

Pengelolaan Program Vaksinasi Covid-19 oleh Humas Polda Provinsi Sulawesi Tengah

Management of the Covid-19 Vaccination Program by Public Relations of the Central Sulawesi Regional Police

Fadhliah, Rizqy Alfiyaty, Kudratullah

Universitas Tadulako

Jl. Soekarno Hatta No.KM. 9, Tondo, Kota Palu, Sulawesi Tengah

Email: fadhliahcyio72@gmail.com

Naskah diterima tanggal 19 Mei 2023. Naskah direvisi tanggal 30 Juni 2023.

Naskah disetujui tanggal 30 Juni 2023.

Abstrak

Program vaksinasi diharapkan dapat menekan laju pertumbuhan virus Covid-19, mengendalikan kondisi masyarakat serta perekonomian negara. Target masyarakat yang telah divaksin secara nasional belum mencapai sasaran. Hal ini diakibatkan oleh maraknya berita *hoax*. Untuk itu diperlukan edukasi dan sosialisasi melalui pengelolaan komunikasi yang tepat oleh berbagai sektor, salah satunya pihak kepolisian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan program vaksinasi Covid-19 oleh Humas Polda Sulteng. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara kepada empat (4) informan dan observasi pada Bidang Humas (Bid Humas). Pengelolaan program vaksinasi Covid-19 yang telah dilakukan dapat dilihat melalui unsur-unsur manajemen komunikasi yang dimulai dari perencanaan berupa penentuan pemilihan komunikator yaitu Kapolda, Kabid Humas ataupun Kasatker (Kepala Satuan Kerja) Pengemasan pesan dilakukan dengan upaya; (1) Menarik perhatian melalui meme viral, foto/gambar menarik, serta infografis terkait data; (2) Pemenuhan kebutuhan guna membangkitkan kebutuhan dengan informasi lengkap program vaksin (jadwal, lokasi, hal yang perlu diperhatikan); (3) Memberikan gambaran mengenai keuntungan dan kerugian sehingga masyarakat mau divaksin. Pemilihan media dilakukan sesuai dengan memperhatikan khalayak seperti Bhabinkamtibmas (Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat), Tribatanews, portal berita, media sosial (yaitu *Instagram, Facebook, Twitter* dan *YouTube*), TVRI, radio dan surat kabar lokal, baliho dan spanduk. Koordinasi dilakukan antar tiga sub bidang yaitu PID (Pengelola Informasi dan Dokumentasi), Multimedia dan PenMas (Penerangan Masyarakat) yang ada pada Bid Humas. Kemudian pelaksanaan dilakukan sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Terakhir, evaluasi belum dilakukan secara rutin sehingga diharapkan lebih konsisten dilakukan untuk mengukur efektivitas pesan dan media komunikasi. Hal ini bisa diupayakan melalui kerjasama penelitian dengan pihak universitas.

Kata kunci : Manajemen Komunikasi, Program Vaksinasi Covid-19, Kepolisian

Abstract

The vaccination program is expected to reduce the growth rate of the Covid-19 virus, control the condition of society and the country's economy. The target of people who have been vaccinated nationally has not reached the target. This is caused by the rise of hoax news. For this reason, education and socialization are needed through proper communication management by various sectors, one of which is the police. This study aims to determine the management of the Covid-19 vaccination program by Central Sulawesi Regional Police Public Relations. The method used is descriptive qualitative by conducting interviews with four (4) informants and observations in the Public Relations Field (Bid Humas). The management of the Covid-19 vaccination program that has been carried out can be seen through elements of communication management starting from planning in the form of determining the selection of communicators, namely the Regional Police Chief, Head of Public Relations or Head of Work Unit (Head of Work Unit). Message packaging is carried out with efforts; (1) Attract attention through viral memes, interesting photos/images, and data-related infographics; (2) Fulfillment of needs in order to generate needs with complete information on the vaccine program (schedule, location, things to pay attention to); (3) Provide an overview of the advantages and disadvantages so that people want to be vaccinated. The selection of media is carried out in accordance with audiences such as Bhabinkamtibmas (Bhayangkara Fostering Community Security and Order), Tribunews, news portals, social media (namely Instagram, Facebook, Twitter and YouTube), TVRI, radio and local newspapers, billboards and banners. Coordination is carried out between three sub-sectors namely PID (Information and Documentation Management), Multimedia and PenMas (Public Information) in BidHumas. Then the implementation is carried out according to the previous plan. Lastly, evaluation has not been carried out routinely so it is hoped that it will be more consistent in measuring the effectiveness of messages and communication media. This can be pursued through research collaboration with universities.

Keywords: *Communication Management, Covid-19 Vaccination Program, Police*

PENDAHULUAN

Evolusi kehidupan manusia sangat bergantung pada informasi. Informasi sangat mudah dibagikan ke seluruh dunia, terutama di era modern saat ini. Selama kita memiliki akses ke media tertentu, siapa pun dapat menerima informasi. Pemerintah adalah pihak yang bertanggung jawab dan memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan terwujudnya pelaksanaan transparansi informasi dalam hal keterbukaan informasi publik sebagai wujud dari demokrasi ([Nurdiansyah, 2016 : 148](#)).

Pasal 28 F Undang-Undang Dasar 1945 menegaskan bahwa “setiap orang didalam Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) berhak memperoleh, mencari, menyimpan dan mengolah berbagai bentuk informasi baik untuk pengembangan diri terhadap lingkungan sekitarnya. Pemerintah dituntut untuk melaksanakan keterbukaan informasi publik, berpartisipasi aktif dalam mengontrol kebijakan-kebijakan yang akan diambil dan

dikeluarkan sebagai wujud tanggung jawab atas terwujudnya keterbukaan informasi yang ada di daerah ([Arliman, 2018 : 139](#)).

Pasal tersebut kemudian diperkuat dengan lahirnya Undang - Undang Pasal 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Keterbukaan informasi publik merupakan sarana dalam mengoptimalkan pengawasan publik terhadap penyelenggaraan negara dan Badan Publik lainnya dan segala sesuatu yang berakibat pada kepentingan publik. Pengelolaan informasi publik merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan masyarakat informasi (<https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/141>).

Terwujudnya pemerintahan terbuka menjadi salah satu ciri dari *good governance* atau pemerintahan yang baik. Suatu pemerintahan dapat dikatakan telah melaksanakan prinsip-prinsip *good governance* apabila dalam penyelenggaraan pemerintahan terdapat manajemen pemerintahan yang solid dan bertanggung jawab serta memiliki prinsip yang sejalan dengan konsep demokrasi ([Sedarmayanti, 2004:22](#)). Ada dua orientasi dalam pemerintahan yang baik. Pertama, orientasi negara harus mengarah pada pencapaian tujuan nasional. Kedua, pemerintah harus memiliki fungsi yang ideal seperti bekerja secara efektif dan efisien untuk mengupayakan tujuan nasional ([Sedarmayanti, 2004: 42](#)).

Keterbukaan informasi mengenai vaksinasi Covid-19 berperan vital dalam mempercepat pemulihan ekonomi. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengungkapkan, banyaknya dinamika dan dimensi mengenai Covid-19, membuat keterbukaan informasi publik sangat esensial dalam mendukung program pemerintah. (<https://ppid.menpan.go.id/esensi-peran-keterbukaan-informasi-hadapi-banyaknya-dimensi-selama-pandemi/>). Vaksinasi nasional yang telah dilakukan oleh pemerintah mendapat resistensi oleh beberapa masyarakat dengan berbagai macam alasan berdasarkan hasil survei Kementerian Kesehatan bersama *Indonesian Technical Advisory Group on Immunization* (ITAGI) yang didukung oleh *World Health Organization* (WHO). Alasan masyarakat menolak vaksin Corona virus paling umum adalah keamanan vaksin 30%, keraguan terhadap efektivitas 22%, ketidakpercayaan 13%, kekhawatiran adanya efek samping 12%, dan alasan kehalalan 8%.

