

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
VAKSINASI COVID-19**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nabila Tazkia Ramadlina

NIM: 18107030005

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nabila Tazkia Ramadlina

Nomer Induk : 18107030005

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi sayaini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggotadewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 24 November 2022

Yang Menyatakan



Nabila Tazkia Ramadlina

18107030005



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

**NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO**

Hal : Skripsi

**Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nabila Tazkia Ramadlina
NIM : 18107030005
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KABUPATEN PURWOREJO
DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM VAKSINASI COVID-19**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

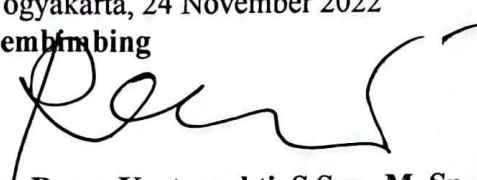
Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 24 November 2022

Pembimbing


Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M. Sn.
NIP. 19721026 2011 01 1 001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-67/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM
VAKSINASI COVID-19 (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Humas Pemerintah Kabupaten
Purworejo)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NABILA TAZKIA RAMADLINA
Nomor Induk Mahasiswa : 18107030005
Telah diujikan pada : Selasa, 03 Januari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 63cf3013ba9c7



Penguji I

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
SIGNED

Valid ID: 63cb679574f09



Penguji II

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 63ca75ce2aacc



Yogyakarta, 03 Januari 2023
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

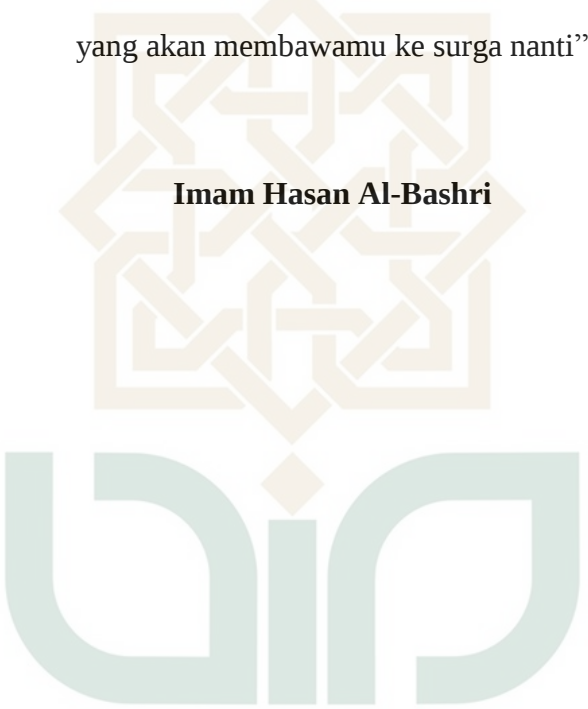
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 63cf3992dbbc5

HALAMAN MOTTO

“Lakukanlah kebaikan sekecil apapun, karena kamu tak pernah tahu kebaikan apa yang akan membawamu ke surga nanti”

Imam Hasan Al-Bashri



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

Almamater Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, wr. wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan juga hidayah nya sehingga atas ijin-Nya penelitian ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam, semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya.

Selama proses penyusunan skripsi ini semua tidak lepas dari bantuan orang-orang yang telah membantu penulis. Berkat bantuan, kebaikan, bimbingan, serta dukungannya lah akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn., Ketua Prodi ilmu Komunikasi, sekaligus selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar senantiasa membimbing, meluangkan waktu, mencurahkan tenaga serta pikiran untuk penulis agar dapat menghasilkan skripsi yang baik.
3. Bapak Fajar Iqbal, S. Sos., M. Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama masa studi.
4. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M. Si., selaku Dosen Penguji I dan Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M. Si., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan juga saran untuk perbaikan skripsi saya.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

6. Kepala bagian Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo yaitu Ibu Rita Purnama SSTP MM, kedua adalah bapak Sigit Sudibyo S Sos selaku Kepala Bagian Dokumentasi dan Pemberitaan kemudian yang ketiga adalah bapak Chrisna Waskitoadi Amd selaku Staf Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo selaku narasumber yang memberikan banyak informasi penting untuk penelitian ini.
7. Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Dr. Hamdan Daulay M. Si., M. A., Camat Kecamatan Purworejo yaitu bapak Dwijo Mudiarti, S.Sos., M.M., kemudian Bu Setyawati, masyarakat Pemerintah Kabupaten Purworejo yang terinfeksi virus Covid-19 selaku sumber triangulasi yang bersedia meluangkan waktu untuk menyempurnakan penelitian ini.
8. Kedua Orang Tua saya, Bapak Damin dan Ibu Siti Rodliyah yang selalu mendukung saya dalam hal apapun baik itu dari segi materi, moral dan bantuannya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini, Kemudian untuk adik saya satu-satunya yaitu Muhammad Fariz Ibrahim yang selalu memberikan saya semangat untuk mengerjakan skripsi ini, dan juga teruntuk saudara-saudara saya yaitu Immo Yetty Chamalian, uncle Dave Chamalian dan juga Aunty Anis yang mana mereka selalu memberikan saya support untuk semangat dalam menyelesaikan studi saya .
9. Teman-teman kos saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah menemani saya dikala suka dan duka selama penyelesaian penelitian ini.

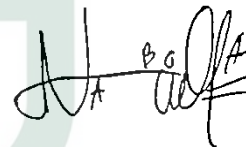
10. Teman-teman seperjuangan skripsi Angkatan 2018 Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dan terkhusus teman – teman Ilmu Komunikasi A yang memberikan dukungan selama masa perkuliahan ini.

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan peneliti terima dengan senang hati dan juga segenap hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum, wr. wb.

Yogyakarta, 24 November 2022

Peneliti



Nabila Tazkia Ramadlina

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS.....	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Landasan Teori.....	12
G. Kerangka Pemikiran.....	34
H. Metode Penelitian.....	35
BAB II	42
GAMBARAN UMUM	42
A. Sejarah Hari Jadi Kabupaten Purworejo	42
B. Lambang Daerah	43
C. VISI MISI	45
D. LETAK GEOGRAFIS	46
E. STRUKTUR ORGANISASI	48
F. Tugas Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo	49
G. Kegiatan Sosialisasi Program Vaksin Covid-19 yang dilakukan Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo	50

BAB III.....	57
PEMBAHASAN	57
A. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo dalam mensosialisasikan Program Vaksinasi Covid-19	58
B. Pembahasan.....	94
C. Analisis Interkoneksi-Integrasi Q.S.	104
BAB IV	106
KESIMPULAN DAN SARAN	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	111



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	11
Tabel 2. Filosofi Lambang Daerah	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Cakupan kumulatif Vaksinasi Covid-19 melalui Instagram Dinas Kesehatan Kabupaten Purworejo	4
Gambar 2. Lambang Kabupaten Purworejo	43
Gambar 3. Penyuluhan tim kesehatan Puskesmas Kec. Cangkreng lor	51
Gambar 4. Kegiatan sosialisasi secara door to door	53
Gambar 5. Cakupan kumulatif Vaksinasi Covid-19 melalui Instagram Dinas Kesehatan Kabupaten Purworejo	73
Gambar 6. Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 melalui akun YouTube	76
Gambar 7. Sosialisasi yang dilakukan Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo melalui media sosial	77
Gambar 8. Sosialisasi Pelaksanaan Vaksin Covid-19 Melalui Instagram Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo	78
Gambar 9. Sosialisasi Daftar Rumah Sakit yang Menerima Vaksinasi Covid-19	79
Gambar 10. Press Release Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Kabupaten Purworejo yang Dimuat Salah Satu Media	80
Gambar 11. Sosialisasi dan Pelaksanaan Vaksinasi Secara <i>door to door</i> kepada Masyarakat	81
Gambar 12. Sosialisasi Vaksin Covid-19 Melalui Humas Polres Purworejo	82
Gambar 13. Sosialisasi Vaksin Covid-19 yang dilakukan oleh Rumah Sakit Budi Sehat Purworejo	83
Gambar 14. Sosialisasi Vaksin Covid-19 Melalui Kominfo Kabupaten Purworejo	85

