

**PENGARUH DAKWAH PENYULUHAN TERHADAP DIFUSI INOVASI
PESAN PANDEMI COVID-19 DAN VAKSIN OLEH MASYARAKAT
KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**



Oleh:

Nida Ma'rufah

NIM: 19202010018

TESIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Ma'rufah
NIM : 19202010018
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : S2
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 21 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



Nida Ma'rufah

NIM: 19202010018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nida Ma'rufah
NIM : 19202010018
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Temanggung, 21 Januari 2022

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Nida Ma'rufah



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-185/Un.02/DD/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Dakwah Penyuluhan terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin oleh Masyarakat Kabupaten Sleman Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NIDA MARUFAH, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 19202010018
Telah diujikan pada : Selasa, 25 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61f4687e0cc77



Penguji II

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61f4077881b4c



Penguji III

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Valid ID: 61f3a58023d88



Yogyakarta, 25 Januari 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61f544e8f2476

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: PENGARUH DAKWAH PENYULUHAN TERHADAP DIFUSI INOVASI PESAN PANDEMI COVID-19 DAN VAKSIN OLEH MASYARAKAT KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA, Oleh:

Nama	: Nida Ma'rufah
NIM	: 19202010018
Fakultas	: Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Yogyakarta, 21 Januari 2022
Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dr. H.M. Kholili, M.Si.
NIP. 195904081985031005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini peneliti persembahkan teruntuk

Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta Program Studi Magister Komunikasi

Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat.”

(Q.S Ibrahim : 7)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan penulisan tesis yang berjudul “Pengaruh Dakwah Penyuluhan Terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin Oleh Masyarakat Kabupaten Sleman Yogyakarta”. Sholawat serta salam senantiasa peneliti haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat manusia dari zaman kebodohan menuju zaman ilmu pengetahuan.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan berbagai pihak, baik yang berupa moril, materiil maupun spiritual. Untuk itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S. Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M. Pd.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Dr. Musthofa Djarwadi, S.Ag., M.Si., yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada peneliti.
5. Dosen Pembimbing Tesis, Dr H.M. Kholili, M.Si., yang dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memberi motivasi kepada peneliti.

6. Para dosen Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmunya selama dalam masa perkuliahan.
7. Para Penyuluh Agama Islam di lingkungan kabupaten Sleman, terutama Bapak Hudaya Subkhan, Bapak Haris Bahalwan, dan Bapak Zanuri Ahzam yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini dan membantu mengkoordinir responden.
8. Para peserta penyuluhan agama Islam di lingkungan kabupaten Sleman yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak K.H. Ismail, S.Ag., M.Pd, dan Ibu Bardiyah yang selalu membimbing dan mendoakan peneliti, tak lupa adik tercinta Nur Iffani Khairunnisa yang senantiasa memberikan dukungan kepada peneliti.
10. Keluarga besar TPA Masjid Jendral Sudirman Yogyakarta yang selalu menghadirkan suasana agamis, ceria dan semangat kepada peneliti.
11. Segenap keluarga besar UKM JQH al-Mizan UIN Sunan Kalijaga yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dalam bidang seni Islami.
12. Segenap teman seperjuangan di jurusan Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
13. Dan semua pihak yang telah bersedia membantu dalam penelitian tesis ini yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu.

Kepada mereka, peneliti hanya bisa memanjatkan doa kepada Allah SWT, semoga kebaikan dan bantuan dalam segala bentuk, jenis dan jumlahnya mendapatkan

balasan dan imbalan yang jauh lebih baik, mendapatkan keberkahan dan keridloan dari Allah SWT. Semoga penelitian ini mendapat berkah dan bermanfaat bagi semua. Amin.

Yogyakarta, 24 Januari 2022

Nida Ma'rufah



ABSTRAK

Penyuluh Agama Islam memiliki pengaruh yang besar terhadap masuknya inovasi baru mengenai pandemi Covid-19 dan vaksin di tengah masyarakat, khususnya wilayah kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan penyuluhan yang dikemas secara Islami, dan sosok Penyuluh Agama Islam yang dianggap sebagai tokoh yang disegani, membuat masyarakat Sleman mudah menerima dan memahami informasi baru tentang pandemi Covid-19 dan vaksin. Hal ini kemudian memicu masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan serta bersedia melakukan vaksinasi yang telah digalakkan oleh Pemerintah RI. Dengan menggunakan teori Dakwah yang dipadukan dengan teori Komunikasi Kesehatan dan Difusi Inovasi, peneliti mencoba mengelaborasi tentang pengaruh kegiatan penyuluhan agama Islam terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin oleh masyarakat kabupaten Sleman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) Kegiatan dakwah penyuluhan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu penyusunan program, melaksanakan program, dan evaluasi serta pelaporan, 2) tingkat adopsi masyarakat Sleman terhadap protokol kesehatan dan vaksin cukup tinggi dan bagus. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme dan tingkat kepatuhan masyarakat Sleman terhadap protokol kesehatan dan vaksin, 3) Variabel Pesan dan Saluran memiliki pengaruh positif terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin dengan menyumbangkan perannya masing-masing sebanyak 14.8% dan 28.4%. Sedangkan variabel Metode tidak terbukti memberikan pengaruh terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin. Penerimaan Inovasi tidak signifikan sebagai moderator antara Pesan dan Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin, akan tetapi terbukti signifikan terhadap hubungan antara Saluran dan Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin, yaitu sebesar 28.4% dan hubungan antara Metode dan Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin, sebesar 33.5%.

Kata kunci: Difusi Inovasi, Pandemi Covid-19 dan vaksin, Dakwah Penyuluhan.

ABSTRACT

Islamic Religious Counselors have a great influence on the entry of new innovations regarding the Covid-19 pandemic and vaccines in the community, especially in Sleman district, Yogyakarta Special Region. Islamically packaged counseling, and the figure of an Islamic Religious Counselor who is considered a respected figure, makes the Sleman community easy to accept and understand new information about the Covid-19 pandemic and vaccines. This however triggers the community to obey health protocols and are willing to do vaccinations that have been promoted by the Indonesian Government. By using the Da'wah theory combined with the Health Communication theory and the Diffusion of Innovation, the researchers tried to elaborate on the influence of Islamic religious counseling activities on the diffusion of the Covid-19 pandemic message innovation and vaccines by the community of Sleman district. The results showed that, 1) Da'wah counseling activities are carried out through three stages, namely program preparation, program implementation, and evaluation and reporting, 2) The Sleman community's level of adoption of the towards health protocols and vaccines is quite high and good. This can be seen from the enthusiasm and level of compliance of the Sleman community with health protocols and vaccines, 3) Message and Channel Variables have a positive influence on the Diffusion of Covid-19 and Vaccine Pandemic Message Innovations by contributing their respective roles of 14.8% and 28.4%. While the Method variable is not proven to have an effect on the Diffusion of the Covid-19 Pandemic Message Innovation and Vaccines. Acceptance of Innovation is not significant as a moderator between Messages and Diffusion of Covid-19 Pandemic Messages and Vaccines, but it is proven to be significant for the relationship between Channels and Diffusion of Covid-19 and Vaccine Pandemic Messages Innovations, which is 28.4% and the relationship between Methods and Diffusion of Messages Innovations Covid-19 Pandemic and Vaccines, by 33.5%.

Keywords: Diffusion of Innovation, Covid-19 Pandemic and Vaccines, Da'wah Counseling

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN TESIS	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Hipotesis Penelitian.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Landasan Teori.....	16
G. Kerangka Berpikir.....	51

H. Sistematika Pembahasan	51
BAB II. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	53
B. Definisi Konseptual.....	53
C. Definisi Operasional.....	55
D. Populasi dan Sampel Penelitian	57
E. Instrumen Penelitian.....	58
F. Metode Pengumpulan Data.....	62
G. Validitas Dan Reliabilitas	64
H. Analisis Data.....	65
BAB III. GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Sleman	66
B. Profil Penyuluh Agama Islam Kabupaten Sleman	68
C. Profil Peserta Penyuluhan di Kabupaten Sleman.....	73
BAB IV. TEMUAN DAN ANALISIS DATA	
A. Kegiatan Dakwah Penyuluhan	80
B. Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19	98
C. Pengaruh Dakwah Penyuluhan Terhadap Difusi Inovasi pesan Pandemi Covid-19	103
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	114
B. Implikasi Penelitian	116
C. Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tujuh Fase Komunikasi Kesehatan.....	25
Gambar 1.2 Model Tahap Keputusan Inovasi	42
Gambar 3.1 Peta Wilayah kabupaten Sleman	67
Gambar 4.1 Surat Edaran Menteri Agama No 20 Tahun 2021	84
Gambar 4.2 Surat Edaran Menteri Agama No 25 Tahun 2021	85
Gambar 4.3 Konten Persuasi Vaksin beserta dalilnya	86
Gambar 4.4 Konten Persuasi Masker beserta dalilnya.....	87
Gambar 4.5 Konten Persuasi Membatasi Interaksi beserta dalilnya	88
Gambar 4.6 Konten Persuasi Mencuci Tangan beserta dalilnya.....	89
Gambar 4.7 Konten Persuasi Menjaga Jarak beserta dalilnya	90
Gambar 4.8 Konten Persuasi Menjauhi Kerumunan beserta dalilnya	91
Gambar 4.9 Pesan koersif Pandemi Covid-19	92
Gambar 4.10 Penyuluhan Melalui Aplikasi WhatsApp.....	94
Gambar 4.11 Laporan Kegiatan Penyuluhan	97
Gambar 4.12 Diagram Prosentase Pengetahuan	99
Gambar 4.13 Diagram Prosentase Persuasi	100
Gambar 4.14 Diagram Prosentase Keputusan.....	101
Gambar 4.15 Diagram Prosentase Implementasi	102
Gambar 4.16 Diagram Prosentase Konfirmasi.....	103
Gambar 4.17 Model Path Analisis I.....	104
Gambar 4.18 Model Path Analisis II.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kisi-kisi Kuisisioner Variabel Penyuluhan	58
Tabel 2.2 Kisi-kisi Kuisisioner Difusi Inovasi Pesan	59
Tabel 2.3 Kisi-kisi Kuisisioner Penerimaan Inovasi	60
Tabel 2.4 Alternatif Jawaban Skala Likert	61
Tabel 2.5 Skala Likert	61
Tabel 3.1 PAIF dan PAH Kecamatan Depok	71
Tabel 3.2 PAIF dan PAH Kecamatan Pakem	72
Tabel 3.3 PAIF dan PAH Kecamatan Seyegan	73
Tabel 3.4 Peserta Penyuluhan Agama Islam Kecamatan Depok	76
Tabel 3.5 Peserta Penyuluhan Agama Islam Kecamatan Pakem	77
Tabel 3.6 Peserta Penyuluhan Agama Islam Kecamatan Seyegan	78
Tabel 4.1 Nilai Outer Loading	106
Tabel 4.2 Discriminant validity	108
Tabel 4.3 Construct Reliability and Validity	109
Tabel 4.4 R Square	110
Tabel 4.5 Path Coefficient	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hari ini, dunia masih dilanda wabah *corona virus disease* atau akrab di telinga kita dengan sebutan Covid-19. Tak dapat dipungkiri, wabah Covid-19 menjadi suatu pandemi yang berdampak besar terhadap berbagai sektor kehidupan manusia, seperti sosial, ekonomi, pendidikan, komunikasi, dan bahkan agama, turut terdampak sehingga sempat mengalami kelumpuhan sementara.

Seperti di kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, misalnya, hingga kini sebanyak 21,812 orang tercatat sebagai pasien terkonfirmasi positif Covid-19, dan sebanyak 606 orang terpaksa meregang nyawa karenanya.¹ Hal ini tentu menjadi perhatian khusus bagi pemerintah karena berkenaan dengan kelangsungan hidup masyarakat. Oleh karenanya, Pemerintah berperan dalam mengedukasi masyarakat agar lebih mematuhi protokol kesehatan yang telah digalakkan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk ikhtiar bersama guna melindungi masyarakat dari paparan virus Covid-19. Tidak hanya itu, pemerintah juga terus mengupayakan kehadiran vaksin yang berguna sebagai tameng bagi masyarakat agar lebih kebal terhadap serangan virus tersebut.

Sebagai inovasi baru di masa pandemi Covid-19, protokol kesehatan dan vaksin menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan karena memiliki peran yang sangat

¹ Pemerintah Kabupaten Sleman, "Data sebaran Covid-19 Kabupaten Sleman", <https://corona.slemankab.go.id/>, diakses tanggal 28 Juni 2021.

krusial. Menurut Ahli Kesehatan, Hasbullah Thabrany, untuk vaksin Covid-19 sendiri, bekerja untuk melatih tubuh agar dapat mengenali virus. Jika virus sudah masuk ke dalam tubuh yang telah diberi vaksin, maka vaksin dapat membunuh virus tersebut. Menurutnya, vaksin Covid-19 memiliki tingkat efektivitas sebesar 90%. Hal ini tidak menutup kemungkinan orang yang telah divaksin akan serta merta kebal dari virus.

