

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH ACEH
DALAM PROGRAM VAKSINASI COVID-19**



**MUHAMMAD IKBAL FANIKA
NIM. 201007003**

**Tesis Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Mendapatkan Gelar Magister dalam
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH ACEH DALAM
PROGRAM VAKSINASI COVID-19**

MUHAMMAD IKBAL FANIKA

NIM. 201007003

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada
Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh
untuk diujikan dalam ujian Tesis

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,



(Dr. T. Lembong Misbah, MA)



(T. Zulyadi, M. Kesos., Ph. D)

**LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH ACEH DALAM
PROGRAM VAKSINASI COVID-19**

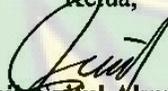
**MUHAMMAD IKBAL FANIKA
NIM. 201007003**

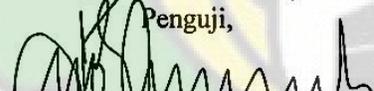
**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Telah Dipertahankan di depan tim Penguji Tesis
Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda
Aceh**

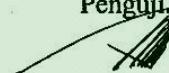
Tanggal: 16 Juli 2022 M
17 Zulhijah 1443 H

TIM PENGUJI:

Ketua,

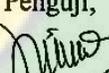

Dr. Phil Saiful Akmal, MA
Penguji,

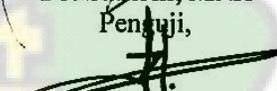

Dr. Muhammad Aminullah, MA
Penguji,


Dr. T. Lembong Misbah, MA

Sekretaris,


Wirda Amalia, M. Kesos
Penguji,


Dr. Sabirin, M. Si
Penguji,


T. Zulyadi, M. Kesos., Ph.D

Banda Aceh, 18 Juli 2022

Pascasarjana
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Direktur,


(Prof. Dr. H. Mukhsin Nyak Umar, MA)
NIP. 196303251990031005

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhammad Ikbal Fanika
Tempat Tanggal Lahir : Labuhan Tarok, 14 Juni 1989
NIM : 201007003
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi. dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banda Aceh, 7 Juli 2022
Yang Menyatakan,



Muhammad Ikbal Fanika

PEDOMAN TRANSLITERASI

Untuk lebih memudahkan dalam penulisan tesis ini ada beberapa aturan yang menjadi pegangan penulis dimana penulis menggunakan transliterasi dengan mengikuti format yang berlaku pada pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, sebagaimana yang tercantum dalam buku panduan penulisan tesis dan disertasi tahun 2019. Transliterasi berguna untuk sedapatnya mengalihkan huruf, bukan bunyi, sehingga yang ditulis dalam huruf latin dapat diketahui bentuk asalnya dalam tulisan arab. Dengan demikian diharapkan kerancuan makna dapat dihindarkan, fonem dalam konsonan bahasa Arab didalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf, didalam tulisan transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian dengan huruf dan tanda sekaligus, sebagaimana berikut :

Konsonan Tunggal

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Th	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawahnya)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	DH	De dan Ha
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawahnya)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawahnya)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik di bawahnya)
ظ	Za'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawahnya)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atasnya
غ	Ghain	GH	Ge dan Ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We

ه/ة	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan *W* dan *Y*

Wad'	وضع
'Iwad	عوض
Dalw	دلو
Yad	يد
ḥiyal	حيل
ṭahī	طهي

3. Mâd dilambangkan dengan *ā*, *ī*, dan *ū*. Contoh:

Ūlā	أولى
Ṣūrah	صورة
Dhū	ذو
Īmān	إيمان
Fī	في

Kitāb	كتاب
Siḥāb	سحاب
Jumān	جمان

4. Diftong dilambangkan dengan *aw* dan *ay*. Contoh:

Awj	اوج
Nawn	نوم
Law	لؤ
Aysar	أيسر
Syaykh	شيخ
‘Aynay	عيني

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

Fa‘alū	فعلوا
Ulā’ika	أنتك
Ūqiyah	أوقية

6. Penulisan *alif maqṣūrah* (ي) yang diawali dengan baris fathā () ditulis dengan lambang â. Contoh:

Ḥattā	حتى
Maḍā	مضى
Kubrā	كبرى
Muṣṭafā	مصطفى

7. Penulisan *alif manqūṣah* (ي) yang diawali dengan baris kasrah () ditulis dengan î, bukan îy. Contoh:

Raḍī al-Dīn	رضي الدين
al-Miṣrī	المصري

8. Penulisan ʾ (tā' marbūṭah)

Bentuk penulisan ʾ (tā' marbūṭah) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Apabila ʾ (tā' marbūṭah) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan ʾ (hāʾ). Contoh:

Ṣalāh	صلاة
-------	------

- b. Apabila ʾ (tā' marbūṭah) terdapat dalam dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (*sifat mauṣūf*), dilambangkan ʾ (hāʾ). Contoh:

al-Risālah al-Bahīyah	الرسالة البهية
-----------------------	----------------

- c. Apabila ة (tā marbūṭah) ditulis sebagai *muḍāf* dan *muḍāf ilayh*, dilambangkan dengan “t”. Contoh:

Wizārat al-Tarbiyah	وزارة التربية
---------------------	---------------

9. Penulisan ء (hamzah)

Penulisan Hamzah terdapat dalam dua bentuk, yaitu:

- a. Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Asad	أسد
------	-----

- b. Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “’”.

Contoh:

Mas’alah	مسألة
----------	-------

10. Penulisan ء (hamzah) *waṣal* dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Riḥlat Ibn Jubayr	رحلة ابن جبير
al-Istidrāk	الإستدراك
Kutub Iqtanat’hā	كتب أقتنتها

11. Penulisan *syaddah* atau *tasydīd*

Penulisan *syaddah* bagi konsonan waw (و) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi konsonan yâ’ (ي) dilambangkan dengan “yy” (dua huruf y). Contoh:

Quwwah	قوة
‘Aduww	عدو

Syawwāl	شؤال
Jaww	جو
al-Miṣriyyah	المصرية
Ayyām	أيام
Quṣayy	قصي
al-Kasysyāf	الكشاف

12. Penulisan alif lām (لا)

Penulisan لا dilambangkan dengan “al-” baik pada لا shamsiyyah maupun لا qamariyyah. Contoh:

al-kitāb al-thānī	الكتاب الثاني
al-ittiḥād	الإتحاد
al-aṣl	الأصل
al-āthār	الأثار
Abū al-Wafā’	ابو الوفاء
Maktabat al-Nahḍah al-Miṣriyyah	مكتبة النهضة المصرية
bi al-tamām Wa al-kamāl	بالتمام والكمال
Abū al-Layth al-Samarqandī	ابو الليث السمرقندي

Kecuali ketika huruf ل berjumpa dengan huruf ل di depannya, tanpa huruf alif (ا), maka ditulis “li’”. Contoh:

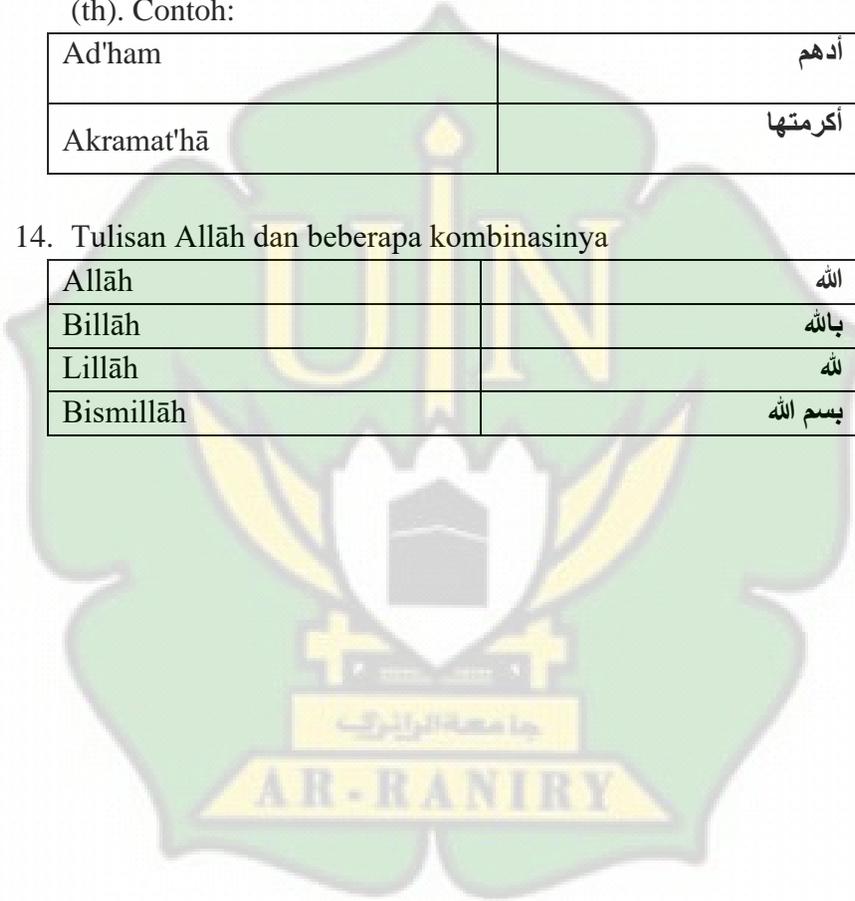
Lil-Syarbaynī	للشربيني
---------------	----------

13. Penggunaan “ ’ ” untuk membedakan antara د (dal) dan ت (tā) yang beriringan dengan huruf ه (hā) dengan huruf ذ (dh) dan ث (th). Contoh:

Ad'ham	أدهم
Akramat'hā	أكرمتهَا

14. Tulisan Allāh dan beberapa kombinasinya

Allāh	الله
Billāh	بِالله
Lillāh	لله
Bismillāh	بِسْمِ الله



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah saya ucapkan atas rahmat dan kasih sayang Allah SWT yang telah memberikan kemampuan untuk menyelesaikan tesis sesuai dengan perencanaan. Shalawat dan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah memperjuangkan agama Allah SWT di muka bumi ini beserta kepada seluruh sahabat dan para ulama sekalian sehingga kita dapat menjalani tuntunan ajaran Islam ini.

Tesis ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar magister pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Semoga Tesis ini berkontribusi memberikan sumbangan positif bagi pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam khususnya tentang literasi bermedia sosial. Namun disadari dalam proses penyelesaian Tesis ini, penulis banyak mengalami hambatan dan kesulitan. Namun, berkat motivasi, bimbingan, dukungan, dan bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak, sehingga penulisan Tesis ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin sampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu penyelesaian Tesis:

1. Prof. Dr. H. Mukhsin Nyak Umar, MA. Direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Mustafa AR, MA selaku Wakil Direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Dr. Phil. Saiful Akmal, MA dan T. Zulyadi, M. Kesos., Ph. D selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah

Pascasarjana UIN AR-Raniry. Keduanya juga telah mencurahkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing penulis. Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan, semoga Bapak selalu mendapat rahmat dan lindungan Allah SWT.

4. Orang tua yang penulis cintai, Ayahanda Yufli A. Karim dan Ibunda Umi Kalsum, serta Ayah Mertua Zainal Nur dan Mamak Nur Hayati atas setiap cinta dan kasih sayang, doa, dan dukungan yang selalu mengiringi langkah penulis untuk menyelesaikan Tesis ini.
5. Terimakasih terdalam dengan cinta dan kasih sayang, untuk Istri tercinta Ns. Putri Kurnian Sih, S. Kep, dan Putriku Syahida Yildiz Fanika, atas doa dan dukunngan yang selalu ada disamping penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak/Ibuk dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, dan juga Bapak/Ibu pegawai akademik lingkungan Pascasarjana UIN Arraniry Banda Aceh.
7. Teman-teman angkatan 2020 terkhusus unit reguler dan non-reguler terima kasih telah berjuang bersama, berbagi semangat, persahabatan, kebersamaan, suka dan duka selama dua tahun menempuh pendidikan di Pascasarjana UIN Arraniry Banda Aceh.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak yang terlibat dalam penyusunan Tesis ini, semoga semua pihak mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT dan kita selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan diberikan kemudahan dalam melakukan upaya terbaik untuk hidup ini.

Banda Aceh, 7 Juli 2022
Penulis,

Muhammad Ikbal Fanika

ABSTRAK

Judul Tesis : Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh
Dalam Program Vaksinasi Covid-19
Nama Penulis / NIM : Muhammad Iqbal Fanika / 201007003
Pembimbing I : Dr. T.Lembong Misbah, MA
Pembimbing II : T. Zulyadi. M. Kesos, Ph.D
Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Vaksinasi Covid-19

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan dan strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam sosialisasi program vaksin Covid-19 di Aceh. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perencanaan komunikasi model *cultip and center* serta menggunakan analisis SWOT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif fenomenologi yang bertujuan untuk menemukan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, serta hubungan antar fenomena yang muncul dilapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi serta berbagai data pendukung lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan belum begitu maksimalnya Pemerintah Aceh dalam menyusun perencanaan dan strategi komunikasi dalam program vaksinasi, meski terdapat beberapa strategi komunikasi yang dijalankan seperti; strategi komunikasi melalui media massa (media lama dan media baru), strategi komunikasi dengan pemilihan komunikator yang tepat, strategi komunikasi melalui kolaborasi, dan strategi komunikasi melalui pendekatan tokoh agama, namun faktor faktor tersebut mengalami hambatan dengan adanya berita bohong, munculnya isu halal-haram vaksin, minimnya anggaran dalam menjalankan program dan kurang terampilnya komunikasi dalam sosialisasi program vaksinasi. Sedangkan peluang yang dimiliki Pemerintah Aceh adanya dukungan dari mitra kerja Pemerintah Aceh, dukungan dari tokoh agama dan lembaga keagamaan serta dukungan dari media massa.

نبذة مختصرة

عنوان الرسالة: استراتيجية الاتصال الحكومي في أتشيه في برنامج التطعيمات ضد Covid-19

اسم : محمد إقبال فانيكا

رقم : ٢٠١٠٠٧٠٠٣

المشرف الأول توكو مصاح لمبواغ

المستشار الثاني: توكو زوليادي

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد استراتيجية التخطيط والاتصال لحكومة أتشيه في في أتشيه. النظرية المستخدمة في هذا البحث Covid-19 التنشئة الاجتماعية لبرنامج لقاح . الطريقة SWOT هي نظرية تخطيط الاتصال مع نموذج المركز الثقافي وتحليل المستخدمة في هذه الدراسة هي طريقة وصفية نوعية تهدف إلى تقديم وصف منهجي وواقعي ودقيق للحقائق ، وكذلك العلاقة بين الظواهر التي تم التحقيق فيها. تم تنفيذ تقنيات جمع البيانات من خلال إجراء المقابلات والمراقبة وكذلك الوثائق ومختلف البيانات السمعية والبصرية الأخرى. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن حكومة أتشيه لم تكن قصوى في تجميع استراتيجيات التخطيط والاتصال في برنامج التطعيم ، على الرغم من وجود العديد من استراتيجيات الاتصال التي يتم تنفيذها ، مثل ؛ استراتيجيات الاتصال من خلال وسائل الإعلام (وسائل الإعلام القديمة ووسائل الإعلام الجديدة) ، واستراتيجيات الاتصال عن طريق اختيار وسائل الاتصال المناسبة ، واستراتيجيات الاتصال من خلال التعاون ، واستراتيجيات الاتصال من خلال نهج القادة الدينيين ، ولكن هذه العوامل تعوقها الأخبار المزيفة ، وظهور الحلال إصدار اللقاحات المحرمة ، ونقص الميزانية ، ونقص مهارات الاتصال في التنشئة الاجتماعية لبرامج التطعيم. وفي الوقت نفسه ، فإن الفرص التي أتاحت لحكومة أتشيه هي دعم شركاء حكومة أتشيه ، ودعم القادة الدينيين والمؤسسات الدينية ، فضلاً عن الدعم من وسائل الإعلام

ABSTRACT

Thesis Title : The Communication Strategy of The
Government of Aceh in the Covid-19
Vaccination Program

Name / NIM : Muhammad Ikbal Fanika / 2010007003

Supervisors : Dr. T. Lembong Misbah, MA
: T. Zulyadi. M. Kesos, Ph.D.

Keywords : Communication Strategy, Covid-19
Vaccination

This study aims to determine the planning and communication strategy of the Government of Aceh in the socialization of the Covid-19 vaccine program in Aceh. The theory used in this study is the theory of communication planning with the culture and center model and uses SWOT analysis. The method used in this study is qualitative phenomenology which aims to find a systematic, factual, and accurate description of the facts, as well as the relationship between phenomena that appear in the field. Data collection techniques are carried out by interviews and documentation as well as various other supporting data. The results of this study indicate that the Government of Aceh has not been maximal in formulating planning and communication strategies for the vaccination program, although several communication strategies are implemented, such as; communication strategies through mass media (old media and new media), communication strategies by selecting the right communicators, communication strategies through collaboration, and communication strategies through the approach of religious leaders, but these factors experience obstacles with fake news, the emergence of halal-haram issues vaccines, the lack of budget in running the program and the lack of skillful communication in the socialization of the vaccination program. Meanwhile, the opportunities for the Aceh Government are support from Aceh Government partners, support from religious leaders and religious institutions as well as support from the mass media.

DAFTAR ISI

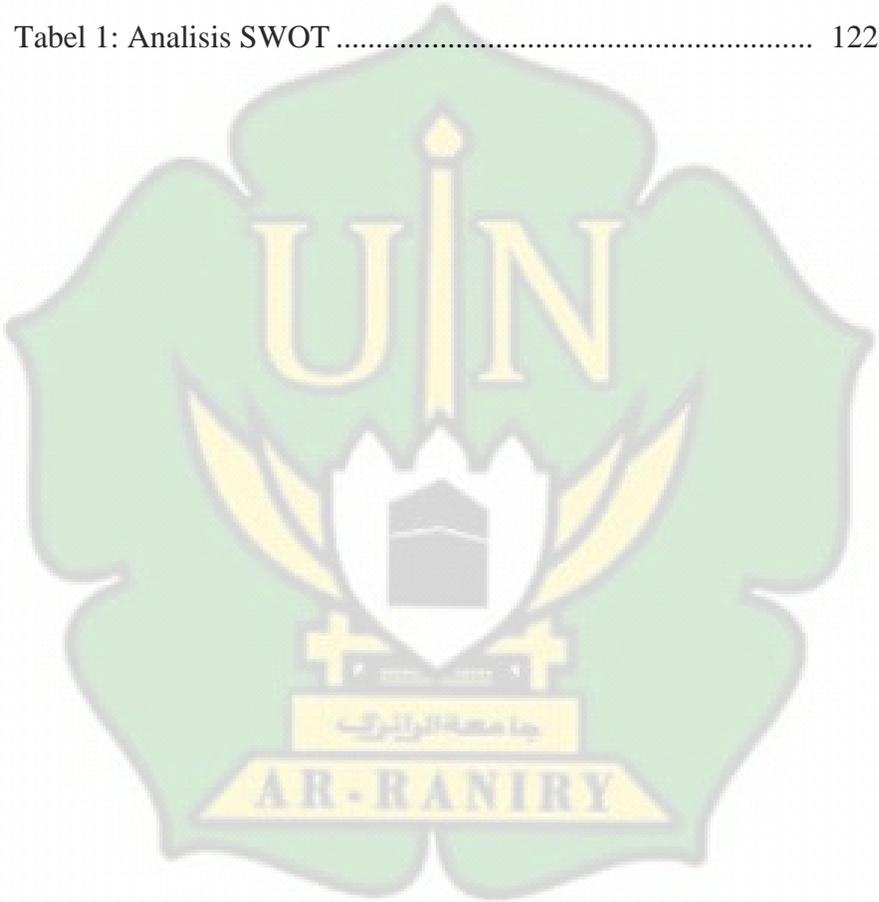
HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Defenisi Operasional.....	14
1.7 Kajian Terdahulu	18
1.8 Sistematika Pembahasan.....	26
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	28
2.1 Vaksinasi Dalam Perspektif Islam.....	28
2.2 Strategi Komunikasi	35
2.2.1. Pengertian Strategi.....	35
2.2.2. Pengertian Komunikasi.....	39

2.2.3.	Strategi Komunikasi.....	46
2.3	Perencanaan Komunikasi.....	47
2.4	Tahapan Strategi Komunikasi.....	53
2.4.1.	Perumusan Strategi	54
2.4.2.	Implementasi Strategi	54
2.4.3.	Evaluasi strategi	55
2.5	Menyusun Strategi Komunikasi.....	55
2.5.1.	Menetapkan komunikator	55
2.5.2.	Menetapkan khalayak yang menjadi target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak.....	56
2.5.3.	Menyusun Pesan	57
2.5.4.	Memilih media dan saluran komunikasi	57
2.5.5.	Efek komunikasi	57
2.5.6.	Media Komunikasi.....	58
2.6	Hubungan Kebijakan, Perencanaan dan Strategi Komunikasi.....	64
2.6.1.	Teori Perencanaan Cultip dan Center	66
2.6.2.	Analisis SWOT	69
BAB III	METODELOGI PENELITIAN.....	71
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	71
3.2	Objek dan Subjek Penelitian.....	72
3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian	73
3.4	Sumber Data	74
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.5.1.	Wawancara.....	75
3.5.2.	Dokumentasi	76
3.6	Teknik Analisis Data	77
3.6.1.	Pengumpulan Data.....	78

3.6.2. Reduksi Data	79
3.6.3. Penyajian Data	80
3.6.4. Penarikan Kesimpulan	80
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	82
4.1 Organisasi Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Provinsi Aceh.....	82
4.2 Hubungan Kebijakan dan Perencanaan Komunikasi Pemerintah Aceh dalam Realisasi Program Vaksinasi Covid- 19	85
4.3 Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh Dalam Realisasi Vaksinasi Covid-19.....	102
4.3.1. Komunikasi informasi melalui media	102
4.3.2. Strategi komunikasi dengan pemilihan komunikator yang tepat.....	106
4.3.3. Strategi komunikasi melalui kolaborasi.....	107
4.3.4. Strategi komunikasi melalui pendekatan tokoh agama	08
4.4 Faktor pendukung dan penghambat komunikasi Pemerintah Aceh dalam menyukseskan program Vaksinasi	111
4.4.1. Faktor Pendukung	111
4.4.2. Faktor Penghambat	114
4.5 Analisis SWOT	122
BAB V PENUTUP	125
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran	126
DAFTAR PERPUSTAKAAN	128

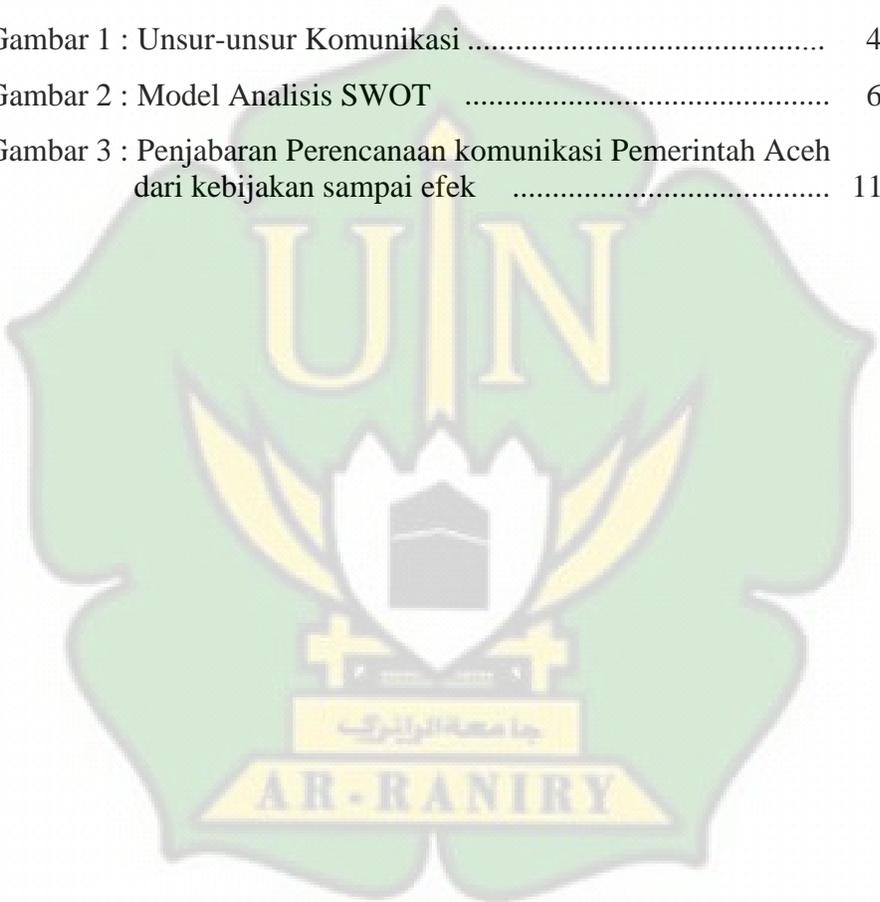
DAFTAR TABEL

Tabel 1: Analisis SWOT 122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Unsur-unsur Komunikasi	43
Gambar 2 : Model Analisis SWOT	69
Gambar 3 : Penjabaran Perencanaan komunikasi Pemerintah Aceh dari kebijakan sampai efek	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

World Health Organization (WHO) secara resmi menetapkan wabah penyakit ini sebagai pandemi global pada tanggal 11 maret 2020.¹ Virus ini pertama kali terdeteksi di Wuhan, Cina pada akhir 2019 yang lalu, kemudian tidak lama setelah ditemukannya virus yang dikenal dengan sebutan nama Corona Virus Deseas 2019 atau Covid-19 ini menyebar tak terkendali dan menjangkit seluruh masyarakat di dunia dengan jumlah kasus kurang lebih 462 juta kasus positif, 394 juta jumlah pasien sembuh, dan jumlah kematian lebih dari 6 juta jiwa per maret 2022.²

Pandemi Covid-19 menyebabkan krisis global yang mampu mengubah tatanan kehidupan manusia abad 21 ini. Krisis global tersebut mencakup segala sektor, mulai dari krisis kesehatan, ekonomi, politik dan yang tak kalah pentingnya adalah krisis komunikasi.

Saat itu Covid-19 dianggap berbeda dari wabah SARS 2003 di Cina. Seiring waktu wabah kesehatan ini makin menunjukkan kondisi yang jelas. Pada 1 Maret 2020, pemerintah Indonesia menanggapi permintaan dari Badan Kesehatan Dunia (WHO) dan mengklasifikasikan Covid-19 sebagai penyakit yang membahayakan

¹ Gloria Setyvani Putri, "WHO Resmi Sebut Virus Corona Covid-19 Sebagai Pandemi Global," *Kompas.Com*, 2020, <https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>. Diakses pada tanggal 3 Maret 2022, Pukul 21.00 wib.

² Worldometer, "CORONAVIRUS STATISTIC," Worldometer, 2022, <https://www.worldometers.info/coronavirus/>. Diakses tanggal 3 Maret 2022

masyarakat. Kemudian pada 11 Maret 2020, WHO menyatakan Covid-19 sebagai pandemi.³ Suatu kebiasaan baru akibat kebiasaan baru yang terbentuk dari dampak kasus pandemi Covid-19 yang cukup lama dan bahkan belum berakhirnya ini, kemudian disebut sebagai normal baru (*new normal*).

Masuknya wabah Corona di Indonesia diketahui sejak tanggal 2 Maret 2020. Saat itu Presiden Jokowi sendiri yang mengumumkan adanya dua orang di Indonesia yang positif terjangkit virus corona. Itu merupakan kasus pertama yang terdeteksi. Menurut Jokowi, dua warga negara Indonesia tersebut sempat kontak dengan warga negara Jepang yang datang ke Indonesia.⁴ Hingga pada bulan Maret 2020 terdapat 32 provinsi yang melaporkan adanya kasus positif virus corona di daerahnya. Sejak saat itu media-media nasional, lokal dan internasional selalu gencar mengabarkan pemberitaan Covid-19. Selama krisis, kejadian tak terduga dan tidak biasa dan berbahaya dapat membawa perubahan mendadak. Hal ini membuat komunikasi saat masa krisis merupakan bagian penting bagi seorang komunikator secara keseluruhan untuk mengatasi masalah kesenjangan informasi, khususnya terkait pandemi Covid-19.

Komunikasi krisis adalah praktik penyampaian informasi krisis berupa data, situasi, kondisi, dan strategi yang akan dilakukan untuk keluar dari situasi krisis yang dihadapi.⁵ Praktik komunikasi

³ Ahmad Naufal Dzulfaroh, "Hari Ini Dalam Sejarah: WHO Tetapkan Covid-19 Sebagai Pandemi Global," *Www.Kompas.Com*, 2022, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/11/104000165/hari-ini-dalam-sejarah--who-tetapkan-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>. Diakses pada tanggal 2 Juni 2022, Pukul 21.43 wib.

⁴ CNN Indonesia, "Jokowi Umumkan Dua WNI Positif Corona Di Indonesia," *www.cnnindonesia.com/*, 2022. Diakses kembali pada tanggal 2 Juni 2022. Pukul 21.50

⁵ Sulvinajayanti, "Covid-19 Dalam Kacamata Komunikasi Krisis," IAIN Pare-Pare Prodi Sosiologi Agama, 2020, <https://sosgama.iainpare.ac.id/2020/03/covid-19->

krisis yang baik akan mendukung pencapaian tujuan guna keluar dari situasi krisis. Sayangnya dari sisi ini Pemerintah Indonesia masih kalah cepat dengan virus.

Sudah dua tahun Pandemi Covid-19 belalu sejak diumumkan 2 Maret 2020 pada kasus pertama di Indonesia telah menyebar dengan cepat. Salah satu strategi penanggulangan Covid-19 bertujuan untuk memperlambat dan menghentikan laju transmisi/penularan, dan menunda penyebaran penularan.

Indonesia dan negara-negara lain masih terus berjuang untuk mengatasi pandemi Covid-19. Data terakhir yang dilansir dari laman resmi informasi Covid-19 Indonesia di situs <https://covid19.go.id/> tercatat lebih dari 527.603.107 kasus konfirmasi ditingkat global, dan sebanyak 6.055.645 kasus konfirmasi di Indonesia.⁶ Berbagai upaya pengendalian terus dilakukan, seperti anjuran menggunakan masker, menjaga jarak dan mencuci tangan, dan program vaksinasi Covid-19. Indonesia menjadikan pelaksanaan vaksinasi Covid-19 sebagai salah satu dari strategi penanggulangan pandemi Covid-19, dimana pelaksanaan vaksinasi Covid-19 ini bertujuan untuk melindungi masyarakat dari infeksi SARS-CoV2 yang dapat menyebabkan kesakitan dan kematian akibat Covid-19. Vaksinasi Covid-19 merupakan upaya yang dilakukan untuk menimbulkan/meningkatkan kekebalan seseorang secara aktif terhadap suatu penyakit, sehingga apabila suatu saat terpajan dengan

dalam-kacamata-komunikasi.html. Diakses pada Kamis, tanggal 02 Juni 2022. Pukul 22.19 wib

⁶ “Situs Resmi Covid-19 Indonesia,” Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2022, <https://covid19.go.id/>. Diakses pada Kamis, tanggal 2 Juni 2022. Pukul 22.04

penyakit tersebut maka tidak akan sakit atau mengalami sakit ringan.⁷

Vaksinasi Covid-19 telah dilaksanakan sejak Januari 2021 dan diharapkan dapat menjangkau seluruh target sasaran secara bertahap. Agar pelaksanaan vaksinasi dapat berjalan lancar dengan cakupan yang tinggi, maka diperlukan dukungan dan partisipasi aktif dalam mendukung dan partisipasi dalam kegiatan vaksinasi Covid-19, masyarakat membutuhkan informasi yang tepat dan benar mengenai vaksinasi Covid-19.

Contoh nyata beberapa waktu lalu terkait tingkat kepatuhan masyarakat terhadap protokol kesehatan 3M yaitu memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan, disinyalir masih jauh dari kata memuaskan. Belum lagi untuk membangun kepercayaan publik terhadap vaksin yang tergolong baru ini memang bukan pekerjaan yang mudah. Apalagi ada sebagian masyarakat yang mempersepsikan vaksinasi ini sebagai “hajat” pemerintah. Bahkan ada kalangan tertentu yang mencurigai terhadap motivasi bisnis dibalik vaksinasi. Untuk meng-*counter* narasi semacam itu, diperlukan komunikasi publik yang strategis untuk memberikan informasi, mengedukasi dan mempersuasi publik agar ikut serta dalam program vaksinasi.

Salah satu keberhasilan pemerintah terkait program yang akan dijalankan tentunya perlu melibatkan partisipasi dari masyarakat. Untuk itu, perlu kiranya cara yang tepat dalam berkomunikasi khususnya terkait dengan program vaksinasi Covid-19. Sebagaimana diketahui program vaksinasi ini masih menimbulkan pro dan kontra, ada masyarakat yang bersedia

⁷ “Situs Resmi Covid-19 Indonesia.” <https://covid19.go.id/tentang-vaksin-covid19>. Diakses pada Kamis, 02 Juni 2022. Pukul 22.34 wib

mengikuti vaksin sesuai anjuran pemerintah namun ada juga sebagian masyarakat yang belum bersedia divaksin dengan berbagai alasan mulai dari alasan riwayat kesehatan, ibu hamil dan ibu menyusui hingga alasan pribadi.

Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat saat ini, adanya beberapa informasi yang sulit dimengerti karena banyaknya berita keliru atau disinformasi dan misinformasi yang beredar mengenai pemberian vaksinasi Covid-19. Tidak sedikit juga yang meragukan keampuhan vaksin Covid-19 serta belum bersedia melakukan vaksinasi Covid-19. Solusi permasalahan yaitu dengan manajemen sosialisasi pentingnya vaksinasi Covid-19 terus-menerus di kalangan masyarakat sehingga dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan masyarakat terkait vaksinasi Covid-19. Kurangnya tingkat pengetahuan masyarakat terhadap vaksinasi ikut mempengaruhi jumlah cakupan vaksinasi itu sendiri, sehingga masyarakat merasa enggan untuk di vaksin bahkan terdapat penolakan di beberapa daerah di Indonesia.