ABSTRACT

This research is about the Public Relations Communication Strategy of the Purworejo Regency Government in Socializing the Covid-19 Vaccination Program. Almost all regions in Indonesia are affected by the Covid-19 virus, Purworejo regency is one of them. Purworejo Regency which is located in Central Java Province. Covid-19 virus widely spread that put Purworejo Regency in red zone category and the Covid-19 emergency response. With the soaring cases of the Covid-19 virus, the Public Relations of the Purworejo Regency Authority made multiple efforts to suppress the spread of the Covid-19 virus in the Purworejo Regency area, one of which was the Covid-19 Vaccination program. In order to increase public participation of the Covid-19 Vaccination Program, the Public Relations of the Government of Purworejo Regency has prepared a communication strategy that is carried out in various stages by conducting research, planning, implementing, measuring/evaluating and also reporting. To increase awareness the Covid-19 Vaccination program, Public Relations of the Purworejo Regency Government conducts socialization through social media platforms, newspapers, online media, press releases, and socialization directly through collaboration with various parties such as Kominfo, Health Service, Task Force Covid-19 and other related parties to increase the participation in Purworejo Regency.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations of the Government of Purworejo Regency, Socialization, Covid-19 Vaccination*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena akan serangan Coronavirus atau yang disebut juga dengan Virus Covid-19, hampir seluruh wilayah di Indonesia terjangkau oleh Coronavirus atau virus Covid-19. Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Coronavirus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS COV2), dan menyebabkan penyakit Coronavirus Disease 2019 (COVID19) (RI, 2020).

Salah satu wilayah di Indonesia yang terjangkau oleh Virus Covid-19 yaitu adalah Kabupaten Purworejo yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Purworejo sendiri merupakan salah satu wilayah di negara Indonesia yang termasuk dalam wilayah zona merah, dimana hal ini diartikan sebagai wilayah yang cukup membahayakan dikarenakan banyaknya masyarakat di wilayah tersebut yang terinfeksi virus Covid-19 atau positif akan Coronavirus.

Dengan semakin bertambahnya masyarakat Purworejo yang terkena virus Covid-19 membuat Pemerintah Kabupaten Purworejo pada 20 Maret 2020 hingga 29 Mei 2020 menyatakan sebagai wilayah yang tanggap darurat Covid-19. Keputusan ini diambil setelah Bupati dan jajarannya melakukan evaluasi perkembangan kasus Covid-19 di Kabupaten Purworejo. Penambahan jumlah Orang Dalam Pemantauan (ODP), dan Pasien Dalam Pengawasan (PDP), serta pasangan PDP yang meninggal dunia menjadi pertimbangan utama. Selain itu, kedatangan para pemudik di wilayah Purworejo yang mencapai ribuan akhir pekan kemarin. Rata-rata para pendatang dari daerah terjangkit, sehingga berhasil menjadi ODP (Kontributor Purworejo, 2020).

Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah guna menekan persebaran virus Covid-19 salah satunya adalah mendorong percepatan Vaksinasi di setiap daerah, terutama di daerah-daerah dengan kasus positif Covid 19 tertinggi, yang mana melalui Kementerian Kesehatan RI mengeluarkan Permenkes RI Nomor 84 Tahun 2020 pasal 3 ayat 1 mengenai pelaksanaan Vaksinasi sebagai pedoman untuk setiap daerah dalam melakukan program Vaksinasi Covid-19.

Vaksin sendiri yaitu adalah produk biologi yang berisi antigen berupa mikroorganisme atau bagiannya atau zat yang dihasilkan yang telah diolah sedemikian rupa sehingga aman, yang apabila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu (Kementerian, 2021).

Beberapa Vaksin Covid-19 yang digunakan oleh Indonesia yaitu AstraZeneca, Sinopharm, Moderna, Sinovac, Novavax Inc, Pfizer Inc, Sputnik-V, Janssen, Convidencia dan Zifivax. Dalam pelaksanaannya masyarakat tidak dapat memilih Vaksin mana yang ingin digunakan ketika sedang dilakukannya proses Vaksinasi di suatu tempat, hal ini dikarenakan sesuai dengan ketersediaan Vaksin yang ada.

Pemerintah Kabupaten Purworejo sebagai salah satu wilayah yang masuk sebagai zona merah atau bisa diartikan sebagai wilayah dengan kasus Covid-19 yang tinggi ikut menggalakkan Sosialisasi Program Vaksinasi Covid-19. Hal ini memiliki tujuan agar masyarakat Pemerintah Kabupaten Purworejo mau ikut serta untuk aktif berpartisipasi dalam vaksinasi Covid-19. Sosialisasi program vaksinasi Covid-19 di Kabupaten Purworejo menjadi hal yang penting untuk dilakukan, hal ini dikarenakan masih rendahnya partisipasi masyarakat untuk ikut program Vaksinasi Covid-19. Rendahnya partisipasi masyarakat dalam program vaksin Covid-19 ini terjadi karena muncul berbagai macam isu negatif mengenai bahayanya reaksi vaksin Covid-19 jika dimasukkan ke dalam tubuh karena dapat mengakibatkan tubuh yang tadinya tidak terinfeksi virus Covid-19 justru akan terinfeksi nya tubuh oleh virus Covid-19, bahkan hingga bisa mengakibatkan kematian.

Dengan berbagai macam isu negatif yang beredar di masyarakat seiring dengan digalakkan nya program Vaksin Covid-19 membuat antusias masyarakat menjadi rendah untuk ikut serta di vaksin, hal ini

dikarenakan ketakutan-ketakutan nya masyarakat yang cukup tinggi, maka dari itu banyak masyarakat yang lebih memilih untuk tidak ikut di suntik vaksin Covid-19. Rendahnya tingkat partisipasi masyarakat Pemerintah Kabupaten Purworejo tersebut juga bisa dilihat dari data yang di update oleh Dinas Kesehatan Pemerintah Kabupaten Purworejo seperti gambar berikut:

Gambar 1. Cakupan kumulatif Vaksinasi Covid-19 melalui Instagram
Dinas Kesehatan Kabupaten Purworejo



Sumber: Instagram @dkkpurworejo

Pada capaian kumulatif diatas masyarakat Pemerintah Kabupaten Purworejo yang sudah di Vaksin Covid-19 pada bulan September 2021

sebesar 18% yakni dimana hanya 113,259 jiwa yang berhasil di vaksin Covid-19 dari target sasaran yang harusnya 615,735 jiwa sebagai target sasaran masyarakat yang seharusnya ikut serta aktif untuk di suntik vaksin Covid-19. Hal ini tentunya dapat menunjukkan bahwa masih rendahnya masyarakat untuk mau ikut aktif dalam program vaksinasi Covid-19 ini, dikarenakan banyak masyarakat yang masih ragu dan takut akan dampak vaksin Covid-19 untuk tubuh.