Oleh karena itu, penerapan vaksin akan jauh lebih maksimal apabila masyarakat melakukan proteksi ganda dengan menerapkan protokol kesehatan. Kini, vaksin Covid-19 telah hadir di Indonesia. Rabu, (13/1/2021), menjadi kali pertama diterapkannya program vaksinasi di Indonesia secara resmi dengan Presiden RI Joko Widodo sebagai penerima vaksin Covid-19 pertama. Vaksin tersebut telah memperoleh izin resmi penggunaan darurat atau *emergency use authorization* (EUA) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), sehingga layak untuk didistribusikan kepada masyarakat Indonesia.²

Meski begitu, hingga detik ini kehadiran protokol kesehatan dan vaksin Covid-19 masih mengundang pro dan kontra dari berbagai elemen masyarakat, bahkan instansi pemerintahan sendiri. Di Sleman, alih-alih menjadi angin segar di tengah pandemi, kehadiran vaksin Covid-19 justru menjadi kekhawatiran tersendiri bagi sebagian masyarakatnya. Pasalnya, kehadiran vaksin Covid-19 di Indonesia turut disertai dengan kabar burung bahwa vaksin Covid-19 bersifat berbahaya, sehingga tidak layak untuk diberikan.

² Dandy Bayu Bramasta, Vaksinasi Covid-19 Dimulai Hari Ini, Apakah Dilakukan Serentak Seluruh Indonesia?, Kompas.com, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/13/133300465/vaksinasi-covid-19-dimulai-hari-ini-apaakah-dilakukan-serentak-seluruh?page=all>, diakses tanggal 11 Februari 2021.

Di samping itu, informasi mengenai Bupati Sleman, Sri Purnomo yang dinyatakan positif Covid-19 setelah menerima vaksin, semakin membuat *miss* komunikasi kian merebak di kalangan masyarakat Sleman.³ Mengenai isu tersebut, Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Penny Lukito menyatakan bahwa vaksin Covid-19 telah melalui uji klinis dan dapat dipastikan aman untuk didistribusikan. Oleh karena itu, masyarakat tidak perlu ragu dan takut dalam menerima vaksin yang diberikan secara serentak.⁴ Namun demikian, telah diuraikan sebelumnya bahwa efektivitas vaksin adalah sebesar 90%, sehingga perlu dibarengi dengan penggunaan protokol kesehatan yang tepat.

Dalam hal ini, Pemerintah perlu melakukan strategi agar masyarakat mendapatkan pengetahuan yang benar mengenai protokol kesehatan dan vaksin Covid-19, sehingga proses vaksinasi dapat berjalan dengan aman dan nyaman, serta dapat efektif dalam melindungi masyarakat dari serangan virus Covid-19. Demi terlaksananya tujuan tersebut, Pemerintah merangkul berbagai stakeholder pada lini pemerintahan, yang salah satunya adalah Penyuluh Agama Islam. Hal ini karena Penyuluh Agama Islam di Kementerian Agama Kabupaten Sleman merupakan bagian dari Aparatur Sipil Negara yang memiliki kewajiban untuk ikut melaksanakan pembangunan Nasional. Melalui peran Penyuluh Agama Islam, masyarakat bisa mendapatkan edukasi terkait pandemi Covid-19 khususnya

³ Nur Rohmi Aida, , “Bupati Sleman Positif Covid-19 meski Sudah Divaksin, Ini Kata Kemenkes”, Kompas.com, [Bupati Sleman Positif Covid-19 meski Sudah Divaksin, Ini Kata Kemenkes \(kompas.com\)](https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/13/133300465/bupati-sleman-positif-covid-19-meski-sudah-divaksin-ini-kata-kemenkes), diakses pada 11 Februari 2021.

⁴ Dandy Bayu Bramasta, Vaksinasi Covid-19 Dimulai Hari Ini, Apakah Dilakukan Serentak Seluruh Indonesia?, Kompas.com, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/13/133300465/vaksinasi-covid-19-dimulai-hari-ini-apakah-dilakukan-serentak-seluruh?page=all>, diakses tanggal 11 Februari 2021.

mengenai protokol kesehatan dan vaksin, melalui pendekatan yang berbeda, yaitu dengan pendekatan dakwah, yang tentunya melalui nilai-nilai ajaran Islam.

Dakwah penyuluhan pesan pandemi Covid- 19 yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam bertujuan agar masyarakat mengetahui dan menerima kehadiran inovasi baru di kalangan masyarakat, yang dalam hal ini adalah protokol kesehatan dan vaksin. Protokol kesehatan dan vaksin merupakan hal yang baru di kalangan masyarakat, sehingga dapat dikategorikan sebagai sebuah inovasi. Ketika penyebaran inovasi dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam, tentu menjadikan nilai tambah dan sebuah keunikan tersendiri. Hal ini karena, *pertama*, program penyuluhan yang dilakukan adalah berbasis dakwah, yaitu penyampaian bersamaan dengan penyampaian nilai-nilai ajaran Islam. *Kedua*, Penyuluh Agama Islam merupakan sosok atau tokoh yang disegani oleh masyarakat. Kedua hal inilah yang kemudian menjadikan ciri khas pada Penyuluh Agama Islam, sehingga bukan menjadi hal yang sulit bagi Penyuluh Agama Islam untuk mendapatkan hati dan kepercayaan dari masyarakat pada setiap pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan oleh Penyuluh Agama Islam, tidak hanya sampai di telinga masyarakat, tetapi juga melekat di dalam hati, sehingga menumbuhkan kemantapan masyarakat dalam menerapkan protokol kesehatan dan menerima Vaksin Covid-19.

Berada di bawah Kementerian Agama Kabupaten Sleman, Penyuluh Agama Islam merealisasikan program penyuluhan vaksin Covid-19 kepada masyarakat melalui serangkaian kegiatan berbasis dakwah. Kegiatan tersebut diantaranya adalah, (1) Menyampaikan himbauan MUI atau ormas melalui forum

pengajian bahwa vaksin Covid-19 halal, aman, dan sudah melalui tahap uji klinis, (2) Menyebarkan flayer himbauan vaksinasi melalui media sosial, (3) Memperkuat kredibilitas vaksin menggunakan dalil alquran dan hadits, (4) Memberi contoh kepada masyarakat dengan ikut divaksin terlebih dahulu, dan (5) Menggaungkan *tagline* #jika aku tidak mau divaksin, maka aku membahayakan orang lain, dan kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan Penyuluh Agama Islam Kabupaten Sleman dalam upaya mengedukasi dan menumbuhkan kredibilitas terhadap vaksin Covid-19.⁵

Sejumlah kegiatan tersebut dilakukan secara rutin oleh Penyuluh Agama Islam selama masa pandemi Covid-19. Dalam melakukan dakwahnya, Penyuluh Agama Islam menekankan pada tiga hal, yakni penetapan pesan, pemilihan saluran, dan penetapan metode dakwah. Dengan demikian, kegiatan Dakwah Penyuluhan tentang Pandemi Covid-19 menjadi salah satu faktor penunjang keberhasilan masuknya inovasi baru di tengah masyarakat Sleman yaitu protokol kesehatan dan vaksin Covid-19. Adapun diterima atau tidaknya suatu inovasi baru di tengah masyarakat tergantung pada sejauh mana inovasi memenuhi kriteria tertentu. Hal ini kemudian menjadi penguat pengaruh dakwah penyuluhan terhadap difusi inovasi pandemi Covid-19 dan vaksin oleh masyarakat.

Beranjak dari deskripsi inilah, kemudian peneliti mengeksplorasi lebih dalam tentang kegiatan dakwah penyuluhan yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam di kabupaten Sleman, Difusi (penyebaran) inovasi di tengah masyarakat

⁵ Sri Hermayanti, Penyuluh Agama Islam Fungsional Kementerian Agama Kabupaten Sleman, tanggal 6 April 2021.

Sleman, dan apakah kegiatan dakwah penyuluhan berpengaruh terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 masyarakat kabupaten Sleman.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penyuluh Agama Islam melaksanakan penyuluhan terkait pandemi Covid-19 dan vaksin?
2. Bagaimana difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin yang terjadi pada masyarakat Sleman?
3. Bagaimana penyuluhan agama berpengaruh pada difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan Vaksin?

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu jawaban sementara dari suatu permasalahan yang ingin diuji kebenarannya. Penelitian berjudul “Pengaruh Dakwah Penyuluhan Terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin Oleh Masyarakat Kabupaten Sleman Yogyakarta” dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan dakwah penyuluhan agama berpengaruh terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin.

Adapun penulisan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1** Pesan Dakwah Penyuluhan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 (Y)
- H2** Saluran Dakwah Penyuluhan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 (Y)
- H3** Metode Dakwah Penyuluhan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 (Y)
- H4** Kriteria Penerimaan Inovasi (Z) signifikan sebagai moderator hubungan

antara Pesan Dakwah Penyuluhan (X1) terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 (Y)

H5 Kriteria Penerimaan Inovasi (Z) signifikan sebagai moderator hubungan antara Saluran Dakwah Penyuluhan (X2) terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 (Y)

H6 Kriteria Penerimaan Inovasi (Z) signifikan sebagai moderator hubungan antara Metode Dakwah Penyuluhan (X3) terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 (Y)

H₀ Tidak ada pengaruh yang signifikan kegiatan penyuluhan agama terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin oleh masyarakat kabupaten Sleman

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui penyuluhan terkait pandemi Covid-19 dan vaksin yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam
2. Mengetahui difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin pada masyarakat kabupaten Sleman
3. Mengetahui pengaruh penyuluhan agama terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka:

1. Penelitian ini dapat memperkaya khazanah keilmuan bagi akademisi maupun masyarakat umum tentang pengaruh dakwah dalam

mendifusikan sebuah inovasi baru di kalangan masyarakat, yaitu pandemi Covid-19 dan vaksin

2. Menjadi acuan bagi pihak-pihak yang terkait dalam mendifusikan sebuah inovasi baru melalui pendekatan dakwah agar lebih mudah diterima di kalangan masyarakat

F. Tinjauan Pustaka

Melalui tinjauan pustaka, peneliti menegaskan bahwa penelitian dengan judul “Pengaruh Dakwah Penyuluhan Terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin Oleh Masyarakat Kabupaten Sleman Yogyakarta” merupakan penelitian yang berbeda dari penelitian-penelitian yang ada sebelumnya. Hal ini dikarenakan objek kajian pada penelitian ini fokus kepada pengaruh kegiatan dakwah terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin di masa pandemi. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Muhammad Kholili dkk, yang berjudul “Dakwah Penyuluh Agama Islam Fungsional (PAIF) Bimas Islam dalam Membangun Umat di Kabupaten Sleman” tahun 2015. Penelitian ini membahas tentang bagaimana kegiatan dakwah dapat berpengaruh terhadap munculnya efek dakwah. Dengan menggunakan analisis SEM dan berdasar pada data lapangan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa dari semua variabel yang muncul, penggunaan metode dakwah merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap terjadinya efek dakwah.

2. Penelitian Musliamin yang berjudul “Peranan Penyuluh Agama Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Bagi Masyarakat Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone”, dalam jurnal Al-Din, Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan, tahun 2019. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana peran penyuluh agama dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat. Hasil dari penelitian tersebut adalah 1) Penyuluh Agama berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat dengan cara mendidik, meluruskan, pembaharu, dan mempersatukan. 2) Metode yang digunakan penyuluh agama adalah dengan komunikasi langsung, individual, kelompok dan komunikasi tidak langsung. 3) Penyuluh agama meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat dengan cara memberikan pengajaran keagamaan tentang Akidah, Syariah, dan Ahklak.
3. Penelitian Agus Sudiaryansyah dengan judul “Efektivitas Komunikasi Dakwah di Pesantren MQ dalam Merubah Akhlak Santri”, dalam jurnal Communicatus, tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif suatu kegiatan dakwah dalam merubah akhlak santri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah efektif dalam membina akhlak santri, dan terdapat korelasi antara keduanya dengan nilai 0,749.
4. Penelitian Surahmat, berjudul “Peran Penyuluh Agama Islam Fungsional dalam Pembinaan Perkawinan di Kabupaten Sleman”, dalam jurnal Al-Manar, tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran aktual PAIF yang berkaitan dengan pembinaan perkawinan di kabupaten Sleman. Penelitian ini menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa peran aktual PAIF

memperlihatkan relevansi dengan standar Konseling Islam, dan berkaitan dengan strategi optimalisasi peran PAIF dalam pembinaan perkawinan.