Masyarakat menolak vaksinasi karena kurangnya informasi yang didapatkan banyak dari sumber yang tidak terverifikasi. Hadir juga berbagai informasi berupa dis-informasi, mal-informasi, dan sebagainya yang justru dapat menyesatkan (lebih dikenal dengan istilah *hoax*). Peran keterbukaan informasi publik sangat esensial dalam mendukung pelaksanaan program vaksinasi. Hal tersebut menjadi tantangan besar yang harus dihadapi oleh

pemerintah. Berbagai upaya telah dilakukan salah satunya melalui berkolaborasi dengan Kepolisian Republik Indonesia (Polri) yang kemudian dilaksanakan oleh Kepolisian Daerah (disingkat Polda), termasuk Polda Provinsi Sulawesi Tengah (Polda Sulteng) sebagai salah badan publik yang juga memiliki kewajiban dalam memenuhi kebutuhan informasi publik pada masyarakatnya.

Sejak program vaksinasi dicanangkan oleh Pemerintah Republik Indonesia (RI) per Januari tahun 2021 hingga saat ini (vaksin *booster*), perkembangan tingkat vaksinasi dosis 3 di Sulawesi Tengah tertinggi adalah di kota Palu yang kini telah mencapai 15,36 persen data per Sabtu, 18 Maret 2023. Adapun sebelumnya untuk capaian dosis 1 di kota ini telah mencapai 101,19 persen dan dosis 2 di angka 76,29 persen. Di wilayah ini, total peserta yang sudah divaksin tercatat 511,92 ribu dosis dari target 265,46 ribu peserta vaksin. (<https://databoks.katadata.co.id/>).

Khusus untuk vaksin 1 dan 2 tingkat pencapaiannya terbilang tinggi, namun untuk vaksin 3 (*booster* 1) capaian masih tergolong rendah. Di tingkat nasional, vaksinasi di Indonesia untuk dosis 3 kini terpantau di angka 37,8 persen. Menurut Menteri Kesehatan RI, Budi Gunadi Sadikin, hal ini diakibatkan oleh masyarakat yang merasa sehat dan kasus baru sangat rendah (<https://news.republika.co.id/>).

Polda Sulteng melakukan kolaborasi antar instansi pemerintah/lembaga guna mendukung tercapainya tujuan nasional. Vaksinasi adalah proses pencegahan di dalam tubuh, yang membuat seseorang kebal atau terlindungi dari suatu virus sehingga ketika terpajan dengan virus tersebut maka tidak akan sakit atau hanya mengalami sakit ringan, sehingga perlu pemberian vaksin ([Malau, et al., 2022](#)).

Meskipun pemerintah telah menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk melakukan vaksinasi Covid-19 dan menjadikan sertifikat vaksin sebagai syarat berbagai administrasi publik, akan tetapi tidak sedikit dari masyarakat Indonesia yang enggan untuk divaksin. Tentu hal ini menjadi perhatian utama bagi pemerintah beserta pihak terkait karena vaksinasi menjadi salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk keluar dari masa pandemi Covid-19.

Selain itu, pemerintah juga telah memastikan hanya akan menyediakan vaksin yang sudah terjamin melalui uji klinis yang telah ditetapkan WHO ([Sukmana, et al., 2021](#)). Pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat yang cepat dapat memulihkan kondisi sosial dan ekonomi bagi yang terkena dampak pandemi ([Malau, et al., 2021](#)). Kekebalan kelompok bisa terlaksana jika pelaksanaan vaksinasi tinggi dan merata di seluruh wilayah. Dari sisi

ekonomi, upaya pencegahan melalui pemberian vaksinasi, dinilai jauh lebih hemat biaya dibandingkan dengan upaya pengobatan ([Indriyanti., 2021](#)).

Sinergi antara pemerintah dengan pihak kepolisian terus dilakukan guna mengedukasi masyarakat terkait program vaksinasi. Termasuk Polda Sulteng mendukung hal tersebut dengan melakukan berbagai upaya, di antaranya dalam bentuk sosialisasi langsung, penyebaran informasi melalui media konvensional, media *online*, media sosial, dan lainnya.

Dikutip dari buku *Humas dan Keprotokolanan tahun 2022* karya Endah Fantini, dkk, peran humas dalam organisasi terbagi menjadi empat, yaitu sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, dan teknisi komunikasi. Hal ini memperlihatkan besarnya peran humas dalam menyebarkan informasi yang dinilai penting bagi khalayak luas. Untuk itu melalui Bidang Hubungan Masyarakat (Bid Humas) Polda Sulteng bertanggung jawab penuh terhadap komunikasi program vaksinasi baik vaksin tahap 1 (satu) hingga tahap 4 (*booster*).

Pada tingkat teknis polisi yang dikenal sebagai pengayom, pelindung dan pelayan masyarakat pun mengalami kendala dalam menjalankan tugas tersebut. Mengubah persepsi negatif masyarakat tentang vaksin membutuhkan upaya komunikasi terpadu dan kontribusi multi pihak di tengah kebutuhan komunikasi dan pelayanan informasi semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Peran Bidang Humas Polda Sulteng dalam pengelolaan program vaksinasi Covid-19 melalui manajemen komunikasi yang baik dan tepat diharapkan mampu mempengaruhi pemahaman masyarakat agar mau divaksin sehingga target nasional dapat terwujud.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Komunikasi

Pendekatan manajemen dibutuhkan oleh setiap organisasi karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit. Menurut Handoko, salah satu alasan utama diperlukannya manajemen adalah untuk mencapai tujuan organisasi atau pribadi ([Suprpto, 2009: 131](#)). Kemudian pendapat tersebut didukung oleh penjelasan Abidin yaitu Manajemen komunikasi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan penyampaian pesan (*ide, gagasan*) dari satu pihak kepada pihak yang lain untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien agar terjadi saling memengaruhi di antara keduanya. ([Abidin, 2015:13](#)).

Lebih lanjut dijelaskan bahwa manajemen komunikasi merupakan perencanaan sistematis, pelaksanaan, pemantauan, dan revisi semua saluran komunikasi dalam suatu organisasi, maupun antar organisasi. Manajemen komunikasi juga mencakup arahan organisasi dan penyebaran arahan komunikasi baru yang terhubung dengan organisasi, jaringan, atau teknologi komunikasi ([Julitawaty, 2021](#))

Menurut Cutlip, Center, dan Broom ([Abidin, 2015 :59](#)) yang menyebutkan bahwa terdapat empat langkah manajemen komunikasi secara operasional, yaitu mendefinisikan masalah, membuat perencanaan, aksi dan komunikasi, serta evaluasi bentuk aktivitas komunikasi. Tujuan pokok dari manajemen komunikasi ialah pemanfaatan secara maksimal teknologi dan sumber daya manusia di mana hasil dari sebuah proses komunikasi ialah terbentuknya diskusi yang berjalan dua arah, sekaligus menciptakan pertukaran informasi yang seimbang.

Manajemen komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberikan informasi, membujuk, atau memberi perintah berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya ([Riinawati,2019:27](#)).

Berlandaskan beberapa definisi di atas, maka manajemen komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tahapan atau langkah-langkah yang dilakukan oleh Humas Polda Provinsi Sulteng dalam mengkomunikasikan program vaksinasi Covid-19 melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan (aksi dan komunikasi) serta evaluasi. Manajemen komunikasi diharapkan mempermudah proses kerja dari Bid Humas Polda Sulteng dalam menginformasikan program vaksinasi Covid-19.