Sosialisasi terkait vaksinasi Covid-19 di wilayah Kabupaten Purworejo tidak hanya menjadi fokus Dinas Kesehatan setempat akan tetapi Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo sendiri merupakan pihak yang memiliki peran sangat penting dalam melakukan sosialisasi program vaksinasi Covid-19. Seperti halnya yang kita ketahui bahwa Humas sendiri merupakan lembaga yang memiliki fungsi dan juga tanggung jawab sebagai penghubung antara beberapa pihak, tidak terkecuali yaitu antara pemerintah dengan juga masyarakat. Selain itu Humas juga menjadi fungsi yang penting dalam membentuk atau membuat sebuah strategi, hal ini pula yang dilakukan dalam melakukan sosialisasi program Vaksinasi Covid-19.

Sebagai pihak yang berperan dalam mensosialisasikan program Vaksinasi Covid-19 di wilayah Kabupaten Purworejo, Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo tentunya perlu menyusun sebuah strategi komunikasi guna dapat mencapai tujuan yang diharapkan dan juga guna untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, yaitu dimana dapat

meningkatkan kepercayaan masyarakat agar mau untuk melakukan vaksin Covid-19, sehingga dalam pelaksanaannya tingkat partisipasi masyarakat meningkat dalam program Vaksinasi Covid-19. Dalam hal ini tentunya Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo harus memiliki strategi komunikasi yang tepat guna mengatasi permasalahan tersebut, hal ini dikarenakan keberhasilan suatu program juga ditentukan oleh sebuah strategi komunikasi yang dilakukan.

Sehubungan dengan hal yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Purworejo dalam mensosialisasikan Program Vaksinasi Covid-19 juga sesuai dengan salah satu firman Allah SWT. yaitu ayat Al-Qur'an dalam Surah Ar-Rum ayat 23 yang berbunyi:

Q.S Ar-Rum 30:23

ضَلِيلٌ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَسْمَعُونَ ۝ وَمِنْ آيَاتِهِ مَنَامُكُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَابْتِغَاؤُكُمْ مِّنْ ف

Terjemah: *“Dan di antara tanda-tanda (kebesaran)-Nya ialah tidurmu pada waktu malam dan siang hari dan usahamu mencari sebagian dari karunia-Nya. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang mendengarkan.*

Dalam tafsir *Wajiz* dijelaskan bahwa Allah menciptakan pergantian siang dan malam sebagai bukti kekuasaan dan rahmat-Nya. Dan di antara tanda-tanda kebesaran-Nya yang lain ialah tidurmu untuk istirahat pada waktu malam setelah kamu beraktivitas pada siang hari, dan pada siang hari kamu beraktivitas kembali, dan usahamu mencari sebagian dari karunia-Nya berupa rezeki yang telah diatur oleh-Nya. Sungguh, pada

yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda kebesaran dan keesaan-Nya bagi kaum yang mendengarkan dengan saksama agar dapat menumbuhkan sifat kanaah (menerima dengan ikhlas segala karunia-Nya) dan kemantapan jiwa serta kesadaran penuh atas kemahakuasaan-Nya (kemenag, n.d.)

Penjelasan diatas memberikan penjelasan bahwa betapa pentingnya orang yang mau mendengarkan, dan orang-orang yang mau mendengarkan adalah orang-orang yang mendapatkan karunia dari Allah SWT. Dalam ranah ini Masyarakat yang mau ikut berpartisipasi dalam program Vaksinasi Covid-19 adalah masyarakat yang mau mendengarkan arahan maupun sosialisasi dari yang diberikan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo, sehingga dengan memiliki sistem kekebalan imun yang kuat tubuh menjadi sehat sehingga mampu melawan Virus Covid-19. Tubuh yang sehat merupakan salah satu karunia yang diberikan oleh Allah SWT.

Dengan penjabaran latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengetahui dan juga meneliti lebih dalam lagi terkait dengan bagaimana strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program Vaksinasi Covid-19 yang di lakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo yang mana Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo memiliki peran penting dalam melakukan sosialisasi program Vaksinasi Covid-19.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas Maka, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo dalam Mensosialisasikan Program Vaksinasi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo Dalam Mensosialisasikan Program Vaksinasi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan berbagai manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, penelitian ini diharap dapat memberikan pengetahuan dan juga tambahan kajian untuk Ilmu Komunikasi serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang Komunikasi yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat dengan memberikan kritik dan juga saran positif sehingga dapat meningkatkan kualitas yang lebih baik lagi bagi Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu menjadi acuan penulis sehingga penulis bisa memperkaya ilmu pengetahuan dan pandangan dalam membuat sebuah penelitian, selain itu juga untuk memperkaya teori yang digunakan. Dari penelitian yang telah dilakukan terdahulu, penulis tidak menemukan judul penelitian yang sama dengan judul yang dilakukan oleh penulis. Namun penulis menggunakan beberapa penelitian guna dijadikan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian dan juga penelitian yang dilakukan penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

“Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Menyosialisasikan Program Makassar Tindak Rantasa” yang disusun oleh Ferdiansyah Tri Wahyudi, 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kota Makassar dalam menyosialisasikan program Makassar Tidak Rantasa. Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar untuk menyosialisasikan Program Makassar Tidak Rantasa. Dalam melakukan proses sosialisasi Makassar Tidak Rantasa, Humas Pemerintah Kota Makassar juga mengukur bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari strategi komunikasi yang dilaksanakan. Adapun penelitian ini sama-sama membahas akan Strategi komunikasi Humas dalam menyosialisasikan suatu program, tetapi penelitian ini juga memiliki perbedaan yakni melakukan penelitian di kota yang berbeda dan

juga program yang berbeda.

“Peranan Public Relations Dalam Mensosialisasikan Program Vaksin Covid-19 Di Kota Bekasi” yang disusun oleh Euis Atika, Maulana Rifai, Ana Fitriana Poerana, 2019. Dalam penelitian ini penulis membahas tentang bagaimana Peranan Public Relations Dalam Mensosialisasikan Program Vaksin Covid-19 Di Kota Bekasi. Peneliti disini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan bagaimana humas Pemkot Bekasi dalam proses sosialisasi dengan melalui hasil wawancara yang mendalam dengan narasumber yang diambil berdasarkan teknik purposive sampling. Dari hasil yang di dapat dalam penelitian ini humas Pemerintahan Kota Bekasi sudah melakukan peran humas sebagaimana semestinya berdasarkan teori yang digunakan yaitu teori peranan dari Cultip & Broom. Adapun penelitian ini sama-sama membahas tentang mensosialisasikan program Vaksin Covid-19, tetapi penelitian ini juga memiliki perbedaan yakni Membahas mengenai peranan Public Relations, bukan pada strategi Komunikasi

“Strategi Komunikasi Humas Jawa Barat Pada Masa Covid19” yang disusun oleh Evi Novianti, Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraid, 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi Humas Jawa Barat pada masa Covid-19. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Humas