Pada fase awal pelaksanaan vaksinasi Covid-19 terdapat beberapa gejala yang terjadi ditengah masyarakat. Begitupun dengan upaya pemerintah dalam memberikan vaksin kepada masyarakat sebagai langkah preventif dalam memutus rantai penyebaran Covid-19 tetap melakukan upaya tersebut. Namun dalam pelaksanaannya banyak mendapatkan penolakan dari masyarakat karena beberapa alasan tertentu, antara lain perihal keamanan dan kehalalan vaksin Covid19, berkembangnya dugaan atas tidak halalnya vaksin, terutama jenis Sinovac, adalah karena kandungan *Vero cell* dari ginjal Kera Hijau Afrika yang dianggap tidak aman dan haram bagi manusia. Padahal ketua Satgas Covid-19 Ikatan Dokter Indonesia (IDI), Prof. Dr. Zubairi Djoerban, melalui akun Twitter resminya, juga telah menyatakan bahwa klaim

mengenai kandungan vaksin Sinovac tersebut adalah hoaks.⁸ Kendala berikutnya adalah anggapan bahwa vaksin Covid-19 yang akan diberikan secara massal adalah program vaksinasi yang hanya ditujukan untuk uji klinis semata. Belum lagi ada kelompok masyarakat kita yang masih memiliki pola pikir yang fatalis sehingga bukan hanya menolak divaksinasi, mereka bahkan banyak tidak percaya bahwa Covid-19 itu nyata.⁹

Ketika pandemi masih berlangsung, dan belum menunjukkan tanda-tanda melandai, pemerintah mulai menginisiasi vaksin Covid-19 untuk seluruh masyarakat Indonesia, termasuk di Aceh. Namun tetap saja tidak mudah. Penolakan tetap terjadi hampir diseluruh kabupaten dan kota di Aceh. Pemberian vaksin bagi masyarakat dalam upaya pengurangan risiko terdampak Covid-19 dan dampak setelahnya, menjadi perhatian serius dan membuat Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia secara bergantian datang ke Aceh untuk mengevaluasi dan memberi motivasi. Terakhir Kapolri Ahmad Haydar yang berkunjung ke Aceh, Kapolri memberikan perhatian khusus dengan mengunjungi beberapa tempat strategis, ia berpesan bahwa pentingnya mensosialisasikan vaksinasi *booster* atau dosis III kepada masyarakat yang sudah menjalani vaksinasi dosis II untuk mencegah varian baru Covid-19.¹⁰

⁸ Khairunnisa Andini, “[SALAH] Vaksin Sinovac Mengandung Sel Kera Hijau Afrika,” <https://covid19.go.id/>, 2021. Diakses kembali pada Jumat, 03 Juni 2022. Pukul 09.59 wib

⁹ Sasmito Madrim Enggan, “Survei Indikator: 41 Persen Masyarakat Divaksin,” 2021, <https://www.voaindonesia.com/a/surveiindikator-41-persen-masyarakat-enggan-divaksin/5786694.html>. Diakses Pada Jumat 03 Juni. Pukul 10.01 wib

¹⁰ Rino Abonita, “Pesan Penting Kapolri Saat Berkunjung Ke Bumi Serambi Mekah Aceh,” *Liputan6.Com*, n.d., <https://www.liputan6.com/regional/read/4898117/pesan-penting-kapolri-saat-berkunjung-ke-bumi-serambi-mekah-aceh>. Diakses kembali pada Jumat 02 Juni 2022. Pukul 10.04 wib

Tahun lalu, Gubernur Nova Iriansyah juga menunjukkan sikap kepemimpinannya dengan ikut partisipasi secara bertahap dosis I dan II, tujuannya sama untuk memberikan persepsi publik bahwa pemimpin harus menjadi teladan kepada publik dengan bersedia di vaksinasi.¹¹ Namun, itu saja tidak cukup, perlu adanya perencanaan dan strategi yang siap, sigap dan matang untuk membuat masyarakat merasa lebih yakin akan kegunaan vaksin. Hal terpenting dari komunikasi publik terkait vaksinasi Covid-19 saat ini adalah komunikasi yang berlangsung harus ditangani secara komprehensif, sistematis dan searah kepada publik semua yang terkait dengan vaksinasi covid-19.

Aksi penolakan vaksinasi Covid-19 yang terjadi di Kabupaten Aceh Barat Daya (Abdya) pada 28 September 2021 merupakan sebuah kisruh belum tuntasnya problem sosialisasi dan edukasi yang dilakukan pemerintah terhadap warganya. Aksi yang berujung kericuhan tersebut juga menyebabkan sejumlah alat kesehatan dan ratusan dosis vaksin Covid-19 rusak dan tak dapat digunakan lagi. Beberapa hari kemudian kericuhan tersebut dapat diatasi dengan melakukan pendekatan dan sosialisasi kepada masyarakat setempat.

Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPCPEN) di laman covid19.go.id mengatakan, hal ini terjadi dikarenakan terdapat beberapa informasi keliru yang beredar di masyarakat terkait vaksin, seperti halal-haram vaksin, kandungan berbahaya dalam vaksin, efektivitas serta keamanan vaksin, dan lain sebagainya. Padahal pemerintah telah memastikan hanya akan menyediakan vaksin yang terbukti aman dan lolos uji klinis sesuai

¹¹ Agus Setyadi, "Gubernur Aceh Divaksin COVID Ke-2: Yang Pertama Tak Ada Efek Sama Sekali," *Detik.Com*, 2021, <https://news.detik.com/berita/d-5353370/gubernur-aceh-divaksin-covid-ke-2-yang-pertama-tak-ada-efek-sama-sekali..> Diakses kembali pada Jumat 02 Juni 2022. Pukul 10.07 wib

rekomendasi WHO vaksin Covid-19 produksi sinovac. Fatwa MUI beberapa waktu lalu mengeluarkan bahwa vaksin jenis sinovac suci dan halal digunakan.¹² Tak hanya itu, Presiden Joko Widodo serius mengaktualisasikan menjadi pemimpin yang patut diteladani karena beliau telah memberikan contoh menjadi orang pertama yang bersedia mendapatkan suntikan vaksin Covid-19.¹³ Tujuannya untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada masyarakat bahwa vaksin yang digunakan aman. Namun ada yang luput dari pengendali kebijakan saat itu bahwa khusus Indonesia dengan mayoritas penduduk muslim, variabelnya ditambah satu, yakni kehalalan.

Ketidakpercayaan sebagian warga negara terhadap vaksin Covid-19 bukan hanya terjadi di Indonesia tetapi juga terjadi di seluruh belahan dunia. Ini tentunya menjadi pekerjaan rumah bersama. Survei Kementerian Kesehatan Indonesia, WHO dan Unicef yang dilaksanakan pada November 2020 dengan responden lebih dari 112 ribu menunjukkan hanya 64,8% yang bersedia divaksin. Lainnya, 7,6% menolak keras vaksinasi COVID dan 27,6% menyatakan tidak tahu.¹⁴

Di Indonesia vaksin Covid-19 yang banyak digunakan adalah vaksin Sinovac yang dapat diberikan kepada orang berusia 18-59 tahun dalam kondisi sehat. Setiap warga akan diberikan sebanyak 2 kali vaksin dengan jarak minimal 28 hari. Dosis dalam

¹² CNN Indonesia, "Fatwa MUI: Vaksin Sinovac Suci Dan Halal," 2021, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210108100235-20-591063/fatwa-mui-vaksin-sinovac-suci-dan-halal>. Diakses kembali pada tanggal 3 Juni 2022. Pukul 10.51 wib

¹³ Chandra Gian Asmara, "Sah! Jokowi Orang Pertama Di RI Divaksin Covid-19," *CNBC Indonesia*, 2021, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210113094233-4-215521/sah-jokowi-orang-pertama-di-ri-divaksin-covid-19>. Diakses kembali pada 3 Juni 2022. Pukul 10.55 wib

¹⁴ WHO et al., "COVID-19 Vaccine Acceptance Survey in Indonesia," *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia* 1, no. 1 (2020): 1–8. Diakses pada Jumat 02 Juni 2022. Pukul 10.51 wib

sekali suntikan adalah 0,5 ml diberikan secara gratis kepada masyarakat dan tidak dikenakan biaya sama sekali. Hal ini, dilakukan demi mempercepat penurunan pandemi sehingga diperlukan cakupan imunisasi sebesar 70% agar ‘herd immunity’ segera tercapai.

Pemerintah Indonesia dalam hal ini sedang gencar mensosialisasikan vaksin *booster* (penguat) dosis III yang sejauh ini masih tahap penyuntikan. Hasil survei menyatakan bahwa vaksinasi dosis II bisa meningkatkan imunitas hingga 67 persen sementara dosis III mencapai 91 persen.¹⁵ Untuk mencapai target nasional pemerintah sedang mengupayakan penyuntikan dosis ke III kepada masyarakat. Terkait sikap masyarakat yang masih ragu dengan vaksinasi Covid 19. Pemerintah perlu mengambil langkah strategi komunikasi yang lebih efektif, sehingga menurunkan tingkat apatis dan menghasilkan perubahan sikap di kalangan masyarakat yang masih ragu terhadap vaksinasi Covid 19.

Provinsi Aceh menjadi sorotan nasional karena cakupan vaksinasi Covid-19 yang rendah. Masih minimnya vaksinasi di Aceh tampak dari data cakupan vaksinasi Covid-19 di Indonesia. Hingga 7 November 2021, vaksinasi Covid-19 di Aceh masih mencapai angka 1,3 juta orang. Vaksin dosis I sudah diterima sebanyak 1.310.918 orang, atau sekitar 32,5 persen dari target vaksinasi Aceh mencapai 4.028.891 orang. Sementara vaksin dosis II sudah dituntaskan sebanyak 711.534 orang atau sekitar 17,7 persen. Angka ini adalah yang terendah dibandingkan dengan 33 provinsi lain. Rendahnya capaian vaksinasi ini mempengaruhi Indeks Pengendalian Covid-19 di Aceh.¹⁶

¹⁵ Abonita, “Pesan Penting Kapolri Saat Berkunjung Ke Bumi Serambi Mekah Aceh.” Diakses 7 Juni 2022. Pukul 09.51 wib

¹⁶ Saifullah Abdulgani, “Vasinasi Covid-19 Di Aceh Sudah Tembus 1 , 3 Juta Orang,” no. November (2021): 47–49.

Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2021,¹⁷ ada beberapa alasan sebagian masyarakat Aceh menolak vaksin. *Pertama*, karena alasan keyakinan agama, ketidakpercayaan terhadap kehalalan vaksin Covid-19. Berdasarkan data nasional dari Survei Penerimaan Vaksin Covid-19 di Indonesia, penolakan vaksin dengan alasan agama memiliki porsi paling sedikit, yakni 8 persen. Namun, di Aceh hal ini menjadi kendala yang cukup signifikan. Lambatnya vaksinasi di Aceh memerlukan dukungan lebih kuat dari pemuka agama untuk mempercepat cakupan vaksinasi. *Kedua*, kekhawatiran terhadap efek samping vaksin, lantaran adanya penyakit komorbid atau penyakit penyerta seperti jantung, diabetes, hingga hipertensi atau tekanan darah tinggi. *Ketiga*, banyaknya beredar berita bohong (*hoax*) di media sosial tentang vaksin, disinyalir mempengaruhi persepsi sebagian orang. Dan yang keempat, antusias masyarakat untuk melakukan vaksinasi masih sangat minim. Dan yang kelima, kurang maksimalnya upaya sosialisasi dan edukasi yang melibatkan tokoh agama dan tokoh masyarakat setempat. Upaya sosialisasi dimaksudkan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap bahaya Covid-19 dan pentingnya mendapatkan vaksinasi.

Vaksinasi merupakan program Pemerintah Indonesia dalam upaya melindungi warga dari virus Covid-19. Program vaksinasi Covid-19 dikuatkan melalui Peraturan Presiden no 14 tahun 2021. Presiden pun menegaskan vaksinasi untuk seluruh masyarakat secara gratis, bahkan bersedia yang pertama divaksinasi. Sayangnya, masih banyak masyarakat merasa ragu untuk vaksinasi Covid-19. Pencapaian target vaksinasi di suatu daerah sangat dipengaruhi oleh situasi, kondisi, serta pemahaman yang baik oleh masyarakat terhadap akan pentingnya vaksinasi yang diberikan. Merujuk pada

¹⁷ Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan, "Respon Dan Kesiapan Umat Beragama Atas Rencana Vaksinasi Covid-19," Badan Litbang dan Diklat, Kementerian Agama RI, 2020.

Indeks Pengendalian Covid-19 Indonesia sumber litbang *Kompas* (IPC-19) di Pulau Sumatera, sebagian besar provinsi telah mencapai skor yang terbilang tinggi, bahkan melampaui skor nasional. Namun, Provinsi Aceh tertinggal dan berada di peringkat terbawah di wilayah Sumatera, bahkan nasional. Keteringgalan Aceh diakibatkan lambatnya laju vaksinasi. Diperlukan pendekatan kultural untuk menembus keengganan masyarakat menerima vaksin Covid-19. Setiap kepala daerah memiliki strategi dan perencanaan yang berbeda-beda dalam menyusun sebuah program, hal ini juga tak lepas dari konsisi demografis dan faktor sosio-kultural yang ada dalam masyarakat tersebut. Dalam menjalankan agenda besar berskala nasional ini tentunya pemerintah aceh memiliki strategi dan perencanaan untuk menyukseskan program vaksin di Aceh.

Dalam perspektif komunikasi, salah satu tantangan yang dihadapi setiap organisasi, baik publik maupun *privat* ketika melaksanakan programnya adalah mempertimbangkan pengembangan rencana komunikasinya. Mengembangkan kemampuan komunikasi yang terintegrasi akan sangat membantu dalam memusatkan sumber daya organisasi. Memfokuskan sumber daya komunikasi dalam upaya memaksimalkan dampak yang diinginkan, tentunya membutuhkan perencanaan yang baik.¹⁸ Perencanaan akan mempersiapkan secara sistematis dan rasional kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan juga membantu organisasi untuk memahami setiap langkah demi langkah dari proses sekaligus membantu untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat.

Menurut Waterston (1965), perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna memilih alternatif yang

¹⁸ Eddy Iskandar & Suardi Budiman Purba, "Model Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kecamatan Padang Tualang Dlam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan," *Jurnal Warta* Edisi:16 (n.d.).

terbaik untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁹ Perencanaan komunikasi akan membimbing organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya dengan sumber-sumber yang terbatas lebih efektif dan efisien. Bahwa studi komunikasi dewasa ini telah banyak melahirkan berbagai macam model perencanaan. Model perencanaan komunikasi ini juga semakin berkembang seiring berkembangnya teknologi informasi yang memakai komunikasi sebagai fokus kajiannya.

Pemerintah Aceh telah melakukan upaya penanggulangan Covid-19 dengan menjalankan program vaksinasi diberbagai daerah di Aceh. Program-program vaksinasi yang dijalankan Pemerintah Aceh memiliki dinamika tersendiri mengingat masyarakat Aceh memiliki karakter yang berbeda dibandingkan masyarakat lainnya. Masyarakat yang memiliki perspektif agamais dan sosial budaya yang kuat dalam menilai sesuatu persoalan. Salah satu persoalan isu halal haram vaksin bisa menjadi perhatian serius di Aceh. Jika melihat pada saat awal pemberian vaksinasi, Aceh menjadi pusat perhatian karena cakupan vaksinasinya yang sangat rendah secara nasional yaitu dibawah 30% pada awal tahun 2021. Presiden Jokowi dan Wakil Presiden Ma'ruf Amin bahkan memberikan perhatian serius melakukan kunjungan ke Aceh. Rendahnya cakupan vaksinasi di Aceh bukan karna faktor tunggal, banyak variable yang menyertainya. Untuk itu perlu dilakukannya penelitian lebih jauh, terkait strategi dan perencanaan komunikasi Pemerintah Aceh dalam program vaksin Covid-19, maka berdasarkan latar belakang masalah tersebut penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh dalam Program Vaksin Covid-19”.

¹⁹ Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi,” Edisi Revi (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 24.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk menghindari salah pengertian dan memperjelas masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka identifikasi masalah perlu dilakukan sehingga memperjelas batasan dan ruang lingkup penelitian.

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Pemerintah Aceh khususnya yang tergabung dalam Satuan Gugus Tugas (Satgas) Covid-19 Provinsi Aceh tentang bagaimana strategi dan perencanaan komunikasi Pemerintah Aceh dalam program vaksinasi Covid-19.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi dan perencanaan komunikasi Pemerintah Aceh dalam realisasi vaksin Covid-19 di Aceh?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Pemerintah Aceh terhadap realisasi program vaksin Covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi dan perencanaan komunikasi yang dijalankan Pemerintahan Aceh dalam realisasi vaksin Covid-19.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung Pemerintahan Aceh dalam realisasi vaksin Covid-19 di Aceh.

3. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dimiliki Pemerintah Aceh dalam menjalankan program vaksinasi Covid-19 di Aceh.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka memajukan dan mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan khususnya tentang strategi komunikasi Pemerintahan Aceh dalam Program Vaksin Covid-19.
2. Secara Praktis penelitian ini dapat berguna bagi penelitian-penelitian selanjutnya, baik akademis, maupun non-akademis terkait dengan strategi komunikasi.
3. Para pihak Pemerintah Aceh, kajian ini menjadi bahan evaluasi terkait strategi dan perencanaan komunikasi yang telah dijalankan selama ini dalam menyampaikan informasi tentang Program Vaksinasi Covid-19 di Provinsi Aceh.
4. Bagi pemerintah Aceh, kajian ini sebagai bahan masukan dalam mengambil kebijakan menangani wabah yang melanda masyarakat.
5. Bagi pembaca, kajian ini menjadi salah satu tambahan referensi dalam melakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi komunikasi Pemerintahan Aceh dalam realisasi vaksin Covid-19 di Aceh.

1.6 Defenisi Operasional

Agar penelitian ini tidak meluas, maka dilakukan pembatasan istilah-istilah yang akan diteliti, dengan maksud agar lebih fokus pada sasaran yang diteliti. Adapun definisi operasional

dalam penelitian ini adalah untuk mempermudah serta menghindari agar tidak terjadi kekeliruan dalam penafsiran terhadap istilah-istilah dalam penelitian ini. Maka dari itu perlu adanya penegasan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi merupakan sebuah dokumen tertulis yang berisikan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam mencapai tujuan. Program komunikasi itu untuk mengetahui kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, menggunakan alat apa, dan memerlukan waktu berapa lama untuk mencapai semua itu, dan untuk mengetahui hasil yang diperoleh sebagai bahan evaluasi. Hal ini berarti bahwa segala komponen komunikasi untuk berlangsungnya sebuah komunikasi menjadi hal penting dalam perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi dijadikan sebagai penuntun atau usaha atau kegiatan komunikasi yang dilakukan sepanjang program tersebut dilaksanakan.²⁰

2. Strategi Komunikasi

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya.²¹ Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton

²⁰ Mutia Dewi dan M. Masri Hadiwijaya, "Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang Dalam Kampanye Program Palembang EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera)," *Jurnal Komunikasi* Vol 10, No (n.d.).

²¹ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia, 2015).

(1980) membuat definisi strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai kepada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.²² Adapun strategi komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini ialah strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam menyukseskan program Vaksinasi Covid-19.

3. Pemerintah Aceh

Pemerintahan Aceh setingkat dengan pemerintahan provinsi lainnya di Indonesia dan merupakan kelanjutan dari Pemerintahan Provinsi Daerah Istimewa Aceh dan Pemerintahan Provinsi Aceh. Pemerintahan Aceh dilaksanakan oleh Pemerintah Aceh, dalam hal ini Gubernur Aceh sebagai lembaga eksekutif, dan Dewan Perwakilan Rakyat Aceh sebagai lembaga legislatif.

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai sebuah wilayah yang mendapatkan keistimewaan, Aceh memiliki instansi yang mengurus bidang masing-masing. Adapun Pemerintah Aceh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah instansi yang membantu menangani masalah Covid-19 dan program vaksinasi Covid-19. Untuk itu diuraikan beberapa instansi yang terlibat langsung dengan penanganan covid atau vaksinasi. Diantara instansi tersebut adalah bahwa untuk mempercepat penanggulangan dan pengendalian Covid-19, Pemerintah Indonesia membentuk Satuan Tugas Penanggulangan Covid-19 (Satrag Covid-19). Aceh memiliki Satgas Covid-19 tersendiri dengan ketua dipimpin langsung oleh Gubernur Aceh, juru bicara Covid-19, Saifullah Abdul Gani (SAG), juru bicara Pemerintah Aceh, Iswanto, Dinas Kesehatan Aceh, Badan Penanggulangan Bencana Nasional Provinsi (BPBNP), Rumah Sakit Umum Daerah Zainoel Abidin dan unsur Forkopimda Aceh lainnya.

²² Hafied Cangara, "Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi."

Dari unsur-unsur keanggotaan Satgas Covid-19, dalam hal penelitian ini peneliti memfokuskan pada lembaga kunci, yaitu satgas Covid-19 yang mewakili pemerintah Aceh dalam penanganan vaksinasi Covid-19.

4. Program Vaksinasi Covid-19

Vaksinasi Covid-19 adalah pemberian vaksin yang khusus diberikan dalam rangka menimbulkan atau meningkatkan kekebalan seseorang secara aktif terhadap suatu penyakit, sehingga apabila suatu saat terpapar dengan penyakit tersebut tidak akan sakit atau hanya mengalami sakit ringan dan tidak menjadi sumber penularan. Vaksin mendorong pembentukan kekebalan spesifik pada penyakit Covid-19 agar terhindar dari tertular ataupun kemungkinan sakit berat.²³

Ditemukannya vaksin memberi harapan baru di tengah pandemi yang kian mengkhawatirkan. Uji klinis, uji halal, dan uji keamanan vaksin sedang dilakukan. Presiden pun menegaskan vaksinasi untuk seluruh masyarakat secara gratis, bahkan bersedia yang pertama divaksinasi. Bahkan dalam pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi Covid-19, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden (Perpres) No. 14 tahun 2021 pada tanggal 9 Februari 2021 lalu.

Dalam Perpres tersebut, setiap orang yang telah ditetapkan sebagai sasaran penerima Vaksin Covid-19 untuk melakukan vaksinasi, yang tidak mengikuti Vaksinasi Covid-19 akan mendapatkan sanksi administratif berupa (1) penundaan atau penghentian pemberian jaminan sosial atau bantuan sosial, (2)

²³ Ismail Marzuki, *Covid-19: Seribu Satu Wajah* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021).

penundaan atau penghentian layanan administrasi pemerintah, dan (3) denda.²⁴

Vaksinasi Covid-19 merupakan salah satu upaya untuk percepatan penanganan pandemi. Peran, dukungan, dan kerjasama semua pihak akan menentukan ketercapaian upaya tersebut. Untuk dapat mewujudkan kekebalan masyarakat atas corona, dibutuhkan kekebalan individu-individu melalui vaksinasi Covid-19. Pemerintah Indonesia sedang berupaya untuk bisa mencapai herd immunity atau kekebalan kelompok dengan target 70% penduduk sudah di vaksin Covid-19 di tahun 2022.

1.7 Kajian Terdahulu

Penelitian tentang Penerapan Strategi Komunikasi sebelum ini telah banyak diteliti dan ditulis oleh para ahli, akademisi, praktisi dan cendekiawan lainnya. Penelitian yang berkaitan dengan penulisan ini antara lain:

Penelitian yang di tulis oleh Indah Cindy Simamora, dengan judul penelitian, “*Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan Dalam Memasarkan Kota Medan Sebagai Kota Wisata*”. Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Medan dengan penelitian kualitatif dengan pendekatan konstruktivis. Subjek penelitian ditentukan dengan metode purposive dan diperoleh sepuluh informan yang terdiri dari Kepala Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan, Sekretaris PHRI Sumatra Utara, Ketua ASITA Sumatra Utara, Anggota DPRD Kota Medan, Perwakilan Dinas Bina Marga Kota Medan, Perwakilan dari Biro Perjalanan Wisata, dua orang tokoh masyarakat, serta dua orang wisatawan yang berkunjung ke

²⁴ Perpres Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021, “Perpres Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021” 2019, no. 039471 (2021): 13 pages.

Kota Medan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan dalam memasarkan Kota Medan sebagai kota wisata dilakukan dengan menentukan segmentasi, penentuan target sasaran, dan penentuan citra. Ketiga strategi tersebut didukung dengan berbagai bentuk bauran promosi seperti periklanan, penjualan personal, pemasaran langsung, pemasaran dari mulut ke mulut, dan pemasaran melalui media sosial. Hambatan yang dihadapi dalam memasarkan Kota Medan sebagai kota wisata adalah infrastruktur yang belum memadai, SDM kepariwisataan yang belum profesional, pengelolaan objek wisata yang belum maksimal, masyarakat yang masih belum sadar wisata, kurang maksimalnya komunikasi dan koordinasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan dengan beberapa pemangku kepentingan, keterbatasan anggaran serta belum terlaksananya promosi bersama yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan dengan daerah-daerah lain.²⁵

Muhammad Hamzah juga melakukan penelitian dengan judul “Strategi komunikasi humas setda Aceh dalam pembangun citra Pemerintah Aceh”. Hamzah meneliti tentang berita negatif yang dilakukan beberapa media online dan cetak kepada Pemerintah Aceh. Ia menilai bahwa pemberitaan tersebut tidak hanya merugikan Pemerintah Aceh tetapi juga membut citra buruk terhadap Pemerintah Aceh. Itulah sebabnya perlu dilakukan upaya untuk meng-*counter* isu negative tersebut melalui Humas Setda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui informan dan melihat

²⁵ Indah Cindy Simamora, “Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Medan Dalam Memasarkan Kota Medan Sebagai Kota Wisata,” 2017.

fenomena yang terjadi dilapangan. Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat temuan bahwa ada beberapa strategi yang dilakukan Humas Setda Aceh adalah menjalin hubungan baik dengan wartawan, yaitu rutin melakukannkonferensi pers dan mengirim siaran pers, memfasilitasi wartawan meliput kegiatan pimpinan di daerah, dan memberikan porsi iklan sebagai bagian dari hubungan baik dengan media. Humas juga terus melatih sumber daya manusia melalui pelatihan jurnalistik bagi praktisi humas, dengan meminta wartawan sebagai mitra kerja sebagai pemateri pelatihan. Untuk mengcounter isu negatif, humas rutin memberikan hak jawab dengan berbagai pertimbangan tim ahli. Sementara dalam pengelolaan isu, Humas Setda Aceh merekrut tim buzzer yang terus mengampanyekan pemberitaan-pemberitaan positif terkait Pemerintah Aceh melalui media sosial masing-masing. Dapat disimpulkan bahwa strategi tersebut berjalan dengan baik.²⁶

Tesis “Strategi Humas dalam Penguatan Lembaga Wali Nanggroe” yang ditulis oleh Bustami juga membahas masalah strategi komunikasi. Dalam latar belakang masalah penelitian ini dijelaskan bahwa kinerja Humas di Lembaga Wali Naggroe masih lemah, sehingga informasi tentang fungsi wali nanggroe tidak diketahui oleh publik secara luas. Itulah sebabnya ada sebagian masyarakat Aceh yang masih menolak keberadaan Wali Nanggroe akibat dari kurangnya masyarakat mendapatkan akses informasi mengenai Wali Nanggroe. Setelah dilakukan kajian secara mendalam, peneliti menyimpulkan bahwa; *satu*, Strategi yang dilakukan oleh Humas Lembaga Wali Nanggroe dengan melakukan kerjasama dengan wartawan dan media massa. Selain itu, strategi lainnya adalah dengan mengirim rilis berita kepada media atau wartawan. *Dua*, media yang digunakan oleh Humas Lembaga Wali Nanggroe adalah media cetak dan online serta media sosial. Ada 18

²⁶ Muhammad Hamzah, “Strategi Komunikasi Humas Setda Aceh Dalam Membangun Citra Pemerintah” (PPs UIN Ar- Raniry Banda Aceh, 2021).

(delapan belas) media online yang ada di Aceh dan 3 (tiga) media cetak atau koran. *Tiga*, peluang dan tantangan Humas Lembaga Wali Nangroe dalam menjalankan tugasnya untuk penguatan lembaga secara internal dan eksternal adalah adanya dukungan dari pimpinan dan dibekali dengan anggaran, kemudian tantangan secara internal dan eksternal adalah program dan penganggaran sudah disusun oleh pejabat sebelumnya, sehingga memerlukan penyesuaian program baru dengan yang lama, selain itu ada kritikan dan sekelompok masyarakat tidak setuju dengan keberadaan Lembaga Wali Nangroe.²⁷

Kemudian tesis yang dibuat Jidan dengan judul “Strategi Komunikasi Badan Narkotika Nasional Provinsi Aceh Dalam Mencegah Penyalahgunaan Narkoba Di Lamteuba Aceh Besar” juga membahas tentang strategi komunikasi. Dalam penelitian tersebut, bagaimana Badan Narkotika Nasional Provinsi Aceh menjalankan tugasnya sebagai pencegahan, pemberantasan penyalahgunaan, dan peredaran gelap narkoba di Aceh, terlebih daerah Aceh terkenal secara regional dan internasional terhadap lahan ganja terbesar setelah Doi Tung Thailand. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang menganalisis tentang strategi komunikasi, langkah konkret dan hambatan Badan Narkotika Nasional Provinsi Aceh, dalam mencegah penyalahgunaan narkoba di Lamteuba. Hasil penelitian bahwa strategi komunikasi Badan Narkotika Nasional Provinsi Aceh bersifat persuasive melalui pendekatan *supply* yang diwujudkan dalam *alternative development*. Adapun langkah konkretnya berupa program grand design alternative development (GDAD). Program ini memiliki tiga periode yang terdiri dari membangun kepercayaan (2016-2018), implementasi program (2019-2024), dan membangun agrowisata (2025). Dalam mengimplementasikan programnya, badan narkotika

²⁷ Bustami, “Public Relation Strategies in Strengthening the Wali Nangroe Institution” (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020).

nasional Provinsi Aceh mempunyai hambatan yang bersumber dari pihak internal dan eksternal.²⁸

Haniva Rhamdani Fitri. “Strategi Komunikasi Program Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk. Mengetahui alasan Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap (ACT), membuat strategi komunikasi, bagaimana menyun strategi komunikasinya, bagaimana cara mengatasi hambatan, dan alasan donator juga mitra membantu funding program ACT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Jumlah narasumber penelitian ini sebanyak enam orang, yang berhubungan langsung dengan program humanity food truck. Selain itu ada juga empat orang triangulator penelitian. Pengumpulan data dilakukan pada Mei 2019 sampai Januari 2020, dengan melakukan wawancara, observasi dan studi dokumentasi yang dilakukan di kota Bandung. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa alasan ACT membuat strategi komunikasi adalah untuk meyebarkan informasi mengenai organisasi serta mensosialisasikan programnya. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh ACT dalam program humanity food truck adalah pemilihan pesan, penentuan khalayak sasaran, pemilihan media dan penentuan communication goal. Kemudian upaya ACT dalam mengatasi hambatan adalah dengan memanfaatkan sumber daya organisasi yang dimiliki serta dibantu oleh para relawan. hal yang mendasari donator public untuk berdonasi adalah adanya kebutuhan aktualisasi diri untuk bermanfaat dan membantu orang

²⁸ Ajidan, “Strategi Komunikasi Badan Narkotika Nasional Provinsi Aceh Dalam Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba Di Lamteuba Aceh Besar” (Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

lain, sedangkan untuk mitra umumnya adalah adanya tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh mitra.²⁹

Strategi Komunikasi Publik Penanganan Covid-19 Di Indonesia: Perspektif Sosiologi Komunikasi Massa dan Agama, yang ditulis oleh Fakhruroji, dkk pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implikasi-implikasi sosio-kultural yang diakibatkan oleh penyebaran Covid-19 yang telah mengubah siklus kehidupan sosial sehari-hari. Munculnya kebijakan pembatasan aktivitas di ruang publik telah berdampak pada banyak sektor; ekonomi, politik, budaya, pendidikan dan agama. Komunikasi publik terkait perkembangan Covid-19 di Indonesia menjadi salah satu indikator bagi proses penanganan penyebaran virus ini. Dengan kata lain, jika masyarakat dapat memahami dengan baik proses komunikasi publik yang dijalankan oleh pemerintah, termasuk berbagai konsekuensi tindakan yang diambil, maka masyarakat akan menjalankan hal-hal yang memang disarankan oleh pemerintah. Tulisan ini menggunakan metode library research yang dilakukan dengan cara merujuk pada artikel-artikel jurnal, repository, pemberitaan media massa, media sosial dan semua *resource* yang dapat diakses secara online. Dalam kajian tersebut dihasilkan beberapa hal. Pertama, tidak adanya keseragaman pemahaman tentang karakteristik wabah Covid-19 di kalangan pemerintah pusat dan daerah sehingga terjadi kesimpangsiuran informasi. Kedua, sosialisasi tidak dilakukan secara efektif, hal ini terlihat beberapa kasus penolakan warga atas jenazah korban Covid-19 akibat minimnya pengetahuan mereka tentang wabah ini sehingga berpotensi memunculkan konflik horizontal. Ketiga, meskipun pemerintah telah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), beberapa masih beraktivitas dengan alasan harus memenuhi

²⁹ Aniva Rhamadani Fitri, "Strategi Komunikasi Program Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap" (Jurusan Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran Bandung, 2020).

kebutuhan sehari-hari karena kompensasi yang dijanjikan diragukan dapat menjamin pemenuhan kebutuhan mereka sehari-hari.³⁰

Zulkarnain Nasution, Sulilowati dan Aidha Rukmana. “Penerapan Strategi Komunikasi Model Knowledge, Attitude, Practice Dalam Kegiatan Sosialisasi Undang-Undang Kepada Masyarakat Dusun Karangnongko Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui hasil penerapan strategi komunikasi model knowledge, attitude, dan practice (KAP) yang dilakukan Anggota DPR RI terhadap sosialisasi Undang-undang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Lokasi penelitian di Dusun Karangnongko Yogyakarta dengan subyek penelitian masyarakat dusun tersebut. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara pada kelompok tani di Dusun Karangnongko Yogyakarta yang telah menerima sosialisasi UU No. 19 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Petani. Analisis data dilakukan dengan cara menguraikan kembali hasil wawancara tersebut secara deskriptif.