Fungsi Manajemen Komunikasi

Secara umum, ada dua fungsi utama manajemen komunikasi ([Riinawati, 2019: 28-29](#)) yaitu sebagai alat untuk menyamakan persepsi semua anggota dalam sebuah organisasi atau perusahaan dan sebagai alat untuk menggerakkan orang lain dalam anggota sesuai dengan informasi yang diberikan. Sehingga, seorang manajer akan berperan memerintahkan anggota tim untuk bekerja sesuai dengan instruksi dikehendaki dengan tujuan akhirnya untuk mencapai keberhasilan yang menjadi target sebuah organisasi atau perusahaan. Tidak hanya itu saja, manajemen komunikasi juga bisa mewujudkan selalu terjaga hubungan antar anggota organisasi atau perusahaan. Tanpa adanya komunikasi yang baik dapat menyebabkan konflik internal yang bisa berujung pada kerja sama yang tidak optimal.

Berikut beberapa fungsi manajemen komunikasi ([Riinawati, 2019:30](#)):

- a. Sebagai Kendali, dalam fungsi ini, manajer akan bertindak untuk mengendalikan perilaku anggota melalui informasi-informasi seperti tata tertib atau peraturan anggota. Dengan ini, maka setiap gerak anggota harus didasarkan terhadap peraturan yang sudah ditetapkan perusahaan untuk menghindari konflik.
- b. Sebagai Motivasi, manajer akan melakukan pengarahan terhadap anggota sehingga bisa menjadi motivasi anggota untuk bekerja dengan baik sesuai standar perusahaan.
- c. Bentuk Pengungkapan Emosional dimana suatu bisnis atau perusahaan yang memiliki manajemen komunikasi yang baik akan terbentuk koordinasi antar tim yang baik pula. Dengan begitu, komunikasi bisa menjadi alat untuk mengungkapkan emosional anggota. Sehingga, bisa meminimalisir permasalahan yang terjadi akibat konflik pribadi individu seperti ketidakpuasan terhadap gaji yang didapatkan.
- d. Alat Penyampaian Informasi, sebagai tujuan komunikasi adalah sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan menentukan alternatif sebagai langkah pengambilan keputusan yang bijaksana.

Peran Fungsi Manajemen Terhadap Unsur Komunikasi

Manajemen komunikasi adalah manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Ini berarti manajemen komunikasi akan berperan atau sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi ([Riinawati, 2019](#)). Manajemen sering juga didefinisikan sebagai seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui orang lain. Para manajer mencapai tujuan organisasi dengan cara mengatur orang lain untuk melaksanakan tugas apa saja yang mungkin diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Komunikasi dan manajemen adalah dua hal yang susah untuk dipisahkan. Hal tersebut tergambar pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.
Matrik Hubungan Fungsi Manajemen dan Unsur-Unsur Komunikasi

Fungsi Manajemen	Unsur-Unsur Komunikasi				
	Komunikator	Pesan	Media	Khalayak	Efek
Planning	√	√	√	√	√
Organizing	√	√	√	√	√
Actuating	√	√	√	√	√
Controlling	√	√	√	√	√

Sumber: Suprpto (2009:131)

Dari matriks tersebut dapat diperoleh gambaran bagaimana mengelola aktivitas komunikasi agar mampu mencapai sasaran dan tujuan diselenggarakannya kegiatan komunikasi. Berdasarkan matriks tersebut, maka yang harus dilakukan adalah sebagai berikut ([Suprpto, 2009: 132](#)):

- a. Menyusun perencanaan untuk komunikator, pesan, media, khalayak dan rencana pengaruhnya.
- b. Mengorganisasikan komunikator, pesan, media, khalayak dan pengaruh yang diinginkan.
- c. Menggiatkan komunikator, pesan, media dan pengaruh yang diinginkan.
- d. Mengontrol/ mengawasi komunikator, penyajian pesan, pemilihan dan penggunaan media, pemilihan dan penetapan khalayak serta pengaruh yang diharapkan.

Manajemen komunikasi yang dilaksanakan dalam suatu aktivitas melalui suatu *method of communication and state of being*. Metode tersebut berkaitan erat dengan beberapa kegiatan utamanya, yaitu *human relations*, komunikasi manajemen dan komunikasi bisnis ([Ruslan, 2008: 72](#)). Dapat disimpulkan bahwa pada akhirnya manajemen akan berperan atau sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi itu sendiri.

Manajemen merupakan proses yang khas yang terdiri atas tindakan perencanaan dan pengorganisasian. Penggerakan dan pengendalian dalam pencapaian sasaran yang telah ditentukan melalui sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Untuk melaksanakan semua fungsi manajemen, dibutuhkan komunikasi untuk mencapai tujuan.

Fungsi manajemen komunikasi merupakan serangkaian kegiatan yang dijalankan berdasarkan tahapan-tahapan tertentu, Dalam kegiatan suatu organisasi atau lembaga. Oleh sebab itu, fungsi manajemen komunikasi sangat dibutuhkan dalam penyelesaian tugas dan tanggung jawab organisasi.

Proses komunikasi merupakan bagian integral dari perilaku organisasi untuk menjalankan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab pimpinan, staf pimpinan, dan pegawai. Sesuai dengan tujuan komunikasi, maka dalam suatu organisasi komunikasi mempunyai beberapa fungsi. Menurut [Ukas \(1999:315\)](#) bahwa fungsi komunikasi adalah; fungsi informasi, fungsi komando akan perintah, fungsi mempengaruhi dan penyaluran serta fungsi integrasi. [Koehler \(1981\)](#) mengemukakan empat fungsi komunikasi organisasi, yaitu :

1. Fungsi Informasi : Dari fungsi komunikasi tersebut, bahwa fungsi informasi, dengan melalui komunikasi maka apa yang ingin disampaikan oleh narasumber atau pemimpin kepada bawahannya dapat diberikan dalam bentuk lisan ataupun tertulis. Melalui lisan manajer atau pemimpin dengan bawahan dapat berdialog langsung dalam menyampaikan gagasan dan ide. Seorang administrator organisasi harus membuat keputusan mengenai program yang mesti disusun dalam tahapan tertentu berdasarkan informasi dari sejumlah komponen organisasi yang semuanya bermuara pada kebutuhan informasi yang tepat waktu, benar dan memiliki validitas tinggi.
2. Fungsi Regulatif : Fungsi ini dimaksudkan sebagai proses yang dilakukan manajer yaitu mengawasi perpindahan perintah informasi pengiriman pesan kepada bawahan. Perintah itu dipahami oleh bawahan sebagai peraturan yang harus dikerjakan. Fungsi regulasi akan perintah tentunya berkaitan dengan kekuasaan, di mana kekuasaan orang adalah hak untuk memberi perintah kepada bawahan di mana para bawahan tunduk dan taat dan disiplin dalam menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab. Suatu perintah akan berisikan aba-aba untuk pelaksanaan kerja yang harus dipahami dan dimengerti serta yang dijalankan oleh bawahan. Dengan perintah terjadi hubungan atasan dan bawahan sebagai yang diberikan tugas.
3. Fungsi Persuasif : Dalam fungsi persuasif berarti memasukkan unsur-unsur yang meyakinkan dari atasan baik bersifat motivasi maupun bimbingan, sehingga bawahan merasa berkewajiban harus menjalankan pekerjaan atau tugas yang harus dilaksanakannya. Dalam kegiatan mempengaruhi, komunikator harus luwes untuk melihat situasi dan kondisi di mana bawahan akan diberikan tugas dan tanggung jawab, sehingga tidak merasa bahwa sebenarnya apa yang dilakukan bawahannya itu merupakan beban, ia akan merasakan tugas dan tanggung jawab.
4. Fungsi Integratif : Pada fungsi integrasi bahwa organisasi sebagai suatu sistem harus berintegrasi dalam satu total kesatuan yang saling berkaitan dan semua urusan satu sama lain tak dapat dipisahkan, oleh karena itu orang-orang yang berada dalam suatu organisasi atau kelompok merupakan suatu kesatuan sistem, di mana seseorang itu akan saling berhubungan dan saling memberikan pengaruh kepada satu sama lain dalam rangka terciptanya suatu proses komunikasi untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan.