Jabar yaitu fokus pada konten dan media distribusi nya. Selain Humas Jabra fokus pada konten dan juga media tetapi juga peran Ridwan Kamil sebagai Gubernur sangat penting dalam membantu penyampaian informasi sehingga dapat membantu menciptakan persepsi dan citra positif Provinsi Jawa Barat. Adapun penelitian ini sama-sama membahas akan Strategi komunikasi Humas, tetapi penelitian ini juga memiliki perbedaan yakni melakukan penelitian di kota yang berbeda.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ferdiasyah Tri Wahyudi	Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan Program Makassar Tindak Rantasa (https://adoc.pub/strategi-komunikasi-humas-pemerintah-kota-makassar-dalam-men.html)	Untuk mengetahui tentang Strategi Humas Yang dilakukan Dalam Mensosialisasikan Suatu Program.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada Fokus program yang disosialisasikan dimana peneliti Ferdiansyah mengenai program Makassar Tindak Rantasa sedangkan peneliti mengenai mensosialisasikan program Vaksin Covid-19
2.	Euis Atika, Maulana Rifai, Ana Fitriana Poerana	Peranan Public Relations Dalam Mensosialisasikan Program Vaksin Covid-19 Di Kota Bekasi	Membahas mengenai Sosialisasi terkait Program Vaksinasi Covid-19	Perbedaan pada penelitian ini yaitu dimana penelitian Euis Atika, Maulana Rifai, Ana Fitriana Poerana ini membahas

		(Jurnal Ilmiah Indonesia Vol. 6, No. 10, Oktober 2021)		mengenai peranan Public Relations, bukan pada strategi Komunikasi, sedangkan peneliti membahas mengenai strategi komunikasi Humas selain itu juga tempat dan juga lokasi penelitian yang berbeda.
3.	Evi Novianti, Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraid	Strategi Komunikasi Humas Jawa Barat Pada Masa Covid19. (Media Bina Ilmiah Vol. 15, No. 3, Oktober 2020)	Untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Instansi pemerintahan.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu dimana peneliti Evi Novianti, Aat Ruchiat Nugraha, Diah Fatma Sjoraid fokusnya dalam menangani Pandemi Covid-19, bukan dalam mensosialisasikan program vaksinasi Covid-19.

Sumber: Olahan peneliti

F. Landasan Teori

1. Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin communis yang berarti “sama”, communico, communicatio, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama (communis) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna,

atau suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2016:46).(Hestiana, 2020)

a. Unsur Komunikasi

Dalam berkomunikasi baik itu secara langsung atau tidak langsung, ada beberapa unsur yang perlu diperhatikan yaitu (Wardhana, 2020):

(1) Komunikator

Komunikator merupakan seseorang yang menyampaikan pesan dalam berkomunikasi. Komunikator bisa berupa seseorang yang sedang berbicara, menulis, kelompok atau organisasi komunikasi

(2) Message (Pesan)

Pesan pada dasarnya bersifat abstrak. Pesan adalah sesuatu keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa bersifat suatu informasi yang kemudian dapat disimpulkan sendiri oleh penerima pesan tersebut.

(3) Media

Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber atau komunikator kepada penerima. Media disini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian, arisan dan lain-lain.

(4) Penerima atau Komunikan

Penerima merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima.

(5) Pengaruh atau efek

Pengaruh atau efek merupakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pola pikir, tingkah laku ataupun sikap seseorang setelah menerima pesan ini. Pengaruh ini juga bisa disebut dampak atau akibat.

(6) Umpan balik

Umpan balik merupakan tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh.

(7) Lingkungan

Lingkungan merupakan situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi tersebut tidak bisa diterima dengan baik oleh komunikan.

b. Fungsi Komunikasi

Di dalam suatu komunikasi, biasanya ada fungsi dari komunikasi itu sendiri. Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Fungsi komunikasi ditujukan untuk (Basit, 2018):

- (1) Memberi informasi: Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain
- (2) Menghibur: Yaitu Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.
- (3) Mendidik: Yaitu fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
- (4) Membentuk opini publik/mempengaruhi: Yaitu fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan apa yang diharapkan.

Fungsi lain dari komunikasi yaitu apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi juga sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide maka fungsinya dalam setiap system sosial sebagai berikut (Wardhana, 2020):

- a) Informasi: Yaitu kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa

mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau internasional.

- b) Sosialisasi: Yaitu menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada serta bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif.
- c) Motivasi: Yaitu mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar lewat media massa.
- d) Bahan diskusi: Menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal-hal yang menyangkut orang banyak.
- e) Pendidikan: Yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun di luar sekolah.
- f) Memajukan kebudayaan: Media massa menyebarluaskan hasil-hasil kebudayaan melalui pemikiran program siaran radio dan televisi, ataupun bahan cetak seperti buku dan penerbitan-penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreativitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara, serta mempertinggi kerja sama hubungan antar negara.

g) Hiburan: Sifat estetika dituangkan dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa akan membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.

h) Integrasi: Yakni komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan itu dalam memupuk dan memperkuat persatuan bangsa.

c. Tujuan Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu melakukan interaksi sosial dengan masyarakat. Oleh karena itu, manusia disebut makhluk sosial yang bermasyarakat dan berbudaya. Intensitas interaksi sosial tidak dapat dilepaskan dari ketergantungan manusia yang saling memberi dan menerima informasi. Di sanalah ilmu komunikasi menemukan momentum nya, yaitu bertujuan sebagai berikut (Wardhana, 2020):

(1) Informasi yang disampaikan dapat dipahami orang lain. Suryanto mengutip dari Dedy Mulyana mengatakan komunikator yang baik dapat menjelaskan pada komunikan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti hal-hal yang dimaksudkan.

(2) Memahami orang lain. Komunikator harus mengerti aspirasi masyarakat tentang hal-hal yang diinginkan, tidak menginginkan kemauannya.

(3) Agar suatu gagasan dapat diterima orang lain dengan baik, komunikator harus berusaha menerima gagasan orang lain dengan pendekatan yang persuasif, bukan memaksakan kehendak.

(4) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, dengan kegiatan yang mendorong orang lain untuk melakukan sesuatu yang dilakukan dengan cara yang baik.

d. Model Penyusunan Pesan

Model pemilihan strategi menganggap bahwa pelaku komunikasi memilih strategi untuk mencapai tujuan komunikasi mereka. Sebaliknya teori-teori tentang penyusunan pesan menggambarkan sebuah skenario yang lebih kompleks, di mana pelaku komunikasi benar-benar menyusun pesan yang sesuai dengan maksud-maksud mereka dalam situasi yang mereka hadapi. Perbedaannya sama seperti antara memilih sebuah rumah dari bangunan lima lantai dan sebuah rumah rancangan sendiri untuk memenuhi kebutuhan tertentu keluarga Anda. Seperti rumah yang dirancang secara khusus, bentuk pesan menyesuaikan fungsinya. Di sini, kita melihat pada tiga teori dalam tradisi ini (Littlejohn, Stephen W. dan Foss, 2009, p. 184).

2. Strategi Komunikasi

Dalam menyampaikan suatu informasi ataupun sosialisasi terkait suatu program tentunya diperlukan suatu strategi yang tentunya dimaksud dengan strategi dalam melakukan komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Onong Uchyana Effendy (2006: 301) bahwa strategi

komunikasi adalah perpaduan antara perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen (communication management) untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi (Wahyudi, 2015).

Rogers dalam Cangara (2017:64) mendefinisikan Strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide- ide baru (Hestiana, 2020).