Model perencanaan komunikasi yang digunakan adalah model Cangara yang berbasis KAP. Dalam model ini ada tiga tahapan yang harus dilalui untuk melakukan program komunikasi, yaitu: 1) target sasaran (audien), pesan, dan saluran; 2) perencanaan desain pesan, produksi media (draft), dan uji coba (pre-testing); 3) peningkatan pengetahuan (*knowledge*) sikap (*attitude*) dan perilaku (*practice*) dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam penerimaan informasi. Hasil penelitian setelah dilakukan sosialisasi berupa pengetahuan (*Knowledge*) masyarakat terhadap UU No. 19 Tahun 2013, perubahan sikap (*Attitude*) kognitif, afektif dan konatif masyarakat

³⁰ Moch Fakhruroji et al., “Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 Di Indonesia: Perspektif Sosiologi Komunikasi Massa Dan Agama” 1, no. 1 (2020): 1–11.

serta adanya tindakan perilaku (*Practice*) masyarakat pasca kegiatan sosialisasi undang-undang yang dilaksanakan oleh Anggota DPR RI A-363. Perlu adanya evaluasi dari hasil kegiatan sosialisasi untuk mengukur keberhasilan kegiatan sosialisasi tersebut dan diharapkan dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*)

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas, bisa dilihat beberapa perbedaan dengan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Indah Cindy Simamora adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan di Kota Medan. Kemudian penelitian Muhammad Hamzah tentang strategi komunikasi dilakukan di Humas Pemerintah Aceh. Hamzah ingin melihat bagaimana strategi Humas Aceh dalam menangkal berita-berita yang dapat merusak reputasi Gubernur Aceh sebagai Kepala Daerah. Lalu ada penelitian yang dibuat oleh Bustami tentang peran dari Publik Relation lembaga tersebut. Apa strategi mereka dalam pencitraan Kali Nanggroe, mengingat masih ada sebagian masyarakat yang belum menerima kehadiran Wali Nanggroe, hal ini diyakini karena masih minimnya informasi pencitraan tentang Wali Nanggroe. Kemudian penelitian yang dibuat oleh Haniva Rhamdani Fitri tentang “Strategi Komunikasi Program Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap”. Peneliti ini ingin melihat bagaimana strategi komunikasi internasional lembaga ini dalam menjalankan aksi kemanusiaannya. Ada Strategi Komunikasi Publik Penanganan Covid-19 Di Indonesia: Perspektif Sosiologi Komunikasi Massa dan Agama, yang ditulis oleh Fakhruroji. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana implikasi-implikasi sosio-kultural yang diakibatkan oleh penyebaran Covid-19 yang telah mengubah siklus kehidupan sosial sehari-hari. Lalu ada Zulkarnain Nasution, meneliti tentang strategi komunikasi berbasis KAP. Dalam penelitian ini ia ingin melihat sejauh mana pemahaman undang-undang dipahami oleh masyarakat tersebut, dengan adanya sosialisasi tersebut. Dari beberapa kajian yang sudah dilakukan

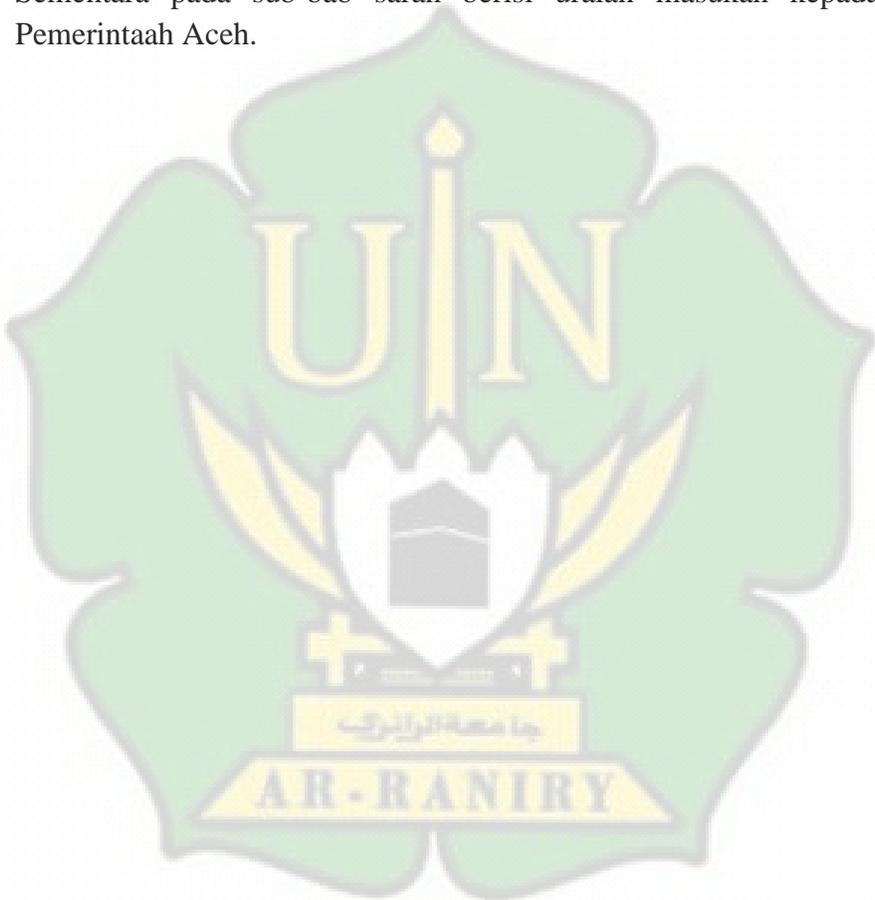
diatas, persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang strategi dan perencanaan komunikasi. Adapun pada tahapan perencanaan menggunakan model perencanaan komunikasi yang berbeda, dan juga dalam hal metode analisis. Dalam penelitian ini, teori perencanaan yang di pakai adalah teori perencanaan model John Middleton dan Assifi dan French, hal ini cocok karena model ini banyak diimplementasikan untuk kampanye sosial.

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada tugas akhir ini akan diuraikan secara sistematis dalam bentuk bab per bab secara keseluruhan terdiri dari lima bab. Tiap bab terdapat beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut: *Bab pertama*, merupakan pendahuluan yang membahas tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian definisi operasional, kajian terdahulu, kerangka berpikir, dan sistematika pembahasan. *Bab kedua*, berisikan landasan konseptual yang merupakan prakonsepsi sebagai suatu perspektif kearah perumusan. Dalam bab ini akan di paparkan mengenai pengertian strategi komunikasi, perencanaan komunikasi, sejarah Covid-19 dan vaksinasi, serta model komunikasi yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Bab tiga berisikan metodologi penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data dan menyimpulkan lalu diakhiri dengan teknik keabsahan data. *Bab keempat*, merupakan bagian pemaparan dan uraian tentang hasil penelitian mencakup temuan umum maupun temuan khusus, dalam bab ini juga berisi hasil analisis data yang dilakukan terhadap hasil penelitian. *Bab kelima*, berisikan pembabahasan menjelaskan bagian akhir dari tulisan ini yaitu mengenai penutup.

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan saran hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk mengisi sub bab penelitian ini, penulis menyampaikan hasil penelitian dari rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Sementara pada sub-bab saran berisi uraian masukan kepada Pemerintah Aceh.



BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Vaksinasi Dalam Perspektif Islam

Pemerintah telah menetapkan pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) sebagai bencana non-alam. Sejak ditemukannya kasus konfirmasi pertama pada Maret 2020, dalam waktu satu bulan, seluruh provinsi sudah melaporkan kasus konfirmasi Covid-19. Kini Covid-19 telah menjangkit seluruh umat manusia di alam jagat raya ini. Pandemi Covid-19 yang melanda dunia juga memberikan dampak yang terlihat nyata dalam berbagai sektor tak hanya dalam bidang kesehatan namun sektor lain yang begitu fundamental diantaranya ekonomi, sektor sosial, pariwisata, dan pendidikan.

Sementara itu, tingkat kerentanan masyarakat semakin meningkat yang disebabkan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap penerapan protokol kesehatan seperti memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak. Tanpa intervensi kesehatan masyarakat yang cepat dan tepat, maka kasus Covid-19 akan menjadi sangat tak terbendung sehingga menyebabkan hilangnya kendali pemerintah dalam hal penanganan Covid-19. Untuk itu, perlu segera dilakukan intervensi tidak hanya dari sisi penerapan protokol kesehatan namun juga diperlukan intervensi bentuk lain yang efektif untuk memutuskan mata rantai penularan penyakit, yaitu melalui upaya vaksinasi.

Vaksin Covid-19 bertujuan untuk mengurangi transmisi/ penularan Covid-19, menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat Covid-19, mencapai kekebalan kelompok di masyarakat (*herd immunity*) dan melindungi masyarakat dari Covid-19 agar

tetap produktif secara sosial dan ekonomi.³¹ Kekebalan kelompok hanya bisa terbentuk apabila cakupan vaksinasi tinggi dan merata diseluruh wilayah. Upaya pencegahan melalui pemberian program vaksinasi jika dinilai dari sisi ekonomi jauh lebih hemat biaya, apabila dibandingkan dengan upaya pengobatan.

Masalah Covid-19 dan vaksinasi ini sebenarnya adalah masalah sains atau ilmu pengetahuan (kedokteran, farmasi, media, atau ilmu kesehatan, epidemiologi dan sosial-humaniora). Tetapi mengingat dampaknya sudah berimbas ke berbagai hal, terutama keagamaan, maka tinjauan dari fiqh Islam terhadap penanggulangan Covid-19 menjadi penting untuk dibicarakan. Pada prinsipnya, salah satu pertimbangan penting dalam islam dalam mengambil sebuah keputusan adalah nilai kemaslahatannya, yang bersumber dari Al-quran dan Hadist.

Pandangan Islam terhadap ilmu pengetahuan Alquran banyak menyebutkan keharusan seorang muslim mengeksplorasi alam semesta. Dalam surat Ali Imran 190- 191 misalnya di sebutkan kriteria *ulil albab* (cendekiawan).

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi serta pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk, atau dalam keadaan berbaring, dan memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan

³¹ Julitasari Sundoro et al., “Kampanye Anti-Vaksin Oleh Seorang Dokter, Apakah Melanggar Etik?,” *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia* 2, no. 1 (2018): 1, <https://doi.org/10.26880/jeki.v2i1.8>.

semua ini sia-sia. Mahasuci Engkau. Lindungilah kami dari Azab neraka”³²

Dalam ayat di atas disebutkan bahwasanya seorang cendekiawan atau itu adalah orang yang mampu melakukan harmonisasi kegiatan dzikir dan fikir. Di dalam Islam tidak ada pemisahan antara aktivitas berdzikir dan bertafakur atau berfikir secara mendalam. Aktivitas berfikir mendalam tentang penciptaan alam semesta ini akan meningkatkan keimanan seseorang dan menguatkan kegiatan dzikir kepada Allah SWT. Jadi ringkasan Islam sangat menganjurkan ummatnya untuk mengeksplorasi alam semesta ini, baik alam makrokosmos dan mikrokosmosnya. Hasil eksplorasi alam semesta itu ditunjukkan untuk kebaikan manusia itu sendiri di dunia dan sekaligus untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Dalam perspektif lain kita bias dalam melihat dari sudut pandang diturunkannya Ilmu Allah kepada manusia. Secara lebih luas ilmu Allah ini diturunkan kepada manusia melalui dua jalur. Jalur resmi (formal) yaitu ilmu yang diturunkan melalui para nabi dan rasul berupa wahyu/firman Allah dan petunjuk nabi. Ilmu tersebut dikenal dengan ilmu *qauliyah*. Jalur non formal berupa ilham yang diberikan langsung kepada manusia yang mengeksplorasi alam semesta ini sesuai pada anjuran ayat Alquran di atas. Ilmu tersebut di kenal dengan ilmu kauniyah. Ilmu qauliyah kebenarannya mutlak, bersifat umum, berfungsi sebagai pedoman hidup (*way of life*) bagi manusia. Sedangkan ilmu kauniyah kebenarannya relatif, bersifat spesifik, dan untuk melengkapi sarana berbagai kehidupan manusia. Kedua macam ilmu itu saling terkait dan tidak dapat dipisahkan agar kehidupan manusia harmonis dan

³² Kementerian Agama RI, “Quran Kemenag,” Kementerian Agama Republik Indonesia, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/surah/3/190>. Diakses pada Jumat, 17 Juni 2022. Pukul 09.27 wib

seimbang. Gagal memahami persoalan di atas atau menolak salah satunya akan membuat seorang muslim bersikap ekstrim bahkan terjebak ke dalam dikotomi ilmu Islam non-Islam, ilmu Allah dan ilmu manusia, dan seterusnya.

Vaksinasi adalah sebagai salah satu ilmu kauniah terbesar abad ini diawali dengan tradisi masyarakat muslim Turki pada awal abad ke-18 yang memiliki kebiasaan menggunakan nanah dari sapi yang menderita penyakit cacar sapi (*cowpox*) untuk melindungi manusia dari penyakit cacar (*smallpox, vriola*) tersebut, kemudian tradisi ini di bawa ke inggris dan diteliti serta di publikasikan oleh Edwards Jenner tahun 1798. Sejak saat itu konsep vaksinasi terus berkembang demikian pesat. Beragam jenis vaksin telah di temukan selama dua abad. Dan akan masih banyak lagi jenis vaksin yang di temukan.³³

Penelitian untuk pembuatan vaksin merupakan penelitian panjang, sangat memperhatikan aspek keamanan dan keakuratan data. Satu jenis vaksin biasanya memerlukan belasan tahun untuk membuatnya. Di awali dengan tahap eksplorasi, uji pra klinis, penelitian regulasi dan pengesahan, produksi jumlah besar dan pengontrolan kualitas. Setelah tahapan ini baru vaksin bisa digunakan baik untuk orang dewasa maupun anak-anak. Bila terbukti vksin tersebut menimbulkan efek samping atau kejadian ikutan pasca imunisasi (KIPI) yang berat dan fatal maka vaksin akan segera di tarik dari peredaran untuk diteliti ulang. Berbagai macam vaksinasi pun telah dapat kita lihat dalam catatan sejarah kemanusiaan. Diantara prestasi terbesar manusia dalam hal vaksinasi adalah lenyapnya penyakit cacar pada tahun 1979. Inilah salah satu

³³ Ummu Salamah Hajjam, *Immunisasi Dampak Dan Konspirasi Solusi Sehat Ala Rasulullah* (Jakarta: Madaniyahpress, 1999).

bukti manfaat ilmu kauniah yang dipelajari manusia (apapun agama dan rasnya).

Tidak adanya dalil *qauiyah* yang menjelaskan secara eksplisit bukan berarti vaksinasi bertentangan dengan ajaran Nabi SAW. Hal ini adalah karena vaksinasi termasuk ranah kauniah. Ranah ilmu pengetahuan modern yang diperoleh berdasarkan pencarian oleh manusia. Berdasarkan penelitian yang tekun dan seksama, sebagaimana telah di sebutkan di atas. Pakar mengenai vaksinasi adalah para dokter dan peneliti di bidang vaksinologi. Pendapat para ulama tentang vaksinasi perlu ditahui bahwa vaksinasi bukan hanya di laksanakan di Indonesia namun juga di laksanakan di lebih dari 190 negara di seluruh dunia, termasuk negar-negara muslim. Sampai saat ini tidak pernah terdengar seorang pun dari ulama-ulama di negara-negara muslim itu yang melarang diberikannya vaksinasi Covid-19 di negaranya. Sebagai contoh Abdullah Bin Bazz seorang mufti dari Saudi Arabia membolehkan vaksinasi. Yusuf Qardhawy seorang ulama mujtahid yang berdomisili di Qatar pun membolehkan imunisasi. Bahkan beliau banyak menyarankan masalah ini kepada para dokter yang menguasai ilmu vaksinologi secara mendalam dan kemudian beliau berikan fatwa terhadap apa yang di ungkapkan para dokter.

Pendapat mengenai vaksinasi yang oleh sekelompok menyatakan keharaman tentang vaksin. Adapun alasan keharamannya mulai dari yang bersifat mendasar, hingga alasan-alasan penunjang dan tambahan. Di antara alasan yang digunakan untuk mengharamkan adalah:³⁴

³⁴ Yusuf Al Qardawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam* (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 1993).

- 1) Menggunakan Zat Yang Najis. Vaksin haram karena menggunakan media babi, aborsi bayi, darah orang yang tertular penyakit infeksi yang notabenenya pengguna alkohol, dll. Ini semua haram dipakai secara syari'at.
- 2) Banyak Efek Samping. Efek samping yang membahayakan karena mengandung merkuri, thimerosal, aluminium, benzetonium klorida, dan zat-zat berbahaya lainnya yg akan memicu autisme, cacat otak, dan lain-lain.
- 3) Lebih Besar Madharatnya. Meski vaksinasi ada manfaatnya, tetapi ada banyak kerugiannya. Dan kalau kalau dilihat secara keseluruhan, ternyata jauh lebih banyak bahayanya dari pada manfaatnya, banyak efek sampingnya. Dan oleh karena itu logika hukumnya menyebutkan bahwa kita harus menolak manfaat karena adanya mafsadat yang lebih besar.
- 4) Tiap Manusia Sudah Punya Kekebalan Tubuh Alami. Kekebalan tubuh sebenarnya sudah ada pada setiap orang. Sekarang tinggal bagaimana menjaganya dan menerapkan pola hidup sehat. Tidak perlu diberi vaksin dan obat-obatan kimiawi yang hanya akan merusak jaringan yang alami. Justru kekebalan yang alami yang lebih diprioritaskan dan bukan kekebalan yang bersifat kimiawi.
- 5) Konspirasi Yang Terstruktur. Di balik adanya gerakan vaksinasi pada bayi, ternyata terindikasi adanya konspirasi dan akal-akalan negara barat untuk memperlodoh dan meracuni negara berkembang dan negara muslim dengan menghancurkan generasi muda mereka. Agenda terselubung ini memang tidak nampak secara kasat mata, namun dipastikan keberadaannya secara terstruktur dan rahasia. Umat Islam harus jauh lebih waspada dan hati-hati terhadap tipu daya yahudi

zionis international. Sebab mereka tidak akan rela dengan umat Islam sehingga kita mengikuti rencana mereka.

- 6) **Bisnis Besar di Balikny.** Selain adanya tujuan untuk merusak dan menguasai umat Islam, ternyata ada indikasi bahwa di balik program imunisasi ada bisnis besar yang terselubung. Ternyata di balik program vaksinasi internasional ini, ada pihak-pihak yang meraup keuntungan berlimpah, yaitu pihak produsen yang notabene adalah perusahaan milik nonmuslim. Dengan ikut program vaksinasi sesungguhnya umat Islam telah dengan rela dan sengaja menyumbangkan uang untuk kalangan musuh-musuh Islam, yang tentunya keuntungannya dimanfaatkan untuk menghancurkan agama Islam.
- 7) **Menyingkirkan Pengobatan Nabawi.** Semua bentuk vaksinasi tidak lain adalah produk kedokteran barat yang semata-mata hanya disandarkan pada akal dan logika semata. Sementara sebagai umat Islam sebenarnya sudah diberikan metode pengobatan ala nabi (tibbunnabawi) yang turun lewat wahyu, seperti minum madu, minyak zaitun, kurma, habbatussauda dan sebagainya. Tentunya akan jauh lebih berkah karena merupakan bagian dari mukjizat Rasulullah SAW. Maka kalau umat Islam masih saja mengunggulkan menggunakan produk kedokteran barat itu sama saja dengan menyingkirkan metode pengobatan nabawi.
- 8) **Walau sudah imuniasi tetapi tetap tidak menjamin,** adanya beberapa laporan bahwa anak mereka yang tidak divaksinasi masih tetap sehat, dan justru lebih sehat dari anak yang divaksinasi.

Atas dasar beberapa pertimbangan umum di atas dinyatakan bahwa vaksinasi imunisasi yang bertujuan untuk mengusahakan kesehatan manusia itu boleh atau halal selagi belum ada bahan vaksinasi yang halal secara islam. Untuk itu, tenaga medis: dokter, perawat, dan bidan bisa menyuntikkan vaksin Covid-19 untuk mengusahakan kekebalan tubuh manusia dan ikut program Pemerintah Indonesia dalam memutuskan rantai penyebaran Covid-19 dan mempercepat target kekebalan kelompok (herd immunity). Untuk itu program vaksinasi adalah sebuah langkah sebagai upaya untuk mencegah dan menanggulangi Covid-19 di Indonesia.

2.2 Strategi Komunikasi

2.2.1. Pengertian Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai sebuah tujuan. Dalam pengembangannya konsep tentang strategi mengalami perkebangan dan setiap orang memiliki pendapat yang berbeda mengenai strategi. Strategi sangat diperlukan untuk mencapai visi dan misi suatu perusahaan atau lembaga untuk mencapai tujaunnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti pemimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tantara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*the art of general*), atau sesuatu rancangan terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti segalanya kecuali mengetahui apa

yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.³⁵

Menurut Ahmad S. Adnan Putra, strategi adalah bagian dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari fungsi manajemen. Maka strategi itu pada hakikatnya adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya.³⁶ Sedangkan menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.

Dalam Kamus besar Indonesia disebutkan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu di perang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.³⁷ Maka dalam merumuskan/menyusun strategi komunikasi diperlukan perumusan yang jelas.

Karl von Clausewitz (1780-1831) seorang pensiunan jenderal Rusia dalam bukunya *On War* merumuskan strategi ialah “suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang”. Tak jauh berbeda dengan Martin-Anderson (1968) juga merumuskan “strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya

³⁵ Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi,” hal. 64.

³⁶ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: Grafindo Persada, 2000), hal.31.

³⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal.1092.

yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.”³⁸

Berbeda dengan Mintzberg, yang mendefinisikan strategi setidaknya lima kegunaan dari kata strategi yaitu:³⁹

- a) Sebuah rencana, suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar
- b) Sebuah cara, suatu maneuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau competitor.
- c) Sebuah pola, dalam suatu rangkaian tindakan
- d) Sebuah posisi, suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan
- e) Sebuah perspektif, suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia

Williah F. Glueck dan Lawrence R Jauch dalam *Manajemen Strategi Pemasaran* mendefinisikan strategi sebagai berikut:⁴⁰

“A strategy is a unified, comprehensive, an interated plan that relates the strategic advantage of the firm to the challenges of the environment and that is designed to ensure that the basic objectives of the enterprice are achieved through proper execution by the organization”

³⁸ Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi,” 64.

³⁹ Sandra Oliver, *Strategi Public Relation* (Jakarta: Erlangga, 2007), 2.

⁴⁰ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 197.

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Strategi merupakan hal yang terpenting karena strategi mendukung mendukung tercapainya suatu tujuan. Strategi mendukung sesuatu yang unik dan berbeda dari lawan. Strategi dapat pula mempengaruhi kesuksesan masing-masing instansi atau lembaga, karena pada dasarnya strategi dapat dikatakan sebagai rencana untuk jangka panjang. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*), dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁴¹

Sumber lainnya mengatakan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Menurut Rangkuti, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.⁴²

Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan.

⁴¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007).

⁴² Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 3.

Strategi yang baik disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan perusahaan, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan organisasinya dapat mencapai sasaran. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang akan diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh karena itu strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.

Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah perencanaan (planning) secara sadar dengan mempertimbangkan kondisi-kondisi tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu baik dalam jangka waktu yang pendek maupun jangka waktu yang panjang. Dengan adanya strategi sebuah lembaga atau organisasi akan terlihat apakah program atau perencanaan yang dijalankan berhasil atau tidak tergantung dari peran yang dijalankan.

2.2.2. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.⁴³ Maksud dari membagi berupa gagasan, ide atau pikiran antara seseorang dengan orang lain. Sedangkan komunikasi dalam bahasa Inggris adalah “communication” dan bahasa Belanda “communicate” yang berasal dari bahasa Latin “communication” bersumber dari kata “comunis” yang artinya “sama maknanya”. Dengan kata lain komunikasi harus memiliki pengertian bersama,

⁴³ Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi.” (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014). 35

mengubah pikiran, agar sama-sama memiliki pemahaman bersama pula.⁴⁴

Defenisi komunikasi yang paling klasik pernah dikemukakan oleh Everett M. Rogers (1985) seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat defenisi, menurut Everett komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.⁴⁵

Defenisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lauwrence D. Kincaid (1987) sehingga melahirkan suatu defenisi yang lebih maju: “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.

Hovland, Janis dan Kelly juga membuat defenisi komunikasi, yakni: “Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience).”

Menurut ilmuwan politik Amerika Serikat sekaligus pencetus teori komunikasi yang sangat terkenal, Harold Lasswell, mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa (*who says*

⁴⁴ Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 1986). Hal 8

⁴⁵ Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi.” (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)

what in which channel to whom and with what effect).⁴⁶ Salah satu kelemahan dari model Laswell ini adalah tidak digambarkannya unsur *feedback* (umpan balik) sehingga proses komunikasi yang dijelaskan bersifat linier/searah. Defenisi model Lasswell dikelompokkan ke dalam bentuk model komunikasi linear. Dalam model komunikasi linear, komunikasi dipandang sebagai proses yang berjalan secara satu arah atau *one way communication* dimana pengirim pesan atau *sender* adalah satu-satunya elemen komunikasi yang mengirimkan pesan kepada penerima pesan. Penerima pesan digambarkan tidak memberikan umpan balik atau tanggapan terhadap pesan yang dikirimkan. Sinyal pesan dikirimkan melalui media.

Lebih klasik lagi, Wilbur Schramm (1955) memiliki pandangan sedikit berbeda tentang komunikasi, ia mendefinisikan komunikasi merupakan tindakan melaksanakan kontak antara pengirim dan penerima, dengan bantuan pesan, pengirim dan penerima memiliki beberapa pengalaman bersama yang memberi arti pada pesan dan symbol yang dikirim oleh pengirim, dan diterima serta ditafsirkan oleh penerima.

Raymond S. Ross (1974). “Communication is a transactional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such a way as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended the source”.

Edward Depari (1990) juga mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan, yang

⁴⁶ Harold D Lasswell, “The Structure and Function of Communication in Society,” *The Communication of Ideas*, no. 1948 (1948): 37–52, [http://www.dhpescu.org/media/elip/The structure and function of.pdf](http://www.dhpescu.org/media/elip/The%20structure%20and%20function%20of.pdf).

disampaikan melalui lambing tertentu, emngandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan.

Theodore Herbert (1981), “*communication is the process by which meaning a knowledge is transferred from one person to another, usually for the purpose of obtaining some specific goal*”. Komunikasi adalah proses yang didalamnya menunjukkan arti pengetahuan dipindahkan dari seseorang kepada orang lain, biasanya dengan maksud mencapai tujuan khusus.

Dalam Oxford English Dictory (Mufid,2005) terdapat beberapa pengertian atau defenisi komunikasi. Defenisi tersebut antara lain “ *Communication mean that information is passed from one place to another*” (komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat ke tempat lain).

Dalam “Komunikasi dan Regulasi Penyiaran” karangan Muhammad Mufis dijelaskan komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang biasanya melalui sistem symbol yang berlaku umum. Komunikasi adalah proses atau tindakan penyampaian pesan (*massage*) dari pengirim (*sander*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noise*). Dalam defenisi ini komunikasi haruslah bersifat disengaja serta membawa perubahan.⁴⁷

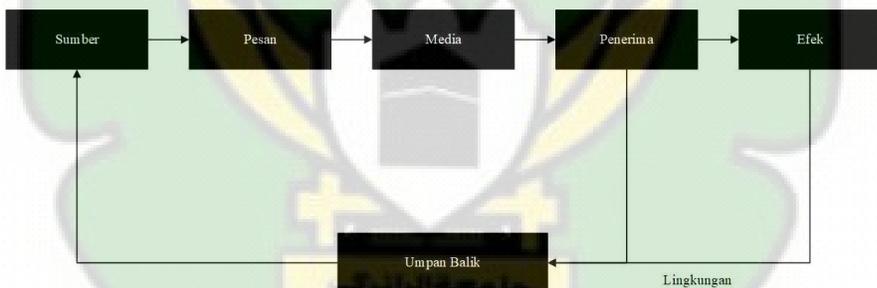
Yudi Abdullah dalam bukunya Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik, menjelaskan komunikasi merupakan kegiatan manusia untuk salling memahami atau mengerti suatu pesan yang disampaikan seseorang (komunikator) kepada lawan bicaranya (komunikant) atau komunikasi juga bisa dikatakan sebagai suatu proses transfer pesan dari individu lain, dari individu

⁴⁷ Muhammad Mufid M.Si, *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Kencana, 2005).

ke kelompok kecil (*small group*) maupun kelompok besar (*large group*).⁴⁸

Sampai pada tahun 1976, menurut catatan Dance dan Larson dalam Miller sudah ada 126 definisi komunikasi. Ada definisi yang dibuat dari perspektif ilmu sosiologi, budaya, elektronika, ekonomi, dan ada pula dari perspektif ilmu politik. Meski definisi yang dibuat para pakar memiliki perspektif berbeda satu sama lainnya, namun pada dasarnya definisi tersebut tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri sebagai suatu proses pengalihan informasi (pesan) dari seseorang kepada orang lain, atau sebaliknya.⁴⁹

Jika proses komunikasi yang dimaksud dalam definisi diatas dilukiskan dalam gambar, maka proses tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1 : Unsur-unsur Komunikasi

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur, yakni:

⁴⁸ Yudi Abdullah Yetty Oktarina, *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2007).

⁴⁹ Hafied Cangara, *"Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi."* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014). hlm. 36

- a. Sumber
- b. Pesan
- c. Saluran
- d. Penerima
- e. Efek
- f. Umpan balik
- g. Lingkungan atau situasi

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sander* atau *encoder*.

Pesan ialah pernyataan yang disampaikan oengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan sengan kata *message*, *content* atau *information*.

Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian disini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, bulletin, stiker, dan semacamnya.

Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target,

adopter, komunikasikan. Dalam bahasa Inggris biasanya penerima disebut, *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa jadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan. Pengaruh biasa disebut dengan nama akibat atau dampak.

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerima pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa Inggris umpan balik sering disebut dengan *feedback*, *reaction*, *response* dan sebagainya.

Lingkungan adalah situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak bisa diterima. Misalnya tempat jauh didaerah pengunungan, lingkungan sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologis masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya dan sebagainya.

Jadi, dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pengalihan ide atau transfer pesan yang dilakukan oleh individu atau kelompok (komunikator) kepada lawan bicara (komunikan) baik itu dalam jumlah kecil maupun besar sehingga mempengaruhi persepsi lawan bicara (komunikan) yang pada akhirnya menjadi kesepahaman bersama.

2.2.3. Strategi Komunikasi

Komunikasi proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran atau taktik operasional komunikasi dengan memperhi-tungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat.⁵⁰ Demikian pula pada strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan.

Tujuan utama strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet adalah sebagai berikut:⁵¹ (1) *To secure understanding*, yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. Andaikan ia sudah mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus dibina. (2) *To establish acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik. (3) *To motive action*, yaitu penggiatan untuk memotivasinya. (4) *The goals which the communicator sought to archive*, yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Adapun fungsi dari strategi komunikasi sendiri adalah: (1) Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. (2) Menjembatani “*cultural gap*”, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain yang dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan

⁵⁰ Hafied Canggara, *Komunikasi Politik:Teori, Konsep, Dan Strategi...*, n.d., Hal. 119-124.

⁵¹ Rosady Ruslan, *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*, 37.

sendiri sangat tergantung bagaimana strategi mengemas informasi itu dalam dikomunikasikannya.⁵²

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*magement*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya.⁵³

Adapun strategi komunikasi yang dimaksudkan oleh peneliti di sini adalah strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam menjalankan atau mendukung program vaksinasi Covid-19. Keberhasilan sebuah program tergantung dari perencanaan dan strategi yang dijalankan oleh pembawa sytategi tersebut.

2.3 Perencanaan Komunikasi

Pentingnya sebuah perencanaan komunikasi dalam sebuah organisasi merupakan sebuah pondasi awal untuk mengukur program maupun keberhasilan kinerja organisasi tersebut. Setidaknya perencanaan komunikasi diperlukan untuk mengetahui target sasaran, karakteristik pesan yang akan dibuat dan tipe media yang akan dipilih.

Dalam perspektif komunikasi, salah satu tantangan yang dihadapi setiap organisasi, baik publik maupun *privat* ketika melaksanakan programnya adalah mempertimbangkan kemampuan komunikasinya. Mengembangkan kemampuan komunikasi sangat membantu dalam memusatkan sumber daya organisasi. Memfokuskan sumber daya komunikasi dalam upaya

⁵² Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008).

⁵³ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi)*, 155.

memaksimalkan dampak yang diinginkan, tentunya membutuhkan perencanaan yang baik.

Ada defenisi perencanaan komunikasi menurut para ahli diantaranya sebagai berikut :

- 1) Menurut Robin Mehall Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam dan dalam jangka waktu beberapa lama hal itu bias dicapai, bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.⁵⁴
- 2) Menurut John Middleton perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.⁵⁵
- 3) Perencanaan komunikasi merupakan hal mendasar yang perlu diperlukan dalam suatu kegiatan-kegiatan apapun, utamanya dalam memperkenalkan atau memasarkan produk, ide, dan gagasan. Setelah memahami proses perencanaan dan elemen-elemen komunikasi dalam suatu organisasi dapat ditemukan beberapa hal yang dapat merupakan masalah dalam perencanaan komunikasi.⁵⁶
- 4) Perencanaan komunikasi adalah proses mengalokasikan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup

⁵⁴ Hafied Cangara, "Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi."

⁵⁵ Hafied Cangara.

⁵⁶ Amri Syarif Hidayat, *Perencanaan Komunikasi Hakekat Dan Implementasinya* (Solo: Pustaka Iltizam, 2015).

media massa dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.⁵⁷

- 5) *Communication planning is the technique of processing available alternatives for the accomplishment of communication goal. It involves rational decision making, control, and logical allocation of communication resources.*⁵⁸
- 6) *Communication planning is the art and science of reaching target audiences using marketing communication channel such as advertising, public relation, experiences of direct mail for example. It is concerned with deciding who to target, when, with what message and how.*

(Perencana komunikasi adalah seni dan ilmu pengetahuan dalam mencapai target khalayak dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi pemasaran, misalnya periklanan, *public relation*/ kehumasan, pengalaman-pengalaman atau surat. Ia kosen dalam memutuskan siapa yang menjadi target, kapan, dengan pesan apa dan bagaimana).⁵⁹

⁵⁷ Ida Suryani Wijaya, "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi," *Lentera* XVIII, no. 1 (2015): 53–61, <https://media.neliti.com/media/publications/195459-ID-perencanaan-dan-strategi-komunikasi-dala.pdf>.

⁵⁸ Hafied Cangara, "Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi," ...hal.47.

⁵⁹ Ida Suryani Wijaya, "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan," *Jurnal Lentera* Vol. XVIII (2015): hlm 56-59.

Dari enam definisi atau pengertian diatas, dapat ditarik beberapa pokok pikiran yang ada didalamnya, yakni:

- a) Perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja
- b) Perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis
- c) Perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi
- d) Ia merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis berkelanjutan dari satu proses ke proses selanjutnya.
- e) Ia memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu
- f) Untuk mencapai tujuan itu perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya (dana, barang/alat, manusia, keahlian, dan program)
- g) Perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, pesan, media, target sasaran, dan efek (perubahan) sebagai komponen audit.
- h) Perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil dan evaluasi.

Jadi sebuah perencanaan komunikasi adalah adalah sebuah dokumen tertulis yang harus menjawab: (1) apa yang ingin dicapai, (2) kenapa kita menginginkan ada hasil yang diperoleh, (3) siapa yang menjadi target sasaran, (4) apa yang menjadi kata kunci pada pesan yang akan dibawakan, (5) siapa yang menjadi aktor dalam penyampaian pesan, dan bagaimana cara untuk memilih dan menentukannya, (6) dengan cara apa yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, (7) bagaimana tipe saluran komunikasi yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan, (8) kapan waktu yang tepat untuk menyampaikan setiap pesan, (9)

bagaimana mengukur dan mengevaluasi hasil dari program yang dijalankan itu.⁶⁰

Perencana komunikasi sebagai penuntun terhadap sebuah kekuatan komunikasi yang akan dilakukan. Ia menjadi dokumen kerja dan cetak biru (*blue print*) yang harus diperbaharui secara periodik sesuai dengan kebutuhan khalayak. Ia menjelaskan bagaimana penyebarluasan pesan yang tepat dari komunikator kepada khalayak yang tepat, melalui saluran yang tepat dengan waktu yang tepat. Perencanaan komunikasi membantu kita bagaimana sebuah pesan yang kita bawakan konsisten dengan target sasaran. Dengan demikian sebuah perencanaan komunikasi yang telah dibuat dalam bentuk cetak biru (*blue print*) seharusnya; (1) Memberikan fokus terhadap pekerjaan yang akan dilaksanakan, (2) Membantu untuk menentukan prioritas, (3) Menjadi pegangan untuk selalu berada dalam tataran perencanaan dan pengendalian, (4) Membantu dalam mendapatkan sumber daya manusia untuk mendukung implementasi program, (5) Memproteksi diri kita dari kebiasaan mengerjakan hal-hal yang bersifat mendesak pada saat-saat akhir (*last minutes*). Perencanaan komunikasi sangat penting bagi kesuksesan suatu organisasi atau lembaga. Karena itu perencana komunikasi juga menjadi hal yang sangat krusial dalam mencapai tujuan.⁶¹

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah maka hasil yg diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga.