Untuk itu dalam rangka meningkatkan efektivitas komunikasi dalam organisasi perlu ditingkatkan kesadaran akan kebutuhan komunikasi yang efektif untuk memperlancar tugas dan pencapaian tujuan.

Keterbukaan Informasi Publik (KIP), Definisi dan Jenis Informasi Publik

Keterbukaan informasi publik merupakan demokrasi yang menjunjung kebebasan dan Hak Asasi Manusia (HAM) atas perolehan informasi dalam tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governace*) yang mensyaratkan adanya akuntabilitas, transparansi dan partisipasi masyarakat dalam setiap proses terjadinya kebijakan publik yang mewajibkan setiap badan publik untuk melakukan pelayanan informasi publik. Keterbukaan Informasi Publik adalah sarana pengawasan dalam mengoptimalkan penyelenggaraan demokrasi negara dan upaya peningkatan keikutsertaan masyarakat terhadap proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh badan publik. Masyarakat memiliki hak mendapatkan akses publik terkait informasi-informasi publik sesuai dengan undang-undang. Oleh karena itu, keterbukaan informasi publik menjadi keharusan bagi badan publik.

Secara harfiah menurut kamus besar bahasa Indonesia, informasi mengandung pengertian penerangan/pemberitahuan/kabar atau berita tentang sesuatu istilah dan publik adalah semua orang/umum atau orang banyak. Dari sumber lain informasi publik (Suryanto) mengandung pengertian data berupa catatan historis yang dicatat dan diarsipkan tanpa maksud dan segera diambil kembali untuk pengambilan keputusan atau data yang telah diletakkan dalam konteks yang lebih berarti dan berguna yang dikomunikasikan kepada penerima untuk digunakan di dalam pembuatan keputusan disebut informasi ([Suhendar, 2010](#)).

Informasi publik merupakan informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim atau diterima oleh suatu badan publik melalui proses penyelenggaraan negara yang dilakukan oleh badan publik sesuai dengan undang-undang demi untuk kepentingan publik. ([Ayuni, 2020 : 83](#)). Badan publik sebagai pengelola informasi (Ade, 2010: 246-247), tentunya memberikan informasi yang berkualitas kepada penerima informasi dengan memperhatikan beberapa hal yaitu:

1. Akurat

Informasi yang akurat berarti informasi yang jelas dan mencerminkan tujuan dan maksud pesan yang disampaikan. Dan juga informasi akurat meliputi; informasi yang lengkap, benar dan aman.

2. Tepat Waktu

Tepat waktu berarti informasi yang disampaikan atau diterima harus tepat waktunya. Sebab, informasi yang terlambat tidak mempunyai nilai yang baik. Sehingga peran teknologi sangat dibutuhkan dalam membantu menyebarkan informasi dengan cepat.

3. Relevan

Relevan berarti informasi yang diberikan memberikan manfaat bagi tiap-tiap orang atau lembaga sesuai dengan perkembangan saat ini atau update informasi terbaru.

4. Ekonomis

Ekonomis berarti informasi memberikan manfaat yang lebih besar sehingga informasi tidak dapat ditaksir keuntungannya dengan satuan nilai uang melainkan ditaksir dengan nilai efektifitasnya.

Adapun jenis kriteria Informasi ([Hamid dan Budianto, 2011](#)) yaitu:

- a. Informasi berkala adalah informasi yang diberikan oleh badan publik yang berkaitan dengan kinerja, laporan keuangan, serta informasi lainnya untuk diumumkan secara teratur dan rutin tanpa ada permintaan, wajib disediakan dan diumumkan secara berkala paling singkat 6 bulan sekali.
- b. Informasi serta merta adalah informasi yang diberikan kepada publik secara spontan, tidak boleh ditahan, dan tidak mengandung rekayasa untuk kepentingan pencitraan publik, mengingat informasinya bersifat mendesak dan penting untuk segera diketahui oleh publik, apa bila tidak disampaikan maka dapat mengancam ketertiban umum dan hajat hidup orang banyak.
- c. Informasi setiap saat adalah informasi yang dikeluarkan oleh badan publik untuk dapat diakses pengguna informasi jika ada permintaan dan wajib disediakan setiap saat.
- d. Informasi dikecualikan adalah informasi yang berikan oleh badan publik berdasarkan alasan-alasan penggunaan informasi dan bisa dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada undang-undang terkait.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggambarkan sesuatu dengan kompleks, mengamati kata- kata, laporan secara rinci dari pandangan informan, dan melakukan studi pada situasi yang alami ([Ardial 2014: 249](#)). Penelitian ini dilakukan di

Bidang Hubungan Masyarakat (Bid Humas) Polda Sulteng yang beralamat di Jl. Soekarno-Hatta, Talise, Kec. Mantikulore, Kota Palu, Sulawesi Tengah 94118. Adapun sumber data dalam penelitian ini berasal dari empat informan yang menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu untuk menjaring data informasi yang akurat maka sampling dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan yang relevan ([Sugiyono, 2015: 221](#)), yaitu :

1. Kopol Sugeng Lestari (Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat)
2. Moh. A. Pahim (PS. Panmin 3 Subbag Renmin)
3. Musriadi, SH (Kaur Lilproduk PID Humas)
4. Abdi Sudrajab (Kasubbid PID Bid. Humas Polda Sulteng)

Penelitian kualitatif umumnya menggunakan wawancara tidak berstruktur atau semi berstruktur ([Holloway & Wheeler, 1996](#)). Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan semi berstruktur, memberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai manajemen komunikasi terkait program vaksinasi Covid-19 berdasarkan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan. Proses wawancara terdiri dari tiga tahap diawali perkenalan, ucapan terima kasih telah menjadi informan, lalu mencatat data umum (biodata informan), serta penjelasan singkat terkait topik dan tujuan wawancara. Tahap kedua adalah tahap terpenting karena data yang berguna akan diperoleh. Terakhir adalah ikhtisar respons partisipan dan konfirmasi atau adanya informasi tambahan. Secara umum, rata-rata durasi wawancara memakan waktu sekitar 25-40 menit per sesi pada setiap informan. Namun, pada informan tertentu wawancara dilakukan hingga dua sesi guna mengkonfirmasi hasil wawancara dan penambahan data.

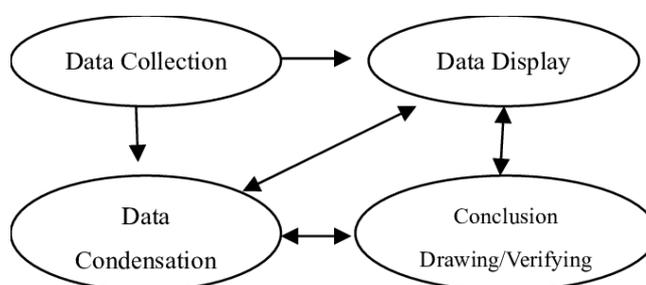
Selain itu observasi yang dilakukan secara langsung mengamati proses pengelolaan informasi yang dilakukan oleh Bidang Humas Polda Sulteng baik secara langsung maupun secara daring (*online*) melalui media komunikasi yang dimanfaatkan. Proses penelitian membutuhkan waktu sekitar 4 bulan, mulai dari menyusun proposal (1 bulan), pengumpulan data (1,5 bulan), analisis data dan penyusunan laporan akhir serta artikel ilmiah (1 bulan).

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini maka metode pengujian yang digunakan ialah dengan metode triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda ([Bungin, 2007 : 29](#)). Berbagai data yang diperoleh dari informan akan diuji dengan data dari sumber data yang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif. Dalam model ini terdapat tiga

komponen analisis, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles dan Huberman, 2014).