5. Penelitian Sahrul Iman dan Tasman yang berjudul “Peran Penyuluh Agama Dalam Meningkatkan Perilaku Prososial Masyarakat Organik Kebayoran Lama Jakarta Selatan”, dalam jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan, tahun 2020. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui peran penyuluh dalam membimbing masyarakat kota agar tergerak untuk memiliki perilaku yang prososial. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penyuluh agama berperan dalam meningkatkan perilaku prososial melalui beberapa kegiatan yang diadakan, seperti pengajian, pelatihan pemulasaran jenazah, dan pelatihan ceramah. Dari situ dapat diamati bahwa empati pada sebagian masyarakat perkotaan mulai meningkat.
6. Penelitian Trisno Kosmawijaya yang berjudul “Eksistensi Dakwah Di Tengah Pandemi Covid 19”, dalam jurnal Al-Maquro, tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana eksistensi dakwah selama masa pandemi Covid 19 dan bagaimana peran new media sebagai media dakwah. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pandemi Covid-19 tidak menghalangi da’i untuk berdakwah, karena dengan memanfaatkan new media, dakwah menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien.
7. Penelitian Debi Devia dan Siti Aisyah dengan judul “Difusi Inovasi Kesehatan Masyarakat Melalui Program Jamban Arum (Antar Ke Rumah) di Kecamatan Simpangkatis Kabupaten Bangka Tengah”, dalam jurnal Ilmu Administrasi dan Pemerintahan Indonesia, tahun 2020. Dalam penelitian

tersebut, kedua peneliti membahas tentang suatu program sebagai inovasi baru di tengah masyarakat yaitu Program Jamban Arum. Menggunakan teori difusi inovasi dan komunikasi kesehatan, peneliti menyimpulkan bahwa program Jamban Arum di Kecamatan Simpangkatis belum berjalan baik sesuai perencanaan. Adapun aspek terpenting dalam proses difusi inovasi program Jamban Arum adalah sistem sosial.

8. Penelitian Media Suahya dan Sigit Surahman yang berjudul “DIFUSI INOVASI PROGRAM BANK SAMPAH (Model Difusi Inovasi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Bank Sampah Alam Lestari di Kota Serang Provinsi Banten)”, dalam jurnal Ilmu Komunikasi, tahun 2017. Di sini, peneliti meneliti tentang strategi komunikasi inovasi yang dilakukan untuk menjalankan program bank sampah Alam Lestari di kota Serang, Banten, dan unsur yang mempengaruhi strategi komunikasi inovasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh pengelola bank sampah Alam Lestari untuk menjalankan program tersebut masih kurang baik dan perlu melibatkan masyarakat yang jangkauannya lebih luas agar program dapat berjalan dengan baik.
9. Penelitian yang dilakukan oleh Rany Safitri, Asmawi dan Ernita Arif, dengan judul “Difusi Inovasi Program Pemerintah: Studi Komunikasi Pembangunan Pada Kelompok Wanita Tani Anugrah Kabupaten Padang Pariaman”, pada jurnal JISPO, tahun 2019 . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses difusi inovasi program pembangunan pada kelompok Wanita Tani Anugrah Kabupaten Padang Pariaman. Kesimpulan pada penelitian ini adalah proses

difusi inovasi dilakukan dengan cara mengadakan diseminasi informasi program pemerintah melalui sosialisasi, pelatihan, dan bimbingan. Kegiatan tersebut dilakukan menggunakan saluran komunikasi berupa surat menyurat, tatap muka, pertemuan kelompok dan media massa.

10. Penelitian Nur Azizah yang berjudul “Difusi Inovasi Dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal”, dalam jurnal Yudharta, tahun 2018. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses difusi inovasi yang dilakukan oleh Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) agar potensi lokal lebih meningkat. Hasil dari penelitian ini adalah inovasi dapat mempromosikan produk lokal melalui jaringan internet. Adapun adopsi masyarakat terhadap inovasi yang meliputi knowledge, persuasion, decision, implementation, dan confirmation berjalan dengan baik dan inovasi dapat diterima masyarakat.
11. Penelitian yang dilakukan oleh La Ode Ahmad Jazuli dkk, dengan judul “Inovasi Dan Difusi Pencegahan Covid-19 di Kalangan Mahasiswa”, dalam jurnal Amal Ilmiah, tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses difusi inovasi dan penerimannya oleh masyarakat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses difusi inovasi dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan monitoring, dengan melibatkan komunikasi interpersonal dan media massa.
12. Penelitian Imam Tri Wibowo yang berjudul “Proses Difusi Inovasi Program Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi (Sakti): Studi Kasus Pada Ditjen

Perbendaharaan Di D.I. Yogyakarta Tahun 2018”, dalam Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik, tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses difusi inovasi pada aplikasi SAKTI dan proses adopsi inovasi oleh pegawai di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Sleman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi SAKTI dibutuhkan untuk mengelola keuangan di KPP Sleman. Dalam hal ini, ada peran agen perubahan yang mempercepat proses difusi inovasi. Namun, tingkat adopsi pegawai terhadap inovasi masih kurang baik karena keputusan banyak dipengaruhi oleh pimpinan.

13. Penelitian Thalitha Sacharissa Rosyidiani, Rachmat Baihaki, dan Ahya Hasyim, yang berjudul “Eksistensi Aplikasi Keagamaan sebagai Media Informasi Umat (Studi Difusi Inovasi Pada Aplikasi Masjidku)”, dalam jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema (PIKMA), tahun 2018. Ketiga peneliti tersebut meneliti tentang elemen-elemen pada aplikasi Masjidku sebagai sebuah inovasi, kemudian melakukan analisis menggunakan teori difusi inovasi Everett M. Rogers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat elemen difusi inovasi yang menyertai proses pendifusian aplikasi Masjidku kepada masyarakat, yaitu inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial. Proses difusi tersebut tentu tidak lepas dari kendala, salah satunya adalah sulit untuk melakukan sosialisasi kepada sebagian takmir Masjid atau Musala karena kurangnya penguasaan teknologi.
14. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni Savira Putri, dengan judul “Difusi Inovasi Program E-Health di Puskesmas Kalijudan Surabaya”, dalam

Semantic Scholar, tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses difusi inovasi program E-health yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat belum dapat menerima program tersebut karena terdapat hambatan berupa rendahnya pengetahuan dan kemampuan masyarakat dalam penguasaan teknologi.

15. Penelitian Zikri Fachrul Nurhadi dkk dengan judul “Strategi Komunikasi dan Edukasi Pencegahan Covid-19 Melalui Media Poster”, dalam jurnal *Abdimas Umtas*, tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa pencegahan Covid-19 yang dilakukan melalui media poster. Hasil penelitian menyebutkan bahwa poster digunakan sebagai media komunikasi dan edukasi kepada masyarakat desa Karyamekar untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman serta kesadaran masyarakat tentang virus Covid-19.
16. Penelitian Welda Yulia dkk dengan judul “Penggunaan *Cyberspace* Dalam Komunikasi Kesehatan di Era Pandemi”, dalam jurnal *Diakom*, tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penggunaan *cyberspace* sebagai strategi dalam menyampaikan informasi tentang virus Covid-19. Peneliti menghasilkan kesimpulan bahwa *cyberspace* dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kesehatan dan juga meningkatkan kesehatan.
17. Penelitian Rose Junieles dan Sarifah Firda Arindita Nafarin yang berjudul “Register Kesehatan Era Pandemi Covid-19 dalam Komunikasi di Berbagai Media *Online*”, dalam jurnal *Tabasa*, tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan terkait register kesehatan di era pandemi *covid-19* melalui komunikasi di media *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

telah ditemukan bentuk dan fungsi register kesehatan era pandemi Covid-19 di berbagai media online, yang di antaranya berbentuk lingual, selingkung terbatas, dan terbuka. Pada penelitian ini peneliti berharap agar tidak akan ada kekeliruan lagi dalam penggunaan bahasa register.

18. Penelitian Gina Aulia dkk yang berjudul “Edukasi Pencegahan Covid-19 Dengan Protokol Kesehatan 5M dan Pentingnya Multivitamin di Masa Pandemi Covid-19”, dalam jurnal Abdi Masyarakat, tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pencegahan Covid-19 melalui protokol kesehatan dan penggunaan multivitamin untuk mengurangi resiko penularan virus Covid-19. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa edukasi yang dilakukan secara langsung lebih efektif dan efisien dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat, namun harus tetap menerapkan protokol kesehatan. Adapun kegiatan edukasi yang dilakukan meliputi persiapan, sosialisasi, evaluasi, dan pembagian masker serta multivitamin kepada masyarakat.
19. Penelitian yang dilakukan oleh Rr. Desire Meria Nataliningrum dkk yang berjudul “Pelaksanaan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Fasilitas Pelayanan Kesehatan Kota Cimahi Jawa Barat Indonesia”, dalam jurnal Kedokteran dan Kesehatan, tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan protokol kesehatan selama masa pandemi yang dilakukan di 10 Puskesmas di Kota Cimahi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan protokol kesehatan di 10 Puskemas kota Cimahi berjalan

kurang optimal, hal ini disebabkan oleh kurang tersedianya ruang isolasi dan Alat Pelindung Diri.

20. Penelitian Silvia Nevane Paramasari dan Adi Nugroho, yang berjudul “Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Upaya Membangun Partisipasi Publik pada Masa Pandemi Covid-19”, dalam jurnal *Lensa Mutiara Komunikasi*, tahun 2021. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam membangun partisipasi publik di masa pandemi. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa strategi yang digunakan adalah dengan mengadakan kampanye komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh para ahli, menerapkan strategi yang tepat, dan menyusun tindakan procedural yang efektif dan efisien.

G. Landasan Teori

1. Dakwah Sebagai Proses Komunikasi Persuasi

Dakwah berasal dari kata berbahasa Arab yaitu *da'a-yad'u*, *da'watan*, yang berarti ajakan atau panggilan. Taufik al-Wa'iy dalam bukunya, *Dakwah ke Jalan Allah*, mendefinisikan dakwah sebagai upaya yang dilakukan melalui perkataan atau perbuatan untuk memengaruhi orang lain agar bersedia mengikuti suatu mazhab atau agama.⁶ Dalam sumber yang lain, dakwah berarti memperbaiki pandangan hidup, sikap, dan perilaku manusia sesuai dengan syariat agar dapat mencapai kehidupan yang bahagia baik di dunia maupun akhirat.⁷ Orang yang

⁶ Taufik al-Wa'iy, *Dakwah ke Jalan Allah*, (Jakarta: Rabbani Press, 2010), 11.

⁷ Faizatun Nazifah, “Pesan Dakwah Dosen Dakwah Stain Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus” dalam *Jurnal At-Tabasyir*, Vol 1, 2013, 110.

melakukan kegiatan dakwah disebut dengan da'i, sedangkan orang yang menerima dakwah disebut mad'u.

Dakwah sebagai perbuatan yang mulia dan begitu penting kehadirannya, tidak semata-mata dibebankan kepada seorang pendakwah, kyai, atau ustadz, karena dakwah merupakan kewajiban yang diperintahkan oleh Allah kepada seluruh umat manusia. Sebagaimana firman Allah dalam alquran surat An Nahl ayat 125 yang artinya, “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah, pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik.”. Hal ini dipertegas oleh sabda Rasulullah dalam sebuah hadits, yang artinya, “Sampaikanlah olehmu walau satu ayat”.

Dari ayat dan hadits di atas, maka terlihat jelas bahwa dakwah adalah kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap orang tanpa terkecuali, tanpa membedakan ras, suku, bangsa, dan golongan. Baik kyai, ustadz, guru, pejabat pemerintahan, pebisnis, dan bahkan orang biasa, memiliki kewajiban dalam menyampaikan dakwah meski hanya satu ayat, sesuai dengan kemampuannya masing-masing.

Dakwah adalah satu kegiatan melibatkan beberapa unsur, yaitu juru dakwah (da'i), pesan dakwah, media dakwah, audiens (mad'u), tujuan dan akibat dakwah.⁸ Apabila kita perhatikan, unsur-unsur dakwah tersebut serupa dengan unsur-unsur komunikasi secara umum yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Akibatnya, kegiatan

⁸ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 8-11.

dakwah tidak dapat dilepaskan dari komunikasi. Dakwah dan komunikasi merupakan dua hal yang saling bersinergi karena dakwah itu sendiri digunakan untuk mengomunikasikan ajaran Islam. Perbedaan antara keduanya pun terletak pada pesan yang disampaikan. Jika komunikasi berisikan pesan secara umum, maka dakwah berisi pesan tentang ajaran Islam.

Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi asal Amerika Serikat, mengatakan bahwa keberhasilan dari sebuah kegiatan komunikasi dapat dilihat ketika pesan yang disampaikan komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan antara pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah dialami atau diperoleh komunikan. Menurut Schramm, bidang pengalaman merupakan faktor yang penting terhadap berjalannya kegiatan komunikasi. Apabila pengalaman yang dimiliki oleh komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka tentu memudahkan kedua pihak dalam proses komunikasi untuk menimbulkan kesamaan makna, sehingga komunikasi akan berlangsung secara efektif.⁹

Dakwah tujuannya tidak hanya memberikan informasi saja, akan tetapi juga memberikan kabar-kabar gembira bagi manusia yang beriman dan beramal salih, dengan sarana baru yang dianggap maslahat bagi umat dan menyentuh jiwa *mad'u*. Sebab, pada dasarnya, pesan yang disampaikan melalui dakwah akan lebih mudah diterima oleh *mad'u* ketika

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya, 1984), 18.

pesan tersebut bisa sampai ke hatinya. Dalam upaya agar pesan dapat menyentuh jiwa mad'u, maka salah satunya, da'i harus mampu menjadi sosok yang disegani dan disenangi oleh mad'u, apapun pesan yang disampaikan, akan dengan sukarela dipatuhi oleh mad'u.

Seorang da'i diharapkan mampu mempersuasi mad'u agar bersedia merubah pemikiran, sikap, dan perilakunya sesuai keinginan sang da'i. Dalam upaya mempersuasi mad'u, kemampuan dan kecakapan dalam berdakwah menjadi hal yang diutamakan dan sangat krusial untuk ada pada diri seorang da'i. Dakwah dapat dikatakan efektif dan mencapai keberhasilannya apabila memenuhi lima kriteria berikut, yaitu;¹⁰

- a. *Dapat dimengerti*, yaitu pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i dapat dengan mudah dimengerti dan diterima oleh mad'u, sehingga seorang da'i haruslah cakap.
- b. *Menimbulkan kesenangan*, artinya bahwa pesan yang disampaikan oleh da'i baik berisi kabar gembira, larangan, ataupun perintah, semuanya harus mampu menimbulkan rasa senang dan ketenangan pada jiwa mad'u, bukan kecemasan, bahkan menyudutkan mad'u.
- c. *Menjadikan hubungan semakin harmonis*, yaitu dakwah dapat menjadikan hubungan mad'u dengan Allah (*hablun minallah*), hubungan mad'u dengan sesama manusia (*hablun minannas*), dan hubungan dengan alam dan makhluk lain (*hablun minal alam*)

¹⁰ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah: Membangun Cara Berpikir dan Merasa*, (Malang: Penerbit Madani Press, 2014), 38-39.

terjalin dengan semakin baik, dan dakwah tidak boleh berisikan pesan yang mengandung unsur-unsur yang memicu perpecahan.

- d. *Memberikan pengaruh pada sikap dan tindakan mad'u*, ini merupakan tujuan utama dari kegiatan dakwah. Dakwah yang efektif tidak hanya yang pesannya dapat dimengerti oleh mad'u, tetapi juga menghasilkan sikap dan tindakan. Artinya, kegiatan dakwah diharapkan dapat mendorong mad'u untuk menjadi pribadi yang lebih saleh dan bertindak lebih peka terhadap permasalahan di sekitarnya.

Demikian diharapkannya keberhasilan dakwah, sehingga dakwah perlu disampaikan secara persuasif dengan melibatkan peran seorang da'i yang cakap dalam menyampaikan ajaran Islam. Persuasi sendiri merupakan suatu pendekatan psikologis yang digunakan untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan perilaku orang lain agar bersikap seperti yang diharapkan.¹¹

Dalam upaya mempersuasi mad'u, da'i perlu terlebih dahulu mengetahui latar belakang dan kondisi mad'u. Hal ini perlu dilakukan agar da'i memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan mad'u, juga apa yang disukai dan tidak disukai oleh mad'u. Setelah mengetahuinya, seorang da'i akan mudah bersimpati kepada mad'unya, sehingga dapat menyesuaikan materi serta metode dakwah dengan kondisi emosional

¹¹ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 39.

mad'u. Sebab, dakwah akan lebih efektif (dapat merubah sikap mad'u) apabila keduanya memiliki kesamaan, seperti persepsi dan emosi.¹²

Begitu pentingnya persuasi dalam keberhasilan dakwah, sehingga kemampuan persuasi menjadi poin penting yang perlu dimiliki oleh da'i. Teknik persuasi dapat dilakukan dengan cara; menyesuaikan pesan dakwah dengan latar belakang dan kondisi mad'u, menumbuhkan keinginan untuk berubah menjadi lebih baik, menarik perhatian mad'u, menjelaskan materi dengan lugas, memaparkan kenyataan dengan logis, pandai menjawab pertanyaan sesuai keinginan mad'u, dan menggerakkan mad'u untuk memiliki sikap seperti yang diharapkan da'i.¹³

Pada penelitian ini, tentu peran Penyuluh Agama Islam kabupaten Sleman sangat besar dan dibutuhkan dalam melakukan dakwah penyuluhan pesan pandemi Covid-19. Hal ini karena kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Penyuluh Agama merupakan komunikasi persuasif, yang mana bertujuan untuk mempengaruhi jamaah agar sikap dan perilaku jamaah selalu berada di jalan Allah. Penyuluh Agama juga merupakan tokoh yang disegani oleh masyarakat dan dianggap memiliki kedalaman ilmu agama, sehingga biasanya apapun yang disampaikan akan mudah diterima dan dilaksanakan oleh jamaah.

¹² Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah*, (Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008), 78.

¹³ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, (Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 55-56.

2. Komunikasi Kesehatan

Sejak dua dekade terakhir, komunikasi kesehatan menjadi kegiatan yang populer dalam rangka mempromosikan hal-hal terkait kesehatan. Seorang ahli komunikasi, Everett Rogers, mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai segala jenis komunikasi yang dilakukan oleh manusia yang berhubungan dengan kesehatan.¹⁴ Pengertian lebih spesifik dikemukakan *The Centers of Disease Control and Prevention (CDC)*, bahwa komunikasi kesehatan adalah ilmu dan penggunaan strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi dan bertujuan untuk mempengaruhi keputusan komunikasi dalam meningkatkan kesehatan.¹⁵

Pada dasarnya, bidang “kesehatan masyarakat” mengacu pada dua hal pokok. Pertama, peningkatan kesehatan (promotif), dan yang kedua adalah pencegahan (preventif)¹⁶. Agar masyarakat lebih sadar akan pentingnya peningkatan kesehatan dan pencegahan penyakit tertentu, maka orang yang berkecimpung dalam dunia kesehatan perlu melakukan komunikasi sebagai proses transfer pengetahuan kepada masyarakat. Hal ini karena, masuknya hal baru di tengah masyarakat disebabkan oleh komunikasi. Melalui komunikasi, program atau kebijakan kesehatan menjadi mudah untuk diketahui dan dipahami masyarakat.

¹⁴ Everett Rogers, “The Field of health communication today: An up-to-date report”, dalam *Journals of Health Communication*, Vol 1, 1996, 15-23.

¹⁵ Michael, Brad, dan Rosemary Thackeray, *Komunikasi Kesehatan dalam Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat Edisi 2*, (Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2008), 55.

¹⁶ Ascobat Gani, *Kesehatan Masyarakat: Investasi Manusia Menuju Rakyat Sejahtera*, (Jakarta: Republika Penerbit, 2011), 79.

Kita semua tahu, saat ini dunia sedang dilanda virus Covid-19 yang mematikan dan sangat cepat penularannya. Pemerintah menerapkan sejumlah kebijakan untuk menekan angka kematian yang terus meningkat. Akan tetapi, hingga satu tahun berlalu, kondisi dunia belum juga pulih. Masih banyak masyarakat yang abai dengan protokol kesehatan yang disarankan pemerintah. Hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman masyarakat mengenai kebijakan-kebijakan yang ada pencegahan virus Covid-19. Sehingga, adanya komunikasi kesehatan diperlukan untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

Meski pernah beberapa kali mengalami wabah, akan tetapi wabah kali ini merupakan hal yang baru bagi masyarakat Indonesia, sehingga perlu untuk dilakukan sosialisasi agar masyarakat memiliki pemahaman yang tepat mengenai pandemi Covid-19.

Komunikasi kesehatan adalah pilihan yang tepat untuk menyelesaikan setiap permasalahan kesehatan. Hal ini dikarenakan kekuatannya yang manjur dalam mempengaruhi sikap, persepsi, kesadaran, dan pengetahuan masyarakat.¹⁷ Pollard, W.E. dan Kirby dalam *National Conference on Health Statistics*, menjelaskan bahwa komunikasi kesehatan efektif dalam mempengaruhi sikap karena berlandaskan pada

¹⁷ Michael, Brad, dan Rosemary Thackeray, *Komunikasi Kesehatan dalam Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat Edisi 2*, Jakarta (Penerbit Buku Kedokteran EGC: 2008), 55.

psikologi sosial dan didukung adanya pendidikan kesehatan, komunikasi massa, dan promosi.¹⁸

Dalam melakukan komunikasi kesehatan, seorang komunikator perlu menggunakan pendekatan strategis yang berbasis teori komunikasi dan perilaku komunikasi, serta mempertimbangkan umpan balik komunikasi. Tujuannya adalah untuk menentukan langkah yang paling tepat dalam mencapai tujuan.¹⁹ Semakin matang perencanaan komunikator terhadap komunikasi, maka semakin efektif dan sukses proses komunikasi kesehatan yang dilakukan, sehingga dapat mempengaruhi perubahan komunikasi.²⁰

Ada tujuh hal yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator dalam melakukan komunikasi kesehatan. Menurut Michael, Brad, dan Rosemary dalam buku berjudul *Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat*, tujuh hal tersebut mencakup, (a) deskripsi masalah, (b) analisis komunikasi, pasar, dan saluran, (c) identifikasi strategi, (d) pembuatan pesan untuk mendukung strategi, (e) pemilihan tatanan atau lingkungan, (f) penentuan saluran yang tepat, dan (g) identifikasi metode komunikasi kesehatan yang tepat.

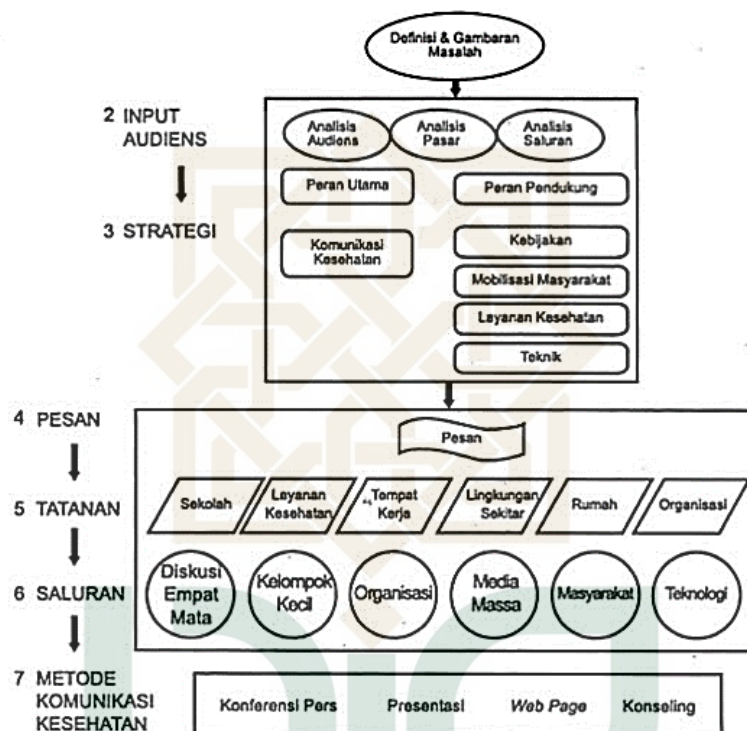
¹⁸ Pollard, W.E. dan Kirby, S.D., "Geographic Information Systems (GIS), public health data, and syndicated market research databases in healthy communication.", dipresentasikan dalam acara *National Conference and Healthy Statistics*, 1999.

¹⁹ Ratzan, "Revolutionizing Health: Communication can make a difference", dalam *Journal of Health Communication*, Vol. 4, 1999, 255-257.

²⁰ Michael, Brad, dan Rosemary Thackeray, *Komunikasi Kesehatan dalam Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat Edisi 2*, Jakarta (Penerbit Buku Kedokteran EGC: 2008), 54.

Agar lebih memudahkan dalam memahami, ketujuh hal tersebut dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut.²¹

Gambar 1.1 Tujuh Fase Komunikasi Kesehatan



Fase pertama sebagai awal dari kegiatan komunikasi kesehatan adalah identifikasi masalah. Mendeskripsikan suatu permasalahan harus dilakukan secara jelas dan detail. Setelah itu, yang perlu dilakukan oleh komunikator adalah mengidentifikasi mengapa masalah tersebut dapat terjadi. Untuk lebih memudahkan, komunikator sebaiknya menentukan indikator-indikator yang mungkin menjadi penyebab dari masalah tersebut, baik penyebab langsung maupun tidak langsung. Penyebab langsung pada masalah kesehatan biasanya disebabkan oleh faktor biologis, psikologis,

²¹ *Ibid.*, 58.

dan faktor perilaku. Adapun penyebab tidak langsung bisa dipicu oleh berbagai faktor, seperti sosial, lingkungan, ekonomi, dan politik.