⁶⁰ Hafied Cangara, "Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi," ... hal. 49.

⁶¹ Hafied Cangara, ... hal. 50.

Konsep strategi komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategik tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang. Untuk mencapai hasil yang tepat dalam melaksanakan program pembangunan, diperlukan perencanaan dan strategi yang tepat. Ada banyak model yang digunakan dalam studi perencanaan komunikasi, mulai dari model sederhana sampai kepada model yang rumit. Namun, perlu diketahui bahwa penggunaan model dan tahapan pelaksanaannya tergantung pada sifat atau jenis pekerjaan yang akan dilakukan. Tidak ada model yang dapat digunakan secara universal, melainkan sesuai dengan kondisi dan realitas yang ada.

UNESCO membuat langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam perencanaan komunikasi, yakni:⁶²

1. Mengumpulkan data tentang status sumber daya komunikasi, apakah itu dioperasikan oleh pemerintah, swasta, atau kombinasi antara pemerintah dan swasta.
2. Melakukan analisis tentang struktur dan sumber daya komunikasi yang ada, berapa banyak surat kabar, stasiun televisi dan radio, serta mediamedia apa saja yang ada dalam masyarakat.
3. Melakukan analisis kritis terhadap apa yang dibutuhkan masyarakat terhadap komunikasi, jenis informasi apa yang dibutuhkan, apakah hiburan, pendapat, atau berita.
4. Melakukan analisis terhadap komponen-komponen komunikasi mulai dari sumber, pesan, saluran atau media, penerima, dan umpan balik dari masyarakat.

⁶² Wijaya, "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi." (2015) Url. <https://media.neliti.com/media/publications/195459-ID-perencanaan-dan-strategi-komunikasi-dala.pdf>. Diakses 22 Juni 2022. Pukul 09.48 wib

5. Melakukan analisis terhadap pengembangan komunikasi, apakah komunikasi mengalami kemajuan dalam hal jumlah (tiras), sebaran, atau peringkat dalam tayangannya.
6. Menetapkan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai sesuai dengan kebijaksanaan komunikasi yang ada.

Tahapan perencanaan yang dibuat oleh UNESCO itu tentu saja tidak mengikat, tergantung dari kondisi dan keadaan program yang akan dilaksanakan. Hal ini juga diakui bahwa tidak ada satupun model perencanaan komunikasi yang bisa diterima secara umum, melainkan bisa dilakukan modifikasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan perencanaan komunikasi sangat penting dilakukan. Perencanaan Komunikasi bisa digunakan dalam merancang sebuah program maupun memasarkan produk. Perencanaan komunikasi merupakan hal mendasar yang diperlukan dalam suatu kegiatan-kegiatan apapun, utamanya untuk memperkenalkan atau memasarkan produk, ide dan gagasan atau untuk menyukseskan sebuah program yang telah disusun.

2.4 Tahapan Strategi Komunikasi

Joel Ross dan Michael mengatakan, sebuah organisasi tanpa ada strategi umpama kapal tanpa kemudi, bergerak dan berputar dalam lingkaran. Organisasi demikian seperti pengembara tanpa tujuan.⁶³ Perlunya tahapan strategi komunikasi dalam sebuah organisasi sebagai upaya untuk membatasi bagaimana sebuah

⁶³ Fuad Ansori, *Strategi Perjuangan Umat Islam Indonesia* (Bandung: Mizan, 1990), 40.

program untuk selalu *on the track*, sehingga kesalahan-kesalahan yang ditimbulkan tidak begitu signifikan.

2.4.1. Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi termasuk didalamnya adalah pengembangan tujuan, mengenali peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternatif, memilih strategi untuk dilaksanakan dalam perumusan strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas menghindari atau melakukan suatu keputusan dalam suatu proses kegiatan.

Perumusan strategi menjadi suatu kerangka kerja, diantaranya; (a) *Tahap input (masukan)*, dalam tahap ini proses yang dilakukan adalah meringkas informasi sebagai masukan awal. Hal ini adalah dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi. (b) *Tahap pencocokan*, proses yang dilakukan adalah memfokuskan pada menghasilkan strategi alternative yang layak dengan memadukan faktor-faktor internal dan eksternal. (c) *Tahap keputusan*, yaitu dengan menggunakan ancaman teknik setelah diproses dari input secara sasaran dalam mengevaluasi strategi alternative yang diidentifikasi dalam tahap dua.

2.4.2. Implementasi Strategi

Setelah memilih strategi yang diterapkan, langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang diterapkan tersebut. Pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dari seluruh unit dan anggota. Tanpa adanya komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan, proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan

pengorganisasian sumber daya manusia yang ditempatkan melalui penetapan struktur organisasi, mekanisme kepemimpinan dan budaya organisasi.

2.4.3. Evaluasi strategi

Ada tiga macam aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi, yaitu: (a) Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi. Adanya faktor eksternal seperti tindakan yang dilakukan. Peribahan yang akan menjadi satu hambatan dalam pencapaian tujuan. Begitu juga dengan faktor internal yang diantaranya strategi tidak efektif atau aktifitas implementasi yang buruk dapat berakibat buruk pula hasil kerja yang dicapai. (b) pengukuran kerja (prestasi). Aktivitas ini adalah menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi prestasi individual dan kemajuan yang dibuat harus dapat diukur dan mudah dibuktikan. (c) pengambilan langkah korektif. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana dalam mengambil tindakan korektif. Tindakan ini diperlukan bila hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan atau pencapaian yang direncanakan.

2.5 Menyusun Strategi Komunikasi

Dalam menyusun strategi komunikasi perlu diperhatikan langkah-langkah sebagai berikut:

2.5.1. Menetapkan komunikator

Dalam beragam kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan juga kendali pada semua kegiatan komunikasi, oleh karena itu jika sebuah proses komunikasi tidak berjalan dengan baik maka yang menjadi faktor kesalahan utama adalah komunikator,

karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, pemilihan media yang sesuai, dan pendekatan pada khalayak yang merupakan target sasaran. Menjadi pelaku utama dalam kegiatan komunikasi, komunikator memiliki peranan yang penting. Oleh karena itu komunikator yang akan bergerak sebagai ujung tombak pada suatu program harus cekatan dalam berkomunikasi, banyak ide, dan memiliki kreativitas yang tinggi. Ada beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh seorang komunikator yaitu: kredibilitas, daya tarik, serta kekuatan.

2.5.2. Menetapkan khalayak yang menjadi target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

Dalam pembelajaran komunikasi, khalayak biasa disebut sebagai komunikan. Memahami khalayak yang akan menjadi target sasaran suatu program komunikasi adalah hal yang penting dilakukan karena semua kegiatan komunikasi ditujukan untuk mereka. Di dalam suatu masyarakat terdapat kelompok-kelompok yang menjadi penentu besar kecilnya pengaruh sebuah program, diantaranya: (a) kelompok yang memberikan izin, merupakan sebuah lembaga yang membentuk peraturan dan memberikan perizinan sebelum sebuah program dipublikasikan. (b) kelompok pendukung, merupakan kelompok yang memberi dukungan dan menyetujui dilaksanakannya sebuah program. (c) kelompok oposisi, merupakan mereka yang tidak setuju atau menentang suatu ide perubahan yang ingin dilakukan. (d) kelompok evaluasi, merupakan kelompok yang diisi oleh masyarakat yang memonitor dan mengkritisi terlaksananya suatu program. Dengan memahami kelompok yang terdapat dalam masyarakat ini, memudahkan seorang perencana komunikasi agar bisa memprediksi dan mengantisipasi, serta menyelaraskan program komunikasi yang akan dijalankannya.

2.5.3. Menyusun Pesan

Pesan merupakan segala hal yang disampaikan oleh seorang komunikator berupa simbol yang diterima dan dipersepsi oleh seorang komunikan dengan serangkaian makna. Terdapat beberapa cara dalam penyusunan sebuah pesan, yaitu: (a) *Over Power'em Theory*. Teori ini menerangkan bahwa apabila pesan dilakukan secara berulang-ulang, panjang, serta cukup keras, maka pesan tersebut akan berlalu dari penerima pesan (komunikan). (b) *Glamour theory*. Merupakan pesan yang disusun dengan sedemikian rupa, kemudian dilakukan dengan daya persuasi, sehingga si penerima pesan (komunikan) akan tertarik pada pesan atau ide yang disampaikan itu. (c) *Don't tele,em theory*, yaitu apabila suatu gagasan atau ide tidak tersampaikan kepada orang lain, sehingga mereka tidak akan mengetahuinya maupun menanyakannya, oleh sebab itu tidak akan menghasilkan persepsi terkait ide tersebut.

2.5.4. Memilih media dan saluran komunikasi

Dalam memilih suatu media komunikasi harus dapat mempertimbangkan karakteristik dari isi serta tujuan pesan yang akan disampaikan. Pada masyarakat luas, pesan lebih baik dipublikasikan menggunakan media massa seperti televisi atau surat kabar, dan untuk suatu kelompok tertentu menggunakan saluran komunikasi kelompok.

2.5.5. Efek komunikasi

Efek komunikasi Seluruh program komunikasi yang dijalankan memiliki tujuan tertentu, yaitu untuk mempengaruhi khalayak sasaran. Pengaruh dapat terjadi berupa perubahan pengetahuan, perilaku, dan sikap. Dalam tingkat pengetahuan, pengaruh dapat terjadi dalam bentuk perubahan pendapat dan

persepsi. Yang dimaksud dengan perubahan sikap adalah perubahan internal pada diri seorang yang diorganisir dalam bentuk prinsip, sebagai hasil dari evaluasi yang dilaksanakan pada objek tertentu. Sedangkan perubahan pada perilaku merupakan perubahan dalam bentuk suatu tindakan.⁶⁴

2.5.6. Media Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan, informasi dan berita, banyak media yang dipakai sebagai sarana untuk menyampaikan isi pesan dalam bentuk cetak maupun elektronik. Hafied Cangara membagi jenis media berdasarkan karakteristiknya menjadi beberapa macam, yaitu:

1) Media Antarpribadi

Dalam hubungan yang lakukan antarpribadi (perorangan), media yang paling tepat untuk dipilih adalah utusan, telepon dan surat. Utusan (kurir) sering digunakan oleh orang-orang pada zaman dulu untuk mengirim pesan. Di kawasan pedalaman penggunaan utusan sebagai penyalur proses berkomunikasi masih dapat ditemui, seperti melalui orang-orang yang pergi ke pasar pada saat tertentu, pedagang lintas kampung dan sebagainya. Surat merupakan sebuah media komunikasi perorangan yang semakin banyak dipakai, apalagi seiring meningkatnya media *psd* (*public service obligation*) serta semakin meningkat pula masyarakat yang bisa menulis dan juga membaca. Surat bisa memuat pesan atau informasi yang bersifat pribadi, tertutup serta tak terbatas waktu dan ruang. Media atau sarana komunikasi perorangan lainnya yaitu telepon. Telepon semakin banyak dipakai di Indonesia. Tidak hanya untuk keperluan

⁶⁴ Wijaya, "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi." (Lentera: 2015) hlm 56-59.
url <https://media.neliti.com/media/publications/195459-ID-perencanaan-dan-strategi-komunikasi-dala.pdf>. Diakses pada Selasa 21 Juni 2022. Pukul 22.07

komunikasi yang sifatnya pribadi, namun juga untuk keperluan pemerintahan dan bisnis. Telepon tidak hanya mempunyai kelebihan melalui kecepatannya dalam mengirim dan menerima pesan atau informasi, namun juga lebih efisien jika dibandingkan dengan membayar biaya transportasi, waktu yang lebih cepat secara interaktif. Telepon juga bisa dipakai untuk alat komunikasi pada hal tertentu yang tidak mudah untuk dilakukan jika secara langsung atau tatap muka, seperti penawaran bisnis, penagihan hutang, dan lainnya.

2) Media Kelompok

Dalam kegiatan berkomunikasi yang menyertakan publik lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang sering dipakai yaitu media kelompok seperti rapat, konferensi, dan seminar. Rapat pada umumnya untuk membahas hal-hal krusial yang dihadapi suatu organisasi. Seminar merupakan media komunikasi kelompok yang umumnya dihadiri oleh publik sekitar 150 orang dengan tujuan membahas suatu permasalahan dengan menghadirkan pembicara, selanjutnya meminta tanggapan dari peserta yang mengikuti seminar yang kebanyakan dari kelompok berpengalaman sebagai pengamat atau narasumber dalam bidang tertentu. Seminar lazimnya membahas tema tertentu yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat. Konferensi merupakan media komunikasi kelompok yang kebanyakan dihadiri oleh pengurus dan anggota dari suatu organisasi. Adapun orang yang bukan dari organisasi, namun biasanya berstatus menjadi pemantau. Substansi yang dibahas biasanya seputar permasalahan internal dan eksternal suatu organisasi. Konferensi seperti ini lazim digunakan dengan istilah kongres atau juga muktamar oleh organisasi yang memiliki khalayak banyak.

3) Media Publik

Khalayak yang melebihi 200 orang maka menggunakan media komunikasi yang umumnya disebut media publik, seperti rapat akbar dan sebagainya. Pada rapat akbar, khalayak datang dari berbagai macam kalangan, namun masih memiliki homogenitas seperti kesamaan partai, agama, ataupun kampung halaman dan lain sebagainya. Didalam rapat akbar, (public media) khalayak menyaksikan secara langsung pembicara yang berada diatas podium, terlebih biasanya seusai berbicara mereka turum dan berjabat tangan dengan para peserta yang hadir sehingga terbina keakraban diantara mereka walaupun biasanya pembicara tidak bisa mengetahui satu persatu pesertanya.

4) Media Massa

Apabila khalayak yang tersebar tidak diketahui di mana keberadaannya, maka umumnya media yang digunakan adalah media massa. Media massa merupakan sarana yang dipakai dalam menyampaikan pesan atau informasi dari narasumber kepada publik (penerima) dengan memanfaatkan sarana-sarana komunikasi seperti surat kabar, radio, film, maupun televisi.⁶⁵

Hafied Cangara membagi media massa menjadi 3 jenis, diantaranya:

a) *Media Cetak*

Media cetak merupakan media massa yang pertama kali ada di dunia, muncul sekitar tahun 1920. Ketika itu media massa awalnya digunakan oleh pemerintah untuk mendoktrin

⁶⁵ Abdul Karim Batubara, *Media Komunikasi* (Medan: IAIN Sumatra Utara, 2011).

masyarakatnya agar masyarakat pembaca terbawa pada sebuah tujuan tertentu.

b) Media Elektronik

Media elektronik menjadi media yang muncul setelah adanya media cetak. Media elektronik yang muncul pertama kali adalah radio. Radio dijadikan sebagai media yang dapat di dengar karena pesan disampaikan lewat suara. Pada saat penyebaran informasi mengenai proklamasi kemerdekaan radio menjadi media massa yang memiliki peran utama dalam menyebarkan berita. Kemudian setelah radio munculah televisi yang lebih unggul karena dapat menampilkan gambar. Yakni sebagai media massa audio visual.

c) Media Internet

Populer pada abad 21. Google muncul sekitar tahun 1997. Media internet melebihi kecanggihan media cetak dan juga elektronik. Yang terdapat pada media cetak dan elektronik bisa masuk ke dalam jaringan internet lewat website. Media massa internet memiliki banyak kelebihan daripada media yang lain. Tetapi akses internet yang bisa dikatakan bebas akan berbahaya bagi pengguna yang belum paham. Contohnya penipuan, pornografi dan lain sebagainya. Media massa internet tidak hanya bisa dikelola oleh sebuah perusahaan seperti media cetak dan elektronik. Terapi dapat dikelola juga oleh individu.⁶⁶

5) Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menimbulkan gangguan komunikasi sehingga tujuan komunikasi tidak tercapai. Menurut Onong Uchjana Effendi, hambatan itu dapat

⁶⁶ Nur Fadilla, "Unsur Layak Berita Pada Produk Jurnalistik Rubrik Infotainment Di Media Online (Analisis Isi Pada JPNN.Com Edisi Desember 2015)" (Universitas Muhammadiyah Malang, 2017).

terjadi karena adanya distorsi, yaitu pergeseran makna pesan yang dimunculkan oleh si penerima pesan.

Hambatan Komunikasi Dalam berkomunikasi juga memungkinkan terjadinya sesuatu yang menghalangi kelancaran proses komunikasi yaitu hambatan. Menurut Marhaeni Fajar beberapa hambatan dalam komunikasi diantaranya:

a) Hambatan Psikologi

Hambatan Psikologis Hambatan psikologis dan sosial adakalanya menghambat proses berkomunikasi. Psikologis seseorang kebanyakan disebabkan karena situasi yang dialami oleh seseorang sebelumnya. Contohnya penerima pesan yang sedang mengalami trauma sebab terkena musibah tertentu seperti bencana alam dan sebagainya. Kejadian tersebut akan menyisakan trauma bagi orang-orang yang menghadapi hal tersebut, terlebih bagi orang-orang yang kehilangan orang terdekatnya. Pengalaman tidak menyenangkan menjadikan seseorang biasanya enggan memulai atau menjajal sesuatu untuk kali kedua karena menimbulkan ketakutan tersendiri.

b) Hambatan Ekologis atau Fisik

Hambatan Ekologis atau Fisik Hambatan fisik atau hambatan ekologis adalah hambatan yang berhubungan dengan lingkungan yang biasanya berkaitan dengan jarak yang cukup jauh dan tidak tersedia jalur transportasi, selain itu hambatan ini juga sering disangkutkkan dengan lingkungan, misalnya seperti suara bising orang-orang atau hiruk pikuk lalu lintas seperti suara transportasi yang lalu lalang, suara petir ataupun suara hujan, hingga suara pesawat dan lainnya. Hambatan ekologis tergolong hambatan yang cukup sulit untuk dihindari oleh komunikator ataupun komunikan. Karena peristiwanya sulit untuk diperkirakan terutama perihal cuaca

bahkan dapat diatasi hanya saat hambatan ini sudah terjadi dalam sebuah proses pengiriman pesan.

c) Hambatan Semantik

Hambatan semantik merupakan hambatan yang ada pada diri seorang komunikator. Aspek semantik melibatkan bahasa yang digunakan oleh komunikator sebagai sarana guna menyalurkan perasaan dan fikiran pada komunikan. Guna kelancaran proses komunikasi komunikator harus betulbetul mencermati hambatan semantis ini, karena kesalahan pada pengucapan atau tulisan bisa menyebabkan salah paham (mis understanding) atau salah menafsirkan (misinterpretation) yang pada akhirnya dapat menyebabkan kesalahan komunikasi (miscommunication).

Kesalahan pada pengucapan biasanya dikarenakan komunikator terlalu cepat saat berbicara sehingga saat perasaan dan fikiran belum konstan diformulasikan, perkataan terlanjur diucapkan. Contohkan seperti kata yang dimaksud “kedelai” namun yang diucapkan “kedelai”. Gangguan seperti ini adakalanya dikarenakan juga oleh faktor antropologis, yaitu perkataan yang bunyi dan tulisannya sama, namun memiliki makna yang berbeda.

Kesalahan komunikasi (miscommunication) kadang-kadang dikarenakan oleh pemakaian kata yang kurang tepat, kata yang bersifat konotatif. Dalam berkomunikasi bahasa yang seharusnya digunakan merupakan kata yang bersifat denotative. Jika terpaksa memakai kata yang bersifat konotatif, maka perlu dijelaskan apa sebenarnya yang dimaksudkan, agar tidak terjadi salah penafsiran. Kata yang bersifat denotative merupakan kata yang mengandung arti sebagaimana tercatat dalam kamus dan diterima secara global oleh mayoritas orang yang memiliki persamaan budaya dan bahasa. Sedangkan kata-kata yang memiliki definisi konotatif merupakan yang memiliki makna emosional atau evaluative dikarenakan oleh pengalaman atau latar belakang hidup seseorang.

d) *Hambatan Mekanis*

Hambatan mekanis Hambatan mekanis ditemui pada alat atau media yang dipakai untuk memudahkan proses berkomunikasi. Contohnya banyak pada hal-hal yang kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari, seperti suara pesawat terbang yang lewat, suara telepon tidak jelas, suara yang hilang-muncul pada radio, berita pada surat kabar yang susah ditemukan sambungan halamannya, gambar yang meliuk-liuk pada televisi, dan lain sebagainya.⁶⁷

2.6 Hubungan Kebijakan, Perencanaan dan Strategi Komunikasi

Hubungan antara kebijakan komunikasi dan perencanaan komunikasi adalah hal rumit dimana kebijakan komunikasi merupakan perencanaan strategik untuk jangka panjang sedangkan perencanaan komunikasi untuk jangka menengah atau jangka pendek. Selanjutnya Wedemeyer (1977) menyatakan bahwa hubungan antara kebijakan komunikasi dan perencanaan komunikasi merupakan dua komponen yang saling bergantung satu sama lain.⁶⁸

Kebijakan bertindak memberi asas atau pedoman, sedangkan perencanaan pada tahap pengimplementasian dari asas yang telah ditetapkan. Maka kedua komponen tersebut harus sinkron sehingga tidak menimbulkan usaha yang sia-sia. Kebijakan komunikasi di berbagai negara dibangun berdasarkan filosofis, tradisi, hukum, agama, kepercayaan, serta norma yang ada dalam masyarakat.

⁶⁷ Siti Rahma Nurdianti, "Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2014, hlm 149-150,.

⁶⁸ Hafied Cangara, "Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi."...hal

Kebijaksanaan komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan kebijakan publik, karena merupakan bagian dari kebijakan publik itu sendiri. Kebijakan publik sendiri adalah sesuatu yang dipilih Pemerintah untuk dikerjakan ataupun tidak dikerjakan.

Menurut Abrar dalam Jurnal Komunikasi (Aritonang, 2011:263-264) terdapat 5 kriteria bentuk kebijaksanaan komunikasi sebagai kebijakan publik adalah sebagai berikut:⁶⁹

1. Memiliki tujuan tertentu.

Untuk memperlancar jalannya sistem, suatu regulasi atau kebijakan harus memiliki tujuan tertentu

2. Berisi tindakan pejabat Pemerintah

Setiap produk kebijakan merupakan hasil tindakan Pemerintah karena dibuat oleh perangkat Pemerintah (Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri).

3. Memperlihatkan apa yang dilakukan Pemerintah

Kebijakan menunjukkan apa yang akan dikerjakan Pemerintah. Dalam hal ini Pemerintah sebagai fasilitator setelah adanya keinginan dari kelompok masyarakat agar dibuat sebuah regulasi.

4. Bisa bersifat positif atau negatif

Kebijakan komunikasi lahir bersifat positif apabila mampu menjawab persoalan yang muncul dan mengantisipasi perubahan yang terjadi ke depan sekaligus mudah

⁶⁹ Agusly Irawan Aritonang, "Kebijakan Komunikasi Di Indonesia: Gambaran Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik," *Jurnal ASPIKOM* 1, no. 3 (2011): 261, <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i3.24>.

diimplementasikan. Kemudian kebijakan lahir bersifat negatif apabila sebuah kebijakan tarik-menarik sebuah kepentingan. Kebijakan apapun akan menghasilkan pro dan kontra.

5. Bersifat memaksa (otoritatif)

Setiap regulasi atau kebijakan yang dibuat Pemerintah harus senantiasa dijalankan. Kebijaksanaan komunikasi dapat diimplementasikan dengan berbagai cara. Cara mengimplementasikan kebijakan komunikasi. Pertama, kebijakan komunikasi diimplementasikan secara langsung dengan membentuk program. Kedua, kebijaksanaan komunikasi diimplementasikan dengan cara membuat formulasi kebijakan turunan atau *derivate* dari kebijakan publik tersebut

2.6.1. Teori Perencanaan Cultip dan Center

Dalam sebuah proses komunikasi yang akan dilaksanakan tidak terlepas dari berbagai rintangan dan hambatan, maka untuk itu penting adanya perencanaan komunikasi adalah untuk mengatasi hambatan-hambatan yang mungkin terjadi guna mencapai efektivitas komunikasi yang ingin dicapai. Dari berbagai definisi perencanaan komunikasi dapat pula disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi merupakan suatu usaha sistematis dan berkelanjutan yang dibuat untuk mencapai tujuan organisasi dengan menggunakan komponen komunikasi. Komponen komunikasi tersebut meliputi sumber, pesan, media, sasaran, dan efek. Perencanaan komunikasi dibuat untuk membantu melihat bagaimana pesan yang akan disampaikan dapat konsisten dengan target sasaran. Didalam perencanaan komunikasi dibutuhkan sebuah model dan tahapan perencanaan untuk memudahkan dalam membuat langkah-langkah perencanaan yang akan kerjakan.⁷⁰

⁷⁰ Hafied Cangara, "Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi." Hlm. 72

Salah satu model perencanaan komunikasi yang digunakan adalah model perencanaan oleh Cutlip dan Center.

Model perencanaan Cutlip dan Center terdiri dari tiga langkah yaitu penemuan fakta (*fact finding*) dimana dalam langkah ini harus dilakukan riset untuk mengetahui opini publik mengenai suatu organisasi, lembaga, atau perusahaan. Contohnya seperti isu apa yang sedang berkembang di tengah masyarakat, kemudian menyelidiki siapa saja yang terlibat dalam isu tersebut, bagaimana dan kapan isu tersebut muncul, dan lain-lain. Kedua adalah perencanaan (*planning*) yang terdiri dari perencanaan dan penyusunan program, seperti strategi apa yang dipakai untuk menentukan langkah selanjutnya. Langkah ketiga yaitu komunikasi & aksi (*communication & action*) langkah ini terdiri dari mengambil tindakan dan mengkomunikasikan temuan di lapangan baik kepada publik internal maupun eksternal. Model perencanaan Cutlip dan Center ini disempurnakan kembali oleh Cutlip, Center, dan Broom yang menambahkan satu langkah lagi setelah komunikasi yaitu evaluasi (*evaluation*) program dimana langkah ini mengevaluasi seluruh program yang telah dilakukan.⁷¹

Setelah menentukan model perencanaan langkah selanjutnya adalah menentukan tahapan-tahapan perencanaan sesuai model yang ditentukan agar kampanye yang dilakukan dapat berjalan secara efektif. Terdapat beberapa tahapan perencanaan komunikasi adalah sebagai berikut:⁷²

a) Analisis

Analisis merupakan langkah awal dalam suatu tahapan perencanaan. Analisis digunakan untuk mengidentifikasi masalah yang menjadi dasar dari suatu program kampanye. b) Tujuan

⁷¹ Hafied Cangara. "Perencanaan dan Strategi Komunikasi"(Jakarta: PT. Raja Grafindo.2014) hal. 72

⁷² Hafied Cangara. ...hal 73

Menetapkan tujuan agar program kampanye yang telah direncanakan memiliki arah dan dapat menunjukkan suatu keberhasilan. Keberhasilan suatu program kampanye dapat dilihat dari perubahan sikap dan perilaku masyarakat untuk itu komunikasi sangat berpengaruh penting dalam menentukan sikap dan perilaku.

c) Publik (khalayak)

Dalam tahapan ini menjelaskan bahwa dalam membuat sebuah program kampanye perusahaan, lembaga, atau organisasi harus mengenali dan memahami khalayaknya seperti mengelompokkan publik secara sederhana sehingga tidak salah dalam menentukan sikap dan perilaku.

d) Pesan

Pesan menjadi penghubung antara organisasi, perusahaan, ataupun lembaga dengan publiknya dalam komunikasi. pesan adalah apa yang diberikan oleh organisasi kepada publiknya. Pesan dan bagaimana pesan menjadi titik awal perubahan pemikiran, sikap, dan perilaku yang dikehendaki organisasi dalam program kampanye. Untuk itu sangat penting setelah mengenali publiknya adalah menentukan pesan sesuai dengan publiknya.

e) Strategi dan Taktik

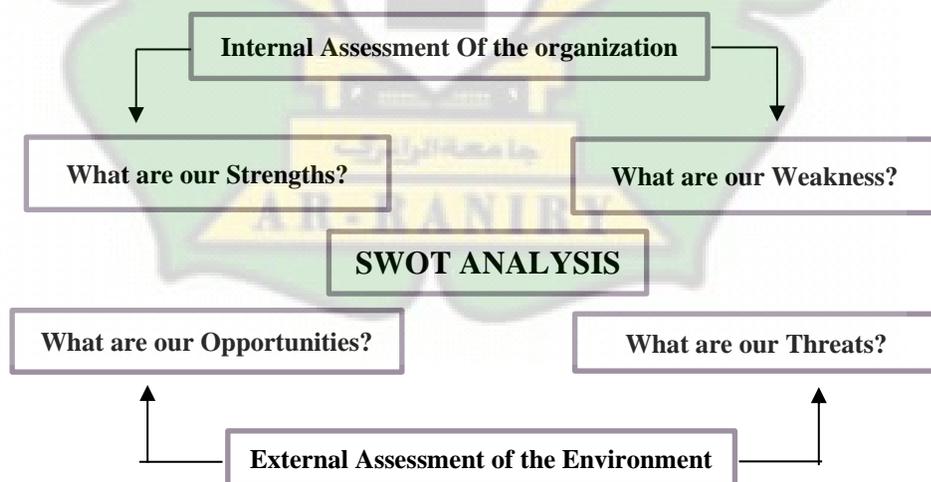
Strategi merupakan hal yang tersulit dalam tahapan perencanaan. Strategi merupakan pendekatan keseluruhan untuk suatu program kampanye. Strategi juga merupakan ide utama dan pemikiran dibalik program secara taktis. Setelah menentukan strategi hal yang dilakukan selanjutnya adalah menentukan taktik apa yang digunakan untuk mempermudah atau menunjang tujuan dari strategi yang telah dibuat.

f) Skala waktu dan Sumber daya

Program kampanye yang telah dibuat harus memiliki waktu yang cukup sehingga perencanaan yang dilakukan matang dan mendapat hasil yang maksimal. Faktor utama dalam memperhitungkan skala waktu adalah deadline, dimana harus diidentifikasi dengan perencanaan yang dihubungkan dengan suatu kampanye agar dapat selesai tepat waktu. Selanjutnya adalah sumber daya yang tepat perlu didistribusikan agar perencanaan yang dilakukan dapat berjalan dan tepat pada waktu yang ditentukan.

2.6.2. Analisis SWOT

Analisis SWOT ialah peralatan analisis yang bisa digunakan untuk mengukur S=*Strengths*—kekuatan-kekuatan yang dimiliki, W=*Weakness*—kelemaha-kelemahan yang ada, O=*Opportunities*—pelunag-peluang yang mungkin bisa diperoleh, dan T= *Threats*—ancaman-ancaman yang bisa ditemui. Kaitan keempat elemen analisis tersebut, dapat dilihat pada table berikut:



Gambar 2 : Model Analisis SWOT

Dari sisi *strength* atau kekuatan, maka kajiannya bisa dilihat dari dua hal; kekuatan tim komunikasi Satgas Covid-19, dan kekuatan dari produk yang dihasilkan. Sementara *weakness* atau kelemahan, maka kajiannya adalah kebalikan dari kekuatan. Di mana, akan dikaji apa kekuatan dari Pemerintah Aceh dan kekuatan dari produk yang dihasilkan. Kelemahan merupakan satu kajian yang harus diperhatikan. Apa kelemahan dari Pemerintah Aceh dalam mensosialisasikan program vaksinasi kepada masyarakat.

Sementara dari sisi *opportunities* atau peluang, maka kajian yang dilakukan lebih kepada peluang yang dimiliki oleh Pemerintah Aceh dalam pendistribusian informasi vaksinasi, untuk mempengaruhi masyarakat. Selain itu, juga dilihat peluang dari tim perencanaan komunikasi pemerintah aceh dalam menyusun program komunikasi yang akan di sebarakan ke masyarakat.

Kajian *threaths* atau ancaman, adalah bagaimana melihat ancaman dari luar sehingga semuanya bisa dideteksi secara dini terutama dalam menangkal berita bohong (hoaks) terkait vaksinasi. Ancaman ini adalah unsur luar yang harus dianalisis dengan baik. Karena faktor ini sangat penting untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat sehingga masyarakat tidak mudah terpapar berita bohong tersebut.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi dengan tujuan yaitu menginterpretasikan serta menjelaskan pengalaman-pengalaman yang dialami oleh informan dalam penanganan Covid-19 dan vaksinasi di Aceh, termasuk pengalaman saat berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Penelitian fenomenologi memiliki tujuan yaitu guna menginterpretasikan serta menjelaskan pengalaman-pengalaman yang dialami seseorang dalam kehidupan ini, termasuk pengalaman saat interaksi dengan orang lain dan lingkungan sekitar. Dalam konteks penelitian kualitatif, kehadiran suatu fenomena dapat dimaknai sebagai sesuatu yang ada dan muncul dalam kesadaran peneliti dengan menggunakan cara serta penjelasan tertentu bagaimana proses sesuatu menjadi terlihat jelas dan nyata. Pada penelitian fenomenologi lebih mengutamakan pada mencari, mempelajari dan menyampaikan arti fenomena, peristiwa yang terjadi dan hubungannya dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu.

Penelitian ini menekankan pada analisis sehingga menggunakan metode pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif mampu menggambarkan, mengidentifikasi, dan menjelaskan kejadian atau realitas sosial dari sudut pandang subjek terkait strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam program vaksinasi.

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dipilih karena belum banyak yang menggunakan pendekatan ini terlebih

dengan tema atau masalah yang diteliti. Selain hal itu, fenomenologi juga menjelaskan sifat fenomena, sehingga mampu memberikan gambaran mengenai sesuatu yang apa adanya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Fenomenologi berfokus pada bagaimana orang mengalami fenomena tertentu, artinya orang mengalami sesuatu bukan karena pengalaman tetapi karena fenomena yang terjadi di kehidupannya. Peneliti ingin menggambarkan secara jelas tentang objek penelitian melalui fenomena yang dialami para informan terkait. Fenomena yang digambarkan berdasarkan keadaan nyata dan sebenarnya sehingga akan mampu memberikan kesan naturalistik sesuai definisi fenomenologi.