Hafied Cangara mengutip dari Rogers memberi batasan mengenai pengertian strategi komunikasi yaitu strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Dalam pembentukan suatu strategi, diperlukan beberapa cara agar suatu strategi tersebut tepat pada sasaran. Tidak terkecuali dalam pembentukan strategi komunikasi humas di suatu lembaga, baik itu swasta atau pemerintahan.

Tahapan strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” menyebutkan tahapan

perencanaan komunikasi meliputi lima tahapan, yaitu (Wardhana, 2020):

1) Penelitian

Sebuah organisasi atau lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan pencitraan, atau- atau kegiatan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Dalam tahapan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui problematic yang dihadapi lembaga.

2) Perencanaan

Perencanaan sama dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, tahap ini diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran, dan efek yang diharapkan

3) Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi rumusan strategi yang telah dibuat. Tahap perencanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh divisi-divisi di perusahaan tersebut untuk menjalankan rumusan yang telah disepakati. Tahap pelaksanaan bisa dalam bentuk tayangan televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar dan lain sebagainya. Inti dari tahap pelaksanaan ini yaitu

untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak untuk mencapai sebuah tujuan.

4) Pengukuran atau Evaluasi

Pengukuran atau evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilakukan, apakah kinerja sesungguhnya sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Seperti apakah media yang digunakan efektif untuk digunakan sebagai implementasi strategi tersebut, apakah tujuan strateginya tercapai, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima pesan, dan tindakan apa yang dilakukan khalayak setelah menerima pesan tersebut.

5) Pelaporan

Pelaporan adalah tindakan terakhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan. Jika dalam pelaporan itu mendapatkan hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya.

3. Humas Pemerintah

Dalam Suprawoto (2018:48) humas pemerintah atau government public relations adalah fungsi manajemen yang sah, yang membantu menjadikan badan, departemen, dan entitas publik lainnya tanggap terhadap warga dan semua ini tercipta untuk mereka.

Lattimore DKK dalam Suprawoto (2018:48) mendefinisikan

humas pemerintah sebagai fungsi manajemen yang membantu organisasi merumuskan tujuan organisasi serta membantu organisasi beradaptasi dengan tuntutan konstituen dan lingkungan.

Shanon A. Bowen dalam Suprawoto (2018:48) humas pemerintah adalah fungsi komunikasi yang menghubungkan interaksi warga dengan pemerintah, dengan regulator dan internal dan eksternal dan membina martabat instansi/ pemerintahan dalam pandangan khalayak internal dan eksternal guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari khalayak internal dan eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya.

Jadi humas pemerintah adalah fungsi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk menghubungkan interaksi antara pemerintah dengan warganya dengan tujuan membina hubungan baik, menciptakan saling pengertian satu sama lain guna memperoleh pengertian, kepercayaan, kerjasama, dan dukungan dari publik baik internal maupun eksternal dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya.

a. Tugas Humas Pemerintahan

Pengertian tentang tugas, terkait dengan segala sesuatu yang wajib dilaksanakan sehubungan dengan struktur dan fungsi humas atau public relation dalam suatu organisasi, institusi atau perusahaan. Dengan mengacu pada konsep tersebut, tugas dari seorang humas atau public relation dalam organisasi atau lembaga yang terkait erat dengan tujuan dan fungsinya adalah sebagai berikut:

- 1) Tugas strategi adalah keikutsertaan nya dalam proses pengambilan keputusan atau ikut menjadi perangkat dalam proses pengambilan keputusan. Tugas ini hanya dilakukan jika seorang humas dalam suatu organisasi berada pada jajaran elit organisasi. Tugas strategis antara lain adalah memberikan masukan-masukan, nasihat, pertimbangan, dan saran-saran pada atasan di lembaga atau organisasi tersebut, yang menyangkut langkah-langkah komunikasi dalam menangani masalah public opinion.
- 2) Tugas taktis seorang humas atau public relation terkait dengan hal-hal yang menyangkut eksistensinya sebagai lembaga komunikasi dalam organisasi. Tugas ini menyangkut tahap persiapan (fact finding), perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (applying), dan penilaian (evaluating) yang harus dicapai.

b. Fungsi Humas Pemerintahan

Fungsi humas dalam dunia pemerintahan menurut Rosaddy Ruslan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengamalkan kebijakan pemerintah. Memberikan pelayanan dan menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan dan program kerja dari pemerintah kepada masyarakat.
- 2) Menjadi komunikator sekaligus sebagai moderator yang proaktif dalam menjembatani instansi pemerintah dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan dari masyarakat.

- 3) Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangkauan panjang atau jangka pendek

c. Aktivitas humas

Aktivitas humas yang dilakukan oleh bagian kehumasan menurut Rachmadi (2006 : 23) dilakukan melalui proses: penelitian (research), perencanaan (planning), komunikasi/pelaksanaan (actuating), dan evaluasi (evaluating) (Wahyudi, 2015).

- 1) Penelitian (Research) Research dilakukan untuk mengetahui bagaimana situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan dan apakah situasi dan pendapat dalam masyarakat menunjang atau justru menghambat kegiatan organisasi.
- 2) Perencanaan (planning) Dalam tahap ini yang merupakan kelanjutan dari tahap penemuan fakta, seorang praktisi humas merencanakan bagaimana sebaiknya, dengan memperhatikan faktor-faktor psikologis, sosiologis, keadaan sosial, ekonomi, politik. Pesan dari komunikator dirumuskan agar dapat mencapai tujuannya.
- 3) Komunikasi/pelaksanaan (actuating) Tahapan komunikasi adalah kelanjutan dari perencanaan tentang bagaimana mengkomunikasikan sesuatu dan apa yang dikomunikasikan, sebenarnya juga tidak terlepas dengan tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan humas. Kegiatan komunikasi dapat berbentuk

isian, tertulis, visual, atau dengan menggunakan lambang-lambang tertentu.

- 4) Evaluasi (evaluating) Setelah komunikasi dilakukan maka suatu organisasi tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap publik atau khalayak. Maka untuk mengetahui dan memperoleh hasil dari semua kegiatan yang telah dilaksanakan, dilakukanlah evaluasi. Evaluasi ini selain digunakan untuk memperoleh keterangan mengenai hasil dari kegiatan yang telah dilakukan, juga sebagai patokan untuk melakukan tindakan-tindakan selanjutnya.

4. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi secara sederhana dapat diartikan sebagai penyebaran informasi (program, kebijakan, peraturan) dari satu pihak (pemilik program, kebijakan, peraturan) kepada pihak-pihak lain (aparatur, masyarakat yang terkena program, dan masyarakat umum) (Wahyudi, 2015).

Menurut Vander Zande, sosialisasi adalah proses interaksi sosial melalui bagaimana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku, sehingga dapat berperan serta secara efektif dalam masyarakat. Sedangkan menurut David A. Goslin, sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi

sebagai anggota dalam kelompok masyarakat. (Ihromi, 2004:30).
(Nurdianti, 2014).