Fase kedua meliputi analisis komunikan (audiens), analisis pasar, dan analisis saluran. Sebelum melakukan analisis komunikan, komunikator perlu menentukan siapa yang akan menjadi target komunikasi kesehatan. Hal ini biasanya dilakukan dengan melakukan segmentasi, yaitu membagi menjadi segmen-segmen tertentu, misalnya kelompok orang dengan risiko masalah kesehatan yang sama. Dengan membagi komunikan dalam segmen-segmen tertentu, maka akan lebih memudahkan dalam melakukan analisis komunikan.

Setelah komunikan tersegmentasi, selanjutnya komunikator perlu mengumpulkan masukan-masukan dari komunikan untuk dikaji, seperti keinginan, kebutuhan komunikan, perilaku komunikan serta faktor yang mempengaruhinya, apa yang komunikan ketahui dan tidak diketahui mengenai permasalahan kesehatan komunikan masing-masing. Masukan dari komunikan sangat diperlukan agar komunikator dapat melakukan analisis komunikan secara lebih mendalam dan memahami apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh komunikan.

Analisis pasar dilakukan dengan mempelajari berbagai masalah tentang keadaan suatu pasar. Tujuannya adalah untuk mengetahui keadaan pasar yang sebenarnya, kemudian menuntun komunikator dalam menentukan strategi terbaik dalam melakukan komunikasi kesehatan,

sehingga diharapkan dapat meningkatkan hasil yang ingin dicapai. Selain komunikasi dan pasar, seorang komunikator kesehatan juga perlu melakukan analisis saluran. Analisis saluran meliputi bagaimana dan dari mana komunikasi menerima pesan. Hal ini mencakup kecenderungan pola komunikasi dalam memanfaatkan media elektronik atau cetak seperti TV, radio, dan surat kabar.

Selain itu, komunikator juga perlu melihat siapa juru bicara yang dipercaya komunikasi untuk menyampaikan pesan kesehatan. Dengan mengetahui saluran yang paling sering digunakan dan dirasa paling efektif bagi komunikasi, serta mengetahui juru bicara yang dipercaya oleh komunikasi, maka komunikator akan lebih mudah dalam menentukan strategi dalam melakukan komunikasi kesehatan.

Fase ketiga yaitu identifikasi strategi. Untuk mencapai komunikasi kesehatan yang efektif, komunikator tidak cukup hanya dengan melakukan seminar, kampanye, dan sebagainya. Keberhasilan komunikasi kesehatan sangat ditentukan oleh pemilihan strategi yang tepat, yaitu meliputi pendidikan dan kesadaran. Sebagai acuan bagi komunikator, berikut adalah empat strategi promosi kesehatan yang efektif dilakukan menurut para ahli komunikasi:²²

- a. *Strategi Kebijakan*, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh komunikator melalui kebijakan tertentu mengenai permasalahan kesehatan. Kebijakan tersebut dibuat agar dilaksanakan oleh

²² *Ibid.*, 63.

masyarakat dan adanya kebijakan tersebut harus mendukung lingkungan rumah, kerja, maupun sekolah.

- b. *Strategi Mobilisasi Masyarakat*, dilakukan dengan menggerakkan masyarakat untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan mengenai permasalahan kesehatan.
- c. *Strategi Layanan Kesehatan*, yaitu komunikator menyediakan layanan kesehatan atau pengobatan khusus kepada masyarakat yang berhubungan dengan permasalahan kesehatan yang sedang dihadapi.
- d. *Strategi Teknologi*, dilakukan komunikator dengan menawarkan alternatif pilihan perawatan yang lebih baik atau melakukan modifikasi peralatan kesehatan.

Empat strategi di atas dapat dijadikan opsi oleh komunikator kesehatan dalam mengkomunikasikan permasalahan kesehatan. Dalam menentukan strategi tentu seorang komunikator perlu memperhatikan situasi, kondisi, dan kebutuhan komunikan, sehingga kegiatan komunikasi kesehatan dapat berjalan dengan efektif dan mencapai keberhasilannya.

Fase keempat adalah pembuatan pesan. Setelah menentukan pilihan strategi yang paling tepat, tugas komunikator selanjutnya adalah mempertimbangkan isi pesan yang perlu disampaikan kepada komunikan. Pilihan strategi mempengaruhi jenis pesan yang akan disampaikan. Sebagai contoh, jika komunikator menerapkan strategi kebijakan, maka isi pesan kesehatan berupa adanya kebijakan baru mengenai suatu

permasalahan kesehatan. Jika menggunakan strategi layanan kesehatan, maka pesan berisikan ajakan untuk hadir dalam program pengobatan khusus di daerah tertentu.

Ada tiga bentuk pesan yang umum digunakan dalam kegiatan komunikasi, yaitu pesan informatif, pesan persuasif, dan pesan koersif. Pesan informatif merupakan pesan yang berisikan informasi mengenai fakta dan data, tujuannya adalah untuk memperluas wawasan komunikan. Adapun pesan persuasif, lebih menekankan pada upaya mempengaruhi opini, untuk mengubah sikap dan pendapat komunikan, dengan cara menanamkan pemahaman dan menggugah kesadaran komunikan. Sedangkan pesan koersif adalah pesan yang berisikan perintah dengan tujuan untuk memaksa, misalnya pemberian sanksi.²³

Pesan dapat mengenai sasaran secara efektif apabila; direncanakan sesuai kebutuhan, menggunakan bahasa yang mudah, menarik perhatian, dan menimbulkan kepuasan.²⁴ Tidak jauh berbeda, hal ini juga disebutkan oleh Wilbur Schramm dalam teorinya, *The condition of success in communication*, bahwa untuk mencapai keberhasilan komunikasi, pesan harus menarik perhatian komunikan, menggunakan lambang (komunikator dan komunikan harus memiliki pengalaman yang sama terhadap lambang

²³ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 182.

²⁴ *Ibid.*, 177.

tersebut), membangkitkan kebutuhan komunikasi, dan memberikan jalan untuk memperoleh kebutuhan tersebut.²⁵

Fase kelima, yaitu pemilihan tatanan atau lingkungan. Dalam melakukan komunikasi kesehatan, komunikator perlu memikirkan lokasi yang tepat untuk menyampaikan pesan. Pemilihan lokasi yang disukai komunikator akan mendorong komunikand untuk terpengaruh dan memikirkan tentang pesan yang disampaikan. Adapun lokasi yang umum dipilih untuk menyampaikan pesan yaitu lingkungan rumah, sekolah, tempat kerja, balai tempat pertemuan, pameran kesehatan, lembaga pemerintah, transportasi, tempat ibadah, dan tempat perbelanjaan.

Fase keenam, penentuan saluran yang tepat untuk mengkomunikasikan pesan kesehatan. Seorang ahli di bidang komunikasi bernama Curtis menguraikan bahwa, saluran komunikasi merupakan media tempat pesan disampaikan.²⁶ Ada tiga efek yang mungkin ditimbulkan dari penggunaan media, yaitu perubahan kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan behaviouristik (perilaku).²⁷

Saluran komunikasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu saluran komunikasi personal dan non personal. Saluran komunikasi personal dilakukan melalui tatap muka secara langsung antara komunikator dan

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), 41.

²⁶ Curtis, D.B., Floyd, J.J., Winsor, J.L., *Komunikasi Bisnis dan Profesional*, Terjemahan oleh Yuyun Wirasmita, (Jakarta: PT. Rosda Jayaputra, 1992), 7.

²⁷ Dini Valdiani, "Saluran Komunikasi Massa Sebagai Penyampai Pesan Pembangunan Bagi Masyarakat", *WAHANA: Jurnal Komunikasi*, vol. 1, no. 10, 2015/2016, 92.

komunikasikan. Saluran ini biasanya berupa komunikasi antarpribadi yang dilakukan antara satu orang dengan orang lain, komunikasi kelompok kecil, komunikasi organisasi, atau komunikasi pada komunitas tertentu. Jenis saluran ini memiliki beberapa kelebihan, di antaranya adalah:²⁸

- a. Penyampaian pesan dilakukan secara langsung
- b. Penyampaian pesan dilakukan secara rinci
- c. Komunikan dapat berperan secara aktif memberikan umpan balik
- d. Komunikator dapat melihat umpan balik secara langsung
- e. Komunikator dapat segera meluruskan apabila terjadi kesalahpahaman dalam penerimaan pesan

Saluran komunikasi yang kedua adalah saluran komunikasi non personal. Jenis saluran ini digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang yang tidak terlihat atau jauh dari jangkauan, sehingga perlu memanfaatkan media atau perantara. Media yang dimaksud dapat berupa media massa cetak, maupun elektronik.²⁹ Melalui media, pesan dapat disebarkan dalam jangkauan khalayak yang luas dalam satu kali penyampaian. Namun demikian, pesan yang disampaikan melalui media biasanya bersifat general dan komunikator tidak dapat mengetahui umpan balik yang dihasilkan komunikasi secara langsung. Oleh karena itu, jenis saluran ini hanya dapat menyentuh aspek kognitif komunikasi saja.

²⁸ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 512.

²⁹ Dini Valdiani, "Saluran Komunikasi Massa Sebagai Penyampai Pesan Pembangunan Bagi Masyarakat", *WAHANA: Jurnal Komunikasi*, vol. 1, no. 10, 2016, 88.

Dari dua jenis saluran komunikasi di atas, saluran komunikasi personal dinilai lebih efektif karena dampaknya tidak hanya pada aspek kognitif, tetapi juga sikap dan perilaku. Akan tetapi, hal ini tidak dapat dijadikan acuan secara penuh karena pemilihan saluran tergantung pada tujuan dan jumlah khalayak yang ditargetkan dalam kegiatan komunikasi yang bersangkutan, karena komunikasi akan lebih efektif jika saluran yang digunakan sesuai dengan kebutuhan.³⁰

Fase ketujuh, identifikasi metode komunikasi kesehatan. Metode berkaitan dengan pemilihan cara komunikator dalam menyampaikan pesan kesehatan kepada individu atau khalayak. Sebagai tahapan terakhir komunikasi kesehatan, metode menjadi komponen yang sangat berpengaruh dalam proses komunikasi kesehatan, dan segala keputusan yang diambil dari fase satu hingga enam menentukan metode komunikasi kesehatan yang akan diterapkan. Beberapa metode yang biasa diterapkan pada kegiatan komunikasi kesehatan meliputi konferensi pers, presentasi, *web page*, dan konseling. Perlu diingat bahwa dalam menentukan metode, komunikator perlu mempertimbangkan latar belakang dan penguasaan teknologi komunikasi, sehingga pesan akan lebih mudah diterima olehnya.

Berbicara mengenai metode dan pesan, tentu tidak akan lepas dari materi, karena materi merupakan penyusun dari sebuah pesan. Materi dapat membantu meningkatkan penerimaan pesan, mengemas poin-poin pesan, dan menjadi daya tarik bagi komunikasi. Oleh karena itu, untuk

³⁰ Azwar, Saifuddin, *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 98.

menunjang keberhasilan komunikasi kesehatan, selain metode, materi juga harus dipersiapkan sebaik mungkin agar menarik minat komunikan dan mudah dipahami, sehingga mendorong perubahan pada komunikan.

Dari tujuh fase komunikasi kesehatan yang telah diuraikan di atas, dan berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan data bahwa upaya penyampaian komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam di kabupaten Sleman terkait pandemi Covid-19 setidaknya ada tiga, yaitu dengan melakukan penetapan pesan, pemilihan saluran, dan pemilihan metode, yang mana ketiga hal tersebut sangat berkaitan dengan kegiatan dakwah. Sehingga, bagaimana kegiatan dakwah penyuluhan dapat berjalan dan berhasil, dapat dilihat dari tiga unsur, yaitu penetapan pesan, pemilihan saluran, dan pemilihan metode. Oleh karena itu, dalam penelitian ini **penetapan pesan, pemilihan saluran, dan pemilihan metode** memiliki peran yang sangat penting yaitu **sebagai variabel X (variabel independen) yang berpengaruh terhadap masuk, tersebar dan diterimanya inovasi (protokol kesehatan)**

3. Difusi Inovasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dalam kondisi, lingkungan, dan tatanan kehidupan yang selalu berubah-ubah. Ditambah dengan adanya perkembangan dari zaman ke zaman, sehingga memunculkan tuntutan yang lebih tinggi pula. Perubahan yang terjadi kerap menuntut manusia untuk dapat menyesuaikan diri dengan baik. Perubahan biasanya diawali dengan munculnya ide-ide baru ke dalam

lingkungan sistem sosial. Baik yang berasal dari dalam masyarakat itu sendiri ataupun dari luar, tujuan adanya suatu perubahan diharapkan memberikan dampak yang lebih baik bagi mereka.