Selain itu, dengan menerapkan metode kualitatif, data yang diperoleh akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, lebih luas informasinya dan akan lebih bermakna. Seluruh bidang atau aspek dalam kehidupan manusia disebut sebagai objek penelitian kualitatif. Manusia dan segala sesuatu yang dipengaruhi oleh manusia juga dikatakan sebagai objek penelitian.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini terfokus pada bagaimana strategi komunikasi Pemerintahan Aceh dalam program vaksinasi Covid-19. Sementara yang menjadi subjek penelitian adalah pihak yang menjadi sampel atau subjek yang dituju oleh peneliti untuk diteliti. Subjek penelitian dipilih secara sengaja yang ditentukan oleh peneliti dengan memberikan beberapa kriteria kepada informan.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa informan yang berasal dalam Pemerintahan Aceh, khususnya yang menjalankan

kegiatan komunikasi, untuk itu perlu dibuat beberapa kriteria yang akan dijadikan subjek penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Informan adalah petugas covid-19 terdapat dalam struktur Satgas Covid-19 yang terlibat langsung dalam penyusunan dan perencanaan program vaksinasi.
- 2) Informan adalah petugas yang terlibat langsung dalam setiap rapat, perencanaan, dan pengambil kebijakan dalam kasus penanganan covid-19.
- 3) Pelaksana dan Kepala bidang perencanaan, koordinator yang menangani langsung penanggulangan covid-19 dan program vaksinasi.
- 4) Juru bicara satgas covid-19.
- 5) Petugas yang terlibat langsung dalam bidang komunikasi dan informasi terkait penanganan dan penanggulang covid-19 khususnya program vaksinasi.
- 6) Petugas yang terlibat langsung dalam upaya pengawasan dan pemantauan terkait berjalannya program vaksinasi.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini sudah mulai dilakukan sejak bulan Maret 2022 hingga Juli 2022. Peneliti melakukan kunjungan di posko penanganan vaksinasi Covid-19, yang berlokasi di Jl. Dr. Syarif Thayeb No.11, Bandar Baru, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh. Kemudian melakukan wawancara di Sekretariat Satgas Covid-19 Provinsi Aceh di Jalan Teungku Daud Beureueh No. 18 Kuta Alam, Banda Aceh Kota, dan Kantor Gubernur, di Jalan T. Nyak Arif, Jeulingke, Kec. Syiah Kuala, Kota Banda Aceh.

3.4 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variable yang diteliti.⁷³ Data primer didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara.⁷⁴ Sumber data diperoleh dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diantaranya adalah Jubir Satgas Covid-19 Aceh, Kepala Biro Perencanaan dan Komunikasi, Kepala Badan Penanggulangan Bencana Aceh (BPBA) kantor sekretariat Satgas Covid-19 Provinsi Aceh, Kepala Bagian Perencanaan Karo Humas Setda dan administrasi Pimpinan, Staf Humas Pemerintah Aceh, dan informan lainnya yang sesuai dengan kebutuhan tema yang diteliti.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis, (table, catatan, notulen, SMS, dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer. Data ini diperoleh atau dikumpulkan dan disatukan dari studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lainnya, seperti data dokumentasi, berita, buku-buku ilmiah, hasil penelitian dan arsip-arsip resmi lainnya.⁷⁵ Dalam hal ini akan melihat dan membaca berbagai artikel yang dipublikasi untuk dilakukan kajian lebih mendalam mengenai pemberitaan menyangkut Pemerintah Aceh dalam menyukseskan program vaksinasi.

⁷³ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Praktik, 2010).

⁷⁴ Oktavia, *Sistematika Penulisan Karya Ilmiah*.

⁷⁵ Syafrizal Helmi Sitomurang, *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis* (Medan: Usu Pers, 2010).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar daya yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam, observasi, dokumentasi.

3.5.1. Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu proses untuk mendapatkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.⁷⁶

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara semi terstruktur, yang mana nantinya peneliti menyiapkan topik dan daftar pertanyaan wawancara sebelum melakukan aktivitas wawancara. Peneliti nantinya akan menelusuri lebih jauh, mengembangkan suatu topik berdasarkan yang diberikan oleh informan. Peneliti nantinya akan lebih terbuka dalam setiap pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh informan, apabila nantinya terdapat suatu temuan baru maka akan dikembangkan lebih dalam lagi agar mendapatkan hasil yang mendalam.

⁷⁶ Bungin, *Penelitian Kualitatif (Edisi Kedua); Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*.

Wawancara dilakukan di kantor Gubernur Aceh di Jalan T. Nyak Arif, Jeulingke, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh. Waktu wawancara yang dilakukan beragam dan berbeda setiap individunya. Lama durasi wawancara yang dilakukan sepuluh menit hingga dua jam.

3.5.2. Dokumentasi

Studi dokumentasi atau analisis dokumen adalah suatu bentuk penelitian kualitatif dimana dokumen ditafsirkan oleh peneliti untuk memberikan suara dan makna mengenai suatu topik penelitian.⁷⁷

Dokumentasi yang didapat dalam penelitian terbagi menjadi dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu informasi yang diperoleh dari wawancara langsung dengan narasumber terkait kebijaksanaan, perencanaan, dan strategi komunikasi yang digunakan dalam program vaksinasi serta dokumen-dokumen pendukung seperti foto spanduk, baliho, foto kegiatan, struktur organisasi Satgas dan file pendukung lainnya. Peneliti juga mendapatkan buku petunjuk teknis, buku panduan pedoman pelaksanaan vaksinasi dan bentuk imbauan lainnya. Kemudian, data sekunder diperoleh dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya seperti tesis, skripsi, jurnal, buku, dan dokumen-dokumen resmi lainnya untuk memperkuat dan melengkapi informasi yang telah peneliti peroleh dari wawancara.

Untuk melengkapi data pendukung, peneliti melakukan kunjungan pada awal Maret 2022 di Posko Satgas Covid-19. Dari kunjungan tersebut peneliti memperoleh buku panduan vaksinasi yang dibuat oleh kementerian kesehatan pada waktu itu peneliti mendapatkannya di Posko Satgas Covid-19 di Jalan. Dr. Syarif Thayeb No.11, Bandar Baru, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh.

⁷⁷ Morissan, *Riset Kualitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

Kemudian setelah itu mengajukan surat penugasan penelitian secara langsung ke Kantor Gubernur Aceh di Jalan T. Nyak Arif, Jeulingke, Kec. Syiah Kuala, Kota Banda Aceh. Dalam kunjungan tersebut peneliti memperoleh data-data terkait seperti dokumen SK, foto-foto kegiatan, buku panduan, bentuk rilis media, dan data penting lainnya.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahapan pertengahan dari serangkaian penelitian yang mempunyai fungsi penting, yaitu proses untuk menyimpulkan dan memahami hasil dari rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Untuk mendapatkan jawaban yang sesuai dengan rumusan penelitian, maka terlebih dahulu diperlukan proses analisis data agar hasil data nantinya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.⁷⁸ Analisis data juga dikaitkan dengan serangkaian kegiatan seperti adanya penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademik, dan ilmiah.⁷⁹ Tujuan dari meringkas data agar mudah dipahami, ditafsirkan, sehingga hubungan antara problem penelitian dapat dipelajari dan di uji untuk diketahui validitasnya.

Nasution dalam Sugiono (2010) mengatakan, melakukan analisis adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kerja keras. Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ad acara tertentu yang dapat di ikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap data harus mencari sendiri metode yang

⁷⁸ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012).

⁷⁹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009).

dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bisa diklasifikasikan lain oleh peneliti yang berbeda.⁸⁰

Dari penjelasan diatas maka penulis menganalisis data sesuai dengan rumusan masalah pertama, dan kedua. Hasil penemuan penelitian akan di kaitkan dan dikategorikan apakah masuk dalam kategori jawaban yang dari rumusan masalah yang telah dipetakan sebelumnya. Jika memang masuk, maka temuan tersebut diambil sebagai jawaban dari rumusan masalah dengan mengelompokkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi sesuai dengan kebutuhan yang menjawab rumusan masalah satu dan dua.

Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian, yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*).

3.6.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini peneliti melibatkan hasil data yang diperoleh sebelumnya dari hasil data yang telah diproses sebelumnya dari hasil wawancara, dan studi dokumentasi. Selanjutnya melakukan pengelompokan data sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan dan sesuai rumusan masalah. Jika semuanya sudah disistematiskan, baru kemudian penulis menetapkan dan menyimpulkan hasil dari observasi, wawancara, maupun

⁸⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010).

dokumentasi, yang dapat dipahami oleh penulis maupun orang lain.⁸¹

3.6.2. Reduksi Data

Reduksi data (*display data*) dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk; uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sebagainya. Miles dan Huberman (1994) mengatakan, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif, selain itu display data juga dapat berupa grafik, matrik, network (jejaring kerja), fenomena sosial bersifat kompleks, dan dinamis, sehingga apa yang ditemukan saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung agak lama dilapangan akan mengalami perkembangan data. Dengan demikian karena ini fenomena sosial dan bersifat deskripsi maka penulis akan menguraikan dengan fenomena dan harapan yang diinginkan dalam mendapatkan jawaban.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, mencari tema, pola dan memfokuskan hal-hal penting, mencari tema, pola dan membuang hal-hal yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang jelas terhadap penelitian sebelumnya. Selain itu, reduksi data ini memberikan arah untuk mempermudah peneliti melakukan penelitian selanjutnya, yaitu mencari hal penting lainnya yang dianggap perlu. Dengan begitu, maka reduksi data menentukan tahapan-tahapan selanjutnya bagi peneliti dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan diawal.

Dalam reduksi data, dipandu oleh tujuan yang dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah temuan. Reduksi data

⁸¹ Syahrizal Abbas, *Panduan Penulisan Tesis Dan Disertasi Pascasarjana UIN Ar-Raniry* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Press, 2018).

merupakan proses berpikir yang memerlukan kecerdasan dan kekeluasaan dan kedalaman wawasan yang tinggi.⁸²

3.6.3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Miles dan Huberman dalam Suhiono (2010) menjelaskan dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa disajikan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3.6.4. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat penelitian kembali kepalangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian ini mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian dilapangan.

⁸² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2010)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Adapun panduan yang dijadikan dalam proses analisis data, dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil wawancara, pencatatan dokumen, dibuat catatan lapangan secara lengkap. Catatan lapangan ini terdiri atas deskripsi dan refleksi.
- 2) Berdasarkan catatan lapangan, selanjutnya dibuat reduksi data
- 3) Dari reduksi data kemudian diikuti penyusunan sajian data yang berupa cerita sistematis dengan suntingan peneliti supaya maknanya lebih jelas dipahami. Sajian data ini, dilengkapi dengan faktor pendukung, antara lain metode, skema, bagan, table dan sebagainya. Berdasarkan sajian data tersebut, kemudian dirumuskan kesimpulan bersama.
- 4) Kesimpulan bersama tersebut senantiasa akan terus berkembang sejalan dengan penemuan data baru dan pemahaman baru, sehingga akan didapat satu kesimpulan yang mantap dan benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
- 5) Dalam merumuskan kesimpulan akhir, agar dapat terhindar dari unsur subjktif, dilakukan upaya melengkapi data-data kualitatif dan mengembangkan “intersubjektivitas”, melalui diskusi dengan orang lain.

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil temuan penelitian yang sudah dilakukan di Pemerintah Aceh dengan mengumpulkan data-data. Kemudian dalam bab ini juga peneliti menjabarkan hasil temuan yang telah di dapat melalui hasil wawancara dan observasi dengan beberapa informan terkait, termasuk juga dokumentasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam Program Vaksinasi Covid-19..

4.1 Organisasi Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Provinsi Aceh

Gubernur Aceh, Nova Iriansyah, telah menandatangani Keputusan Gubernur Aceh, nomor 440/924/2020 tentang Pembentukan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 di Aceh, tertanggal 16 Maret 2020. Sekretaris Daerah Aceh, ditunjuk sebagai Koordinator Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019* di Aceh dan dibantu oleh para Asisten Sekretaris Daerah Aceh, masing-masing sebagai Wakil Koordinator I, II dan III. Sementara Kepala Dinas Kesehatan Aceh sebagai Ketua Gugus Tugas didampingi Kepala Pelaksana Badan Penanggulangan Bencana Aceh sebagai Wakil Ketua I dan Kepala Dinas Sosial sebagai Wakil Ketua II dan Kepala Biro Keistimewaan dan Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Aceh sebagai Sekretaris serta dibantu oleh 21 orang anggota yang terdiri dari para Kepala Satuan Kerja Perangkat Aceh, para Direktur Rumah Sakit dan para Kepala Biro di Lingkungan Sekretariat Daerah Aceh.

Sejak pertama di bentuk pada tahun 2020, Satgas Covid-19 Aceh telah mengalami perubahan. Tahun 2020 Satgas dibentuk lebih fokus dalam menangani pandemic dalam memutuskan rantai

penyebaran Covid-19, sementara pada tahun 2021 mengalami perombakan namun masih di dominasi orang lama, namun unsur Forkofimda lebih banyak di libatkan. Perombakan struktur organisasi Satgas ini seiring dengan masuknya program vaksinasi nasional dalam penanganan pandemi Covid-19. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya Satgas Covid-19 dibantu oleh Biro Humas Pemerintah Aceh dalam menyampaikan dan menyediakan informasi. Selain memiliki tugas dan fungsi pokok Biro Humas adalah unit organisasi dalam Sekretariat daerah aceh dalam melakukan fungsi manajemen bidang komunikasi dan informasi serta tugas-tugas kehumasan Pemerintah Aceh. Di masa pandemic Biro Humas ikut membantu dan menjalankan fungsinya dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

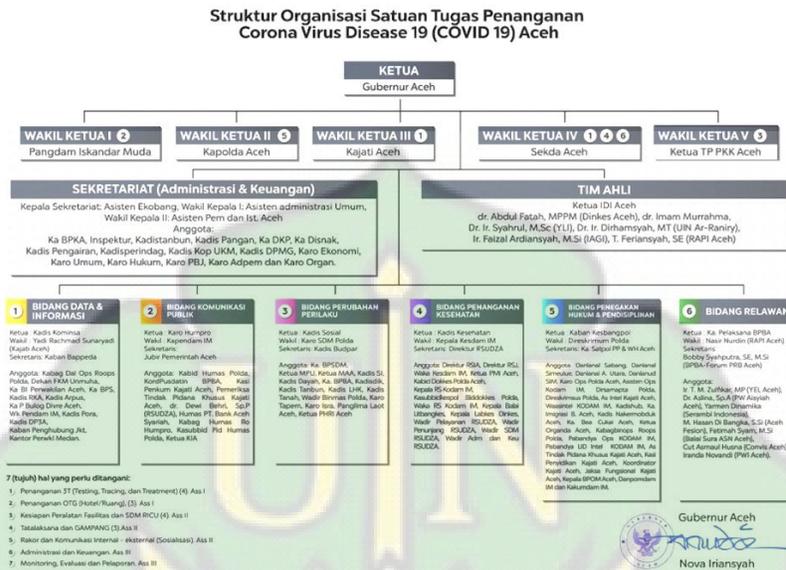
Adapun tugas dari Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 di Aceh sebagai berikut :

1. Menetapkan dan melaksanakan rencana operasional percepatan penanganan Covid-19 di Aceh;
2. Mengkoordinasikan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan percepatan penanganan Covid-19 di Aceh
3. Melakukan pengawasan pelaksanaan kegiatan percepatan penanganan Covid-19 di Aceh
4. Mengerahkan sumber daya untuk pelaksanaan kegiatan percepatan penanganan Covid-19 di Aceh
5. Melaporkan pelaksanaan percepatan penanganan Covid-19 di Aceh kepada Gubernur Aceh; dan
6. Melaksanakan tugas lainnya terkait dengan percepatan penanganan Covid-19 di Aceh.

Di antara beberapa fungsi dan tugas satgas Covid-19 di Aceh, Biro Humas Pemerintah Aceh menyesuaikan fungsinya di masa pandemic dalam menyajikan informasinya kepada masyarakat. Diantara beberapa fungsi humas saat pandemi Covid-19 adalah:

- 1) Membantu Pemerintah Aceh dalam manajemen pencegahan Covid-19 di seluruh Aceh
- 2) Membantu pelaksanaan program pemerintah dalam pencegahan Covid-19.
- 3) Memberikan petunjuk dan konsultasi kepada masyarakat dalam rangka pencegahan Covid-19 di Aceh.
- 4) Membantu pemerintah dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap Covid-19.
- 5) Membantu pemerintah dalam mengkomunikasikan pencegahan Covid-19 di Aceh.
- 6) Memberikan informasi kepada masyarakat secara terbuka dan akurat terkait Covid-19 untuk menghilangkan keraguan terhadap penyebaran Covid-19.
- 7) Membantu pemerintah Aceh dalam menyampaikan informasi terkait Covid-19 secara jujur.
- 8) Membantu pemerintah untuk menarik perhatian masyarakat terhadap upaya pencegahan Covid-19.

Struktur organisasi Satuan Tugas Penanganan Covid-19 Aceh



Gambar 1 Struktur Organisasi Covid-19 Aceh

Struktur organisasi diatas terdiri dari berbagai instansi pemerintahan dan non-pemerintah, segenap SKPA dan Forum Koordinasi Pimpinan Daerah Aceh (Forkopimda). Dalam tugas dan fungsi (tupoksi) setiap elemen memiliki peran dan kerja masing-masing dalam menyukseskan program vaksinasi.

4.2 Hubungan Kebijakan dan Perencanaan Komunikasi Pemerintah Aceh dalam Realisasi Program Vaksinasi Covid-19

Dalam menyukseskan sebuah program vaksinasi Covid-19, Pemerintah Aceh membutuhkan komunikasi publik mumpuni agar mendapatkan hasil yang maksimal maka dibutuhkan perencanaan yang matang dan strategi yang tepat. Penetapan strategi yang baik dan tepat akan berpengaruh terhadap berhasil atau tidaknya sebuah program yang telah dirancang, sehingga sangat sangat krusial untuk

menentukan keberhasilan suatu program. Perencanaan ini bertujuan untuk meminimalisir pemborosan sumber daya dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Suatu perencanaan komunikasi erat kaitannya dengan kebijaksanaan komunikasi, sebelum membuat perencanaan hal pertama yang dilakukan adalah membuat kebijaksanaan komunikasi. Kemudian disusul dengan perencanaan dan strategi, sehingga program yang telah rencanakan mencapai hasil yang maksimal.

Pada tahap kebijaksanaan komunikasi, Pemerintah Aceh tidak membuat kebijakan khusus terkait Program Vaksinasi Covid-19. Kebijakan yang digunakan sebagai pedoman dalam membuat perencanaan sosialisasi vaksin Covid-19 berpedoman pada peraturan Presiden RI No. 14 Tahun 2021 tentang pengadaan vaksin dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan Covid-19. Kemudian peraturan Menteri Kesehatan RI No. 10 Tahun 2021 tentang pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi. Untuk itu Pemerintah Aceh menjalankan kebijakan dan program dari pemerintah pusat dalam penanggulangan dan program vaksinasi Covid-19, hal tersebut seperti yang disampaikan Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani:

“Pemerintah Aceh tentu saja menjalankan program nasional yang diadopsi dari WHO, jadi strandarnya sama sebenarnya diseluruh dunia, jadi yang mengeluarkan kebijakan berdasarkan analisis epidemiologi dan ahli-ahli kesehatan di WHO, kemudian diadopsi oleh Pemerintah Indonesia kemudian juga dijalankan di daerah. Karena penanganan bencana ini terstruktur, tersistematika dengan baik, maka dibentuklah tim Satgas tingkat nasional, tingkat daerah, kabupaten kota, bahkan ada ketingkat gampong kalau di Aceh.”⁸³

⁸³ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022,” n.d.

Pembentukan Satgas ini juga sejalan dengan instruksi Pemerintah Pusat kemudian dijalankan oleh Pemerintah Aceh melalui Keputusan Gubernur Aceh, No 440/ 1615 tahun 2021 tentang perubahan atas keputusan Gubernur Aceh No. 440/1495 tahun 2020 tentang pembentukan gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 di Aceh. Untuk memastikan bahwa program nasional tetap *on the track* Pemerintah Aceh memiliki landasan yuridis dan menyusun beberapa perencanaan sepanjang tahun 2020-2022, diantaranya:⁸⁴

- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021 tentang perubahan atas peraturan Presiden No. 99 Tahun 2020 tentang pengadaan vaksinasi dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan Pandemi Covid-19.⁸⁵
- Keputusan Menteri Dalam Negeri R.I Nomor 440-842 Tahun 2020 tentang Perubahan atas keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 440-830 Tahun 2020 Tentang Pedoman Tata Normal Baru Produktif dan Aman Corona Virus Disease 2019 Bagi Aparatur Sipil Negara di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
- Keputusan Menteri Kesehatan R.I Nomor Hk.01.07/Menkes/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri Dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha Pada Situasi Pandemi.

⁸⁴ Pemerintah Aceh, *Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Pemerintah Aceh: Pedoman Tata Normal Baru Produktif Aman Covid-19*, ed. Henny Nurmayani (Banda Aceh, 2020).

⁸⁵ Perpres Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021, "Perpres Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021."

- Surat Edaran Menteri Kesehatan Nomor HK.02.01/MENKES/335//2020 tentang Protokol Pencegahan Penularan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Di Tempat Kerja Sektor Jasa dan Perdagangan (Area Publik) Dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha.
- Surat Gubernur Aceh No. 800/7669 tentang Perpanjangan Penyesuaian Sistem Kerja Pegawai Dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Covid-19 Fase New Normal di Lingkungan Pemerintah Aceh.
- Surat Gubernur Aceh No. 412.2/7718 tentang Protokol Kesehatan untuk Pencegahan dan Penanganan Penyebaran Covid-19 di Gampong.
- Surat Gub Aceh No. 440/7712 tentang Penegakan Protokol Kesehatan dalam Pencegahan dan pengendalian Covid-19 bagi Perusahaan Pertambangan, Mineral dan batubara di Aceh.
- SK Gubernur Aceh No. 440/1177 / 2020 tentang Penetapan Perpanjangan Status Tanggap Darurat skala Provinsi untuk penanganan Covid-19.
- Surat Edaran Gubernur Aceh No. 440/7715 tentang Pencegahan Penyebaran Covid-19 dalam Tatanan Normal Baru (New Normal).
- Surat Gubernur Aceh No. 440/7713 tentang Kerjasama Puskesmas dan Dayah Terhadap Protokol Kesehatan di Dayah.
- Surat Gubernur Aceh No. 440/7713 tentang Kerjasama Puskesmas dan Dayah Terhadap Protokol Kesehatan di Dayah.
- Surat Gubernur Aceh No 510/7714 tentang Instruksi Pelaksanaan Normal Baru kepada Bupati-Walikota Se-Aceh.

- Surat Edaran Gubernur Aceh No 440/7699 tentang Panduan Pencegahan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi.
- Surat Edaran Gubernur Aceh No 440/7668 tentang Protokol Pencegahan Penularan Covid-19 di Tempat Kerja Sektor Jasa dan Perdagangan (Area Publik) dalam mendukung keberlangsungan Usaha.
- Surat Gubernur Aceh No. 518/7719 tentang Penegakan Protokoler Kesehatan dalam Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 Koperasi dan UKM. 16. Instruksi Gubernur Aceh No.08/Instrk/2020 tentang Perpanjangan Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam masa Tanggap Darurat Covid-19 di Aceh.

Landasan yuridis tersebut yang menjadi prinsip dasar Pemerintah Aceh dalam menangani Covid-19 dan program vaksinasi. Peraturan Kementerian Kesehatan digunakan sebagai pedoman dalam membuat sebuah perencanaan Gubernur Aceh sebagai acuan, pedoman dan asas bagi seluruh pemerintah daerah dalam menyelesaikan vaksinasi.

Kebijakan komunikasi komunikasi tidak bisa dipisahkan dari berbagai kebijakan publik, untuk itu kita melihat pendekatan teori kebijakan publik diantaranya:⁸⁶

1. Memiliki tujuan yang jelas

Kebijakan komunikasi dalam sosialisasi vaksinasi Covid-19 memiliki tujuan untuk membantu program nasional dalam

⁸⁶ Yudi Rusfiana dan Awan Y Abdoellah, TEORI DAN ANALISIS KEBIJAKAN PUBLIK (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016).

menyukseskan program vaksin nasional. Pemerintah Provinsi Aceh kemudian diikuti oleh pemerintah kabupaten/kota, menjalankan program vaksinasi ini kepada masyarakat dengan tujuan yang jelas. Kemudian Pemerintah Aceh juga memiliki tujuan agar informasi yang dikemas dapat disebarluaskan dengan baik, sehingga dapat memotivasi masyarakat untuk berperan aktif dalam menyukseskan program vaksinasi Covid-19 di Aceh. Tujuan khusus pemberian vaksinasi adalah untuk meningkatkan kekebalan kelompok (*herd immunity*) sehingga masyarakat kebal terhadap virus setelah mendapatkan vaksinasi.

2. Berisi tindakan pejabat Pemerintah

Pemerintah Aceh dalam menjalankan komunikasi sebagai penyedia informasi merupakan hasil tindakan dari Surat Kepres RI No. 14 Tahun 2021 dan aturan Menteri Kesehatan RI No. 10 tahun 2021 tentang pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi. Pemerintah provinsi mengintruksikan kabupaten/kota, kecamatan, dan gampong untuk mengimplementasikan sesuai dengan sumber daya dan kondisi wilayah. Dalam hal ini Pemerintah Aceh berada dalam tahap implementasi kebijakan pemerintah pusat dalam program vaksinasi dan tidak membuat kebijakan komunikasi secara khusus atau merancang sendiri terkait sosialisasi vaksinasi Covid-19. Untuk mempermudah koordinasi ditingkat daerah-daerah Pemerintah Aceh membentuk satgas daerah bahkan sampai ketinggian gampong. Hal tersebut seperti yang disampaikan Jubir Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani.

“...karena penanganan bencana ini terstruktur, tersistematika dengan baik, nah dibentuklah tim Satgas tingkat nasional,

tingkat daerah, kabupaten kota, bahkan ada ketinggian gampong kalau di Aceh.”⁸⁷

Pemerintah Aceh dalam hal ini melakukan koordinasi setiap jajarannya untuk melakukan upaya semaksimal mungkin dalam penanganan Covid-19 dengan upaya vaksinasi. Saat itu posko Covid-19 dan gerai vaksinasi terdapat di setiap daerah kabupaten/kota di Aceh. Langkah ini menunjukkan begitu seriusnya Pemerintah Aceh dalam penanganan dan pengendalian pandemi dengan upaya vaksinasi.

3. Memperlihatkan apa yang dilakukan pemerintah

Semua bentuk tindakan yang dilakukan Pemerintah Aceh dalam sosialisasi program vaksinasi tertuang dalam Peraturan Presiden RI No. 14 Tahun 2021 tentang pengadaan vaksin dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan Covid-19. Kemudian peraturan Menteri Kesehatan RI No. 10 Tahun 2021 tentang pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi. Kemudian ada Keputusan Gubernur Aceh No, 440/1028 Tahun 2022. Tentang pembentukan Gugus Tugas percepatan penanggulangan Covid-19 di Aceh.

Kemudian dalam buku pedoman pencegahan dan pengendalian Covid-19, yang diterbitkan Kementerian Kesehatan RI tahun 2020, di gunakan Pemerintah Aceh sebagai acuan dalam penanganan dan pengendalian Covid-19 di Aceh dengan menjalankan seluruh poin-poin kebijakan yang ada dalam buku petunjuk tersebut. Selain dari itu Pemerintah Aceh mengeluarkan kebijakan pembentukan gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 melalui Keputusan Gubernur Aceh No. 440 Tahun 2020. Kemudian Pemerintah Aceh menyusun buku Penanganan Covid-19

⁸⁷ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

Pemerintah Aceh: Pedoman Tataan Normal Baru Produktif dan Aman Covid-19. Buku pedoman tersebut disosialisasikan ke seluruh SKPA, kabupaten/kota di Aceh, lintas sektor, sekolah, dayah, organisasi islam, masjid, rumah sakit, puskesmas, sampai ke posko kesehatan di daerah-daerah. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Jubir Covid-19 Aceh.

“Jadi pendekatan itu semua level dan semua instrument yang ada, media yang ada, termasuk menggunakan kendaraan dinas, masjid, rumah ibadah, surau-surau. Bahkan kita juga melibatkan misalnya daerah-daerah terpencil dan terluar daerah perbatasan kita juga melibatkan atau menugaskan dai-dai perbatasan untuk juga menyampaikan tentang pentingnya vaksinasi untuk mencegah Covid-19.”⁸⁸

Pemerintah Aceh dalam hal ini bersifat konsisten dalam upaya penanganan Covid-19 dan upaya terus dilakukan baik dalam bentuk tindakan konkret maupun sosialisasi terus dilakukan.

4. Bersifat positif

Pembentukan Satgas Provinsi Aceh sebagai implementasi program pemerintah dalam penanganan Covid-19 bernilai positif bagi masyarakat Aceh dalam penanganan Covid-19 dan vaksinasi. Meski pada tahun 2021 cakupan vaksinasi Aceh dibawah rata-rata nasional, kini cakupan vaksinasi Aceh mengalami peningkatan drastis.

“Di awal-awal program ini, karena kita sadar dengan hasil riset WHO dengan Kementerian Kesehatan bahwa ada semacam tingkat penerimaan di Aceh sangat rendah maka yang kita lakukan adalah sosialisasi massif. Sosialisasi massif itu mulai dari tingkat provinsi dengan berbagai media

⁸⁸ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.” Jumat 24 Juni 2022

karena di provinsi sendiri memiliki jurubicara covid-19 yang memang secara tugasnya yang utama mensosialisasi, menjelaskan, mengedukasi masyarakat tentang segala hal yang terkait dengan pandemi Covid-19 termasuk vaksinasi.”⁸⁹

Kemudian ada penyuluhan-penyuluhan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan kabupaten/kota Satgas Covid-19 kabupaten / kota hingga ke Satgas Gampong. Apalagi kita didesa itu memiliki kader, disana itu ada namanya kader desa, diposyandu, dan ada juga bidan desa, semua melakukan gerakan sosialisasi. Meski berbagai sosialisasi dan penyuluhan dilakukan terkait vaksinasi Covid-19, namun kebijakan ini juga dinilai negatif oleh sebagian masyarakat terutama bagi mereka yang tidak mendukung vaksinasi (kontra), bahkan ditengah masyarakat kita apa yang disebut anti-vaksin yang menolak vaksin dengan berbagai alasan. Untuk itu diperlukan usaha yang ekstra dan penanganan yang tepat untuk mengatasi hal semacam ini, bahkan bila perlu diberikan sanksi terhadap masyarakat yang menolak untuk di vaksin. Padahal dalam Perpres no. 14 tahun 2021 di sampaikan, bahwa bagi mereka yang tidak mengikuti vaksinasi akan dikenalan sanksi administrative. Langkah ini sangat diperlukan untuk menertibkan sebagian masyarakat yang tidak mengikuti aturan demi kemaslahatan masyarakat yang lebih luas.

5. Bersifat memaksa

Pemerintah Aceh menggunakan kekuasaan untuk mempengaruhi kebijakan dalam penanganan vaksinasi. Hal ini

⁸⁹ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

dilakukan untuk memberikan penekanan kepada masyarakat yang tidak mematuhi aturan.

“Saya kira kekuasaan itu memang kita adakan supaya orang, yang lemah terlindungi. Tugas negara melindungi segenap bangsa, nah yang mendapatkan representative negara siapa, ya pemerintah yang diberi kedaulatan oleh rakyat, melalui pilkada. Anda saya pilih sebagai presiden, sebagai gubernur atau bupati saya beri kepercayaan untuk melindungi kami dan meningkatkan kesejahteraan kami dari segala unsur itu.”⁹⁰

Pendekatan administratif dan memaksa dibuat pemerintah untuk memberikan intervensi kepada masyarakat yang menolak vaksin sehingga ruang geraknya jadi terbatas. Sanksi yang diberikan tergantung terhadap pelanggaran yang diberikan, sesuai dengan Perpres no. 14 tahun 2021, bagi masyarakat yang tidak melakukan vaksinasi akan dikenakan sanksi administratif dan penahanan sementara bantuan sosial. Cara ini terbilang ampuh demi menaikkan cakupan vaksinasi yang pada saat itu masih dibawah rata-rata nasional.

“Pendekatan administratif itu salah satunya penerapan sanksi administrative paling efektif diberlakukan pada kalangan yang terkoordinir, misalnya juga dilakukan sanksi bagi aparat pemerintah daerah Aceh yang mudik lebaran, itu penekanannya administratif, itu pelanggaran administratif, kalau itu di langar ada sanksinya dari pimpinan karena itu kebijakan”.⁹¹

⁹⁰ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

⁹¹ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

Pemerintah Aceh menerapkan prokol yang ketat terhadap pelaku perjalanan, seperti di pelabuhan, bandara dan terminal bus. Tes antigen dan swab merupakan syarat utama perjalanan. Jika syarat perjalanan tersebut tidak terpenuhi, dipastikan akan tertahan saat pemeriksaan.

Dalam melakukan erencanaan komunikasi setidaknya mengikuti unsur berikut:

1. Fact finding

Perencanaan dimulai dengan melakuka identifikasi masalah yang terjadi di Aceh. Dalam proses mengidentifikasi masalah, pemerintah Aceh mendapatkan laporan dan pemberitaan media terkait kisruh dalam penanganan vaksinasi ditingkat daerah. Aksi penolakan yang terjadi Dermaga Pelelangan Ikan di Ujong Serangga, Kecamatan Susoh, Abdya adalah sekelumit persoalan belum matangnya edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tersebut. Sehingga aksi penolakan dan pengrusakan gerai vaksin yang buat petugas vaksin mengalami kerusakan. Persoalan ini langsung bisa ditangani oleh Polsek Abdya dengan melakukan pendekatan kepada para warga tersebut. Selalng bebebapa hari mereka menerima vaksinasi tanpa ada hambatan berarti. Aksi ini mengindikasikan bahwa perlunya sosialisasi dan edukasi melalui pendekatan budaya lokal, sehingga masyarakat teredukasi dengan baik untuk menerima vaksin dengan aman. Persoalan lain yang menjadi masalah di masyarakat adalah beredarnya isu halal-haram vaksinasi. Padahal MUI mengeluarkan fatwa bahwa vaksin Covid-19 jenis Sinovac halal dan boleh digunakan. Perlu pendekatan dengan tokoh ulama untuk meluruskan pemahaman tersebut. Temuan lain adalah masih masifnya berita bohong (hoax) terkait vaksinasi yang beredar di masyarakat. Para pendengung ini memanfaatkan media sosial dalam penyebaran berita bohong. Bagi sebagian masyarakat

yang memiliki literasi rendah diyakini akan mudah terpapar informasi bohong tersebut.

“...informasi tentang dua hal ini melimpah ruah dimedia mainstream maupun media massa lainnya termasuk media elektronik. Yang kurang adalah bagaimana masyarakat memilah informasi yang benar dengan informasi yang hoaks.”⁹²

Secara psikologis orang cenderung akan *men-share* informasi yang dia yakini benar, atau sependapat dengan dia. Contoh kasus yang kita temui dalam masyarakat ketika ada seseorang yang tidak setuju dengan vaksinasi, kemudia ia menerima pesan yang masuk dengan menyatakan efek vaksin akan menjadi lumpuh. Kemudian informasi semacam ini dibagikan kepada media sosial dan grub *whatsapp*, anehnya banyak grub tanpa melalui *cross check*, padahal setelah di *cross check* ternyata bukanlah informasi yang benar melainkan informasi bohong (hoax). Hal semacam inilah masyarakat tidak begitu yakin akan vaksinasi sehingga enggan di vaksinasi.

2. Planning

Langkah selanjutnya setelah mengidentifikasi fenomena yang ada adalah merancang perencanaan. Langkah pertama yang dilakukan Pemerintah Aceh adalah:

⁹² “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

a. Menetapkan tujuan

Dalam menetapkan tujuan dalam sosialisasi pesan vaksinasi kepada masyarakat, Pemerintah Aceh mengacu pada buku petunjuk teknis yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan RI. Dimana semua tindakan dilapangan harus selaras dengan program nasional dan tujuan nasional, yaitu untuk mencapai target imunisasi kelompok (*herd immunity*). Hal tersebut dilakukan dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya vaksinasi Covid-19 di tengah pandemi. Tujuan lain adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Aceh pentingnya menjaga kesehatan agar terhindar dari paparan virus corona. Melalui vaksinasi masyarakat punya antibody kebal terhadap virus sehingga tidak mengalami sakit berat, dengan begitu kekebalan kelompok kan tercapai dengan sendirinya.

b. Khalayak

Selanjutnya Pemerintah Aceh menentukan target khalayak, seperti sasaran yang akan di vaksinasi, petugas tenaga kesehatan (nakes) dilapangan seperti posko dan gerai vaksinasi, Rumah Sakit, Puskesmas, Posyandu, serta khalayak lain seperti lintas sektor, tokoh agama, sekolah dayah-dayah, pesantren, dan masing-masing desa.