Sementara sosialisasi menurut Soerjono Soekanto (2002:40) mendefinisikan secara luas sosialisasi dapat diartikan sebagai proses dimana masyarakat dididik untuk mengenal, memahami, mentaati, menghargai menghayati norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku di dalam masyarakat secara khusus sosialisasi mencakup suatu proses dimana warga masyarakat mempelajari kebudayaannya, belajar mengendalikan diri serta mempelajari peranan-peranan dalam masyarakat. Sosialisasi bisa berlangsung secara tatap muka, tapi bisa juga dilakukan dalam jarak tertentu melalui sarana media, atau surat-menyurat, bisa berlangsung secara formal maupun informal, baik sengaja maupun tidak sengaja (Nurdianti, 2014).

b. Proses Sosialisasi

Latar belakang sosial lahirnya sosiologi adalah perubahan masyarakat di Eropa Barat akibat Revolusi industri (Inggris) dan Revolusi Perancis. Banyak orang pada masa itu berharap bahwa revolusi industri dan revolusi prancis bakal membawa kemajuan dengan munculnya teknologi baru yang mempermudah sekaligus meningkatkan produksi masyarakat dan berharap akan timbul Kesamaan (egalite), Persaudaraan (fraternite) dan Kebebasan (liberte) yang menjadi semboyan dari revolusi. Akan tetapi apa yang diharapkan tidak ada dalam kenyataan. Revolusi memang telah mendatangkan perubahan namun pada saat yang sama juga

telah mendatangkan kekhawatiran yang lebih besar yaitu timbulnya anarki (situasi tanpa aturan) dan kekacauan lebih besar setelah Revolusi Perancis dan sebagai akibat dari Revolusi Industri timbul kesenjangan sosial yang baru antara yang kaya dan yang miskin. Adalah Auguste Comte (1798-1857) yang pertama kali membuat deskripsi ilmiah atas situasi sosial tersebut dan dialah juga yang pertama kali menggunakan kata “sosiologi” dalam bukunya *The Positive Philosophy* (1842) (Angela & Pd, n.d.).

c. Tipe Sosialisasi

- 1) Formal Sosialisasi tipe ini terjadi melalui lembaga-lembaga yang berwenang menurut ketentuan yang berlaku dalam negara, seperti pendidikan di sekolah dan pendidikan militer.
- 2) Informal Sosialisasi tipe ini terdapat di masyarakat atau dalam pergaulan yang bersifat kekeluargaan, seperti antara teman, sahabat, sesama anggota klub, dan kelompok-kelompok sosial yang ada di dalam masyarakat. Selain itu dikenal pula agen-agen sosialisasi (Sunarto, 2004:24).

d. Media Sosialisasi

Media sosialisasi adalah pihak-pihak yang memiliki peran penting dalam memengaruhi, melaksanakan atau melakukan sosialisasi. Ada beberapa agen yang utama dalam proses sosialisasi pada manusia, yaitu:

- 1) Keluarga, Keluarga adalah unit terkecil dalam suatu lingkungan masyarakat. Peran keluarga tidak akan pernah lepas dari

kehidupan seorang individu. Agen sosialisasi dalam suatu keluarga inti adalah ayah, ibu, saudara kandung, dan saudara angkat yang belum menikah yang mana mereka semua tinggal bersama dalam suatu rumah. Peranan keluarga menggambarkan seperangkat perilaku antar pribadi, sifat, kegiatan yang berhubungan dengan pribadi dalam keadaan dan situasi tertentu. Setiap agen dalam keluarga memiliki pengaruh tersendiri terhadap kehidupan agen lainnya dalam keluarga tersebut.

- 2) Teman Pergaulan, Teman se pergaulan atau yang juga sering disebut dengan teman bermain adalah teman yang didapatkan manusia pertama kali ketika ia mampu berpergian ke luar rumah.

Pada masa kanak-kanak pengaruh teman tidak terlalu besar terhadap kehidupan seseorang karena fungsi teman saat masa kanak-kanak lebih bersifat rekreatif. Puncak pengaruh teman dalam kehidupan seseorang adalah saat masa remaja. Kelompok teman pergaulan ini akan berperan penting dalam membentuk kepribadian seseorang.

- 3) Lembaga Formal (Sekolah), pendidikan formal akan mengajarkan membaca, menulis dan berhitung kepada seseorang. Selain itu aspek sosial yang dipelajari antara lain adalah aturan aturan dalam lingkungan masyarakat, prestasi, universalisme, dan ciri khas. Sekolah mengajarkan seseorang

untuk mandiri, melakukan semua tugas yang diberikan kepadanya dengan kemampuannya sendiri.

4) Media Massa dan Teknologi, Media massa dan teknologi yang dimaksud disini dapat berupa media cetak dan media elektronik. Pengaruh atau peran media massa dan teknologi tergantung kepada kualitas dan kuantitas seseorang berhubungan dengan pesan yang disampaikan. Contohnya jika seorang anak sangat senang dengan berita tentang sains dan sering membaca juga menonton acara yang berhubungan dengan sains, maka besar kemungkinan ia ingin menjadi seseorang yang bekerja dalam bidang itu.

5) Media Agen Lainnya, Agen lain yang dapat menjadi media dalam proses sosialisasi contohnya adalah institusi agama, organisasi, lingkungan pekerjaan, tetangga dan lainnya. Agen lain ini akan memiliki pengaruh kecil terhadap kepribadian seseorang (Angela & Pd, n.d.)

Sosialisasi Vaksin Covid-19 yang dilakukan ini berdasarkan Permenkes RI Nomor 84 Tahun 2020 pasal 3 ayat 1 mengenai pelaksanaan Vaksinasi sebagai pedoman untuk setiap daerah dalam melakukan program Vaksinasi Covid-19. Adapun bunyi pasal tersebut yaitu Pemerintah Pusat dalam melaksanakan Vaksinasi COVID- 19 melibatkan Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota (Erlina Burhan, Agus Dwi Susanto, Sally A Nasution, Eka Ginanjar, Ceva

Wicaksono Pitoyo, Adityo Susilo, Isman Firdaus, Anwar Santoso, Dafsah Arifa Juzar, Syafri Kamsul Arif, Navy G.H Lolong Wulung, Triya Damayanti, Wiwien Heru Wiyono, Prasenohadi, Afiatin, et al., 2020).

Sehubungan dengan peraturan yang dikeluarkan oleh pusat yaitu melalui Permenkes RI, Pemerintah Kabupaten Purworejo mengeluarkan PERATURAN BUPATI PURWOREJO NOMOR 27 TAHUN 2020 mengenai Sosialisasi dimana Gugus Tugas Kabupaten melaksanakan kegiatan sosialisasi atas percepatan penanganan Covid-19, Dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi Gugus Tugas Kabupaten dibantu oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purworejo dan/atau Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Sekretariat Daerah Kabupaten Purworejo dan Media komunikasi dan informasi yang dapat digunakan dalam kegiatan sosialisasi sebagaimana dimaksud. Adapun media yang dimaksud dari penjelasan Kasub Dokumentasi dan Pemberitaan Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo Bapak Sigit Sudibyo SSos terdiri atas:

a. Siaran pers (press release):

Siaran pers/Press release dalam kegiatan sosialisasi program Vaksinasi Covid-19 yaitu dengan membuat dan juga memuat terkait dengan Vaksinasi Covid-19 yang selalu di update di website yang dikelola oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo yaitu purworejokab.go.id, dimana terkait dengan informasi vaksin Covid-19 maupun pelayanan penanganan virus Covid-19 tertera lengkap di dalam website yang dikelola langsung oleh Humas Pemerintah

Kabupaten Purworejo tersebut.

b. Media sosial:

Media Sosial dalam kegiatan sosialisasi program Vaksinasi Covid-19 yaitu dengan mengunggah konten-konten yang berisikan terkait sosialisasi vaksin Covid-19 dimana konten tersebut berisi informasi yang berisikan ajakan kepada masyarakat bahwa vaksin Covid-19 aman untuk dilakukan dan tidak berbahaya untuk tubuh, selain itu juga informasi terkait dengan pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 lengkap dengan persyaratannya juga menjadi konten untuk diunggah di media sosial. Media sosial yang aktif digunakan diantaranya media sosial instagram yaitu melalui akun instagram @humas_purworejo, @purworejokab_, kemudian melalui media sosial dengan pihak-pihak yang berkerjasama dalam melakukan sosialisasi program vaksinasi Covid-19 seperti Kominfo Kabupaten Purworejo, Dinas Kesehatan Kabupaten Purworejo maupun rumah sakit yang ada di Wilayah Pemerintah Kabupaten Purworejo. Selain itu juga melalui akun Youtube yang dikelola oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo di @Pemkab Purworejo.

c. Surat kabar:

Surat kabar dalam kegiatan sosialisasi program Vaksinasi Covid-19 yaitu dengan memuat berita-berita di dalam surat kabar yang mana dalam hal ini Humas Pemerintah kabuoaten Purworejo berkerjasama dengan surat kabar Kedaulatan Rakyat dan juga surat

kabar Radar. Selain itu juga melakukan pemberitaan di surat kabar lokal yaitu seperti PurworejoneWS, sorot Purworejo dsb.

d. Televisi:

Penggunaan televisi sebagai media dalam melakukan kegiatan sosialisasi program vaksinasi Covid-19 tidak dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo hal ini dikarenakan biaya penayangan yang dirasa cukup mahal jika dilakukan setiap penayangan untuk kegiatan sosialisasi vaksinasi Covid-19.

e. Radio:

Radio dalam kegiatan sosialisasi program Vaksinasi Covid-19 yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo yaitu dengan melakukan siaran di radio RSPD irama FM dan juga radio swasta lokal yang ada di Kabupaten Purworejo.

f. Media online:

Media online dalam kegiatan sosialisasi program Vaksinasi Covid-19 yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo yaitu dengan menggunakan media online website yang dikelola oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo di purworejokab.go.id dan juga media online yang bekerjasama seperti purworejoneWS.com, Purworejo.sorot.co dan juga jatengprov.go.id dan sebagainya.

g. Media reklame:

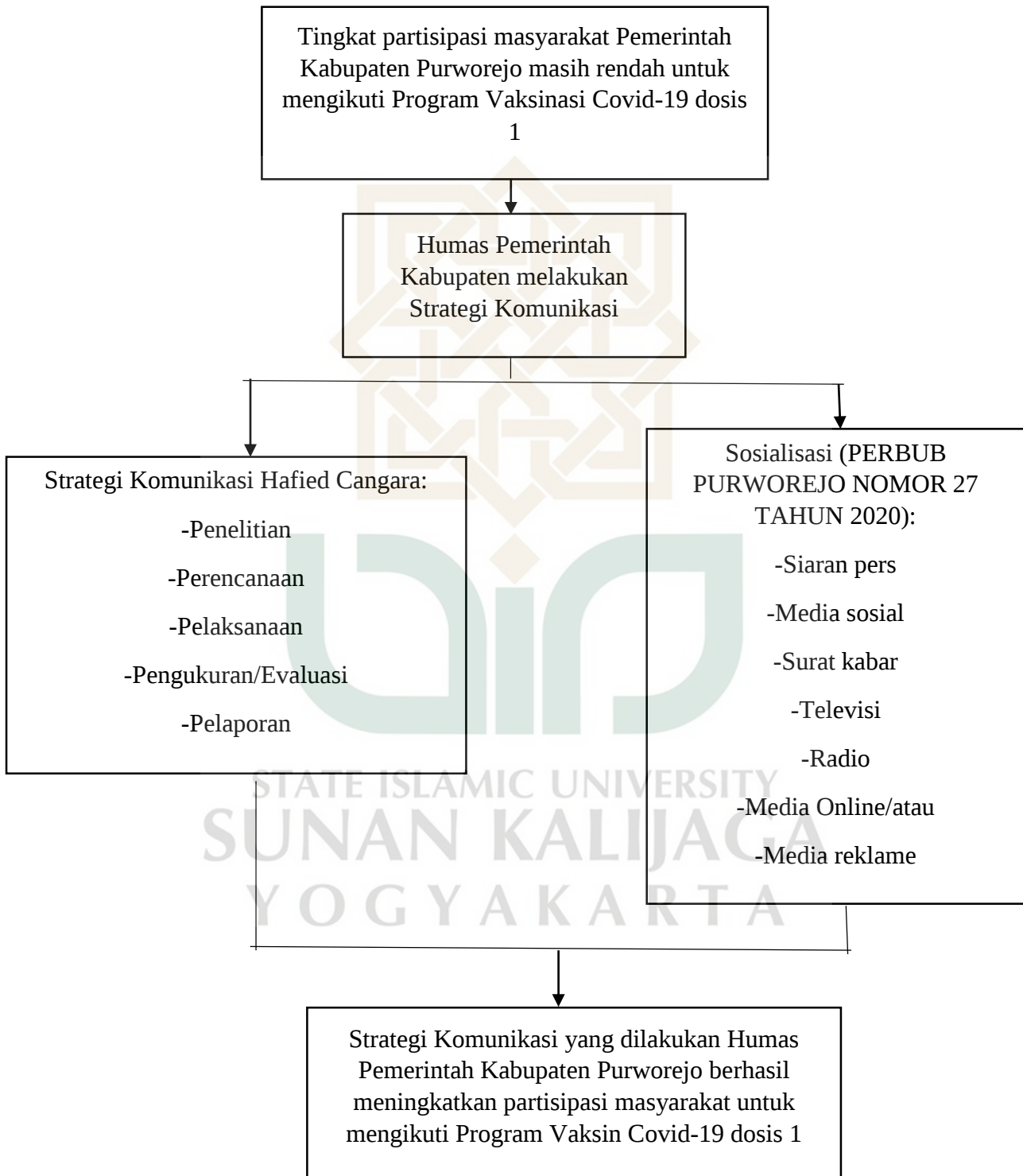
Media reklame dalam kegiatan sosialisasi program vaksinasi

Covid-19 yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo yaitu dengan pembuatan baliho maupun spanduk dalam kegiatan.



G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1. Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

Steven Dukeshire & Jennifer Thurlow (2010) menyatakan bahwa penelitian merupakan cara yang sistematis untuk mengumpulkan data dan mempresentasikan hasilnya. Selanjutnya Creswell (2014) menyatakan bahwa metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019, p. 2).

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor (1975:5) Mendefinisikan Metodologi Kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan (Moleong, 2016, p. 4).

Penulis buku kualitatif lainnya (Denzin dan Lincoln 1987) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen (Moleong, 2016, p.

5).

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif, yakni suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya (Kriyantono, 2007). Menurut Moleong (2010) dengan menggunakan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data yang dikumpulkan dapat berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya (Akhmad, 2015).

2. Subyek dan Obyek penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembubutan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 862) (Bruno, 2019).

Subyek dalam penelitian ini adalah bagian Humas pemerintah Kabupaten Purworejo. Penentuan subyek penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang

apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2019, p. 289).

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia; 1989: 622). Menurut (Supranto 2000: 21) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986: 21), obyek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah (Bruno, 2019).