Data yang didapatkan dari sumber data kemudian dipilih serta sederhana-kan setelah itu disajikan dan ditarik kesimpulan serta diverifikasi. Selanjutnya, semua data dan informasi yang kami dapat disajikan melalui teknik deskriptif. Untuk menguji keabsahan informasi dan data yang kami dapatkan, kami melakukan proses kroscek informasi (data) dengan mengkonfirmasi beberapa data yang kami dapatkan di lapangan dengan lebih dari satu sumber.

Adapun metode analisis data tersebut dapat digambarkan dengan skema sebagai berikut:



Gambar 1. Analisis Interaktif Models dari Miles dan Huberman (2014)

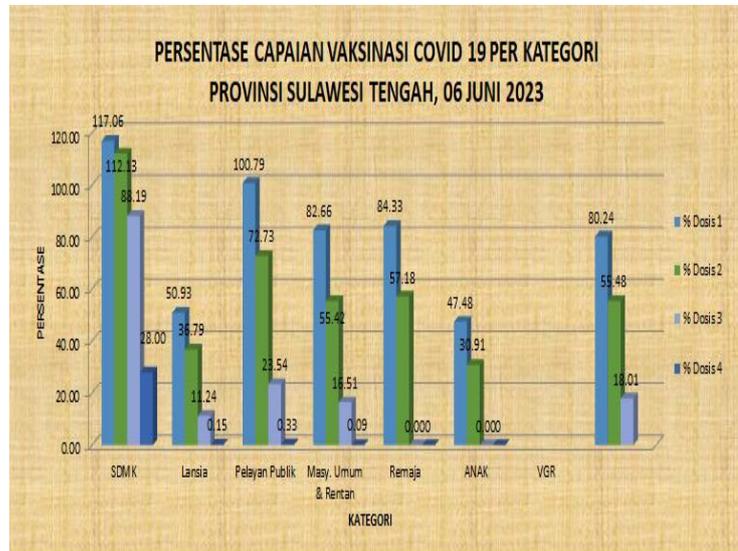
HASIL DAN DISKUSI

Polda Sulteng Mendukung Penuh Program Vaksinasi Covid-19

Vaksinasi menjadi salah satu upaya pemerintah dalam memutus rantai penyebaran virus Covid-19 di Indonesia. Orang pertama yang mendapatkan vaksin adalah Presiden Jokowi per tanggal 13 Januari tahun 2021. Hingga saat ini tahap vaksinasi sudah masuk ke *booster* (penguat) kedua.

Berdasarkan data yang dilansir melalui sultengprov.go.id capaian vaksinasi di Provinsi Sulawesi Tengah per 6 Juni 2023 khusus vaksin 1 kategori berhasil karena telah melampaui angka 70% (keterangan juru bicara Vaksinasi Covid-19 Kemenkes RI), yaitu 82,24% setara dengan 1.967.786 jiwa untuk vaksin 1, sedangkan 55,68% setara dengan 1.360.567 jiwa untuk vaksin 2 dinilai hampir mencapai target. Kemudian untuk vaksin 3 (*booster* 1) mencapai 18.01% setara dengan 328.065 jiwa dan vaksin 4 (*booster* 2) sebesar 0,502% setara dengan 6,887 jiwa yang dinilai masih jauh dari target yaitu sebesar 2.452.517 jiwa. Rendahnya cakupan tersebut khususnya untuk jenis *booster* salah satunya adalah rasa

aman karena telah memperoleh vaksin 1 dan 2 serta rendahnya kasus baru. Lebih lengkap data tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Persentase capaian vaksinasi Covid-19 per 6 Juni 2023
Sumber: sultengprov.go.id

Salah satu kunci dari suksesnya program vaksinasi ini adalah kolaborasi lintas kementerian/lembaga dan dukungan dari berbagai sektor. Termasuk Polda Sulteng yang turut andil dan gencar melaksanakan dan mensosialisasikan vaksin Covid-19 guna mencegah penyebaran makin meluas. Kerjasama ini dilakukan dengan pihak kampus, yaitu Universitas Tadulako dengan menyiapkan sekitar 4000 dosis bagi mahasiswa juga dengan kampus IAIN Palu, lalu kemitraan dengan pihak DMI (Dewan Mesjid Indonesia) Sulteng dan Komunitas Mobil Pajero. Tidak hanya itu, kerjasama dengan pihak swasta/pengusaha juga dilakukan yaitu dengan industry perhotelan, seperti Hotel Zamrud sebagai penyedia lokasi vaksin, pengusaha bakeri, yaitu Golden Bakery, serta PT Jasa Raharja Sulawesi Tengah.

Bidang Humas Polda Sulteng melalui melalui tiga (3) sub-bidang yaitu: PID (Pengelola Informasi dan Dokumentasi), Multimedia dan Penmas (Penerangan Masyarakat) selaku penanggung jawab dalam penyebarluasan informasi, termasuk vaksinasi Covid-19. Penyebaran informasi yang dilakukan diharapkan masyarakat mengetahui seluruh aktivitas yang dilakukan oleh Polda Sulteng hingga perangkat daerah kepolisian. Selain itu, diharapkan masyarakat juga dapat mengawasi kinerja kepolisian.

Berdasarkan arahan Kapolri, pihak kepolisian diharapkan menjadi garda terdepan dalam mengawal dan mensukseskan program pemerintah. Keberhasilan yang telah dicapai

terkait vaksinasi Covid-19 tidak lepas dari kolaborasi antar lembaga/instansi/organisasi selama masa pandemi.

Manajemen Komunikasi Program Vaksinasi Covid-19 oleh Humas Polda Sulteng

Manajemen komunikasi juga bisa diartikan sebagai suatu perencanaan yang sistematis, penerapan, pemantauan, serta revisi dari seluruh saluran komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi dan juga antar organisasi yang mencakup organisasi serta penyebaran instruksi pada komunikasi baru yang tersambung dengan jaringan, organisasi atau suatu teknologi komunikasi. Manajemen komunikasi sangat identik dengan interaksi sosial. Ketika interaksi sosial di dalam manajemen itu terhambat, menjadi penghalang bagi tujuan dari manajemen tersebut ([Marina, et al, 2021](#)).

Adapun manajemen komunikasi yang digunakan oleh Bid Humas Polda Sulteng meliputi;

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan dalam manajemen merupakan suatu tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Kegiatan manajemen yang mempunyai peranan serta saling menunjang adanya proses di dalam kegiatan. Komunikasi menjadi dasar kerja sama, saling berinteraksi, menebarkan pengaruh dalam organisasi. Komunikasi yang baik akan mencapai hasil yang diinginkan. Agar komunikasi berlangsung secara efektif, perlu adanya strategi komunikasi yang memperhitungkan faktor pendukung dan penghambat komunikasi ([Effendy, 2009](#)).

Empat faktor penting yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi manajemen komunikasi adalah:

1. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Faktor penting pada diri komunikator bila melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Dalam Teori Kredibilitas Sumber, kredibilitas komunikator dibentuk dari keterampilan seorang komunikator yang mempelajari semua informasi tentang objek yang dimaksud dan memiliki kepercayaan pada standar keaslian informasi yang dikirimkan. Dalam artian tersebut kredibilitas dalam Teori Kredibilitas Sumber terdapat dua unsur yakni, kepercayaan dan keahlian yang dimiliki oleh penyampai pesan/ komunikator ([Winoto, 2015](#)).

Komunikator menjadi sebuah komponen perencanaan yang dilakukan untuk menyampaikan maksud dan tujuan guna mencapai suatu kesepakatan kepada masyarakat. Peran komunikator sangat menentukan keberhasilan komunikasi. Dalam institusi kepolisian yang bertindak sebagai komunikator dibagi berdasarkan kewenangan dan tanggung jawabnya. Kapolda ataupun Kasatker (Kepala Satuan Kerja) memiliki tugas pokok dan fungsi berbicara di hadapan publik. Bidang khusus untuk mengelola segala informasi publik yaitu Bidang Hubungan Masyarakat (Bidang Humas). Kemudian dibawah struktur Bidang Humas ada Sub Bidang Penerangan Masyarakat.