“Saat itu kalau gak salah maret 2021 mulai sosialisasi vaksin, termasuk Sekda dengan jajaran Pemerintah Aceh juga melakukan roadshow juga keliling seluruh Aceh juga terutama di sekolah-sekolah yang dibawah kewenangan provinsi, SMA, SMK, Sekolah Luar Biasa, yang diharapkan juga menular ke sekolah-sekolah yang dibawah kewenangan kabupaten kota, jadi saat itu setiap siswa diwajibkan untuk vaksin, memang ada kendala penolakan dari orang tua dianggap pemaksaan itu lain cerita, pokoknya itu penanggulangan Covid.”

c. Pesan

Pesan merupakan elemen penting dalam komunikasi. Untuk itu penyediaan pesan dalam program sosialisasi vaksinasi merupakan strategi penting dalam upaya edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat. pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk symbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.

Pesan dibuat harus mudah dicerna, tidak bertele-tele dan informasinya jelas. Tingkat pemahaman masyarakat dalam memahami pesan beragam, sehingga dalam hal ini pemerintah Aceh perlu mendesain pesan yang ramah dan mudah dipahami. Pemerintah Aceh memiliki sumber daya untuk mengemas pesan-pesan komunikasi.

“Sebagian dibuat oleh biro humas, sebagian dibuat oleh Dinas Kesehatan, di promkesnya. Tapi kalau kegiatan yang dari pimpinan itu sebagian besar atau semuanya dibuat oleh biro humas. Kalau di Dinkes mereka juga punya bidang promosi kesehatan, nah mereka mungkin punya juga bahan-bahan promosi diluar yang kami buat.”⁹³

Dalam sosialisasi vaksinasi pemerintah Aceh menadopsi pesan-pesan dari kementerian kesehatan seperti anjuran vaksinasi, imbauan tentang vaksinasi dan sosialisasi lainnya. Secara substansi pesan yang sudah dirancang dari pusat tidak jauh berbeda hanya disesuaikan sesuai dengan komunikasi masyarakat daerah.

d. Strategi dan taktik

⁹³ “Hasil Wawancara Kepala Bagian Perencanaan Dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022,” n.d.

Pemerintah Aceh melakukan beberapa gebrakan strategi dan taktik dalam penanganan Covid-19, meski program-program yang dijalankan sebagian besar diaopsi dari pusat namun ada program gebrakan masker pada setiap hari Jumat. Hal ini seperti yang dikataka Jubir Covid-19 Saifullah Abdulgani:

“Misalnya beberapa hal kita lakukan gebrakan masker di hari Jumat, dan itu dilakukan massif seluruh Aceh dan seluruh masjid. Disamping membagi masker juga memberikan edukasi tentang vaksinasi. Bahkan pada hari itu para khatib menyampaikan tentang pesan-pesan bahayanya covid-19 dan pentingnya vaksinasi untuk mencegah terjadinya infeksi, walaupun terjadi infeksi tidak sampai sakitnya lebih parah dan meninggal atau meningkatkan resiko kematian. Yang kedua, selain dari tokoh agama juga dengan tokoh masyarakat, pers tentu saja, kemudian, media luar gedung seperti baliho, spanduk, termasuk di kendaraan-kendaraan dinas. Jadi kemanapun masyarakat menoleh itu akan melihat tentang pesan-pesan pentingnya vaksinasi covid-19 sehingga strategi ini nampaknya juga memberikan kontribusi terhadap naiknya capaian.”⁹⁴

Pemerintah Aceh juga rutin melakuka zikir setiap pagi Jumat secara virtual zoom ke seluruh SKPA dan sekolah-sekolah dibawa kendali provinsi seperti SMA dan SMK. Zikir dan evaluasi masa pandemic tersebut rutin dilakukan oleh Sekda Aceh sebagai koordinator Satgas Covid-19.

e. Skala waktu dan sumber daya

Setelah menetapkan strategi dan taktik yang digunakan dalam sosialisasi vaksin Covid-19, langkah selanjutnya adalah menetapkan

⁹⁴ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

skala waktu pelaksanaan sosialisasi vaksinasi. Waktu yang ditetapkan untuk melakukan penyebaran informasi sosialisasi Pemerintah Aceh sejak tahun 2020 hampir setiap hari yang berkenaan dengan berita dan informasi Covid-19 dan vaksinasi. Pada tahun pertama Covid-19 yaitu pada tahun 2020, informasi terfokus pada kampanye protokol kesehatan dan imbauan tentang bahaya Covid-19. Menjelang masuhnya vaksinasi di tahun 2021 Pemerintah Aceh menjalankan publikasi secara berkala untuk sosialisasi vaksinasi, mulai disembarkannya berita dalam bentuk *straignews*, pesan-pesan himbauan di baliho, brosur, stiker tempel mobil, spanduk, iklan radio, koran, dan melalui *platform* media sosial.

3. *Communication and action*

Pada tahap ini Pemerintah Aceh melakukan tindakan komunikasi untuk menyampaikan perencanaan yang telah dirancang kepada masyarakat terkait sosialisasi vaksinasi Covid-19. Target sasaran yang mencapai 4.028.891 orang.⁹⁵ Dalam hal ini Pemerintah Aceh melakukan komunikasi dengan mitra kerja pemerintah seperti Dinas Kesehatan Aceh sebagai petugas lapangan dalam vaksinasi. Komunikasi tersebut dilakukan dengan mengadakan sosialisasi dan koordinasi dengan mitra dan pelatihan petugas kesehatan untuk membantu pelaksanaan vaksinasi. Kemudian Pemerintah Aceh mengikut sertakan pada dai-dai, tokoh alim ulama dalam hal sosialisasi tersebut dengan diisi pemateri dari Dinkes Aceh, hal ini

⁹⁵ Dinkes Aceh, “Vasinasi Covid-19 Di Aceh Sudah Tembus 1,3 Juta Orang” (2021).

supaya para komunikator ini tereduksi saat melakukan kegiatan ceramah ke daerah daerah.

“Untuk ulama ini menyampaikan kepada masyarakatkan ulamanya dulu yang harus kita berikan informasi yang sebenarnya tentang vaksin ini yang kemudian diharapkan melalui para ulama dan para dai ini akan menyampaikan baik dalam momen khusus sosialisasi vaksin Covid-19 ataupun nanti di sela-sela ada ceramah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, tentang pentingnya dilakukan vaksinasi.”⁹⁶

Dalam kegiatan tersebut Pemerintah Aceh memberikan informasi dan dan pemahaman kepada para penceramah untuk memaksimalkan potensi mereka dalam menyampaikan pesa-pesan vaksinasi kepada masyarakat.

4. Evaluation

Evaluasi perlu dilakukan untuk memastikan program berjalan sesuai dengan perencanaan, untuk itu Pemerintah Aceh rutin melakukan rapat evaluasi dengan segenap jajarannya khususnya yang tergabung dalam SKPA

“Kalau evaluasi Pak Sekda memang rutin beliau melakukan evaluasi terhadap capaian dari vaksin ini sendiri, bisa dibilang pada saat sedang gencar-gencarnya sosialisasi vaksin ini setiap Sekda melakukan karena Pemerintah Aceh ini kan setiap pagi ada zikir yang dilakukan secara zoom melibatkan semua SKPA, melibatkan semua sekolah SMA, SMK dan juga BUMD pada kesempatan itu Sekda melakukan evaluasi, yang dilaporkan setiap pagi digilir

⁹⁶ “Hasil Wawancara Kepala Bagian Perencanaan Dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022

untuk melihat capaian vaksin di beberapa sekolah beberapa daerah.”⁹⁷

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi.

Dalam studi komunikasi, evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan cara uji awal (pretesting) dan uji akhir (post-testing). Uji awal biasanya dilakukan untuk mengetahui apakah pesan-pesan itu tidak melanggar etika sosial, agama dan budaya setempat. Sedangkan uji akhir (post-testing) dilakukan untuk melihat hasil proses komunikasi yang telah dilaksanakan, apakah cukup efektif sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

4.3 Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh Dalam Realisasi Vaksinasi Covid-19

4.3.1. Komunikasi informasi melalui media

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Isi pesan maksudnya ialah kemasan pesan untuk komunitas tertentu. Untuk masyarakat luas sebaiknya pesan disampaikan melalui media massa, misalnya surat kabar, televisi, dan untuk komunitas tertentu digunakan media selebaran atau saluran komunikasi kelompok. Dalam menyajikan informasi ke masyarakat, Pemerintah Aceh melakukan penyebaran informasi terkait sosialisasi vaksin Covid-19 melalui media-media

⁹⁷ “Hasil Wawancara Kepala Bagian Perencanaan Dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022.”

media lama dan media baru. Media lama seperti televisi, radio, media cetak (koran), dan media baru berbasis digital seperti media online. Dengan memanfaatkan saluran yang ada Pemerintah Aceh melakukan penyebaran informasi vaksinasi secara massif dan adaptif. Hal tersebut seperti yang dikatakan Syafrizal, Kepala Bagian Perencanaan dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan:

“...Kita melakukan sosialisasi melalui publikasi media cetak, media online, televisi, kemudian melalui brosur, baliho spanduk, website pemerintah Aceh. Kalau televisi saya pastikan dulu bagian publikasinya, kalau media cetak Serambi Indonesia dan Rakyat Aceh.”⁹⁸

a. Media Lama

1. Media Cetak

Media cetak adalah saluran komunikasi dimana pesan-pesan komunikasi tertulis maupun dalam bentuk gambar dalam bentuk cetak. Surat kabar atau media cetak lainnya memiliki kelebihan, yakni bisa dibaca oleh banyak orang terutama dalam satu rumah, kantor, warung kopi, asrama, hotel, terminal dan lainnya. Sayangnya media cetak seperti ini tidak memiliki jangkauan yang jauh, kecuali hanya tempat-tempat yang bisa dijangkau. Pemerintah Aceh dalam publikasi pesan-pesan sosialisasi kepada masyarakat Aceh menggunakan koran Serambi Indonesia dan Harian Rakyat Aceh sebagai saluran untuk memuat pemberitaan vaksinasi dari Pemerintah Aceh. Kontennya bisa berupa pariwisata, rilis media dan bentuk iklan lainnya.

⁹⁸ Hasil wawancara Kepala Bagian Perencanaan dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022

2. Media Luar Gedung

Media luar gedung biasanya dikaitkan dengan estetika dalam bentuk lukisan, desain yang proporsional dan ditempatkan ditempat-tempat yang ramai dilihat orang banyak. Jangkauannya terbatas hanya orang yang lewat saja bisa mencuri perhatiannya untuk dibaca sepiintas lalu, tapi punya kelebihan bisa bertahan lama dan dilihat berulang-ulang. Bentuk media luar ruangan seperti spanduk, baliho, billboard, stiker bendera umbul-umbul dan lainnya. Pemerintah Aceh menggunakan media luar gedung untuk melakukan kampanye vaksinasi. Hal tersebut seperti disinggung Jubir Covid-19 Aceh Saifullah Abdulgani.

“Kemudian ada media luar gedung seperti baliho yang sifatnya statis, ada spanduk ada informasi launching dan vaksinasi massal, kemudia ada pembagian-pembagian brosur yang dilakukan informasi itu disebar kepada pengguna jalan, biasanya bersamaan dengan pembagian masker dan pesan vaksinasi”⁹⁹

Publikasi melalui media luar gedung oleh Pemerintah Aceh tidak hanya dalam bentuk baliho, tetapi ada juga dalam bentuk lainnya seperti stiker di mobil-mobil dinas, brosur, billboard dan lainnya.

3. Media Format Kecil

Media format kecil biasanya terdiri atas berbagai macam media, tetapi bentuknya lebih kecil, dan isinya terkadang terfokus pada satu macam informasi. Mudah dibawa kemana-mana dan mudah menarik perhatian orang banyak. Bentuk media format kecil ini adalah cetakan, stiker, pin, bulletin leaflet, selebaran brosur,

⁹⁹ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

poster dan lainnya. Pemerintah Aceh menggunakan brosur, stiker dan *leaflet* untuk mensosialisasikan program vaksinasi Covid-19 biasanya penyebaran media format kecil ini diikuti dengan serangkaian acara yang dibuat, misalnya saat vaksinasi massal, pembagian masker di jalan, saat kunjungan ke sekolah-sekolah, dan kegiatan Pemerintah Aceh lainnya.

b. Media Baru (New Media)

Media baru muncul pada tahun 1990, dengan terbitnya buku "*the second media age*" yang menggambarkan munculnya teknologi interaktif dan komunikasi jejaring, khususnya internet yang akan mengubah kehidupan masyarakat alam berkomunikasi.

1) Internet

Pemerintah Aceh menggunakan media berbasis internet untuk melakukan publikasi kepada masyarakat. kelebihan media ini punya jangkauan yang luas dan bisa diakses kapan saja tanpa terikat jarak dan waktu. Dalam menyajikan informasi kepada publik terkait vaksinasi Pemerintah Aceh Pemerintah Aceh, menggunakan laman <http://humas.acehprov.go.id/>, website dinas kesehatan di laman <https://dinkes.acehprov.go.id/> serta media massa berbasis online lainnya yang ada di Aceh dan luar Aceh.

"...kemudian ada media baru, seperti media online. Kemudian kalau di Pemerintah Aceh itu, di biro humasnya kalau di cek disana ada berbagai *platform* media sosial disana, di isntagram, facebook, ada twitter. Update komunikasi covid-19 juga di tayangkan juga di website dinas kesehatan"¹⁰⁰

¹⁰⁰ "Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022."

Media internet memiliki banyak kelebihan, antara lain: (1) kemampuan untuk menembus batas wilayah, ruang dan waktu, (2) memperluas akses memperoleh informasi global, (3) meningkatkan kemampuan untuk berserikat secara bebas, (4) mengancam tatanan yang telah mapan, seperti pemerintahan otokrasi, serta (5) memiliki kecepatan perkembangan dan penyebaran yang sulit diatasi.

Hal ini sejalan dengan pendapat Mc Quail (2010:141) bahwa media baru memiliki ciri, yakni; (1) digitalisasi dan covergensi pada semua aspek media, (2) interaktif dan konektivitas yang tinggi, (3) mobilitas pengiriman dan penerimaan informasi yang cepat, (4) adaptasi publikasi dan peran baru khalayak, (5) menjadi *gateway* untuk bisa mengakses informasi di web, (6) kaburnya institusi media yang selama ini dikembangkan pada media massa.

4.3.2. Strategi komunikasi dengan pemilihan komunikator yang tepat

Pemerintah Aceh telah menggunakan strategi komunikasi dengan membuat Juru Bicara Covid-19 sebagai pusat informasi Pemerintah Aceh dalam menyiarkan informasi Covid-19 dan program vaksinasi. Komunikator yang tepat seperti menunjuk Saifullah Abdulgani sebagai Juru Bicara Covid-19 adalah langkah yang strategis dimana komunikator harus memiliki kredibilitas, daya tarik dan kekuatan yang menjadikannya dipilih sebagai komunikator dalam penyampain informasi Covid-19 dan vaksinasi. Hal ini sesuai apa yang di katakana Cangara dalam bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, bahwa terdapat 3 syarat yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator. Pertama, memiliki tingkat kepercayaan orang lain pada dirinya (kredibilitas), kedua, memiliki daya tarik, dan yang ketiga memiliki kekuatan (*power*). Jika dilihat dari *track record* Saifullah Abdulgani sebelumnya memiliki pengalaman yang sama yaitu sebagai juru bicara Pemerintah Aceh.

Hal ini mengindikasikan bahwa secara konsistensi Pemerintah Aceh mempertahankan pola komunikasi selama ini dengan memberikan informasi Covid-19 dan vaksinasi dengan menghadirkan Juru Bicara Covid-19 sebagai informasi resmi Pemerintah Aceh.

“Sosialisasi massif itu mulai dari tingkat provinsi dengan berbagai media karena di provinsi sendiri memiliki jurubicara covid-19 yang memang secara tugasnya yang utama mensosialisasi, menjelaskan, mengedukasi masyarakat tentang segala hal yang terkait dengan pandemi covid-19 termasuk vaksinasi.”¹⁰¹

Laporan yang disampaikan oleh Jubir Covid-19 secara berkelanjutan merupakan bentuk konsistensi Pemerintah Aceh dalam menyediakan informasi saat pandemi Covid-19. Meski demikian laporan semacam itu tidak dipraktekkan lagi karena tren Covid-19 mengalami penurunan di Aceh, begitu juga angka vaksinasi yang disinyalir cenderung kian membaik.

4.3.3. Strategi komunikasi melalui kolaborasi

Bentuk kerjasama Pemerintah Aceh dengan kolaborasi TNI-Polri menjadikan cakupan vaksinasi Covid-19 Aceh mengalami peningkatan. Pemerintah Aceh dan TNI-Polri melakukan pendirian gerai-gerai vaksin hingga ke pelosok, sehingga membuat masyarakat mudah untuk akses mendapatkan vaksinasi. Hal tersebut seperti yang dikatakan oleh Jubir Covid-19, Saifullah Abdulgani.

“...alhamdulillah setelah kita berkolaborasi dengan TNI-Polri, angka bisa tembus sampai 90% itu ditahap satu. Kemudian, vaksin kedua setelah dua pekan setelah vaksin pertama, kita kejar juga dengan bekerjasama dengan instansi

¹⁰¹ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

pemerintah dengan TNI-Polri. Kita buat juga gerai-gerai vaksin, biar menarik kita buat juga dibuat hadiah, termasuk Polda Aceh, diadakannya hadiah Umrah.”¹⁰²

Kolaborasi Pemerintah Aceh dengan TNI-Polri mengalami kemajuan signifikan terhadap cakupan vaksinasi Covid-19 di Aceh. Hal ini karena dinilai kerja institusi ini memiliki koordinasi yang baik, komunikasi yang lancar baik secara vertical maupun horizontal.

4.3.4. Strategi komunikasi melalui pendekatan tokoh agama

Pemerintah Aceh melakukan beberapa pendekatan untuk menyukseskan sosialisasi vaksin Covid-19 dengan mengajak stakeholder yang ada. Tokoh agama merupakan medium untuk menyampaikan materi pentingnya vaksinasi bagi masyarakat saat pandemi. Untuk membantu menyukseska program tersebut Pemerintah Aceh menggandeng tokoh agama, baik yang ada di MPU maupun MUI bersama-sama untuk mengkampanyekan terkait vaksinasi. Hal itu sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Syafrizal, Kepala Bagian Perencanaan dan Kepegawaian Sarta Biro Administrasi pimpinan.

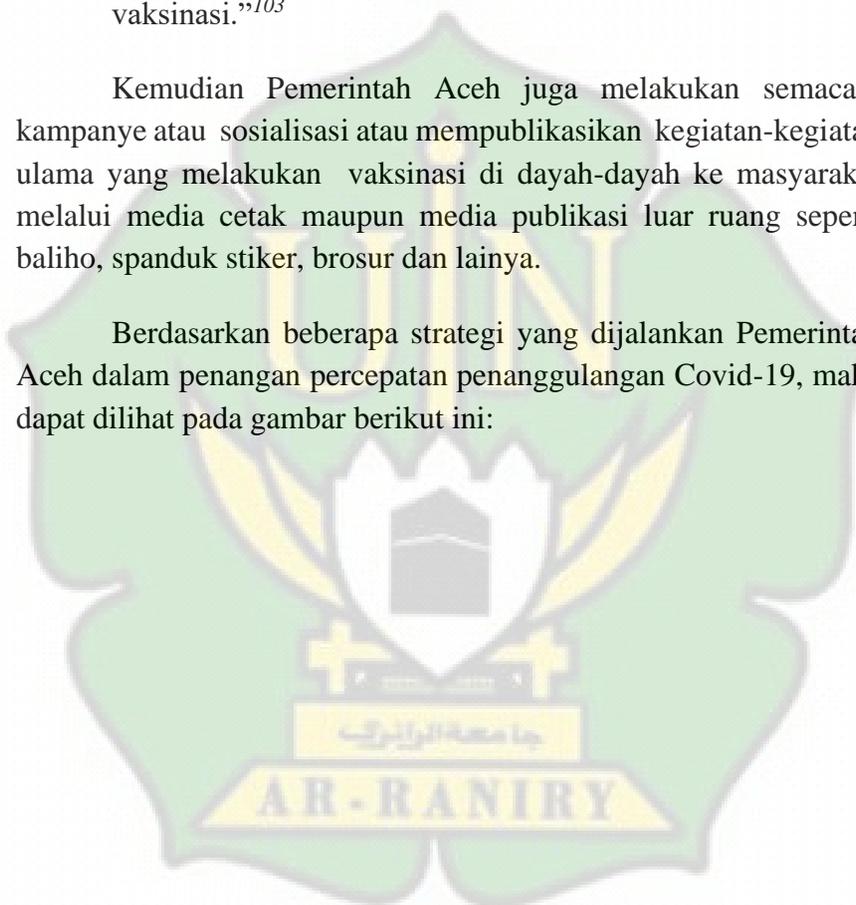
“Iya, Pemerintah Aceh juga melakukan pendekatan dengan beberapa ulama, karena memang ulama secara umum ada beberapa kali diadakan pertemuan. Ulama, dai, dan MPU juga diberikan pemahaman terhadap vaksin covid ini dengan memanggil pemateri pada waktu itu narasumbernya dari Kementerian Kesehatan, IDI, dari beberapa pihak terkait. Untuk ulama ini menyampaikan kepada masyarakatkan ulamanya dulu yang harus kita berikan informasi yang

¹⁰² “Hasil Wawancara Sekretaris Badan Penanggulangan Bencana Aceh, Muhammad Syahril, Selasa 28 Juni 2022,” n.d.

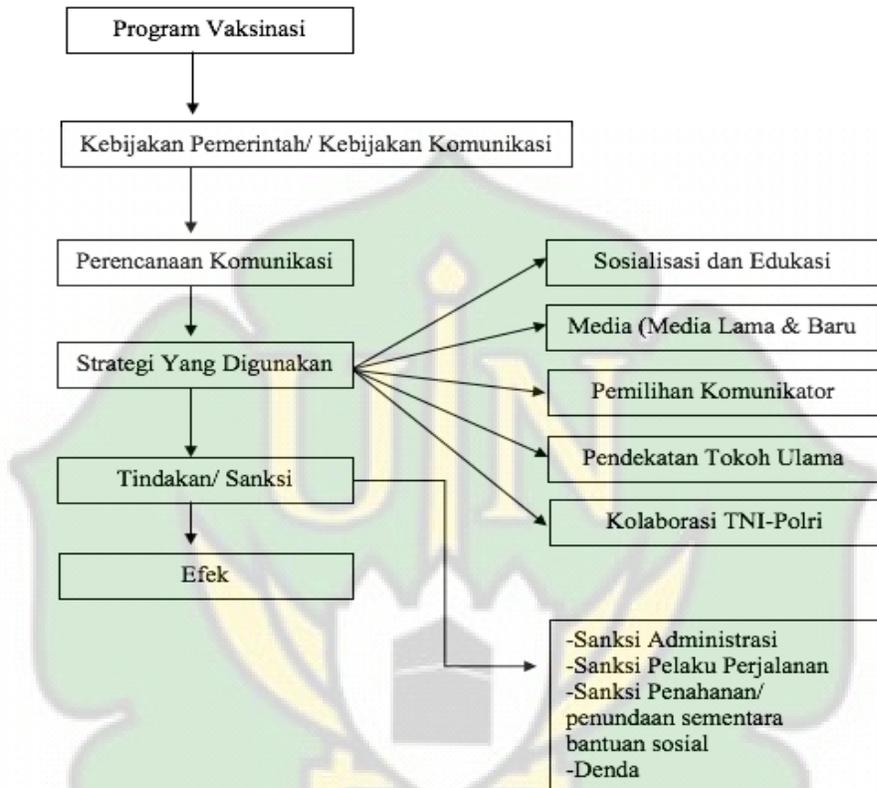
sebenarnya tentang vaksin ini yang kemudian diharapkan melalui para ulama dan para dai ini akan menyampaikan baik dalam momen khusus sosialisasi vaksin covid ataupun nanti di sela-sela ada ceramah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, tentang pentingnya untuk dilakukan vaksinasi.”¹⁰³

Kemudian Pemerintah Aceh juga melakukan semacam kampanye atau sosialisasi atau mempublikasikan kegiatan-kegiatan ulama yang melakukan vaksinasi di dayah-dayah ke masyarakat melalui media cetak maupun media publikasi luar ruang seperti baliho, spanduk stiker, brosur dan lainnya.

Berdasarkan beberapa strategi yang dijalankan Pemerintah Aceh dalam penanganan percepatan penanggulangan Covid-19, maka dapat dilihat pada gambar berikut ini:



¹⁰³ Hasil wawancara Kepala Bagian Perencanaan dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022



Gambar 3 : Penjabaran Perencanaan komunikasi Pemerintah Aceh dari kebijakan sampai efek

Pemerintah Aceh menjalankan program vaksinasi nasional seperti yang terdapat dalam Peraturan Presiden RI No. 14 Tahun 2021 tentang pengadaan vaksin dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan Covid-19. Kemudian peraturan Menteri Kesehatan RI No. 10 Tahun 2021 tentang pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi. Atas dasar landasan yuridis tersebut Gubernur Aceh membuat Keputusan Gubernur Aceh, No 440/ 1615 tahun 2021 perubahan atas keputusan Gubernur Aceh No.

440/1495 tahun 2020 tentang pembentukan gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 di Aceh. Kebijakan tersebut menjadi acuan Pemerintah Aceh dalam melakukan perencanaan dan strategi komunikasi dalam sosialisasi dan publikasi informasi Covid-19 dan vaksinasi. Pemerintah Aceh memiliki berbagai strategi untuk menaikkan cakupan vaksinasi pada waktu itu tergolong rendah. Dengan menyusun perencanaan dan strategi komunikasi Pemerintah Aceh dapat melakukan monitoring dan evaluasi terhadap strategi tersebut. Sehingga hambatan dan kendala lainnya bisa diminimalisir. Dari berbagai strategi yang sudah disebutkan diatas maka terdapat juga faktor-faktor lain, sebagai penghambat jalannya program vaksinasi. Untuk pemberkecil hambatan tersebut Pemerintah Aceh menerapkan sanksi kepada para pelanggar program vaksinasi sehingga akan menjadi efek jera kepada masyarakat yang tidak mau divaksin.

4.4 Faktor pendukung dan penghambat komunikasi Pemerintah Aceh dalam melaksanakan program Vaksinasi

Dalam pelaksanaan sosialisasi program vaksin Covid-19 tentu terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Adapun faktor pendukung Pemerintah Aceh dalam hal ini adalah:

4.4.1. Faktor Pendukung

- a. Dukungan dari SKPA dan Mitra Kerja Pemerintah Aceh

Salah satu keberhasilan program yang dijalankan adalah mendapat dukungan yang kuat dari segenap SKPA dan mitra pemerintah. Dalam hal ini Pemerintah Aceh dan segenap SKPA bersinergi menjalankan program vaksinasi dengan melakukan

koordinasi dan evaluasi secara intens dalam menjalankan program vaksinasi.

“Dukungan dari SKPA sangat penuh, ditambah lagi materi sosialisasi mereka ikut membantu, memasang baliho memasang spanduk juga, termasuk pada saat safari Ramadhan bagi-bagikan brosur. Dukungan SKPA dukungan sekolah-sekolah juga, guru berperan besar untuk sosialisasi khususnya ke kelompok umur sekolah. Kemarin waktu mengejar cakupan vaksin itu kalau masyarakat umum ka nagak sulit kita pantau kita evaluasi, tapi lebih mudah warga ekolah itu yang memang, kebetulan sekolah-sekolah SMA SMK kan sekarang dibawah koordinasi pemerintah provinsi jadi dukungan guru, pemerintah kabupaten kota juga membantu.”¹⁰⁴

b. Dukungan dari Tokoh Agama dan Lembaga Keagamaan

Ulama dan tokoh agama menjadi representative informasi bagi masyarakat Aceh umumnya. Di Aceh ada tokoh panutan, masyarakat selalu merujuk pada hal tersebut, dan referensinya adalah ulama.

“...Nah dari itu pemerintah sejak awal melibatkan ulama, jadi semua kebijakan pemerintah yang dirasakan ini akan ada penolakan karena masyarakat melihat ulama menjadi representatif informasi yang mereka percaya.”¹⁰⁵

Pemerintah Aceh memperkuat barisan dalam penanganan Covid-19 dengan memangku segenap stakeholder. Mereka tergabung dalam Forum Koordinasi Pimpinan Daerah

¹⁰⁴ Hasil wawancara Kepala Bagian Perencanaan dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022

¹⁰⁵ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

(Forkopimda). Disana terdapat Pangdam, Gubernur Aceh, Kapolda, Kajati, Wali Nanggroe, dan termasuk juga MPU.

“Jadi kalau dilihat keputusan bersama, himbuan bersama, itu bahkan MPU selalu ikut menangani bahkan wali nanggroe juga ikut menangani. Jadi setiap sosok figure yang merupakan panutan masyarakat itu diajak berkontribusi bersama-sama untuk melakukan komunikasi persuasif.”¹⁰⁶

Komunikasi yang menggerakkan orang yang mempengaruhi orang mengubah cara berpikir orang dan mengubah pandangan orang terhadap sesuatu. Proses komunikasi itu menjadi efektif. Jadi komunikasi itu dilihat dari efeknya bukan saya sudah menyampaikan dia tidak mau ikut berarti komunikasinya gagal. Kalau komunikasi itu kita nilai pesan yang sudah kita sampaikan diterima dengan baik, dipahami kemudian ditindak lanjuti atau tidak, nah tahap ditindaklanjuti ini memang diperlukan berbagai strategi, dan berbagai media, pakai media dan salah satu mediumnya yang tokoh-tokoh masyarakat, tokoh agama yang merupakan rujukan informasi masyarakat.

c. Dukungan dari Media Massa

Media massa memainkan peran pentingnya dalam menyajikan informasi kepada masyarakat saat-saat krisis seperti pandemi Covid-19. Hal tersebut sesuai dengan fungsi pers sebagai penyedia informasi, pendidikan, hiburan, ekonomi dan kontrol sosial. Bahkan pada awal pandemi media sudah bekerja lebih awal dalam memberitakan terkait informasi Covid-19 dan vaksinasi.

“...dukungan media sangat kuat dan wartawan sangat konsen untuk itu mereka juga tetap publikasi, Cuma mungkin publikasinya hanya *straignews*. Jadi semua rilis media

¹⁰⁶ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

tentang covid-19 itu diambil oleh media, biasanya kita kirim dalam bentuk jadi dalam bentuk pers *clear* bisa langsung dipublis kalau media online kalau media cetak perlu penyesuaian tata letak tetapi informasinya terbatas.”¹⁰⁷

Pemerintah Aceh membangun komunikasi yang baik dengan media massa yang ada di lokal dan nasional. Saat melaporkan kasus-kasus baru Pemerintah Aceh mengirim pers rilis dalam bentuk berita siap tayang kepada media-media yang ada di Aceh (media lama dan media baru).

4.4.2. Faktor Penghambat

a. Isu Hoaks

Di masa pandemi Covid-19, pemberitaan di media sosial diramaikan dengan berbagai isu-isu liar yang cenderung tidak dapat dipertanggungjawabkan. Berita-berita bohong kerap berseliweran tanpa ada penghalang. Padahal salah satu prinsip dasar jurnalistik adalah mewartakan kebenaran melalui proses konfirmasi dan verifikasi sehingga akurasi informasi yang di sodorkan ke publik adalah informasi memiliki nilai kebenaran. Masyarakat cenderung menerima kabar buruk sebagai kabar yang asik untuk diulik. Sebagian bahkan meneruskan pemberitaan yang tidak bersumber itu ke media sosial. Tanpa disadari informasi yang tidak jelas itu menjadi pesan berantai yang sangat sulit untuk dihentikan. Oleh sebageian masyarakat Aceh informasi tersebut di konsumsi secara mentah tanpa disaring keabsahannya terlebih dahulu. Keengganan untuk memvalidasi sebuah berita menghasilkan kesimpang-siuran sehingga berita fakta dan hoaks sulit dibedakan.

¹⁰⁷ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

Informasi dan pemberitaan tentang pandemi Covid-19 bersifat sangat global dan masif, termasuk penyebaran informasi dan berita yang bersifat hoaks. Sedemikian masifnya penyebaran informasi tersebut membuat World Health Organization (WHO) sempat menyatakan bahwa telah terjadi pandemik informasi (infodemik) atas isu Covid-19 di dunia.¹⁰⁸ Demikian juga halnya yang terjadi di Indonesia. Pada awal-awal pemberitaan tentang pandemi Covid-19, informasi dan pemberitaan yang beredar di Indonesia pun simpang siur dengan berbagai versi. Situasi penuh ketidakpastian yang memunculkan sikap sentimen negatif, positif, dan netral pun tidak dapat dikendalikan, terutama saat perbincangan tersebut hadir di media online maupun media sosial.

Persoalan hoaks menjadi momok terhadap warga Aceh mempengaruhi minat warga mengikuti program vaksinasi Covid-19. Salah satu contoh kasus yang terjadi pada 12 Januari 2021, saat seorang pemuda berinisial ES (33) asal Simeulue, Provinsi Aceh. Ia ditangkap polisi karena diduga menyebarkan berita bohong (hoaks) terkait vaksin sinovac. Dalam seagrannya tersebut ES menyebutkan bahwa masyarakat Aceh menolak vaksin sinovac. Beberapa saat kemudian Kepolisian setempat melakukan penangkapan terhadap pelaku.

Kasus serupa juga pernah terjadi pada 28 Mei 2021, Dinas Kesehatan Aceh di laman dinkes.acehprov.go.id, menepis berita bohong (hoaks) bahwa vaksin Covid-19 mengandung microcip magnetis. Dalam pembahasan tersebut terdapat unggahan menunjukkan seseorang meletakkan koin uang Rp. 1000 dilengan bekas suntikan vaksinasi Covid-19. Hasil koin menempel seolah membuktikan narasi vaksin Covid-19 yang mengandung microcip

¹⁰⁸ Lestari Nurhajati et al., "Perbincangan Isu Corona COVID-19 Di Media Daring Dan Media Sosial Di Indonesia," *Lembaga Penelitian, Publikasi, Dan Pengabdian Masyarakat* April, no. Big data Analysis (2020): 1–23.

magnetis adalah benar. Hal tersebut langsung disanggah oleh Rezeki Hadinegoro yang menjelaskan lubang haruk suntik sangat kecil, tidak ada partikel magnetik yang bisa melewati lubang tersebut.

Masyarakat yang memiliki tingkat literasi rendah sangat rentan terpapar berita bohong isehingga mempengaruhi pengetahuan mereka terhadap pentingnya vaksinasi, hingga mempengaruhi cakupan vaksinasi.