Perlu diketahui bahwa masuknya perubahan tidak selalu serta merta dapat diterima oleh unit-unit dalam sistem sosial. Pasti ada situasi di mana perubahan diterima, namun boleh jadi ada pihak yang menolak menerima perubahan tersebut. Hal ini karena kultur, norma, agama, dan etika yang berlaku di setiap daerah tidaklah sama, sehingga mempengaruhi tingkat penerimaan seseorang terhadap suatu perubahan. Everett Rogers menyatakan bahwa ada lima jenis orang berdasarkan kecepatannya dalam menerima suatu perubahan, yaitu *inovator*, *penerima dini*, *mayoritas dini*, *mayoritas belakangan*, dan *penerima akhir*.³¹

Selain itu, Roger juga menyebutkan dua kelompok orang dalam menyikapi perubahan, yaitu homofili dan heterofili.³² Kelompok homofili cenderung memiliki kemiripan dalam kepercayaan, nilai-nilai, latar belakang pendidikan, dan status sosial, sehingga lebih cepat menyesuaikan dengan perubahan yang ada. Adapun kelompok heterofili memiliki perbedaan dalam sifat tertentu dan cenderung sulit untuk menerima perubahan karena perubahan berasal dari orang yang sangat berbeda dengannya.

³¹ Aida Vitayala, dkk, *Komunikasi Inovasi Edisi 2*, (Tangerang: Penerbit Universitas Terbuka, 2014), 1.10.

³² Werner J. Severin, James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2007), 249.

Dari kategori-kategori tersebut, kita dapat melihat bahwa tingkat penerimaan seseorang terhadap perubahan berbeda-beda, sehingga pembawa perubahan harus memahami kondisi masyarakat sebagai unit sistem sosial dan tidak boleh memaksanya untuk langsung menerima perubahan yang dibawanya. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pembawa perubahan untuk menyatukan persepsi masyarakat agar perubahan yang dibawa dapat diterima oleh mereka.

Perubahan pada umumnya berupa inovasi. Inovasi menurut Rogers adalah gagasan, praktik, atau objek yang dipandang baru oleh individu atau unit adopsi lainnya.³³ Sebetulnya, inovasi tidak selalu ditunjukkan dengan suatu hal yang baru karena ia bersifat subjektif. Misalnya, saat ini di daerah A sedang masuk tren baru berupa robot yang dapat membantu pekerjaan manusia, akan tetapi boleh jadi di daerah B, robot sudah menjadi hal yang biasa dan sudah diterapkan sejak lama. Inovasi bisa berasal dari hal lama yang baru diketahui atau digunakan oleh seseorang atau suatu sistem sosial.

Inovasi dibedakan menjadi dua berdasarkan bentuknya, yaitu inovasi berupa gagasan dan inovasi objek (berwujud fisik). Inovasi dalam bentuk gagasan misalnya berkaitan dengan masuknya suatu ideologi atau cara baru dalam mengatasi permasalahan yang sulit dipecahkan. Adapun inovasi dalam bentuk objek dapat dicontohkan seperti robot di atas.

³³ Aida Vitayala, dkk, *Komunikasi Inovasi Edisi 2*, (Tangerang: Penerbit Universitas Terbuka, 2014), 1.8.

Jika kita berbicara tentang inovasi, maka tidak dapat lepas dari kata *difusi*. Difusi merupakan pengkomunikasian atau penyebaran inovasi yang dilakukan melalui saluran dan waktu tertentu pada suatu sistem sosial. Apabila kita telaah kembali mengenai kegiatan difusi maka kita akan menemukan kemiripan dengan kegiatan komunikasi. Meski memiliki tujuan yang sama yaitu menyebarkan informasi, akan tetapi pada kegiatan komunikasi, pesan yang disampaikan dapat mencakup segala jenis pesan, sedangkan difusi cenderung hanya menyampaikan pesan berupa inovasi.

Setelah mengetahui tentang difusi, inovasi, dan komunikasi, maka selanjutnya kita dapat memahami apa itu *Difusi Inovasi*. Sebuah inovasi tidak akan pernah masuk ke sistem sosial apabila tidak ada komunikasi yang dilakukan oleh agen pembaharu. Oleh karena itu, difusi inovasi adalah bagaimana suatu inovasi (baik berupa gagasan maupun objek) dapat diketahui dan menyebar ke seluruh sistem sosial.³⁴ Inovasi tidak hanya mencakup bidang sosial, inovasi juga dapat muncul pada bidang yang lain seperti kesehatan, ekonomi, pendidikan, dan sebagainya.

Selain mengetahui pengertiannya, kita juga perlu mengetahui elemen-elemen pokok yang ada pada difusi inovasi, seperti keputusan inovasi, konsekuensi inovasi, serta faktor pendukung dan penghambat kegiatan difusi inovasi, sehingga kita dapat memahami secara mendalam mengenai difusi inovasi.

³⁴ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2007), 247.

a. Elemen-elemen Difusi Inovasi³⁵

1) Inovasi

Kehadiran inovasi bertujuan untuk membawa perubahan ke arah yang lebih baik. Meski mengandung unsur kebaruan, namun kebaruan inovasi cenderung bersifat subjektif. Inovasi mungkin berhasil membawa perubahan bagi sekelompok orang, tetapi tidak bagi sekelompok orang lainnya. Sebab, kebaruan tidak ditentukan oleh kapan inovasi itu ditemukan, akan tetapi ditentukan oleh adanya anggapan bahwa ada sesuatu yang baru di masyarakat, atau dengan kata lain kebaruan ditentukan oleh kapan inovasi dibutuhkan.

Tidak semua inovasi diterima oleh sistem sosial. Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan diterima atau tidaknya suatu inovasi. Rogers menyatakan bahwa inovasi dapat diterima jika memberikan manfaat yang relatif, sesuai dengan sistem nilai, kepercayaan dan sistem budaya setempat, dapat diujicobakan sebelum diterapkan, dapat dilihat dengan panca indera, dan memiliki tingkat kerumitan yang rendah.³⁶

Apabila mengacu pada teori di atas, maka Protokol kesehatan dan vaksin Covid-19 sebagai inovasi baru di kalangan masyarakat tentu tidak langsung dapat diterima oleh

³⁵ Aida Vitayala, dkk, *Komunikasi Inovasi Edisi 2*, (Tangerang: Penerbit Universitas Terbuka, 2014), 1.14.

³⁶ Werner J. Severin, James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2007), 248.

masyarakat. Agar diterima, maka inovasi tersebut haruslah memenuhi kriteria yang dikemukakan oleh Rogers. Oleh karena itu, diterima atau tidaknya Protokol kesehatan dan vaksin Covid-19 tergantung pada kriteria penerimaan yang ada. Semakin memenuhi kriteria, maka semakin dapat diterima oleh masyarakat. Maka, dalam penelitian ini, **Kriteria Penerimaan Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers memiliki peran yang penting, yaitu sebagai variabel Z (variabel moderator), yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan Dakwah Penyuluhan (X) terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin (Y)**

2) Saluran

Seiring berkembangnya zaman, perubahan dan inovasi semakin banyak bermunculan. Inovasi dapat diketahui jika ada proses komunikasi yang tentu melalui perantara saluran tertentu. Saluran menjadi ruang transformasi bagi agen pembaharu untuk menyampaikan inovasinya kepada khalayak.

Saluran tidak hanya berfungsi sebagai media untuk menginformasikan inovasi, tetapi juga wadah untuk memotivasi khalayak secara persuasif dengan cara mempengaruhi opini, sikap, dan alam bawah sadar seseorang

agar bersedia mengadopsi inovasi yang ditawarkan. Melalui saluran, agen pembaharu juga dapat mencontohkan cara-cara dalam menggunakan inovasi.

Rogers mengkategorikan saluran komunikasi menjadi dua jenis, yaitu *saluran komunikasi antarpribadi dan saluran komunikasi massa*.³⁷ Komunikasi antarpribadi dilakukan secara langsung kepada orang lain atau kelompok kecil. Komunikasi antarpribadi memungkinkan komunikator dan komunikan berkomunikasi secara efektif dengan umpan balik yang langsung dapat disampaikan serta ditanggapi, sehingga agen pembaharu dapat langsung mengetahui reaksi tiap individu, apakah menerima atau menolak inovasi yang ditawarkan. Namun demikian, jumlah komunikan yang terbatas tidak dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Berbeda dengan komunikasi antarpribadi, komunikasi massa dilakukan kepada orang dalam jumlah yang luas karena melalui media cetak dan elektronik. Keuntungan komunikasi massa adalah dapat menjangkau khalayak luas hanya dengan satu kali dibagikan dan pesan yang disampaikan pun lebih banyak. Kekurangan dari jenis komunikasi ini adalah pesan yang disampaikan adalah hal-hal umum (tidak spesifik), dan

³⁷ Aida Vitayala, dkk, *Komunikasi Inovasi Edisi 2*, (Tangerang: Penerbit Universitas Terbuka, 2014), 1.19.

umpan balik khalayak tertunda, sehingga agen pembaharu tidak dapat mengetahui respon tiap individu secara langsung.

Baik komunikasi antarpribadi maupun komunikasi massa, keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Agen pembaharu dapat menggunakan salah satunya atau kedua-duanya, tergantung pada kondisi masyarakat yang dihadapi. Pemilihan saluran yang tepat perlu menjadi perhatian khusus karena kesalahan dalam penggunaan saluran akan berdampak pada terhambatnya proses difusi inovasi.

3) Waktu

Waktu adalah elemen yang sangat diperhitungkan dalam kegiatan difusi inovasi. Waktu yang dibutuhkan oleh agen pembaharu untuk mendifusikan suatu inovasi tidaklah singkat, karena dihitung sejak unit-unit pada sistem sosial menerima informasi hingga mengadopsi atau menolak inovasi.

Latar belakang sosial, budaya, agama, dan pendidikan yang berbeda-beda, turut menyebabkan lama-singkatnya proses penerimaan masing-masing individu terhadap suatu inovasi.

Oleh karena itu, waktu turut diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan. Latar belakang dan kondisi individu yang berbeda juga mempengaruhi seberapa cepat mereka dalam mengadopsi inovasi.

4) Sistem Sosial

Sistem sosial merupakan sekumpulan unit yang saling terkoneksi dalam suatu lingkungan tertentu, memiliki hubungan timbal balik dan memiliki budaya dan norma yang sama. Sistem sosial dapat berupa individu, kelompok maupun organisasi.³⁸ Sistem sosial menjadi salah satu elemen penting dalam kegiatan difusi inovasi karena berkaitan dengan target sasaran yang dituju untuk diberikan pengetahuan mengenai inovasi baru.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh agen pembaharu mengenai sistem sosial, yaitu memahami perilaku dan karakter sistem sosial untuk melihat pola yang terbentuk, mengetahui adat istiadat dan norma yang berlaku pada sistem sosial, dan melibatkan pemuka pendapat (misalnya tokoh masyarakat setempat) untuk membantu agen pembaharu dalam menyampaikan inovasi kepada mereka.³⁹ Ketiga hal tersebut perlu diperhatikan karena dapat membantu agen pembaharu dalam menyesuaikan inovasi yang ditawarkan sehingga memberikan pengaruh kepada mereka untuk bersedia mengadopsi inovasi.

Dari penjelasan teori di atas, terdapat unsur penting yang perlu digarisbawahi dan berfungsi sebagai bahan analisis

³⁸ *Ibid.*, 1.21.