Dalam hal informasi program Vaksinasi Covid-19 yang diselenggarakan Polda Sulteng, yang disebarakan harus berdasarkan prosedur yang berlaku. Secara umum program vaksinasi tetap disampaikan oleh Bidang Humas namun secara teknis dalam bidang kesehatan sudah menjadi kewenangan Kabid Kedokteran dan Kesehatan (Kabidokes). Tugas Kabid Humas khusus untuk mempublikasikan bagaimana mekanisme secara umum pelaksanaan vaksinasi. Sehingga yang menjadi komunikator Polda Sulteng menjadi tugas Kapolda, Kabid Humas ataupun Kasatker (Kepala Satuan Kerja) yang memiliki tanggung jawab penting karena memiliki asas kredibilitas dan daya tarik sebagai seorang komunikator. Namun, pada situasi tertentu saja Kapolda hadir sebagai komunikator.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan pihak informan, maka tahap perencanaan yang dilakukan sesuai dengan SOP (*Standar Operasional Prosedur*) yang melekat pada Bidang Humas Polda Sulteng. Dimana penunjukan komunikator adalah Kapolda atau Kasatker (Kepala Satuan Kerja), sesuai dengan struktur organisasi. Hal ini dinilai tepat dilakukan karena pada dasarnya publik lebih percaya pada komunikator yang memiliki jabatan/posisi tertentu karena dinilai lebih kredibel.

Guna peningkatan kualitas komunikator, maka dilakukan pelatihan *Public Relations (PR)* dan *Public Speaking* yang diselenggarakan di Jakarta maupun di Makassar yang diikuti oleh perwakilan dari tiap wilayah. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan rasa percaya masyarakat akan kemampuan komunikasi dan persuasif pimpinan kepolisian.

2. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan (*message*) komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, teknik persuasi atau teknik instruksi. Apapun

tekniknya, komunikasi harus mengerti pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*content of the message*), atau lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa macam-macam.

Pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sebagai sasaran komunikasi. Pesan yang sudah didesain dan dikemas khusus untuk bisa disampaikan agar sampai ke masyarakat. Terutama pesan yang berisikan tentang pelaksanaan program vaksin yang bisa diterima masyarakat. Banyaknya masyarakat yang masih ragu dan takut untuk mengikuti vaksinasi menjadi tugas utama komunikator mengemas pesan dan disampaikan melalui kegiatan sosialisasi dan dipublikasikan agar masyarakat mau mengikuti vaksinasi.

Pembingkai pesan dianggap sebagai pendekatan komunikasi yang efektif untuk memengaruhi sikap dan perilaku orang ([Cheng et al., 2011](#); [Kim & Kim, 2014](#); [Zhang, Zhang, Gursoy, & Fu, 2018](#)). Cara pesan dibingkai dapat memiliki dampak yang signifikan pada persuasif pesan ([Smith & Petty, 1996](#)).

Allan H. Monroe membuat teknik penyusunan pesan yang kemudian disebut “*motivated sequence*” ([Suprpto: 1994, 42](#)) dan ini merupakan teknik penyusunan pesan paling terkenal dan paling awal ia lakukan, yaitu memperhatikan beberapa hal seperti *attention* (perhatian), *need* (kebutuhan), *satisfaction* (kepuasan), *visualization* (visualisasi), dan *action* (tindakan).

Menurut pendapat Monroe tersebut, jika kita ingin mempengaruhi orang lain, maka terlebih dahulu merebut perhatiannya. Menarik perhatian masyarakat agar mengakses informasi terkait Covid-19 dilakukan oleh Sub-bidang Multimedia dengan membuat meme-meme yang sedang viral saat itu, informasi narasi dilengkapi dengan foto/gambar yang menarik, infografis ditambahkan jika memuat data berupa angka/sejarah/tahapan.

Kemudian membangkitkan kebutuhannya, berikan petunjuk pada orang tersebut tentang cara memuaskan kebutuhan tersebut. Informasi vaksinasi memuat informasi cara mendapatkan vaksin, lokasi vaksinasi, periode/waktu vaksinasi yang akan dilakukan, hal-hal yang diperlukan diperhatikan sebelum vaksinasi dan info lainnya.

Terakhir, berikan gambaran dalam pikirannya mengenai keuntungan dan kerugian yang akan didapatkan apabila menerapkan atau tidak menerapkan gagasan kita, pada akhirnya berilah dorongan kepadanya agar ia mau. Misalnya, pesan berbingkai kerugian telah dilaporkan lebih efektif dalam mengurangi perilaku dengan hasil yang

berisiko, sementara pesan berbingkai keuntungan ditemukan lebih efektif dalam meningkatkan perilaku yang dianggap aman ([Cheng et al., 2011](#); [Kim & Kim, 2014](#)). Studi menunjukkan bahwa individu cenderung lebih sensitif terhadap kerugian daripada keuntungan atau imbalan ([O'Keefe & Jensen, 2008](#)). Karena virus Covid-19 menimbulkan risiko yang signifikan, pesan berbingkai kerugian seharusnya lebih efektif daripada pesan berbingkai keuntungan dalam memotivasi individu untuk divaksinasi.

Selain itu, frekuensi unggahan untuk setiap harinya tidak ditentukan jumlahnya. Namun dalam sehari jumlah unggahan di media sosial rata-rata sebanyak lima (5) hingga sepuluh (10), bahkan bisa lebih tergantung kejadian dan kegiatan internal atasan maupun anggota kepolisian yang diliput oleh PID.

Menjadi bagian dari lembaga pemerintahan yang memiliki tugas pokok dan fungsi (tupoksi) yang melekat sesuai aturan yang berlaku menjadi salah satu tantangan tersendiri. Di samping menginformasikan terkait program vaksin Covid-19, Humas Polda Sulteng tentu diwajibkan menginformasikan hal lainnya yang juga tidak kalah penting, semisal info Pemilu, aktivitas dan kinerja kepolisian, info kesehatan, dan lainnya. Hal ini membutuhkan kreativitas tinggi oleh tim Bid Humas untuk mengemas pesan/informasi agar menarik. Berdasarkan observasi *online* yang dilakukan oleh tim peneliti pada media sosial yang digunakan oleh Humas Polda Sulteng, maka konten yang dihasilkan sangat *variative*, *update* dan mengikuti kejadian yang sedang viral tanpa melupakan tupoksi utama Bidhumas bertugas menyelenggarakan kegiatan hubungan masyarakat (Humas) di tingkat Polda, mengelola informasi, penyajian data, dokumentasi yang dapat diakses masyarakat, melaksanakan kerja sama, dan melaksanakan Anev (Analisa dan Evaluasi) kegiatan tugas Bidhumas.

BidHumas Polda Sulteng sebagai salah satu bagian dari badan publik yang diharapkan memberikan informasi yang berkualitas kepada penerima informasi dengan memperhatikan kriteria (Ade, 2010 : 246-247) yaitu akurat terkait informasi program vaksin, tepat waktu dalam penyampaian dan *update*, relevan dengan kebutuhan dan perkembangan saat ini khususnya tentang Covid-19, dan bernilai ekonomis diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat agar mau vaksin sekaligus membantu menepis berita *hoax* yang beredar.

c. Pemilihan Media Komunikasi

Tentunya kita perlu menentukan media komunikasi yang akan kita pakai agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Mengutip Riinawati dalam buku Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi (2019), pemilihan media yang tepat berperan penting terhadap efisiensi dalam mencapai komunikasi.

Media komunikasi sangat beragam, sehingga untuk mencapai sasaran komunikasi harus dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media yang tepat. Selain itu, tujuan yang hendak dicapai, pesan yang ingin disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan mempengaruhi dalam menentukan media. Seperti program vaksinasi yang sebarluaskan oleh Polda Sulteng tentunya memanfaatkan media yang ada dan sesuai kebutuhan masyarakat.