“Aceh salah satu daerah dengan pengguna medsos tertinggi. Kalau bicara sosialisasi kurang saya pikir bukan kurang, yang kurang bukan sosialisasi informasi tentang Covid-19 dan vaksinasi kalau informasi tentang dua hal ini melimpah ruah di media *mainstream* maupun media massa lainnya termasuk media elektronik. Yang kurang adalah bagaimana masyarakat memilah informasi yang benar dengan informasi yang hoaks. Ini sebenarnya yang kurang teredukasi sehingga bagi masyarakat kalau mendapatkan informasi pertama secara psikologis orang cenderung akan menshare informasi yang dia yakini benar, atau sependapat dengan dia.”¹⁰⁹

Fenomena munculnya hoaks tidak serta-merta terjadi saat pandemi saja. Tidak hanya vaksinasi covid-19 saja yang diserang hoaks, tetapi vaksinasi umum juga tergolong rendah di Aceh. Karena masyarakat kita cenderung melihat sesuatu berdasarkan informasi yang pertama diterima. Melimpahnya informasi tentang vaksinasi membuat masyarakat rentan terpapar hoaks, sehingga informasi yang ada belum bisa dipastikan kebenarannya.

¹⁰⁹ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

b. Munculnya Isu Halal Haram Vaksin

Saat Pemerintah Indonesia memperkenalkan vaksin Covid-19 pada medio 2021 lalu, publik menyambut baik strategi pemerintah untuk menghentikan laju Covid-19. Namun ada yang luput perhatian pemerintah saat itu, pemerintah terlalu ceroboh memperkenalkan vaksinasi kepada publik padahal untuk masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim label halal adalah penting. Karena kurangnya kepekaan pemerintah dalam hal labelisasi halal terhadap vaksin Covid-19, memberi peluang kepada kaum anti-vaksin untuk “menggoreng” isu halal-haram vaksin kepada masyarakat. Banyak sekali masyarakat pada waktu itu mempertanyakan kehalalan vaksin, ditambah sebagian tokoh ikut mengomentari juga ikut memperkeruh suasana, dengan mengatakan bahwa didalam vaksin terdapat kandungan najis, yang jika ditinjau dari agama islam jelas dilarang mengkonsumsi sesuatu yang bernajis. Untuk itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada waktu itu langsung mengeluarkan bahwa vaksin halal dan aman digunakan oleh umat islam. Atas dasar itu, Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) memperkuat fatwa MUI ini dengan tausiyah bahwa dalam keadaan darurat diperbolehkan, karena MPU tidak memiliki wewenang mengeluarkan fatwa hukum dan yang bisa dilakukan hanya melalui tausiyah tersebut.

Terkait dengan program pemerintah dalam menghentikan penyebaran dan penularan Covid-19, strategi yang dinilai mumpuni adalah upaya vaksinasi. Dari berbagai banyaknya vaksin Covid-19 yang beredar Pemerintah Indonesia menggunakan Sinovac sebagai vaksin untuk masyarakat. Vaksin jenis ini oleh teman-teman MUI Pusat telah melakukan audit di Sinovac Biotech Ltd, Beijing, China. Dalam kunjungan tersebut diputuskan bahwa vaksin jenis sinovac halal dan tidak mengandung unsur-unsur yang membahayakan bagi kesehatan. Jadi jelas kalau sinovac boleh digunakan dan halal sehingga bisa digunakan oleh umat islam. Sikap ulama Aceh terhadap Sinovac ini adalah jenis vaksin yang sangat di rekomendasi,

dalam hal ini ulama Aceh berada digaris depan dalam mensosialisasikan vaksin Covid-19 kepada masyarakat karena unsurnya yang halal tersebut. Maka banyak sekali gambar-gambar para ulama dan tausyiah-tausyiah ulama yang mendukung upaya vaksin dengan label Sinovac. Bahkan pada tahun awal pendistribusian vaskinasi Covid-19 oleh Pemerintah, kalangan ulama aceh meminta kepada Pemerintah Indonesia agar vaksin sinovac yang dikirim ke Aceh. Awalnya berjalan lancar, namun seiring karena sinovac terbatas, dan keterbatasan stock tersebut membuat pemerintah berinisiatif mengirim dalam vaksin jenis lain untuk menjaga kesediaan stok nasional. Respon kalangan ulama dalam pendistribusian vaksin selain Sinovac membuat mereka enggan untuk mengkampanyekan kembali masalah halal dan haram vaksin, karena selain jenis Sinovac harus dilakukan tinjauan kembali atau audit sesuai dengan hukum islam bahwa proses dan kandungan vaksin tidak mengandung unsur yang dilarang dalam agama islam.

Munculnya isu halal-haram vaksin didengungkan oleh mereka yang kontra terhadap vaksin (antivaksin), mereka memanfaatkan momen ini untuk mempengaruhi masyarakat indonesia beragama islam dengan membagikan berita bohong terhadap vaksinasi. Atas huru-hara ini, Majelis Ulama Indonesia terbang ke Beijing, China, produsen vaksin jenis Sinovac. Setelah di audit, dalam fatwanya MUI menyatakan tidak adanya unsur-unsur yang membahayakan bagi kesehatan manusia, dan vaksin sinovac halal dan boleh digunakan. Masyarakat Aceh sangat sensitif terhadap isu halal-haram ini, bukan tidak mungkin juga label ini tidak segera disemat, maka tidak akan ada vaksinasi di Aceh.

“Seandainya tidak ada vaksin yang memang halal mungkin kita tidak mencapai angka persentase sekarang, tidak akan

mencapai angka 100% seperti sekarang. Saya pikir memang sangat besar pengaruhnya.”¹¹⁰

Masyarakat Aceh sangat identik dengan agama islam, begitu juga para ulama memegang peran penting sebagai tokoh panutan dalam masyarakat Aceh. Fenomena vaksinasi di Aceh memang sangat pelik jika dilihat dengan kaca mata fenomenologi. Saat itu seorang ulama lharismatik Aceh terkonformasi Covid-19 dan dirawat di Rumah Sakit. Kemudian Gubernur Aceh hadir membesuk bersama dengan pejabat lainnya. Saat ulama kharismatik ini dinyatakan sembuh dan boleh pulang kemudian membuat video bahwa Covid-19 adalah nyata. Beliau juga menghimbau untuk menjalankan protokol kesehatan dan melakukan anjuran pemerintah tentang vaksinasi. Ketika ulama sudah bicara, kemudian sertifikasi halal sudah ada, dan diperkuat oleh tausiah MPU sehingga masyarakat mau melakukan vaksinasi dan sangat signifikan pengaruhnya.

c. Minimnya Anggaran

Biaya iklan di media massa sangat fantastis, untuk itu Pemerintah Aceh melakukan beberapa strategi pemuatan iklan dengan cara memanfaatkan saluran yang ada, dengan cara gratis dan berbayar. Saat ini Pemerintah Aceh memiliki beberapa saluran komunikasi seperti website resmi Pemerintah Aceh, media sosial seperti youtube, twitter, Instagram dan Facebook. Selain media tersebut Pemerintah Aceh melakukan kerjasama dengan media mainstream yang ada, namun skala pemuatannya diatur secara berjangka untuk meminimalisir pembiayaan.

¹¹⁰ “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

“...Kalau berbicara mengenai hambatan konsen mengenai biaya saja, karena kalau setiap hari kita memasang informasi berbayar semacam pariwisata, pasti tidak kuat karena media cetak *mainstream* itu sangat mahal. Beda misalnya kalau kita melakukan publikasi berbayar dengan bisa memunculkan tokoh agama, tokoh masyarakat untuk wilayah sana, sekmennya kan ada. Ada koran yang terbitan Medan, yang sekmennya lebih banyak di wilayah timur dan juga sekmen wilayah barat, tapi pendekatan untuk itu yang menghadapi kendala.”¹¹¹

Pemasangan iklan dalam bentuk media cetak seperti koran memang mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Apalagi pemuatan iklan dilakukan di halaman muka (*headline*) bisa bertarif puluhan juta untuk sekali terbit. Meski demikian itu juga dilakukan dengan skala yang tidak begitu sering. Pemerintah dengan didukung oleh sumber daya yang ada menggunakan saluran yang ada seperti web resmi Pemerintah Aceh, seperti web humas, media sosial dan lainnya.

d. Kurangnya Keterampilan Komunikasi

Kurangnya keterampilan komunikasi menjadi faktor penghambat dalam menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat. hal ini diakui oleh Juru Bicara Covid-19 Aceh.

“kendala komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat itu tidak begitu efektif karena tidak semua orang terampil dalam menyampaikan pesan yang sesuai dengan audiennya, bahwa semua orang bisa menyampaikan informasi, tetapi tidak semua orang bisa memahami audiennya sehingga informasi yang disampaikan itu tepat sasaran.”¹¹²

¹¹¹“Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

¹¹²“Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022.”

Dalam buku *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik* yang ditulis Yetty Oktarina, Yudi Abdullah dijelaskan Teknik berkomunikasi yang baik, ada beberapa hal yang menjadi prinsip teknik berkomunikasi/berbicara yang baik yaitu :

Yang pertama, Berbicara Efektif. Berbicara efektif artinya tidak bertele-tele, tidak berputar-putar untuk menyampaikan suatu poin pembicaraan. Cepat, tepat, lugas dan dapat dimengerti oleh lawan bicara kita. Berbicara efektif membuat lawan bicara kita akan fokus pada setiap hal yang kita sampaikan dan dapat mempengaruhi langsung ke dalam pikirannya. *Kedua*, Berbicara penuh motivasi. Komunikasi yang terjalin dan sampai kepada lawan bicara haruslah yang bersifat mendorong. Terlebih ketika yang berbicara adalah orang yang memiliki jabatan lebih tinggi daripada lawan bicaranya, seperti bos kepada anak buahnya. Motivasi yang dimaksud adalah adanya dorongan/penyemangat dalam kata-kata yang diucapkan agar lawan bicara tergerak untuk melakukan sesuatu dengan baik dan sungguh-sungguh berdasarkan pengarahan yang sudah diberikan. *Ketiga*, berbicara untuk mendapat perhatian. Pembicaraan yang membosankan dan bertele-tele tentu akan membuat lawan bicara atau pendengar mengabaikan kata-kata kita. Dalam teknik berkomunikasi/bicara perlu diperhatikan tema/materi yang akan kita sampaikan pada lawan bicara agar membuat mereka tetap fokus dengan kita. Ada baiknya untuk memperhatikan siapa lawan bicara kita agar materi yang kita sampaikan tepat sasaran, selain itu usahakan penyampaiannya dilakukan dengan gaya yang menarik. Temukan materi yang belum pernah pendengar tahu dan selipkan hal-hal unik untuk menarik perhatian lawan bicara. *Keempat*, berbicara melalui keinderaan. Agar tema/materi yang kita sampaikan meninggalkan bekas dalam pikiran lawan bicara maka kita bisa menguatkan komunikasi kita dengan ekspresi indera yang

meyakinkan. Gerak tangan, tatapan mata, senyuman, atau keryitan dahi akan menambah kesan tentang tema yang kita sampaikan. Hal ini juga agar lawan bicara mengerti bahwa tema yang kita bicarakan adalah hal yang penting dan patut untuk didengar.¹¹³

4.5 Analisis SWOT

Berdasarkan faktor pendukung dan penghambat Pemerintah Aceh dalam sosialisasi program vaksin Covid-19, Cangara dalam bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Cangara, 2014:107). Terdapat empat komponen penting yang digunakan untuk menganalisa strategi komunikasi yang dijalankan oleh Pemerintah Aceh. Pada table 1 akan dijabarkan hasil analisis SWOT dari strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam sosialisasi program vaksin Covid-19.

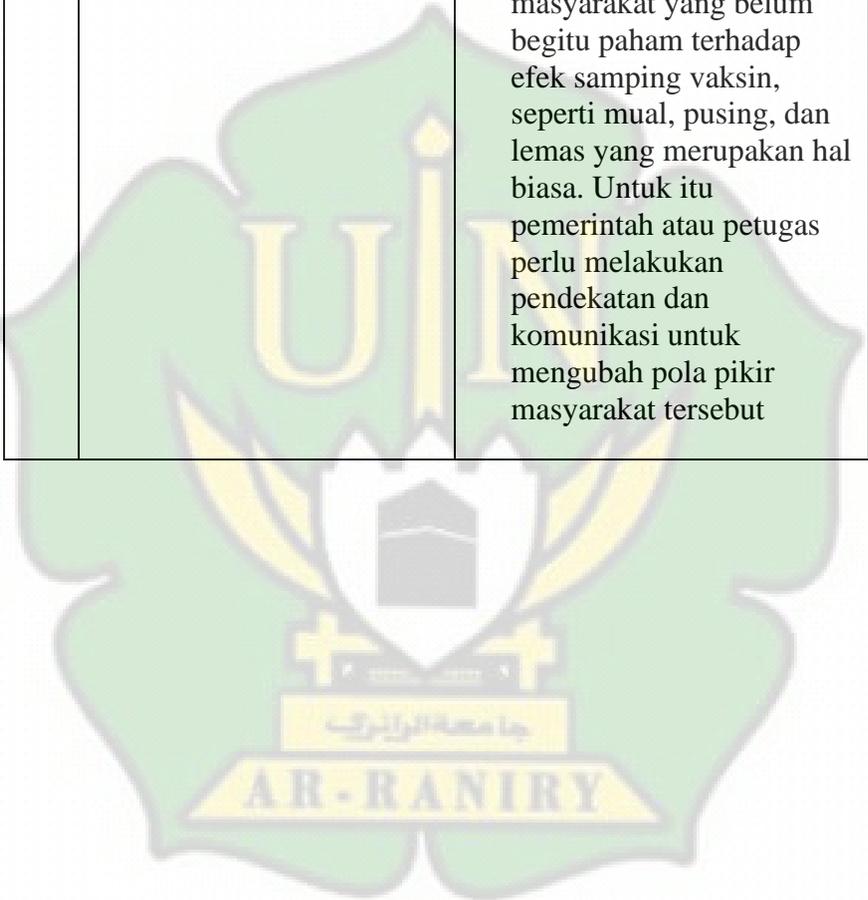
Tabel 1: Analisis SWOT

	Strenght (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
W S	1. Adanya kerjasama yang baik antara Gubernur, SKPA, Kepala Daerah Kabupaten/Kota, tokoh agama, media massa, pihak swasta dan mitra pemerintah untuk ikut sama-sama mengambil peran dalam menyukseskan program vaksinasi.	1. Komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat itu tidak begitu efektif karena tidak semua orang terampil dalam menyampaikan pesan yang sesuai dengan audiennya. 2. Tidak adanya strategi khusus yang dilakukan

¹¹³ Yetty Oktarina, *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*.

	<p>2. Penggunaan media lama dan media baru merupakan salah satu faktor penting dalam strategi komunikasi untuk sosialisasi dan menyukseskan program vaksinasi</p>	<p>oleh Pemerintah Aceh dengan terjun langsung berinteraksi dengan masyarakat. Sehingga Pemerintah Aceh tidak dapat secara langsung dan meminimalisir hambatan komunikasi yang mungkin terjadi saat sosialisasi berlangsung.</p>
	<p>Opportunities (Peluang)</p>	<p>Threat (Ancaman)</p>
<p>O T</p>	<p>1. Adanya bentuk kerjasama (publikasi media) yang dilakukan oleh Pemerintah Aceh baik media lokal maupun nasional akan mendukung dalam strategi komunikasi dalam sosialisasi program vaksinasi.</p> <p>2. Adanya dukungan dari masyarakat yang mendukung dalam program vaksinasi. Antusias masyarakat yang ikut berpartisipasi seperti pemberian <i>doorprice</i> dan <i>giveaway</i>, yang dibuat di daerah-daerah membuat masyarakat</p>	<p>1. Masih adanya masyarakat yang kontra terhadap vaksin dan mengabaikan program pemerintah dalam membantu kekebalan kelompok (<i>herd immunity</i>). Penolakan terhadap vaksin ini akan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat lain untuk tidak melakukan vaksinasi lanjutan seperti dosis II dan dosis III. Kelompok seperti ini sangat rentan terpapar berita bohong (<i>hoax</i>) dan sangat mungkin nantinya menyebarkan berita bohong tentang vaksinasi, apalagi dikaitkan dengan isu halal-haram vaksin. Sehingga membuat cakupan vaksinasi jadi terhambat. Kelompok inilah yang akan menjadi</p>

	<p>ambil bagian dalam proses vaksinasi.</p>	<p>ancaman terhadap suksesnya program vaksinasi.</p> <p>2. Dan masih adanya masyarakat yang belum begitu paham terhadap efek samping vaksin, seperti mual, pusing, dan lemas yang merupakan hal biasa. Untuk itu pemerintah atau petugas perlu melakukan pendekatan dan komunikasi untuk mengubah pola pikir masyarakat tersebut</p>
--	---	--



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Kebijakan yang dijalankan Pemerintah Aceh tetap mengacu pada program nasional, berpedoman pada Perpres RI No. 14 Tahun 2021 tentang pengadaan vaksin dan pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan Covid-19. Kemudian peraturan Menteri Kesehatan RI No. 10 Tahun 2021 tentang pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi. Landasan yuridis tersebut digunakan sebagai acuan dasar untuk membentuk Satgas Covid-19 Aceh dalam menangani Covid-19 dan vaksinasi di Aceh.
2. Strategi dan perencanaan komunikasi yang dilakukan Pemerintah Aceh dalam menjalankan Program Vaksinasi yaitu; strategi komunikasi melalui informasi media, strategi komunikasi dengan pemilihan komunikator yang tepat, strategi komunikasi melalui kolaborasi TNI dan Polri, dan strategi komunikasi melalui pendekatan tokoh ulama.
3. Meski strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Aceh berjalan baik, namun terdapat beberapa faktor penghambat, antara lain; munculnya berita bohong (hoax), munculnya isu halal-haram vaksin, minimnya anggaran dalam hal publikasi pesan-pesan vaksinasi serta kurang terampilnya komunikasi dalam menyampaikan sosialisasi kepada masyarakat. Sementara faktor pendukung, yaitu; dukungan penuh dari SKPA dan mitra kerja Pemerintah Aceh, dukungan dari tokoh agama dan dukungan dari media massa.

5.2 Saran

Program Vaksinasi dilaksanakan oleh Pemerintah Aceh dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah cakupan yang tergolong sangat rendah pada tahun 2021, yaitu dibawah rata-rata nasional. Saat di evaluasi Aceh masih diangka 30% dibawah target nasional. Pada tanggal 24 Juni 2022 cakupan vaksinasi Aceh mengalami peningkatan hingga 100% lebih. Vaksin dosis I melebihi dari total sasaran 4. 289.000 orang, sedangkan dosis II masih diangka 78% dan 21% dosis III. Pemerintah Aceh sedang berpacu untuk pemberian vaksin dosis III agar *herd immunity* dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut, Pemerintah Aceh menggunakan beberapa strategi dan perencanaan seperti yang disebutkan sebelumnya. Dalam menjalankan strategi ini masih banyak pemikiran kritis yang perlu ditinjau kembali atas strategi Pemerintah Aceh tersebut. Untuk itu penulis ingin memberikan saran secara akademis maupun praktis.

1. Saran Akademis

- a. Penelitian terkait strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam Program vaksinasi ini diperlukan pengembangan kembali agar dapat menjadi penelitian yang maksimal. Untuk itu peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menggali, mengungkap, dan mengembangkan lebih dalam informasi mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Aceh.
- b. Penelitian ini terlalu fokus dalam aspek komunikasi sehingga aspek sosial budaya tidak dibahas sehingga perlu ditinjau lebih jauh terhadap program vaksinasi Covid-19.
- c. Peneliti juga menyarankan peneliti selanjutnya untuk dapat memilih dan menggunakan model perencanaan John Middleton dan analisis akar masalah dan model tulang ikan

(*fishbone*) Ishikawadari, karena dengan menggunakan model tersebut penelitian ini membahas secara detil dan merinci dari segala aspek, tidak hanya dari aspek komunikasi tapi juga aspek budaya, agama dan kearifan lokal setempat.

2. Saran Praktis

- a. Pemerintah Aceh diharapkan membuat kebijakan komunikasi secara mandiri dalam penyampaian pesan-pesan sosialisasi vaksinasi Covid-19, sehingga perencanaan yang disusun berdasarkan kebijakan komunikasi daerah, sehingga memudahkan dalam menerapkan strategi komunikasi di wilayah Aceh.
- b. Pemerintah Aceh diharapkan lebih memaksimalkan media sosial dan memperhatikan dan mengembangkan media sosial lainnya sebagai media publikasi terkait vaksinasi agar strategi komunikasi yang dijalankan memperoleh hasil yang lebih baik lagi.
- c. Pemerintah Aceh diharapkan dapat memperhatikan perencanaan komunikasi lebih serius dan punya *road map* yang jelas, sehingga program-program yang dijalankan tetap pada jalur *on the track* sesuai perencanaan. Strategi komunikasi dan publikasi mengenai sosialisasi vaksin Covid-19 langsung bisa diterima oleh masyarakat dan meminimalisir hambatan komunikasi yang mungkin terjadi.
- d. Pemerintah Aceh diharapkan memperhatikan dan meningkatkan komunikasi di daerah terpencil dan perbatasan agar informasi terkait vaksinasi dapat diterima dengan maksimal.

DAFTAR PERPUSTAKAAN

- Abbas, Syahrizal. *Panduan Penulisan Tesis Dan Disertasi Pascasarjana UIN Ar-Raniry*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniri Press, 2018.
- Abdulgani, Saifullah. “Vasinasi Covid-19 Di Aceh Sudah Tembus 1 , 3 Juta Orang,” no. November (2021): 47–49.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Abonita, Rino. “Pesan Penting Kapolri Saat Berkunjung Ke Bumi Serambi Mekah Aceh.” *Liputan6.Com*. n.d. <https://www.liputan6.com/regional/read/4898117/pesan-penting-kapolri-saat-berkunjung-ke-bumi-serambi-mekah-aceh>.
- Aceh, Dinkes. “Vasinasi Covid-19 Di Aceh Sudah Tembus 1,3 Juta Orang,” 2021.
- Aceh, Pemerintah. *Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Pemerintah Aceh: Pedoman Tata Normal Baru Produktif Aman Covid-19*. Edited by Henny Nurmayani. Banda Aceh, 2020.
- Ajidan. “Strategi Komunikasi Badan Narkotika Nasional Provinsi Aceh Dalam Pencegahan Penyalahgunaan Narkoba Di Lamteuba Aceh Besar.” Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- Amri Syarif Hidayat. *Perencanaan Komunikasi Hakekat Dan Implementasinya*. Solo: Pustaka Iltizam, 2015.
- Andini, Khairunnisa. “[SALAH] Vaksin Sinovac Mengandung Sel Kera Hijau Afrika.” <https://covid19.go.id/>, 2021.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Praktik, 2010.

- Aritonang, Agusly Irawan. "Kebijakan Komunikasi Di Indonesia: Gambaran Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik." *Jurnal ASPIKOM* 1, no. 3 (2011): 261. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i3.24>.
- Batubara, Abdul Karim. *Media Komunikasi*. Medan: IAIN Sumatra Utara, 2011.
- Budiman Purba, Eddy Iskandar & Suardi. "Model Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kecamatan Padang Tualang Dlam Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan." *Jurnal Warta* Edisi:16 (n.d.).
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif (Edisi Kedua); Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Bustami. "Public Relation Strategies in Strengthening the Wali Nanggroe Institution." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020.
- Chandra Gian Asmara. "Sah! Jokowi Orang Pertama Di RI Divaksin Covid-19." *CNBC Indonesia*. 2021. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210113094233-4-215521/sah-jokowi-orang-pertama-di-ri-divaksin-covid-19>.
- CNN Indonesia. "Jokowi Umumkan Dua WNI Positif Corona Di Indonesia." *Www.Cnnindonesia.Com/*, 2022.
- Dzulfaroh, Ahmad Naufal. "Hari Ini Dalam Sejarah: WHO Tetapkan Covid-19 Sebagai Pandemi Global." *Www.Kompas.Com*, 2022. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/11/104000165/hari-ini-dalam-sejarah--who-tetapkan-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- . *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja

Rosdakarya, 2007.

Enggan, Sasmito Madrim. “Survei Indikator: 41 Persen Masyarakat Divaksin,” 2021.
<https://www.voaindonesia.com/a/surveiindikator-41-persen-masyarakat-enggan-divaksin/5786694.html>.

Faisal, Sanafiah. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

Fakhruroji, Moch, Betty Tresnawaty, A S Haris Sumadiria, and Enok Risdayah. “Strategi Komunikasi Publik Penanganan COVID-19 Di Indonesia: Perspektif Sosiologi Komunikasi Massa Dan Agama” 1, no. 1 (2020): 1–11.

Fitri, Aniva Rhamadani. “Strategi Komunikasi Program Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap.” Jurusan Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran Bandung, 2020.

Fuad Ansori. *Strategi Perjuangan Umat Islam Indonesia*. Bandung: Mizan, 1990.

Gloria Setyvani Putri. “WHO Resmi Sebut Virus Corona Covid-19 Sebagai Pandemi Global.” *Kompas.Com*, 2020.
<https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>.

Hafied Cangara. “Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi,” Edisi Revi., 24. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Hajjam, Ummu Salamah. *Immunisasi Dampak Dan Konspirasi Solusi Sehat Ala Rasulullah*. Jakarta: Madaniyahpress, 1999.

Hamzah, Muhammad. “Strategi Komunikasi Humas Setda Aceh Dalam Membangun Citra Pemerintah.” PPs UIN Ar- Raniry Banda Aceh, 2021.

- “Hasil Wawancara Juru Bicara Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022,” n.d.
- “Hasil Wawancara Kepala Bagian Perencanaan Dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022,” n.d.
- “Hasil Wawancara Sekretaris Badan Penanggulangan Bencana Aceh, Muhammad Syahril, Selasa 28 Juni 2022,” n.d.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga, 2009.
- Indonesia, CNN. “Fatwa MUI: Vaksin Sinovac Suci Dan Halal.” 2021.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210108100235-20-591063/fatwa-mui-vaksin-sinovac-suci-dan-halal>.
- Ismail Marzuki. *Covid-19: Seribu Satu Wajah*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis Dan Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Cet.5. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Keagamaan, Puslitbang Bimas Agama dan Layanan. “Respon Dan Kesiapan Umat Beragama Atas Rencana Vaksinasi Covid-19.” Badan Litbang dan Diklat, Kementerian Agama RI, 2020.
- Lasswell, Harold D. “The Structure and Function of Communication in Society.” *The Communication of Ideas*, no. 1948 (1948): 37–52. [http://www.dhpescu.org/media/elip/The structure and function of.pdf](http://www.dhpescu.org/media/elip/The%20structure%20and%20function%20of.pdf).
- M.Si, Muhammad Mufid. *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana, 2005.

- Mardalis. *Metode Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 1999.
- Morissan. *Riset Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Mutia Dewi dan M. Masri Hadiwijaya. “Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang Dalam Kampanye Program Palembang EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera).” *Jurnal Komunikasi* Vol 10, No (n.d.).
- Nur Fadilla. “Unsur Layak Berita Pada Produk Jurnalistik Rubrik Infotainment Di Media Online (Analisis Isi Pada JPNN.Com Edisi Desember 2015).” Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.
- Nurdianti, Siti Rahma. “Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung Samarinda.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2014, hlm 149-150,.
- Nurhajati, Lestari, Rudi Sukandar, Rani Chandra Oktaviani, and Xenia Angelica Wijayanto. “Perbincangan Isu Corona COVID-19 Di Media Daring Dan Media Sosial Di Indonesia.” *Lembaga Penelitian, Publikasi, Dan Pengabdian Masyarakat* April, no. Big data Analysis (2020): 1–23.
- Oktavia, Nova. *Sistematika Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Perpres Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021. “Perpres Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2021” 2019, no. 039471 (2021): 13 pages.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Qardawi, Yusuf Al. *Halal Dan Haram Dalam Islam*. Jakarta: PT. Bina Ilmu, 1993.

- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- RI, Kementerian Agama. “Quran Kemenag.” Kementerian Agama Republik Indonesia, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/surah/3/190>.
- Rosady Ruslan. *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada, 2000.
- Sandra Oliver. *Strategi Public Relation*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Setyadi, Agus. “Gubernur Aceh Divaksin COVID Ke-2: Yang Pertama Tak Ada Efek Sama Sekali.” *Detik.Com*. 2021. <https://news.detik.com/berita/d-5353370/gubernur-aceh-divaksin-covid-ke-2-yang-pertama-tak-ada-efek-sama-sekali>.
- Simamora, Indah Cindy. “Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Medan Dalam Memasarkan Kota Medan Sebagai Kota Wisata,” 2017.
- Sitomurang, Syafrizal Helmi. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. Medan: Usu Pers, 2010.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. “Situs Resmi Covid-19 Indonesia,” 2022. <https://covid19.go.id/>.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sulvinajayanti. “Covid-19 Dalam Kacamata Komunikasi Krisis.” IAIN Pare-Pare Prodi Sosiologi Agama, 2020. <https://sosgama.iainpare.ac.id/2020/03/covid-19-dalam-kacamata-komunikasi.html>.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.

- WHO, ITAGI, EMENKES, and UNICEF. "COVID-19 Vaccine Acceptance Survey in Indonesia." *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia* 1, no. 1 (2020): 1–8.
- Widjaja. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 1986.
- Wijaya, Ida Suryani. "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi." *Lentera* XVIII, no. 1 (2015): 53–61. <https://media.neliti.com/media/publications/195459-ID-perencanaan-dan-strategi-komunikasi-dala.pdf>.
- . "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan." *Jurnal Lentera* Vol. XVIII (2015): hlm 56-59.
- Worldometer. "CORONAVIRUS STATISTIC." Worldometer, 2022. <https://www.worldometers.info/coronavirus/>.
- Yetty Oktarina, Yudi Abdullah. *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2007.
- Yudi Rusfiana dan Awan Y Abdoellah. *TEORI DAN ANALISIS KEBIJAKAN PUBLIK*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016.
- Yusuf Zainal Abidin. *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Zuriah, Nurul. *Metode Penelitian Sosial & Pendidikan (Teori-Aplikasi)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

KEPUTUSAN DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: 177/Un.08/Ps/04/2022

Tentang:

PENUNJUKAN PEMBIMBING TESIS MAHASISWA

DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Menimbang : 1. bahwa untuk menjamin kelancaran penyelesaian studi pada Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh dipandang perlu menunjuk Pembimbing Tesis bagi mahasiswa;
2. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Keputusan ini, dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Tesis.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama Nomor 156 Tahun 2004 tentang Pedoman/Pengawasan, Pengendalian dan Pembinaan Diploma, Sarjana, Pascasarjana Pada Perguruan Tinggi Agama;
4. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 Tahun 2015 tentang STATUTA UIN Ar-Raniry;
5. Keputusan Dirjen Binbaga Islam Departemen Agama R.I. Nomor 40/E/1988 tentang Penyelenggaraan Program Pascasarjana IAIN Ar-Raniry di Banda Aceh;
6. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tanggal 2 Januari 2015 tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana dalam lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
- Memperhatikan : 1. Hasil Seminar Proposal Tesis semester Ganjil Tahun Akademik 2021/2022, pada hari Jumat tanggal 17 Desember 2021.
2. Keputusan Rapat Pimpinan Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada hari Jumat Tanggal 01 April 2022.
3. Berdasarkan surat permohonan mahasiswa yang bersangkutan untuk ganti judul tesis
- MEMUTUSKAN:**
- Menetapkan Kesatu : Menunjuk:
1. Dr. T. Lembong Misbah, MA
2. Teuku Zulyadi, M. Kesos., Ph. D
- Sebagai Pembimbing Tesis yang diajukan oleh:
- N a m a : Muhammad Ikbal Fanika
- N I M : 201007003
- Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
- Judul : Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh dalam Program Vaksinasi Covid-19
- Kedua : Pembimbing Tesis bertugas untuk mengarahkan, memberikan kritik konstruktif dan bimbingan Tesis sehingga dianggap memenuhi standar untuk memperoleh gelar Magister.
- Ketiga : Kepada Pembimbing Tesis yang namanya tersebut di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- Keempat : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan.
- Kelima : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir pada tanggal 31 Agustus 2024 dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.
- Keenam : Dengan bertakunya SK ini, Maka SK No. 805/Un.08/Ps/12/2021 dinyatakan tidak berlaku lagi

Ditetapkan di Banda Aceh
Pada tanggal 18 April 2022

Direktur

Mukhsin Nyak Umar



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
PASCASARJANA

Jl. Ar-Raniry No. 1 Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon (0651) 7552397, Hp. 085297931017, Fax (0651) 7552397

E-mail: pascasarjanauinan@ar-raniry.ac.id Website: www.ar-raniry.ac.id

Nomor : 937/Un.08/ Ps.1/03/2022
Lamp : -
Hal : **Pengantar Penelitian Tesis**

Banda Aceh, 29 Maret 2022

Kepada Yth

Kantor / Posko Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Provinsi Aceh
di-

Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, Direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh menerangkan bahwa:

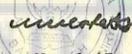
N a m a : Muhammad Ikbal Fanika
NIM : 201007003
Tempat/Tgl. Lahir : Labuhan Tarok / 14 Juni 1989
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Desa Kepala Bandar, Susoh – Aceh Barat Daya

adalah mahasiswa Pascasarjana UIN Ar-Raniry yang sedang mempersiapkan penyelesaian penelitian Tesis yang berjudul: "**Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh dalam Program Vaksinasi Covid-19**".

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu dapat mengizinkan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan penelitian dan memberikan data seperlunya.

Demikian surat pengantar ini dikeluarkan, atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan terima kasih.

Wassalam,
An. Direktur
Wakil Direktur,


Muetafa AR



PEMERINTAH ACEH BADAN PENANGGULANGAN BENCANA ACEH

Jalan Teungku Daud Beureuh No. 18 Telp/Fax : 0651-34783
Banda Aceh 23114

Nomor : 360 / 258

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Keterangan Telah Selesai Melakukan
Penelitian.....

Banda Aceh, 01 Juli 2022 M
01 Zulhijjah 1443 H

Yang terhormat :

Direktur Pasca Sarjana UIN Ar-Raniry
di-

Banda Aceh

1. Sehubungan dengan surat Direktur pasca sarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh Nomor : 1538/Un.08/Ps.I/06/2022 tanggal 20 Juni 2022 perihal Pengantar Penelitian Tesis, maka bersama ini kami menerangkan bahwa benar Saudara Muhammad Ikbal Fanika, NIM : 201007003, telah melakukan penelitian pada Badan Penanggulangan Bencana Aceh dalam rangka penyusunan tesis yang bersangkutan dengan judul "Strategi Komunikasi Pemerintah Aceh dalam Program Vaksinasi Covid-19"
2. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya, terima kasih.