Obyek pada penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo dalam mensosialisasikan program vaksinasi Covid-19.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Humas Bupati Kabupaten Purworejo yang terletak di Jalan Proklamasi No.2, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah kode pos 54111.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Wawancara

Menurut Esterberg (2002) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya

jawab, sehingga dapat diinstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2019, p. 304).

Menurut Moeleong (2016) Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu, *pewawancara (interviewer)* yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2016, p. 186). Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai kepala staff humas pemerintah Kabupaten Purworejo dan juga masyarakat Kabupaten Purworejo.

2) Observasi

Metode ini merupakan metode pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Menurut Nasution (1988) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi (Sugiyono, 2019, p. 297).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi pasif dimana peneliti hanya sebagai pengamat humas Pemerintah Kabupaten Purworejo.

b. Data Sekunder

1) Dokumen

Menurut Sugiyono (2019) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan,

gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian sejarah kehidupan (life histories), cerita biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian Informatif (Sugiyono, 2019, p. 314).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dan observasi yang disertai dengan dokumentasi di Kantor Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo.

c. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, 2019, p. 321).

1) Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk

melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2) Penyajian data

Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2019, p. 325).

Data-data yang diperoleh yang berupa hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis sehingga dapat memunculkan penjelasan tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan humas Kabupaten Purworejo dalam memsosialisasikan program vaksinasi Covid-19.

3) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

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

d. Keabsahan data

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Sugiyono (2019) triangulasi diartikan sebagai

teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data, dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu (Sugiyono, 2019, p. 315).

Dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber. Triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada (Sugiyono (2015:15) & Zainal Arifin (2011:29), 2015).



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dari penelitian ini yaitu mengenai Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo dalam Mensosialisasikan Program Vaksinasi Covid-19 yaitu dimana Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo melakukan sosialisasi vaksin Covid-19 fokus utama yaitu pada media digital yang di dalamnya yaitu mencakup siaran pers(press release), surat kabar, Radio, media sosial seperti Instagram dan juga media online internet seperti website resmi yang dikelola oleh Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo yaitu purworejokab.go.id, selain itu juga bekerjasama dengan pihak-pihak lainnya untuk melakukan sosialisasi antara lain yaitu dinas kesehatan, komando, kepolisian, TNI dan juga rumah-sakit-rumah sakit yang ada di wilayah Kabupaten Purworejo. Meskipun media digital menjadi fokus utama dalam media sosialisasi vaksinasi Covid-19 Humas Pemerintah Kabupaten Purworejo sendiri juga melakukan sosialisasi yang dilakukan secara langsung atau door to door hal ini mengingat masih ada wilayah di Kabupaten Purworejo yang pelosok sehingga masih kesulitan untuk mendapatkan sinyal yang stabil untuk mengakses internet.

Dalam melakukan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program vaksinasi Covid-19 pemilihan komunikator yang tepat dimana bupati Purworejo sebagai pemimpin dipilih untuk aktif menyuarakan

sosialisasi akan vaksin Covid-19 di wilayah Kabupaten Purworejo sangatlah menentukan keberhasilan sosialisasi yang dilakukan guna meningkatkan partisipasi masyarakat untuk ikut aktif dalam program vaksinasi Covid-19.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu adalah perlunya peningkatan sosialisasi Program Vaksinasi Covid-19 secara langsung atau *door to door* sehingga tidak hanya terfokus pada sosialisasi yang dilakukan melalui media sosial dan media digital saja, sehingga masyarakat yang berada di wilayah pelosok benar-benar terjangkau secara maksimal dan juga menyeluruh sehingga masyarakat yang hidup di wilayah pelosok juga tinggi partisipasinya dalam melakukan Vaksinasi Covid-19, kemudian yaitu disarankan juga untuk lebih bekerjasama dengan pihak-pihak terkait terutama pihak-pihak yang dapat menarik partisipasi masyarakat banyak seperti para tokoh agama yang mayoritas penduduk di Kabupaten Purworejo menganut agama muslim dan juga masih banyaknya terdapat banyak pondok pesantren sehingga tentunya hal ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program Vaksinasi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54. Retrieved from <http://journal.stmikdb.ac.id/index.php/dutacom/article/view/17>
- Angela, N., & Pd, M. (n.d.). *Sosialisasi*. (2003).
- Basit, L. (2018). Fungsi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 26–42.
<https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1737>
- Bruno, L. (2019). Babb III Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Erlina Burhan, Agus Dwi Susanto, Sally A Nasution, Eka Ginanjar, Ceva Wicaksono Pitoyo, Adityo Susilo, Isman Firdaus, Anwar Santoso, Dafsah Arifa Juzar, Syafri Kamsul Arif, Navy G.H Lolong Wulung, Triya Damayanti, Wiwien Heru Wiyono, Prasenohadi, Afiatin, T. C.-19 I., Tangke, U., WHO, WHO Indonesia, Handayani, D., Hadi, D. R., ... Peraturan Menteri Kesehatan RI. (2020). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 84 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi. *Menteri Kesehatan Republik Indonesia*, 2019(2), 1689–1699. Retrieved from <https://www.kemkes.go.id/article/view/19093000001/penyakit-jantung-penyebab-kematian-terbanyak-ke-2-di->

indonesia.html%0Ahttps://persi.or.id/wp-content/uploads/2021/02/pmk10-2021.pdf%0Ahttps://arxiv.org/pdf/1707.06526.pdf%0Ahttps://www.yrpri.org%0Ahttp://w

Hestiana. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemkot Dalam Upaya Menanggulangi Virus Corona (Covis 19) Di Kota Surakarta Pada Periode Maret 2020-Juni 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

kemenag. (n.d.). Surah Ar-Rum. Retrieved January 4, 2021, from quran.kemenag.go.id website: <https://quran.kemenag.go.id/surah/30>

Kementeri. (2021). Question (Faq) Pelaksanaan Vaksinasi Covid-. 2020, 2(1), 1–16.

Kontributor Purworejo. (2020). Purworejo Dinyatakan Tanggap Darurat Covid-19. Retrieved December 7, 2021, from [jatengprov.go.id](https://jatengprov.go.id/beritadaerah/purworejo-dinyatakan-tanggap-darurat-covid-19/) website: <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/purworejo-dinyatakan-tanggap-darurat-covid-19/>

Littlejhon, Stephen W. dan Foss, K. A. (2009). *TEORI KOMUNIKASI Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

Moleong, L. J. (2016). *metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Nurdianti, S. R. (2014). Analisis faktor-faktor hambatan komunikasi dalam sosialisasi program keluarga berencana pada masyarakat kebon agung-Samarinda. *Ilmu Komunikasi*, 2(2), 145–159. Retrieved from

[http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahma_new_word \(05-19-14-05-58-25\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/05/ejournal_rahma_new_word (05-19-14-05-58-25).pdf)

RI, K. (2020). Apakah Coronavirus dan COVID-19 itu? Retrieved December 1, 2021, from kemkes.co.id website:

<https://www.kemkes.go.id/folder/view/full-content/structure-faq.html>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015:15), & Zainal Arifin (2011:29). (2015). *Metode Penelitian*. 22–27.

Wahyudi, F. (2015). *Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Makassar Dalam Menyosialisasikan Progam Makassar Tindak Rantasa*. 5(December), 118–138.

Wardhana, A. A. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMKOT MADIUN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM KERJA PEMERINTAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi*. 1–84.