. Dewi, 2022, n. diakses pada 29 Maret 2022 pukul 08:30 WIB)

### **1.9.3 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*, yaitu setiap anggota populasi tidak diberikan kesempatan atau peluang yang sama untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2014, p. 84). Kemudian, teknik yang digunakan yaitu insidental sampling. Pada insidental sampling, yang dapat menjadi sampel yaitu siapa saja yang memenuhi kriteria menjadi

sumber data yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti(Sugiyono, 2014, p. 85).

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sebagaimana Roscoe menyatakan, 30 sampai dengan 500 merupakan ukuran sampel yang layak digunakan pada penelitian (Sugiyono, 2014, p. 90–91).

#### **1.9.4 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data didapatkan secara langsung berasal dari hasil kuesioner yang telah diberikan kepada responden.

#### **1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data menggunakan angket dengan alat kuesioner, data dikumpulkan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden secara langsung maupun melalui internet untuk dijawab(Sugiyono, 2014, p. 142).

#### **1.9.6 Teknik Pengolahan Data**

##### **1.9.6.1 Editing**

Proses editing merupakan pemeriksaan dan pengecekan kembali terhadap data penelitian dari responden yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk mengetahui kesesuaian data. Hal ini diperlukan untuk menghindari kekeliruan, kesalahan dan ketidaksesuaian data.

#### **1.9.6.2 Coding**

Setelah melalui tahap editing, proses selanjutnya yaitu pengelompokan pada kategori tertentu terhadap jawaban yang berasal dari responden. Coding dilakukan untuk mempermudah proses pengolahan data, pada proses ini jawaban responden diberi skor atau angka.

#### **1.9.6.3 Tabulasi**

Proses tabulasi dilakukan dengan cara menyusun data ke bentuk tabel, agar memudahkan dalam menganalisis dan memahami data.

#### **1.9.7 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan teknik analisis regresi linier sederhana, dengan bantuan alat SPSS. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 dan intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi sebagai variabel terikat.