BADAN PENANGGULANGAN BENCANA ACEH
KEPALA PELAKSANA,


Dr. Ir. ILYAS, MP
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19640123 199503 1 001



Wawancara Jubir Covid-19 Aceh, Saifullah Abdulgani, Jumat 24 Juni 2022



Wawancara Kepala Bagian Perencanaan dan Kepegawaian Setda Biro Administrasi Pimpinan, Syafrizal. Selasa 28 Juni 2022



Wawancara Sekretaris Badan Penanggulangan Bencana Aceh, Muhammad Syahril, Selasa 28 Juni 2022,”



Wawancara Kepala Dinas Syariat Islam Aceh, Dr. EMK. Alidar, S. Ag., M. Hum



Wawancara Ketua MPU Aceh, Tgk. H. Faisal Ali



Papan Baliho salah satu strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam upaya sosialisasi vaksin Covid-19



Papan Baliho salah satu strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam upaya sosialisasi vaksin Covid-19.



Stiker mobil sosialisasi vaksinasi Pemerintah Aceh yang terpajang di mobil dinas Pemerintah Aceh.

GESID ACEH
GERAKAN EDUKASI VAKSINASI COVID

**TENAGA KESEHATAN
SUDAH DIVAKSIN COVID-19**

TAHAP BERIKUTNYA

**PETUGAS PUBLIK DAN
KELOMPOK RENTAN**

TNI /
POLRI TOKOH
AGAMA PENDIDIK PEDAGANG ASN LANSIA

MASYARAKAT

Ayo! Sukseskan Program VAKSINASI

Dengan Vaksin dan Protokol Kesehatan Kita Dapat Melindungi Diri dan Melindungi Negeri

AMAN HALAL

INFO LEBIH LANJUT TENTANG VAKSIN : https://bit.ly/brosur_vaksinasi

DASAR HUKUM :

1. PERPRES No. 99/2020, tgl 6 Okt 20
2. Fatwa PMU No.05/2021, tgl 11 Jan 21
3. ESIA-SP/PMU tgl 11 Jan 21
4. PMK No.84/2020, tgl 14 Desr 20
5. Keputusan PMU No.2/2021, tgl 14 Jan 21
6. SS Gubernur Aceh No.640/2021, tgl 19 Jan 21
7. SE MENKES No.985.02/2/2021, tgl 11 Feb 21

“Ingat COVID, Ingat Masker”

GERMAS BERSIH BEREN

Poster pesan-pesan vaksinasi Covid-19.



Poster vaksinasi yang terpajang di ruang publik, seperti rumah sakit, terminal, bandara, pelabuhan penyebrangan dan tempat umum lainnya.



INFORMASI VAKSINASI COVID-19



GERAKAN EDUKASI VAKSINASI COVID

VAKSINASI

Suatu upaya untuk menimbulkan kekebalan seseorang secara aktif terhadap Virus COVID-19 untuk melindungi diri, keluarga, masyarakat dan negara serta menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat COVID-19 sehingga kehidupan kembali normal.

BELUM BISA DIBERIKAN

- Usia di bawah 12 tahun
- Ibu hamil di bawah 13 minggu
- Riwayat konfirmasi positif COVID-19:
 - sebelum 1 bulan (tanpa gejala, gejalangin/sedang)
 - sebelum 3 bulan (gejala berat)
- Tidak lolos skrining pada tempat vaksinasi
- Riwayat alergi berat pada vaksinasi pertama.

RANTAI DINGIN

Cara menjaga agar vaksin dapat digunakan dalam keadaan baik (tidak rusak) dengan menjaga suhu sejuk di pabrik, transportasi sampai dengan disuntikkan dalam tubuh seseorang.



Vaksin disimpan dalam kulkas khusus. Dari tempat penyimpanan, vaksin dibawa ke tempat pelayanan vaksinasi dengan termos khusus.

VAKSIN COVID-19 YANG DIGUNAKAN

SINOVAQ / MODERNA / PFIZER

Antigen yang berasal dari virus corona yang dimatikan/dilemahkan/bagian dari virus, apabila di berikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan khusus terhadap virus COVID-19

CARA KERJA

- Vaksin disuntikkan ke dalam tubuh, kemudian memicu sistem kekebalan tubuh untuk membentuk antibodi.

CARA DAN FREKUENSI PENYUNTIKAN



- Disuntik oleh petugas medis terlatih pada fasilitas kesehatan yang telah ditetapkan.
- Disuntik pada otot lengan atas kiri 2 kali dengan selang waktu 28 hari.

EFEK YANG MUNGKIN TERJADI SETELAH VAKSINASI

- Demam ringan 24-48 Jam
- Nyeri tempat suntik

SASARAN

- Tenaga kesehatan dan semua petugas yang bekerja pada fasilitas kesehatan
- Petugas pelayanan publik
- Lanjut usia
- Aparat pemerintah yang terlibat dalam pelayanan publik
- Masyarakat umum dan masyarakat rentan
- Ibu hamil di atas 13 minggu
- Ibu menyusui
- Anak dan remaja usia 12 - 17 tahun

LEGALITAS

1. PERPRES No.99/2020, tgl 5 Okt' 20
2. Fatwa MUI No.02/2021, tgl 11 Jan' 21
3. EUA - BPOM tgl 11 Jan' 21
4. PMK No.84/2020, tgl 14 Des' 20
5. Taushiyah MPU No.1/2021, tgl 14 Jan' 21
6. SE Gubernur Aceh No.440/904, tgl 19 Jan' 21
7. SE Dirjen P2P Kemenkes No.HK.02.02/1/1727/2021, tgl 30 Juni 21
8. SE Dirjen P2P Kemenkes No.HK.02.01/1/2007/2021, tgl 2 Agt' 21

Ayo Ikut Vaksin...!!

Lindungi Diri Dan Orang Yang Kita Cintai.



Ingat COVID, Ingat MASKER dan VAKSIN







Brosur salah satu bentuk strategi komunikasi Pemerintah Aceh dalam upaya sosialisasi vaksinasi Covid-19



" Saya sudah menerima Vaksin, semoga membawa kebaikan bagi saya dan seluruhnya di Aceh. Mudah-mudahan masyarakat dapat mengikuti "

AYO!!
VAKSINASI
COVID-19



Abu Muall
Ketua Majelis Ulama Aceh

#bersamecehacovid19

TAK KENAL
MAKA
TAK KEBAL



" Saya sepakat dengan MUI terkait Kehalalan Vaksin Sinovac- Laksanakan karena itu ikhtiar dan berde'a agar Pandemi ini segera berakhir "

AYO!!
VAKSINASI
COVID-19



Waleed Samalanga
Ketua Majelis Ulama Aceh

#bersamecehacovid19

TAK KENAL
MAKA
TAK KEBAL



" Vaksinasi merupakan salah satu usaha yang perlu dilakukan untuk Pencegahan penyebaran Covid-19. Selalu berdo'a, berzikir, meminta kesembuhan dan keselamatan dari Allah SWT "

AYO!!
VAKSINASI
COVID-19



Ust. Dr. Tgk. Amir Fatmi, Lc

#bersamecehacovid19

TAK KENAL
MAKA
TAK KEBAL



" Vaksin Covid-19 Sinovac itu HALAL dan SUCI. Sehingga bisa digunakan oleh masyarakat "

AYO!!
VAKSINASI
COVID-19



Tgk. H. Polkal Ali

#bersamecehacovid19

TAK KENAL
MAKA
TAK KEBAL

Salah satu postingan di media sosial, seperti Instagram, twitter, facebook dan youtube.



Jubir Covid-19 Saifullah Abdulgani saat melakukan konferensi pers Menggunakan saluran media live streaming youtube dan facebook.



Indeks pembeeritaan vaksinasi dan sosialisasi dan imbauan kepada masyarakat menggunakan website resmi Pemerintah Aceh.



Foto Kegiatan Vaksinasi Pemerintah Aceh



Foto Kegiatan Vaksinasi Pemerintah Aceh



GUBERNUR ACEH

KEPUTUSAN GUBERNUR ACEH
NOMOR 440/1364 /2020

TENTANG

PEMBENTUKAN SATUAN TUGAS PENANGANAN
CORONA VIRUS DISEASE 2019 ACEH

GUBERNUR ACEH,

- Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 12 ayat (1) Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2020 tentang Komite Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional, perlu menetapkan Keputusan Gubernur tentang Pembentukan Satuan Tugas Penanganan *Corona Virus Disease 2019* Aceh;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Propinsi Atjeh dan Perubahan Peraturan Pembentukan Propinsi Sumatera Utara;
2. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1984 tentang Wabah Penyakit Menular;
3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh;
4. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana;
5. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan;
6. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
7. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan;
8. Peraturan Presiden Nomor 17 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Kedaruratan Bencana pada Kondisi Tertentu;
9. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2020 tentang Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019* di Lingkungan Pemerintah Daerah;
10. Qanun Aceh Nomor 13 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Aceh sebagaimana telah diubah dengan Qanun Aceh Nomor 13 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Qanun Aceh Nomor 13 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Aceh;
11. Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2020 tentang Komite Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional;

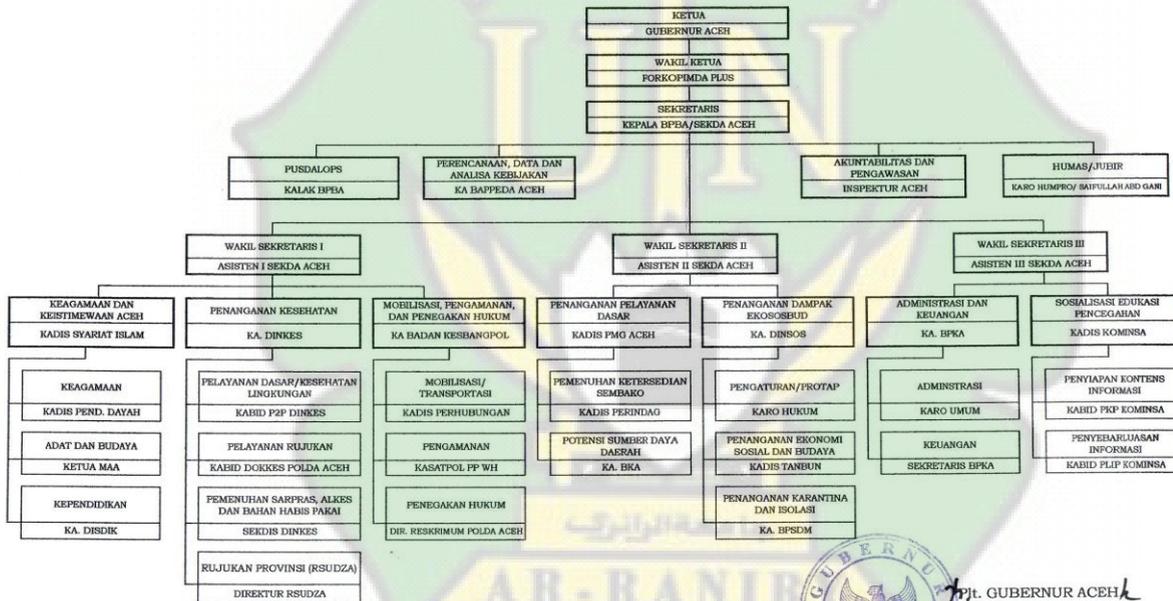
MEMUTUSKAN :

- Menetapkan :
KESATU : Membentuk Satuan Tugas Penanganan *Corona Virus Disease 2019* Aceh yang selanjutnya disebut "Satgas Penanganan Covid-19 Aceh" dengan struktur organisasi dan susunan personalia serta uraian tugas sebagaimana tercantum dalam Lampiran I dan Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Gubernur ini.

KEDUA : /2

LAMPIRAN I
 KEPUTUSAN GUBERNUR ACEH
 NOMOR 440/1364/2020
 TENTANG PEMBENTUKAN SATUAN TUGAS PENANGANAN
 CORONA VIRUS DISEASE 2019 ACEH.....

STRUKTUR ORGANISASI SATUAN TUGAS PENANGANAN COVID-19 ACEH



[Signature]
 Pj. GUBERNUR ACEH
NOVA IRLANSYAH

12

No.	JABATAN POKOK/NAMA	JABATAN DALAM GUGUS	URAIAN TUGAS
1	2	3	4
SEKRETARIS			
1	Kepala Badan Penanggulangan Bencana Aceh (Sekretaris Daerah)	Sekretaris	1. Menyelenggarakan administrasi surat-menyurat; 2. Melaksanakan kegiatan protokoler; dan 3. Memberi dukungan sekretariat.
2	Asisten I Sekda Aceh	Wakil Sekretaris I	Membantu tugas Sekretaris
3	Asisten II Sekda Aceh	Wakil Sekretaris II	
4	Asisten III Sekda Aceh	Wakil Sekretaris III	
PUSAT PENGENDALIAN OPERASI			
1	Kalak Badan Penanggulangan Bencana Aceh	Ketua	1. Melaksanakan pencegahan, penanganan, dan pemulihan di Aceh. 2. Mengelola data (data base); dan 3. Melakukan koordinasi dengan Kabupaten/Kota terhadap percepatan penanganan tugas.
2	Karo Ops Polda Aceh	Wakil Ketua	
3	Sahli Gub Bidang Pemerintahan, Hukum, dan Politik	Anggota	
4	Sahli Gub Bidang Perekonomian, Keuangan, dan Pembangunan	Anggota	
5	Asisten Operasi Kodam IM	Anggota	
6	Wakil Asisten Operasi Kodam IM	Anggota	
7	Wadirsamapta Polda Aceh	Anggota	
8	Kasie Pengamanan Pembangunan Strategis (TP4D) Kejati Aceh	Anggota	
9	Dan Satgas BAIS Aceh	Anggota	
10	Dan Ops BINDA Aceh	Anggota	
11	Kabid Persandian Diskominsa Aceh	Anggota	
12	Kepala Basarnas Aceh	Anggota	
13	Ketua RAPI Aceh	Anggota	
14	Ketua Forum PRB Aceh	Anggota	
III PERENCANAAN, DATA, PAKAR, DAN ANALISA KEBIJAKAN			
1	Kepala Bappeda Aceh	Ketua	1. Melaksanakan pengumpulan data; 2. Melaksanakan Analisa; 3. Melaksanakan Kajian; 4. Menyusun <i>policy brief</i> ; 5. Mengikuti Protokol Nasional; 6. Melaksanakan Perencanaan; 7. Menyusun dan menyampaikan kebijakan terkait penanganan <i>COVID-19</i> pada Satuan Pendidikan, Tempat Ibadah, Tempat Kerja, Pasar, Warung Kopi, Tempat Wisata dan Fasilitas Umum lainnya; 8. Mengkaji pengaturan sistem kerja di kantor dan di rumah (<i>work from home</i>) di lingkungan Pemerintah Aceh;
2	Dekan FK Unsyiah	Wakil Ketua	
3	Dekan FKM Unmuha	Anggota	
4	TDMRC Unsyiah	Anggota	
5	Kepala BPS Aceh	Anggota	
6	Dekan FEB Unsyiah	Anggota	
7	Ketua IDI Wilayah Aceh	Anggota	
8	Kepala Bank Indonesia Perwakilan Aceh	Anggota	
9	Kepala Dinas Registrasi Kependudukan Aceh	Anggota	
10	Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Aceh	Anggota	
11	Kepala Biro Administrasi Pembangunan Setda Aceh	Anggota	
12	Kepala Perum Bulog Divisi Regional Aceh	Anggota	

No	JABATAN POKOK/NAMA	JABATAN DALAM GUGUS	URAIAN TUGAS
1	2	3	4
			9. Memantau dan memastikan ketersediaan kebutuhan bahan pokok masyarakat; 10. Menerapkan proses belajar mengajar di rumah; dan 11. Melaksanakan tugas lainnya yang berkaitan dengan penanganan COVID-19.
IV	AKUNTABILITAS DAN PENGAWASAN		
1	Inspektur Aceh	Ketua	Melakukan pengawasan pelaksanaan penanganan
2	Kepala BPKP Provinsi Aceh	Wakil Ketua	
3	Teuku Herizal (Kejati Aceh)	Anggota	
4	Sayid Muhammad (Kejati Aceh)	Anggota	
5	Sekretaris Badan Penanggulangan Bencana Aceh	Anggota	
6	Ketua Forum LSM Aceh	Anggota	
V	HUMAS/JUBIR		
1	Kepala Biro Humas dan Protokol Setda Aceh	Ketua	1. Melaksanakan Komunikasi publik; 2. Melaksanakan Komunikasi dan informasi dengan Forkopimda; 3. Membuat Agenda setting; 4. Menciptakan Strategi komunikasi; 5. Melaksanakan Media monitoring; 6. Menjadi Juru Bicara; 7. Mempercepat komunikasi dan informasi penanganan COVID-19 melalui sinergi antar Instansi Vertikal, Satuan Kerja Perangkat Aceh dan Pemerintah Kabupaten/Kota; 8. Mengoptimalkan fungsi Media Center penanganan COVID-19; 9. Melakukan penyebaran informasi melalui infografis, Press Release, buku panduan, media luar ruang dan elektronik terkait penanganan COVID-19; 10. Menetapkan jadwal konferensi pers dan melakukan koordinasi dengan tim teknis tentang informasi aktual penanganan COVID-19; 11. Menyelenggarakan <i>Video Conference</i> antara Gubernur dengan unsur Forum Komunikasi Pimpinan Daerah, Satuan Kerja 12. Menggencarkan edukasi Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) dan pola hidup Bersih, Rapi, Estetis dan Hijau 13. Melaksanakan tugas lain yang berkaitan dengan penanganan COVID-19.
2	Sekretaris Diskominfo Aceh	Wakil Ketua	
3	Kabid Humas Polda Aceh	Anggota	
4	Kapendam IM	Anggota	
5	Kabid TIK Diskominfo Aceh	Anggota	
6	Koordinator Pusdatin BPBA	Anggota	
7	Yadi Rachmat Sunaryadi (Kejati Aceh)	Anggota	
8	Kasie Penkum dan Humas Kejati Aceh	Anggota	
9	Suwarni, SKM, MPH (Dinkes Aceh)	Anggota	
10	dr. Dewi Behri, Sp.P (RSUDZA)	Anggota	
11	Pemimpin Divisi Sekretariat Perusahaan (Humas PT. Bank Aceh Syariah)	Anggota	
12	Saifullah Abdul Gani	Jubir	
VI	BIDANG KEAGAMAAN DAN KEISTIMEWAAN ACEH		
1	Kepala Dinas Syariat Islam Aceh	Ketua	Melakukan koordinasi dengan instansi terkait dalam rangka sosialisasi regulasi dan kebijakan Pemerintah di bidang Agama, Pendidikan, Adat dan Budaya baik di Provinsi maupun di Kab/Kota.
2	Kepala Biro Isra Setda Aceh	Wakil Ketua	
3	Ketua Majelis Pendidikan Aceh	Anggota	
4	Kakanwil Kemenag Provinsi Aceh	Anggota	
5	Kepala Baitul Mal Aceh	Anggota	

No.	JABATAN POKOK/NAMA	JABATAN DALAM GUGUS	URAIAN TUGAS
1	2	3	4
A. KEAGAMAAN			
1	Kepala Dinas Pendidikan Dayah Aceh	Ketua	1. Melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap efektifitas pelaksanaan kebijakan Pemerintah dalam bidang Keagamaan; 2. Melakukan pembinaan mental spiritual/dakwah islamiah agar masyarakat tetap tenang, tidak panik dan selalu mendekatkan diri kepada Allah SWT dan menghadapi wabah COVID-19 melalui media sosial, media cetak dan media elektronik; dan 3. Melakukan sosialisasi pola hidup bersih dan sehat sesuai syariat islam melalui media sosial, elektronik, dan media cetak.
2	Kepala Sekretariat MPU Aceh	Wakil Ketua	
3	Kabag Agama dan Peran Ulama Biro Isra Setda Aceh	Anggota	
4	Kabid Urais Kakanwil Agama	Anggota	
5	Sekretaris Dinas Syariat Islam Aceh	Anggota	
B. ADAT DAN BUDAYA			
1	Ketua Majelis Adat Aceh	Ketua	1. Melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap efektifitas pelaksanaan kebijakan Pemerintah dalam bidang adat istiadat; 2. Melakukan sosialisasi, pemantauan dan pembinaan terhadap kegiatan ritual tolak bala dan kegiatan adat istiadat lainnya; dan 3. Memperkuat pelaksanaan adat pague gampong/ pengawasan gampong terhadap pelanggaran.
2	Keurukun Katibul Wali/Kepala Sekretariat Wali Nanggroe Aceh	Wakil Ketua	
3	Kepala Sekeratariat MAA	Anggota	
4	Sekretaris Disbudpar Aceh	Anggota	
C. KEPENDIDIKAN			
1	Kepala Dinas Pendidikan Aceh	Ketua	1. Menyusun/mengkaji jadwal dan redifinisi sistem belajar dari rumah pada semua Lembaga dan jenjang Pendidikan; 2. Mengevaluasi pelaksanaan sistem belajar dari rumah secara daring dan manual; dan 3. Memantau aktifitas guru dan kepala sekolah dalam pembelajaran dan penilaian murid/siswa secara periodik.
2	Kepala Sekretariat MPA	Wakil Ketua	
3	Kabag Pendidikan dan Kebudayaan Biro Isra Setda Aceh	Anggota	
4	Kabid Pendidikan Madrasah Kanwil Kemenag Provinsi Aceh	Anggota	
5	Kabid Pembinaan Dayah Dinas Pendidikan Dayah Aceh	Anggota	
VII BIDANG PENANGANAN KESEHATAN			
1	Kepala Dinas Kesehatan Aceh	Ketua	1. Melakukan koordinasi pelayanan kesehatan dasar dan kesehatan lingkungan, pelayanan kesehatan rujukan, dan pemenuhan sarana dan prasarana, alat kesehatan dan bahan habis pakai; dan 2. Melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan penanganan COVID-19.
2	Kepala Kesehatan Kodam IM	Wakil Ketua	
3	Direktur RSA	Anggota	
4	Direktur RSJ	Anggota	
A. PELAYANAN DASAR/KESEHATAN LINGKUNGAN			
1	Kabid P2P Dinas Kesehatan Aceh	Ketua	1. Merencanakan kebutuhan peralatan APD, BHP dan SDM di fasilitas kesehatan dasar; 2. Memonitor pelaksanaan surveilans Influenza Like Illness (ILI) dan pneumonia di Puskesmas; 3. Memantau pelaksanaan surveilans aktif Orang Tanpa Gejala (OTG), Orang Dalam Pemantauan (ODP) di Puskesmas;
2	Waka Kesdam IM	Wakil Ketua	
3	Kabid Kesehatan Masyarakat Dinas Kesehatan Aceh	Anggota	
4	Ketua PMI Aceh	Anggota	
5	Ketua Aksi Cepat Tanggap (ACT) Aceh	Anggota	

No	JABATAN POKOK/NAMA	JABATAN DALAM GUGUS	URAIAN TUGAS
1	2	3	4
D. RUJUKAN PROVINSI (RSUDZA)			
1	Direktur RSUDZA	Ketua	1. Menyiapkan tenaga medis dan tenaga kesehatan lainnya dalam penanganan pasien Covid-19 2. Menyiapkan sarana dan prasarana, baik medis maupun non medis; dan 3. Menyiapkan dokumen penatalaksanaan.
2	Wadir Pelayanan RSUDZA	Wakil Ketua	
3	Wadir Penunjang RSUDZA	Anggota	
4	Wadir Sumber Daya Manusia RSUDZA	Anggota	
5	Wadir Administrasi dan Keuangan RSUDZA	Anggota	
VIII BIDANG MOBILISASI, PENGAMANAN DAN PENEGAKAN HUKUM			
1	Kepala Badan Kesbangpol Aceh	Ketua	Melaksanakan pengamanan dan penegakan hukum di Aceh secara menyeluruh dan terkoordinasi antar instansi.
2	Dirsamapta Polda Aceh	Wakil Ketua	
3	Asisten Intelijen Kejati Aceh	Anggota	
4	Wassintel KODAM IM	Anggota	
A. MOBILISASI/TRANSPORTASI			
1	Kepala Dinas Perhubungan Aceh	Ketua	1. Melakukan pendataan dan pemantauan keluar masuk angkutan umum dan penumpang baik darat, laut, dan udara; 2. Melakukan pemeriksaan penumpang yang masuk ke Aceh di wilayah perbatasan; 3. Mencegah masuknya kapal, nakhoda, anak buah kapal, dan penumpang asing ke wilayah Aceh baik dari luar Aceh maupun luar negeri; 4. Mengendalikan operasional armada transportasi umum pada saat pemberlakuan jam malam; dan 5. Menghentikan sementara beroperasinya Transkutaraja.
2	Kepala Imigrasi Banda Aceh	Wakil Ketua	
3	Kepala Dinas Ketenagakerjaan dan Mobilitas Penduduk Aceh	Anggota	
4	Kepala Bea Cukai Aceh	Anggota	
5	Ketua Organda Aceh	Anggota	
B. PENGAMANAN			
1	Ka Satpol PP dan WH Aceh	Ketua	1. Mengantisipasi kerawanan kebutuhan sembako; 2. Melakukan pendataan dan penanganan WNA; 3. Melakukan penertiban jam malam, tempat keramaian, pasar, tempat wisata rekreasi, pesta perkawinan, warung kopi/cafe, tempat makan dan minum, swalayan, mall, karaoke, wahana permainan, tempat hiburan, tempat olahraga, tempat usaha lainnya; dan 4. Melakukan pemantauan, pendataan dan pemeriksaan masyarakat yang masuk ke Aceh, baik dari darat, laut dan udara.
2	Kabagbinops Roops Polda Aceh	Wakil Ketua	
3	Pabandya Ops KODAM IM	Anggota	
4	Pabandya LID Intel KODAM IM	Anggota	
5	Muhammad Farid Rumdana (Kejati Aceh)	Anggota	
6	Eddy Samrah L (Kejati Aceh)	Anggota	
7	Kepala Sekretariat Badan Reintegrasi Aceh	Anggota	
8	Kabid Wasnas Kesbangpol Aceh	Anggota	
9	Kabid Tantribmas Satpol PP WH Aceh	Anggota	
10	Kepala BPOM Aceh	Anggota	
C. PENEGAKAN HUKUM			
1	Direskrimum Polda Aceh	Ketua	1. Menindak warga yang tidak mematuhi himbauan, surat edaran, instruksi, maklumat dan kebijakan lainnya yang dikeluarkan oleh
2	Aspidsus Kejati Aceh	Wakil Ketua	

No	JABATAN POKOK/NAMA	JABATAN DALAM GUGUS	URAIAN TUGAS	
1	2	3	4	
3	Danpordam IM	Anggota	Pemerintah Pusat, Pemerintah Aceh dan Pemerintah Kabupaten/Kota; 2. Mengamankan dan Memberi sanksi kepada ASN, anggota TNI, anggota Polri dan Tenaga Kontrak yang melanggar ketentuan kerja dari rumah.	
4	Kakundam IM	Anggota		
5	Wadirreskrimsum Polda Aceh	Anggota		
6	Kasi Penyidikan pada Aspidus Kejati Aceh	Anggota		
7	Kabid Perlindungan Masyarakat Satpol PP WH	Anggota		
8	Kabid Penegakan Hukum dan Kesejahteraan BKA	Anggota		
9	Kabid Penegakan dan Perundang-undangan Daerah Satpol PP WH	Anggota		
10	Kabag Bankum dan JDIIH Biro Hukum	Anggota		
IX BIDANG PENANGANAN PELAYANAN DASAR				
1	Kadis PMG Aceh	Ketua		1. Melaksanakan upaya pemulihan dan layanan dasar di Aceh secara menyeluruh dan terkoordinasi antar instansi; dan 2. Memfasilitasi layanan ketahanan pangan dan sumberdaya manusia.
2	Kepala Dinas Pangan Aceh	Wakil Ketua		
3	Ketua KADIN Aceh	Anggota		
A. PEMENUHAN KETERSEDIAAN SEMBAKO				
1	Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Aceh	Ketua	1. Mendata dan memastikan kebutuhan dasar masyarakat Aceh; 2. Memastikan ketersediaan Sembako (Beras, Jagung, Kedelai, Gula, minyak goreng, bawang merah, daging sapi, daging ayam dan telur); 3. Melakukan koordinasi dengan kementerian terkait untuk menjaga stabilitas harga pasar; dan 4. Memberikan sanksi kepada pedagang yang melakukan penimbunan dan pengelembungan harga sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.	
2	Kepala Dinas Peternakan Aceh	Wakil Ketua		
3	Kepala Dinas Koperasi dan UKM Aceh	Anggota		
4	Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan Aceh	Anggota		
5	Kabid Perdagangan Dalam Negeri Disperindag Aceh	Anggota		
6	Kepala Sekretariat Baitul Mal Aceh	Anggota		
7	Kepala Biro Perekonomian Setda Aceh	Anggota		
8	Direktur UKM Center Unsyiah	Anggota		
9	Ketua Hipmi Aceh	Anggota		
10	Ketua DPP Asosiasi Sandagar Industri Aceh	Anggota		
B. POTENSI SUMBER DAYA DAERAH				
1	Kepala Badan Kepegawaian Aceh	Ketua	Memberi dukungan pengadaan logistik non Kesehatan secara menyeluruh dan terkoordinasi.	
2	Kepala Dinas PUPR Aceh	Wakil Ketua		
3	Kepala Dinas Pengairan Aceh	Anggota		
4	Kepala Dinas Perumahan dan Permukiman Aceh	Anggota		
5	Kabid Poldagri Kesbangpol Aceh	Anggota		
X BIDANG PENANGANAN DAMPAK EKONOMI, SOSIAL, DAN BUDAYA				
1	Kepala Dinas Sosial Aceh	Ketua	1. Melaksanakan upaya pemulihan ekonomi, sosial, dan budaya secara menyeluruh dan terkoordinasi antar instansi; 2. Melaksanakan pemenuhan kebutuhan pelayanan dasar psikososial; 3. Memastikan bantuan layanan dasar tepat sasaran dan diterima oleh penerima manfaat;	
2	Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh	Wakil Ketua		
3	Kabag Kesra dan Pembinaan Sosial Biro Isra Setda Aceh	Anggota		
4	Penglima Laot Aceh	Anggota		

No	JABATAN POKOK/NAMA	JABATAN DALAM GUGUS	URAIAN TUGAS
1	2	3	4
			4. Menyiapkan tenaga pendamping/relawan dalam rangka pembagian kebutuhan dasar bagi masyarakat yang menjadi korban; dan 5. Melakukan pendataan, penyediaan, dan penyaluran bantuan bahan pokok kepada orang miskin baru, pekerja sektor informal yang tidak memiliki penghasilan tetap yang merupakan bagian dari sosial safety net.
A. PENGATURAN/PROTAP			
1	Kepala Biro Hukum Setda Aceh	Ketua	Menyiapkan dan membahas regulasi pelaksanaan penanganan COVID-19.
2	Sekretaris DPR Aceh	Wakil Ketua	
3	Kakanwil Hukum dan HAM Provinsi Aceh	Anggota	
4	Kabag Protokol Biro Humpuro	Anggota	
5	Kabag Peraturan Perundang-undangan Biro Hukum	Anggota	
6	Kabid Bina Hukum Syariah Islam dan HAM Dinas Syariah Islam Aceh	Anggota	
B. PENANGANAN EKONOMI, SOSIAL, DAN BUDAYA			
1	Kepala Dinas Pertanian dan Perkebunan Aceh	Ketua	Melakukan penanganan ekonomi sosial dan budaya terhadap korban.
2	Kabid Linjamsos Dinas Sosial Aceh	Wakil Ketua	
3	Kabid Penguatan Fakir Miskin Dinas Sosial Aceh	Anggota	
4	Kabid Rehabilitasi Sosial Dinas Sosial Aceh	Anggota	
5	Kabid Sosbud Kesbangpol Aceh	Anggota	
C. PENANGANAN KARANTINA DAN ISOLASI			
1	Kepala Badan Pengembangan SDM Aceh	Ketua	1. Menindaklanjuti penyediaan sarana dan prasarana isolasi dan karantina; dan 2. Menindaklanjuti persiapan sarana dan prasarana isolasi dan karantina alternatif.
2	Kepala Biro Tata Pemerintahan Setda Aceh	Wakil Ketua	
3	Kepala Dinas LH dan Kehutanan Aceh	Anggota	
4	Kepala Dinas Pertanian Aceh	Anggota	
5	Karo SDM Polda Aceh	Anggota	
6	Kabag Psi ROSDM Polda Aceh	Anggota	
7	Ketua Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia Aceh	Anggota	
XI BIDANG ADMINISTRASI DAN KEUANGAN			
1	Kepala BPKA	Ketua	Melaksanakan Tata Usaha Administrasi Keuangan.
2	Kepala Biro PBJ Setda Aceh	Wakil Ketua	
3	Kabid Perbendaharaan BPKA	Anggota	
A. ADMINISTRASI			
1	Karo Umum Setda Aceh	Ketua	Mempersiapkan kebutuhan administrasi percepatan penanganan.
2	Karo Organisasi Setda Aceh	Wakil Ketua	
3	Kabag TU Biro Umum	Anggota	
B. KEUANGAN			
1	Sekretaris BPKA	Ketua	1. Menyusun Laporan Pertanggungjawaban Keuangan; 2. Mengidentifikasi sumber pendanaan; 3. Mengatur percepatan mekanisme pencairan keuangan; dan 4. Menyusun rencana pergeseran anggaran.
2	Kepala Bidang Perbendaharaan BPKA	Wakil Ketua	
3	Kepala Bidang Anggaran BPKA	Anggota	
4	Kepala Bidang Akuntansi BPKA	Anggota	
5	Kasubbag Keuangan BPBA	Anggota	

No	JABATAN POKOK/NAMA	JABATAN DALAM GUGUS	URAIAN TUGAS
1	2	3	4
XII BIDANG SOSIALISASI EDUKASI PENCEGAHAN			
1	Kepala Dinas Kominsa Aceh	Ketua	Melaksanakan koordinasi dan memastikan penyiapan konten dan penyebarluasan informasi berjalan sesuai dengan tujuan pelaksanaan kegiatan pencegahan dan penanganan Covid-19.
2	Kabag Pengelolaan Informasi, Publikasi dan Analisis Biro Humpro Setda Aceh	Wakil Ketua	
3	Staf Khusus Gub Aceh Bid. Kominfo/Wiratmadinata	Anggota	
A. PENYIAPAN KONTENS INFORMASI			
1	Kabid PKP Diskominsa Aceh	Ketua	Melaksanakan persiapan konten informasi pencegahan dan penanganan Covid-19.
2	Kasubbid Pid BidHumas Polda Aceh	Wakil Ketua	
3	Kabag Hukum dan Humas Sekretariat DPRA	Anggota	
4	Ketua Komisi Informasi Aceh	Anggota	
B. PENYEBARLUASAN INFORMASI			
1	Kabid PLIP Diskominsa Aceh	Ketua	Menyebarkan dan mensosialisasikan informasi untuk kepentingan pencegahan dan penanganan Covid-19 kepada masyarakat.
2	Wakapendam IM	Wakil Ketua	
3	Kepala Dinas Pemuda dan Olahraga Aceh	Anggota	
4	Kepala Dinas Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak Aceh	Anggota	
5	Kepala Badan Penghubung Aceh di Jakarta	Anggota	
6	Kabid E-Government Diskominsa Aceh	Anggota	
7	Kepala Kantor Perwakilan Aceh di Medan	Anggota	
8	Ketua KNPI Aceh	Anggota	
9	Ketua KAHMI Aceh	Anggota	
10	Ketua Badko HMI Aceh	Anggota	

fe



Plt. GUBERNUR ACEH, *h*

[Handwritten signature]

NOVA IRIANSYAH