Penyampaian informasi secara *offline* dilakukan melalui sosialisasi secara langsung oleh aparat Bhabinkamtibmas (Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat). Mereka bertugas di setiap desa dan kelurahan sehingga pesan yang menjadi Kebijakan dari Mabes Polri secara berjenjang bisa disampaikan kepada masyarakat. Terkait penyampaian informasi secara *online*, Polda Sulteng memanfaatkan media sosial yang dianggap efektif menjangkau semua lapisan masyarakat. Media sosial digunakan dengan mengikuti perkembangan zaman atau tren di masyarakat. Berbagai media komunikasi yang dimanfaatkan oleh Polda Sulteng dalam kegiatan sosialisasi tentunya melihat dari berapa banyak pengikut media sosial tersebut.

Berdasarkan segmentasi pengguna media sosial di Sulawesi Tengah, masyarakat lebih banyak menggunakan media *Facebook* dan *Instagram*. Namun untuk memaksimalkan penyebaran informasi, Bidang Humas tetap menggunakan empat (4) *platform* media sosial yaitu *Instagram Facebook* dan *Twitter* dan *YouTube* tidak terkecuali media elektronik seperti saluran televisi TVRI, radio, dan media cetak seperti surat kabar serta media luar ruang seperti baliho dan spanduk.

Pemanfaatan media komunikasi yang beragam dinilai mampu menjangkau hampir seluruh khalayak yang beragam. Pertimbangan pemilihan media tersebut telah disesuaikan dengan arahan pada tingkat pusat (Polri), ketersediaan sumber daya manusia dan anggaran yang ada di tingkat daerah (Polda).

d. Menentukan Khalayak

Polda Sulteng merupakan lembaga publik yang bermitra dengan pemerintah dalam melayani masyarakat. Untuk itu secara spesifik, khalayak yang ditargetkan adalah

seluruh lapisan masyarakat, tanpa terkecuali. Namun, dalam menysasar khalayak/masyarakat disesuaikan dengan karakteristik, aktivitas dan kebiasaan masyarakat.

Definisi khalayak sasaran dalam pandangan [McQuail dan Windahl \(1993\)](#) yaitu “sebagai sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye”. Dengan begitu dapat diambil kesimpulan dari pendapat ahli tersebut bahwa khalayak sasaran itu adalah sekumpulan orang yang akan diubah perilakunya dengan tujuan atau target suatu media tentang apa yang ingin disampaikan. Karena menurut pendapat [Cangara \(2010: 157\)](#) “berhasil atau tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak”. Agar bisa menentukan khalayak sasaran dengan baik maka khalayak sasaran dikelompokkan ke dalam jenis segmentasi pasar. Di antaranya yaitu demografis, geografis, dan psikografis.

Secara khusus, melalui sesi wawancara dijelaskan bahwa masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi program vaksinasi Covid-19 adalah usia 18 ke atas dan kalangan anak-anak mulai 6 tahun ke atas. Rentang usia dan pengelompokan media bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.
Analisa Media Komunikasi

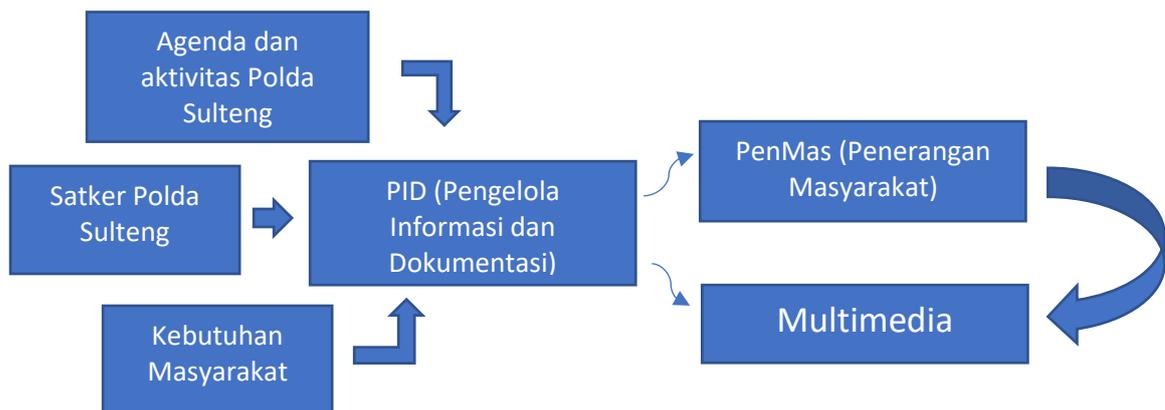
NO	Jenis Media	Rentang Usia	Contoh Media
1	Media Massa Konvensional (Cetak dan Elektronik)	Remaja – Dewasa	TVRI, Media Cetak Lokal, Radio Lokal
2	Media Massa Online	Milenial (remaja-dewasa)	Portal berita terpercaya
3	Media Sosial	Milenial (remaja-dewasa)	Youtube, Twitter, Instagram, Facebook
4	Media Luar Ruang	Umum	Baliho, spanduk, dan poster
5	Even/Kegiatan/Program	Kelompok masyarakat tertentu yang tidak mengakses media	Bahbinkamtibmas (Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat) dan mobil partoli dengan pengeras suara serta Operasi Aman Nusa II
6	Media Online	Kalangan Profesional/Akademisi	Website Resmi Polda yang melekat pada website polri.go.id
7	Media Cetak (internal)	Terbatas	Tribatanews (yang saat ini juga ada versi online melekat pada polri.go.id)

Sumber: diolah dari hasil wawancara dan observasi

b. **Pengorganisasian (*Organizing*)**

Setelah perencanaan dilakukan dengan baik, maka tahap berikutnya yang harus dilakukan dalam proses manajemen yaitu pengorganisasian. [Malayu Hasibuan \(2007: 118-119\)](#) menyatakan “Pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan, dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas ini, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut”

Bidang Hubungan Masyarakat (Bid Humas) Polda Sulteng terdiri dari tiga (3) sub bidang (subbid) yang memiliki tugas, fungsi dan kewenangan yang berbeda. Namun, ketiga subbid ini saling berkoordinasi guna menghasilkan publikasi yang berkualitas dan informatif. Adapun penjelasannya dapat dilihat berikut ini :



Gambar 3. Alur koordinasi antar sub bidang dalam Bid Humas
Sumber: diolah tim peneliti

PID yang bertanggung jawab sebagai unit pengumpul materi (data, informasi dan dokumentasi berupa foto dan video) baik terkait kegiatan internal Polda, agenda pejabat Polda, serta hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat, termasuk vaksinasi Covid-19. Selain itu Satker (satuan kerja) yang jumlahnya ada sekitar 34 di Polda Sulteng juga menjadi sumber materi. Hasilnya akan diserahkan kepada PenMas jika *output* yang diharapkan berupa *press release* dan diserahkan kepada unit multimedia untuk pengolahan materi menjadi konten yang akan dipublikasikan melalui media *online* dan media sosial. Selain itu, PenMas juga akan memberikan materi *press release* ke subbid multimedia untuk disebarakan melalui media *online* dan media sosial.

c. Pelaksanaan (Aksi dan Komunikasi)

Pada tahap pelaksanaan, penjelasan terbagi menjadi dua yaitu aksi dan komunikasi. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penyajian hasil penelitian. Menurut [Yusuf Z. Abidin \(2015:104\)](#) mengatakan bahwa aksi adalah usaha menggerakkan seluruh individu terkait, untuk bersama-sama melaksanakan program kegiatan sesuai dengan bidang masing-masing dengan cara yang baik dan benar.