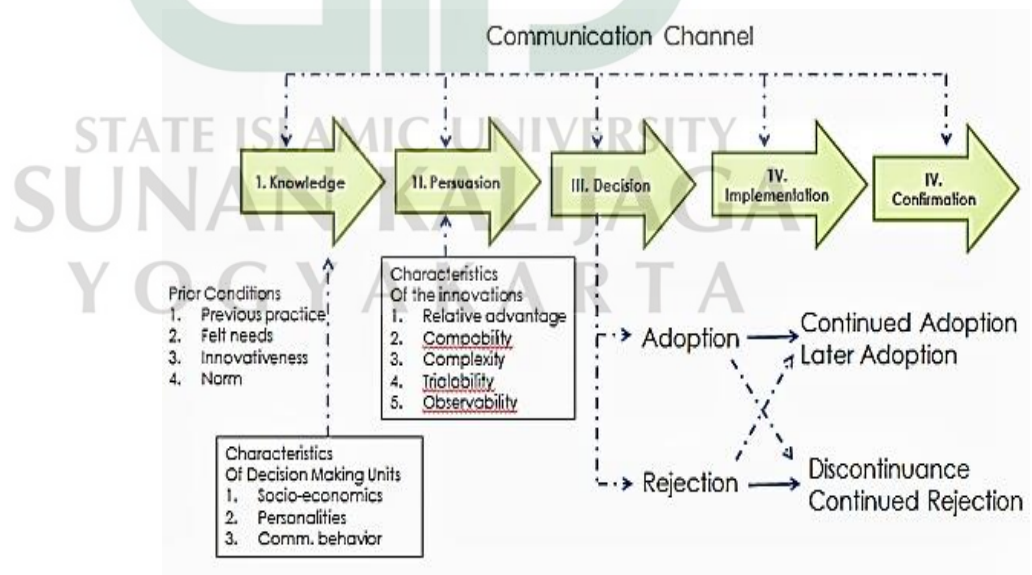
³⁹ *Ibid.*, 1.22.

pada penelitian ini, yaitu inovasi. Kehadiran inovasi menjadi titik awal dari proses masuknya inovasi hingga inovasi tersebut diterima dan diterapkan oleh individu. Indikator penerimaan inovasi (meliputi; memberikan manfaat yang relatif, sesuai dengan sistem nilai, kepercayaan dan sistem budaya setempat, dapat diujicobakan sebelum diterapkan, dapat dilihat dengan panca indera, memiliki tingkat kerumitan yang rendah), pada penelitian ini merupakan variabel antara (V.Z) yang dapat digunakan untuk menganalisis permasalahan pada rumusan masalah kedua.

b. Keputusan Inovasi

Gambar 1.2

Model Tahap Keputusan Inovasi



Gambar di atas merupakan model tahapan keputusan difusi inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers, yang meliputi pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi.

1) Pengetahuan

Pada tahap ini agen pembaharu bertugas untuk menjelaskan, memaparkan, dan mendeskripsikan secara detail apa dan bagaimana inovasi berfungsi. Pada tahapan ini diharapkan masyarakat mengetahui keberadaan inovasi baru. Inovasi harus disampaikan sejelas dan semenarik mungkin oleh agen pembaharu agar timbul rasa ingin tahu yang lebih pada sistem sosial. Orang yang mudah menerima inovasi adalah orang dengan ciri memiliki pendidikan yang tinggi, status sosial yang tinggi, kecakapan akan media massa, kontak dengan agen perubahan yang tinggi, memiliki partisipasi sosial yang tinggi, dan kosmopolitan.⁴⁰

2) Persuasi

Setelah individu pada sistem sosial mengetahui apa dan bagaimana inovasi yang ditawarkan, maka pada tahap persuasi ini output yang diharapkan lebih meningkat, tidak hanya mengetahui, tetapi juga merasa. Pada tahap persuasi, individu mulai membentuk perasaan suka atau

⁴⁰ *Ibid.*, 2.14.

tidak suka terhadap inovasi. Mereka mulai meyakinkan dirinya sendiri apakah suka atau tidak suka dengan inovasi yang ditawarkan.

Perasaan inilah yang kemudian akan mengarahkannya untuk mencari tahu lebih dalam mengenai inovasi. Mereka mulai mempertimbangkan manfaat inovasi, kesesuaian dengan sistem nilai, kepercayaan dan sistem budaya setempat, dapat diujicobakan atau tidak, dapat dilihat dengan panca indera atau tidak, dan bagaimana tingkat kerumitannya. Apabila jawaban dapat terpenuhi, maka individu cenderung menyukai inovasi yang ditawarkan dan memungkinkan untuk menerima.

3) Keputusan

Ini merupakan tahap di mana individu mulai menentukan pilihan, apakah menerima atau menolak inovasi. Menerima artinya bersedia menggunakan inovasi (mengadopsi) secara penuh dan menganggap inovasi adalah pilihan terbaik yang ada. Jika menolak, berarti ia tidak bersedia untuk menggunakan inovasi tersebut.

Ada dua tipe jenis penolakan inovasi menurut Rogers, yaitu *penolakan aktif dan penolakan pasif*.⁴¹

⁴¹ *Ibid.*, 2.16.

Penolakan aktif adalah jika penolakan didasari oleh berbagai pertimbangan setelah dicoba, namun kemudian memutuskan untuk tidak menggunakan. Sedangkan penolakan pasif yaitu mereka yang serta merta menolak inovasi tanpa melakukan pertimbangan.

4) Implementasi

Orang yang menerima inovasi otomatis akan mengadopsi inovasi tersebut dan mengimplementasikannya sembari mempelajari lebih dalam mengenai kinerja dan manfaat inovasi. Pada tahap ini individu tidak hanya menerapkan inovasi tetapi juga sangat aktif dalam mencari informasi yang berhubungan dengan inovasi. Segala informasi yang ia dapatkan mengenai inovasi mulai dipraktikkan dalam dunia nyata, dan tentu di sini peran agen pembaharu sangat diperlukan dalam mengarahkan teknis dalam mengimplementasikan inovasi.

Tahap implementasi bisa berlangsung singkat, namun juga bisa lama. Hal ini tergantung pada tingkat pengetahuan individu akan inovasi, jenis inovasi dan proses yang terjadi. Tahap ini dapat dikatakan selesai apabila inovasi telah dipraktikkan secara rutin dan sudah

menjadi hal yang biasa (bukan menjadi hal baru lagi bagi suatu sistem sosial).

5) Konfirmasi

Orang yang sudah mantap dengan inovasi ternyata masih perlu meyakinkan dirinya apakah inovasi yang ia terima itu layak diimplementasikan atau tidak. Boleh jadi kemudian mereka membuat keputusan untuk menolak inovasi ketika seiring berjalannya waktu menemukan informasi negatif yang bertentangan dengan informasi sebelumnya. Oleh karena itu, pada tahap inilah seseorang sebagai unit sistem sosial benar-benar dikatakan menolak atau menerima sebuah inovasi.

Melalui lima tahapan keputusan inovasi tersebut, kita dapat mengetahui bagaimana inovasi diketahui dan dipahami oleh individu hingga individu merasa tidak ada keraguan untuk menerapkan inovasi tersebut. Keputusan inovasi menjadi unsur yang sangat penting pada penelitian ini, karena kita dapat melihat sejauh mana kegiatan dakwah penyuluhan berdampak pada aspek pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi masyarakat terhadap hadirnya inovasi yang berupa protokol kesehatan dan vaksin.

Untuk itu, aspek pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi menjadi pengukur dalam penelitian

ini untuk melihat sejauh mana difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin terjadi pada masyarakat kabupaten Sleman, apakah masyarakat mengetahui inovasi tersebut, atau meyakini, memutuskan, mengimplementasikan, atau justru mematuhi protokol kesehatan dan vaksin. Sehingga, **pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi dalam penelitian ini memiliki peran sebagai indikator dari variabel Difusi Inovasi (Variabel Y)**. Selanjutnya, teori tersebut dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah kedua, yaitu difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 dan vaksin pada masyarakat kabupaten Sleman.

c. **Konsekuensi Inovasi**

Hadirnya sebuah inovasi ke dalam sistem sosial tidak hanya memberikan perubahan atas kondisi sebelumnya, tetapi juga memberikan dampak yang bermacam-macam. Berikut adalah jenis-jenis konsekuensi yang muncul karena hadirnya inovasi;⁴²

1) **Konsekuensi dikehendaki dan tidak dikehendaki**

Konsekuensi dikehendaki adalah dampak yang memang diinginkan terjadi oleh agen perubahan dan adopter inovasi dan sudah diperkirakan sebelumnya. Contohnya, kehadiran teknologi *smartphone* dalam kehidupan manusia diharapkan dapat mempermudah komunikasi antar individu.

⁴² *Ibid.*, 5.5.

Namun demikian, kehadiran *smartphone* juga menimbulkan dampak yang tidak dikehendaki dan tidak disadari oleh agen pembaharu serta adopter, misalnya kerap disalahgunakan untuk melakukan tindakan kriminal seperti penipuan, pencemaran nama baik, dan pornografi.

2) Konsekuensi langsung dan tidak langsung

Konsekuensi langsung adalah perubahan individu atau sistem sosial yang biasanya terjadi seketika setelah masuknya inovasi. Sedangkan konsekuensi tidak langsung adalah perubahan yang terjadi setelah inovasi diterima oleh individu atau sistem sosial.

3) Konsekuensi yang diantisipasi dan tidak diantisipasi

Sebelum konsekuensi muncul, agen pembaharu perlu melakukan antisipasi. Konsekuensi dapat diantisipasi ketika agen pembaharu dapat memprediksinya sebelumnya. Agen pembaharu maupun adopter yang tidak dapat memprediksi konsekuensi yang akan muncul akibat hadirnya inovasi, memperlihatkan bahwa ia kurang memahami fungsi dan manfaat inovasi bagi sistem sosial.

d. Faktor Pendukung dan Penghambat Difusi Inovasi

1) Faktor Pendukung

Kegiatan difusi inovasi pada umumnya berhasil mencapai tujuannya karena;

- a) Inovasi yang ditawarkan memenuhi sifat-sifat inovasi yang sesuai dengan kebutuhan sistem sosial (keuntungan, kesesuaian, dapat diujicobakan, dapat dilihat, kompleksitas)
- b) Agen pembaharu melakukan upaya promosi dengan matang dan mantap
- c) Agen pembaharu atau opinion leader sebagai juru bicara memiliki kredibilitas yang baik dan memahami inovasi yang ditawarkan
- d) Berorientasi pada khalayak (memahami karakter dan kebutuhan khalayak)
- e) Agen pembaharu menggandeng tokoh masyarakat untuk ikut berpartisipasi mempersuasi khalayak
- f) Adanya kesamaan persepsi antara agen pembaharu dengan khalayak mengenai inovasi

2) Faktor penghambat

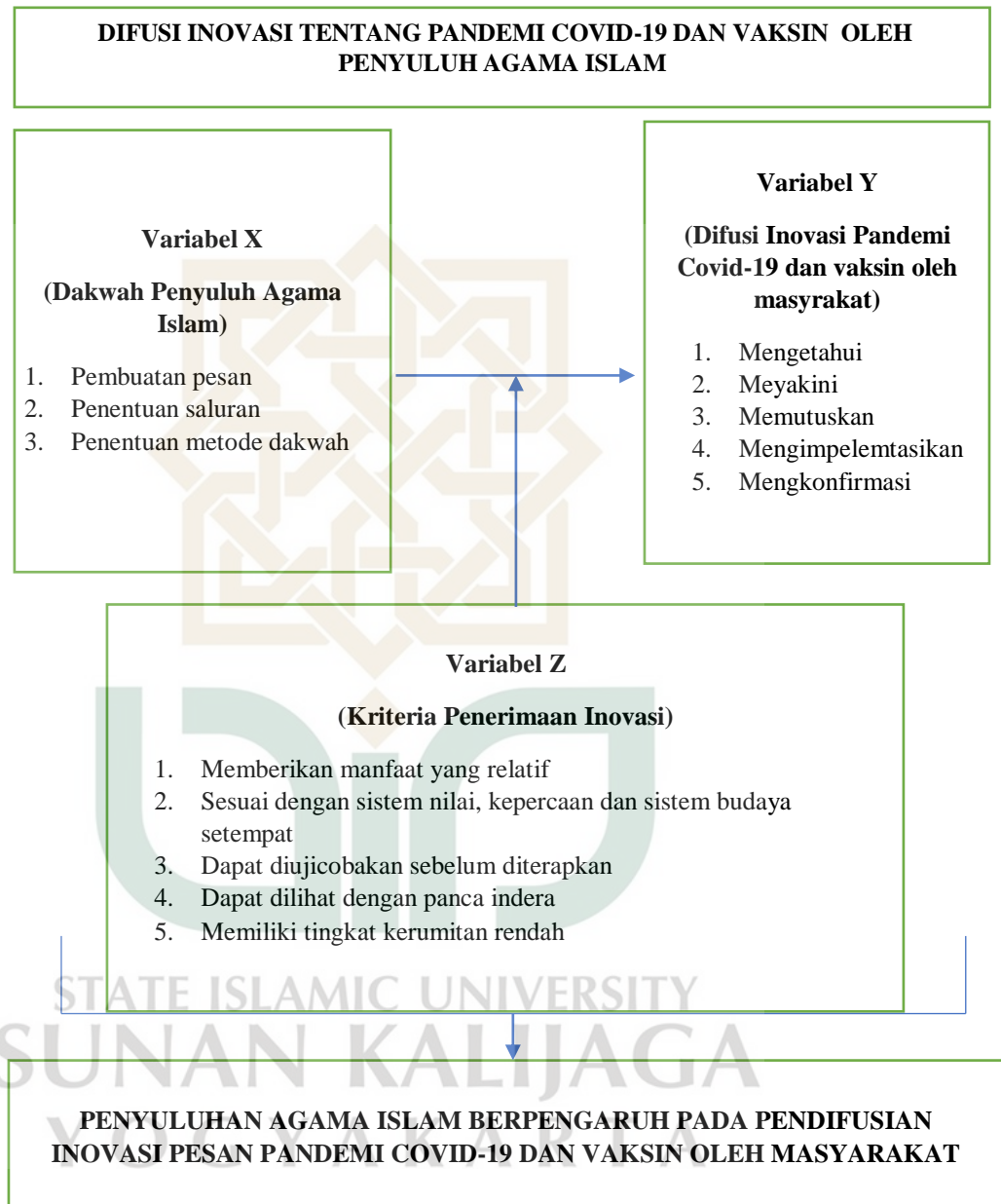
Inovasi yang disebarkan kepada khalayak pada prosesnya bisa diterima, ditolak, terhambat, ataupun gagal.

Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, seperti;

- a) Inovasi yang ditawarkan tidak memenuhi keuntungan, kesesuaian, dapat diujicobakan, dapat dilihat, dan kompleksitas

- b) Penyampaian informasi mengenai inovasi yang kurang tepat sehingga menimbulkan perbedaan persepsi yang terlalu mencolok antara agen pembaharu dengan khalayak
- c) Kredibilitas sumber yang rendah, sehingga kurang dipercaya oleh khalayak
- d) Perbedaan latar belakang budaya, norma, pendidikan, ekonomi, dan sebagainya, antara agen pembaharu dengan khalayak
- e) Penggunaan saluran komunikasi yang tidak tepat

H. Kerangka Berpikir



I. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan pembahasan, tesis ini dibagi menjadi 5 bab, yang terdiri dari BAB I, BAB II, BAB III, BAB IV, dan BAB V, dengan penjabaran sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, hipotesis penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, kerangka berpikir, dan sistematika pembahasan.

BAB II : METODE PENELITIAN

Pada Bab II, peneliti akan mendeskripsikan tentang metode penelitian yang digunakan, yaitu meliputi jenis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, instrument penelitian, metode pengumpulan data, teori validitas dan reliabilitas, serta teori analisis data.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Bab III berisi tentang gambaran umum kegiatan Dakwah Penyuluh Agama Islam di Kabupaten Sleman yang meliputi kondisi wilayah kabupaten Sleman, profil Penyuluh Agama Islam, profil peserta penyuluhan.

BAB IV : TEMUAN DATA LAPANGAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini, peneliti memaparkan tentang hasil temuan data lapangan, yang meliputi Kegiatan Dakwah Penyuluhan, Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19, dan Pengujian Hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Penelitian ini akan diakhiri dengan bab V yang berisi kesimpulan, implikasi penelitian, dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kegiatan Dakwah Penyuluhan Tentang Pandemi Covid-19

Kegiatan dakwah penyuluhan tentang pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam di kabupaten Sleman, merupakan upaya yang sangat penting dan dibutuhkan dalam rangka mengedukasi masyarakat tentang suatu hal yang baru, yaitu protokol kesehatan dan vaksin. Pada dasarnya, tidak semua inovasi dapat diterima oleh masyarakat. Namun, dengan berlabel “tokoh yang disegani oleh masyarakat karena kedalaman ilmu agamanya”, maka setiap hal yang disampaikan oleh Penyuluh Agama Islam, cenderung dipatuhi oleh masyarakat, termasuk himbauan untuk mematuhi protokol kesehatan dan vaksin. Langkah-langkah yang dilakukan dalam dakwah penyuluhan adalah *melakukan penyusunan program, melaksanakan program, dan evaluasi serta pelaporan.*

2. Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan vaksin oleh masyarakat Sleman

Ada lima indikator yang menunjukkan tingkat adopsi masyarakat terhadap protokol kesehatan dan vaksin sebagai suatu inovasi baru, yakni pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Hal ini menunjukkan sejauh mana masyarakat

memahami, menerima dan menerapkan protokol kesehatan dan vaksin selama pandemi Covid-19. Dari indikator pengetahuan, didapatkan sebesar 50% orang sangat mengetahui dan 45% memiliki pengetahuan yang cukup. Indikator persuasi didominasi oleh mereka yang sangat percaya terhadap kinerja protokol kesehatan dan vaksin yaitu sebesar 52%.

Adapun indikator keputusan didominasi oleh masyarakat yang sangat antusias dalam menerima protokol kesehatan dan vaksin, yaitu sebesar 52%. Indikator implementasi didominasi oleh 73% sangat patuh/ tertib, dan indikator konfirmasi yang didominasi oleh sebanyak 57% orang yang bertahan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan dan vaksin meski pernah mendapatkan informasi yang bertentangan dengannya. Jadi, tingkat adopsi masyarakat Sleman terhadap protokol kesehatan dan vaksin dapat dikatakan cukup tinggi dan bagus. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme dan tingkat kepatuhan masyarakat Sleman yang tinggi terhadap protokol kesehatan dan vaksin.

3. Pengaruh Kegiatan Dakwah Penyuluhan terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SEM-PLS, didapatkan bahwa variabel Pesan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin. Variabel Pesan menyumbangkan perannya sebanyak 14.8%. Variabel Saluran juga memiliki pengaruh positif yang signifikan

terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin. Variabel Pesan menyumbangkan perannya sebanyak 28.4%. Adapun variabel Metode tidak memberikan pengaruh terhadap Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin. Selanjutnya, variabel Penerimaan Inovasi tidak signifikan sebagai moderator antara variabel Pesan dan Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin. Namun, variabel Penerimaan Inovasi terbukti signifikan sebagai moderator antara variabel Saluran dan Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin, dengan menyumbangkan perannya sebesar 28.4%. Variabel Penerimaan Inovasi juga terbukti signifikan sebagai moderator antara variabel Metode dan Difusi Inovasi Pesan Pandemi Covid-19 dan Vaksin, dengan menyumbangkan perannya sebesar 33.5%.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan dakwah penyuluhan yang dilakukan oleh Penyuluh Agama Islam berpengaruh terhadap difusi inovasi pesan pandemi Covid-19 oleh masyarakat kabupaten Sleman. Hal ini mengandung implikasi agar ke depannya, kegiatan dakwah penyuluhan dapat diperhatikan dan ditingkatkan, sehingga tujuan dari kegiatan penyuluhan dapat tercapai dengan maksimal. Adapun unsur pada kegiatan dakwah yang dominan pengaruhnya adalah unsur pesan dan saluran. Selain itu, penerimaan inovasi turut memperkuat pengaruh yang ditimbulkan oleh adanya

kegiatan dakwah penyuluhan, sehingga semakin inovasi memenuhi kriteria, maka pengaruh yang ditimbulkan semakin kuat, artinya, masyarakat semakin mudah menerima kehadiran inovasi.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi Penyuluh Agama Islam untuk meningkatkan upayanya dalam berdakwah di era pandemi Covid-19, dengan lebih menekankan pada penetapan, pengemasan, dan penyampaian pesan, serta penggunaan saluran dakwah, sehingga dapat meningkatkan pengetahuan, mengubah sikap dan perilaku masyarakat untuk patuh terhadap penggunaan protokol kesehatan dan vaksin

C. Saran

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Pesan* yang disampaikan oleh Penyuluh Agama Islam dan *Saluran* yang digunakan ternyata memiliki andil dalam mempengaruhi proses masuknya suatu inovasi baru di tengah masyarakat kabupaten Sleman yang berupa protokol kesehatan dan vaksin. Ini berarti bahwa perencanaan, penetapan, pengemasan dan penyajian pesan serta pemilihan saluran dakwah, perlu menjadi perhatian khusus bagi Penyuluh Agama Islam ke depannya dalam melakukan dakwah penyuluhan kepada masyarakat, sehingga harapannya masyarakat benar-benar dapat mengetahui, memahami, meyakini, menerima, dan tertib dalam menerapkan protokol kesehatan juga vaksin selama masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Al-Wa'iy, Taufik. *Dakwah ke Jalan Allah*. Jakarta: Rabbani Press, 2010.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DIY, *Penduduk Kabupaten Sleman, Hasil Sensus Penduduk 1961-2020*. Yogyakarta: CV. Liana Sanjaya Abadi, 2020.
- Brad, Michael, dan Rosemary Thackeray. *Komunikasi Kesehatan dalam Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC, 2008.
- Curtis, D.B., J.J Floyd, dan J.L Winsor, *Komunikasi Bisnis dan Profesional, Terjemahan oleh Yuyun Wirasmita*. Jakarta: PT. Rosda Jayaputra, 1992.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993.
- Gani, Ascobat. *Kesehatan Masyarakat: Investasi Manusia Menuju Rakyat Sejahtera*. Jakarta: Republika Penerbit, 2011.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk penelitian Empiris*. Semarang: Undip, 2015.
- Hamidi. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi: Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian* Malang: UPT. Penerbitan Universitas Muhammadiyah, 2007.
- Herman, dkk. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2006.
- Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008.
- Morissan dkk, *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : Prenada Media Grup, 2012.
- Mubarok, Achmad. *Psikologi Dakwah: Membangun Cara Berpikir dan Merasa*. Malang: Penerbit Madani Press, 2014.
- Munir, Muhammad. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Purwanto, Ngalim. *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Rakhmat, Jalaluddin dan Idi Subandy Ibrahim. *Metode Penelitian Komunikasi*.

Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016.

Saifuddin, Azwar. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka

Pelajar, 2013.

Severin, Werner J dan James W. Tankard. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan*

Terapan di Dalam Media Massa, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2007).

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan*

Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta,

Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2014.

Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

Vitayala, Aida dan S.Hubies. *Komunikasi Inovasi Edisi 2*. Tangerang: Penerbit Universitas Terbuka, 2014.

Sumber Artikel Jurnal:

Aulia, Gina, dkk. “Edukasi Pencegahan Covid-19 Dengan Protokol Kesehatan 5m Dan

Pentingnya Multivitamin Di Masa Pandemi Covid-19”, *JAM: Jurnal Abdi Masyarakat* 2, no. 1, Mei 2021.

Data, And Syndicated Market Research Databases In Healthy Communication.”, dipresentasikan dalam acara *National Conference and Healthy Statistics*, 1999.

Jazuli, La Ode Ahmad, dkk. “Inovasi Dan Difusi Pencegahan Covid-19 Di Kalangan

Mahasiswa”, *Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2, Mei 2021.

Nataliningrum, Desire Meria, Evi Sovia, dan Anita Liliana Susanti. ”Pelaksanaan Protokol Kesehatan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Fasilitas Pelayanan

Kesehatan Kota Cimahi Jawa Barat Indonesia”, *Medika Kartika : Jurnal Kedokteran dan Kesehatan* 4, no.3, 2021.

Nazifah, Faizatun. “Pesan Dakwah Dosen Dakwah Stain Kudus Dalam Surat Kabar

Harian Radar Kudus”, *Jurnal At-Tabsyir* 1, 2013.

Pollard, W.E. dan Kirby, S.D. “Geographic Information Systems (GIS), Public Health

Health Commnication 4, 1999.

Ratzan. “Revolutioning Health: Communication can make a difference”, *Journal of*

Health Commnication 4, 1999.

Rogers, Everett. “The Field of health communication today: An up-to-date report”,

Journals od Health Communication 1, 1996.

Valdiani, Dini. “Saluran Komunikasi Massa Sebagai Penyampai Pesan Pembangunan

Bagi Masyarakat”, *WAHANA: Jurnal Komunikasi* 1, no. 10, 2015/2016.

Wibowo, Imam Tri. ”Proses Difusi Inovasi Program Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi (Sakti): Studi Kasus Pada Ditjen Perbendaharaan Di D.I. Yogyakarta Tahun 2018”, *Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara,*

dan

Kebijakan Publik 4, no.4, 2019.

Sumber Internet:

Dandy Bayu Bramasta. “Vaksinasi Covid-19 Dimulai Hari Ini, Apakah Dilakukan Serentak Seluruh Indonesia?”, Diakses tanggal 11 Februari 2021. Kompas.com,

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/13/133300465/vaksinasi-covid-19-dimulai-hari-ini-apakah-dilakukan-serentak-seluruh?page=all>.

Kependudukan DIY. “Jumlah Penduduk Usia Kerja Kabupaten Sleman, D.I Yogyakarta Semester I 2021 Menurut Jenis Pekerjaan”. Diakses pada 10 Januari 2022. [JUMLAH PENDUDUK USIA KERJA KABUPATEN SLEMAN, D.I Yogyakarta SEMESTER I 2021 Menurut Jenis Pekerjaan \(jogjaprovo.go.id\)](http://jogjaprovo.go.id).

Nur Rohmi Aida. “Bupati Sleman Positif Covid-19 meski Sudah Divaksin, Ini Kata

Kemenkes”. Diakses pada 11 Februari 2021. Kompas.com, [Bupati Sleman Positif Covid-19 meski Sudah Divaksin, Ini Kata Kemenkes \(kompas.com\)](http://kompas.com).