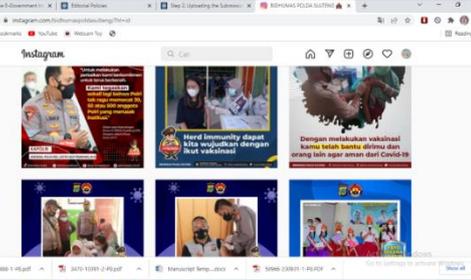
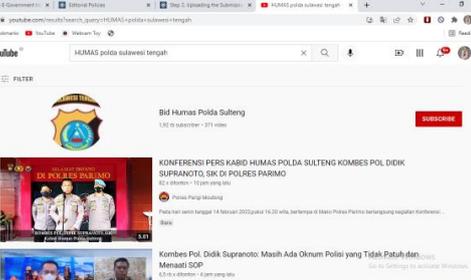
Hal ini terlihat pada aktivitas yang dilakukan oleh masing-masing subbid yang ada di bawah koordinasi Bidang Humas dalam mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyajikan informasi hingga bisa diakses melalui media komunikasi yang dimiliki oleh Polda Sulteng. Media komunikasi tidak hanya melalui media yang dipahami secara umum oleh masyarakat, namun juga bisa melalui kegiatan temu langsung (*event*) dalam bentuk sosialisasi yang menjadi tugas Bhabinkamtibmas (Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat).

Persiapan dilaksanakan oleh tim Bhabinkamtibmas yang akan turun ke masyarakat guna mensosialisasikan program vaksin hingga tingkat desa. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi sebagian masyarakat yang tidak mengakses media. Koordinasi dengan lembaga/instansi gencar dilakukan guna mengejar target vaksin secara nasional. Adapun lembaga/instansi yang bekerja sama dengan Polda Sulteng di antaranya : Dinas Kesehatan tingkat provinsi/kabupaten/kota, institusi Pendidikan, kelompok masyarakat, dan pihak swasta.

Menurut [Yusuf Z. Abidin \(2015:35\)](#) menyebutkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh individu kepada individu lain untuk menyampaikan sesuatu atau mengubah pendapat, perilaku, serta sikap, baik secara tidak langsung (menggunakan media) maupun secara langsung. Polda Sulteng dalam berkomunikasi dengan masyarakat lebih banyak menggunakan media. Adapun pesan-pesan atau informasi terkait program vaksin Covid-19 disebarluaskan melalui beberapa media, mulai dari media massa konvensional, *media online*, *media social*, media luar ruang, publikasi cetakan dan kegiatan (detail lihat tabel 2).

Adapun jenis media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan program vaksinasi Covid-19, sebagai berikut :

Tabel 3.
Daftar media komunikasi Program Vaksinasi Covid-19 Polda Sulteng

NO	Jenis Media	Contoh
1	Website https://itwasda.sulteng.polri.go.id/ https://tribratanews.polri.go.id/	
2	Facebook	
3	Instagram	
4	Youtube	
5	Twitter	

6	Kegiatan oleh Bhabinkamtibmas	
7	Media luar ruang	
8	Media Massa Cetak	Data dari informan tidak tersedia
9	Media Massa Elektronik	Data dari informan tidak tersedia
10	Media Massa Online	
11	Cetakan	Tribata versi cetak

Sumber: diolah tim peneliti

d. Evaluasi

Menurut James Bissland of Bowling ([Abidin, YZ, 2015:61](#)) mendefinisikan evaluasi sebagai proses membuat suatu perkiraan yang sistematis terhadap program dan hasilnya. Berbicara tentang hasil akhir, maka muara program vaksinasi Covid-19 adalah peningkatan jumlah masyarakat yang telah divaksin serta terbentuknya *herd immunity*. Berdasarkan laporan capaian vaksinasi dosis 1, 2 dan *booster* Propinsi Sulawesi Tengah per 6 Juni 2023, maka hanya vaksin 1 yang masuk kategori sukses dengan capaian 80,24%. Sedangkan untuk vaksin 2 hanya dikisaran 55,68%, *booster* pertama 18,1% dan *booster* kedua 0,502%, jauh dari angka 70% yang menjadi standar terciptanya *herdimmunity*.

Namun, jika menilik dari manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Bid Humas Polda Sulteng maka tahap ini belum rutin dilakukan mengingat tingginya intensitas kerja antar sub bidang. Namun, hal tersebut bisa diantisipasi melalui kerjasama dengan

pihak akademisi (pengajar dan mahasiswa) dalam bidang penelitian yang diarahkan kepada pengukuran efektivitas pesan dan media komunikasi, audit komunikasi pada proses koordinasi dan komunikasi internal, serta topik relevan lainnya yang dibutuhkan sebagai bahan evaluasi Humas Polda Sulteng.

Berdasarkan observasi *online* yang tim peneliti lakukan, hasil dari *posting*-an di beberapa media sosial, belum ditemukan respon negatif, adapun isi komentar yang ada berupa pernyataan-pernyataan biasa baik sebagai wujud dukungan dan apresiasi atas kinerja Polda Sulteng.

PENUTUP

Manajemen komunikasi program vaksinasi Covid-19 yang telah dilakukan oleh Bidang Humas Polda Provinsi Sulawesi Tengah telah memberikan informasi yang memadai dalam upaya pencegahan meluasnya virus Covid-19. Proses ini dapat dilihat melalui unsur-unsur manajemen komunikasi yang dimulai dari perencanaan berupa penentuan pemilihan komunikator, pengemasan pesan, pemilihan media dan penentuan khalayak. BidHumas Polda Sulteng membawahi tiga sub bidang yaitu PID (Pengelola Informasi dan Dokumentasi), Multimedia dan PenMas (Penerangan Masyarakat), pada tahap pengorganisasian, ketiga sub bidang ini saling berkoordinasi dalam menyebarkan informasi. Selanjutnya pelaksanaan dibagi menjadi aksi dimana hal-hal yang telah direncanakan mulai dilakukan sesuai tupoksinya dan komunikasi diwujudkan dengan menyebarkan informasi melalui media yang dimiliki oleh Polda Sulteng maupun kerjasama dengan media massa konvensional dan media *online*. Terakhir, untuk evaluasi belum dilakukan secara rutin sehingga diharapkan ke depannya bisa dilakukan untuk mengukur efektivitas pesan dan media komunikasi. Hal ini dapat diwujudkan dengan kerjasama penelitian antar Humas Polda Sulteng dengan pihak universitas (dosen dan mahasiswa)

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan program vaksinasi Covid-19, diperlukan sinergitas lintas sektoral. Sehingga pengelolaan program vaksinasi yang telah dilakukan oleh Humas Polda Sulteng melalui manajemen komunikasi berkontribusi positif pada peningkatan jumlah masyarakat yang telah divaksin hal ini dapat dilihat dari sejumlah kegiatan vaksinasi yang diselenggarakan oleh Polda Sulteng bekerjasama dengan pihak eksternal. Adapun sejumlah masyarakat yang belum mau divaksin dipengaruhi oleh kecemasan efek samping vaksin, alasan agama, serta alasan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). *Manajemen Komunikasi Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia (2) (3)
- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta : Bumi Aksara
- Arliman, S. Laurensius. (2018). *Implementasi Keterbukaan Informasi Publik untuk Mendukung Kinerja Aparatur Sipil Negara yang Profesional*. Jurnal Cendikia Hukum, Vol. 3, No. 2, hal 138-152. <http://www.e-jurnal.stih-pm.ac.id/index.php/cendekeahukum/article/view/18/71>
- Ayuni, Risa Dwi. (2020). *Manajemen Layanan Informasi Publik pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Selatan*. Jurnal As Siyash, Vol. 5 No. 2, November 2020. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/Asy/article/view/3604/2382>
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana,
- Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cheng Tania., Woon Danielle Kathryn., Lynes Jennifer K. (2011). *The Use of Message Framing in the Promotion of Environmentally Sustainable Behaviors*. Social Marketing Quarterly, 2011 2011; 17 (2):48–62. doi: 10.1080/15245004.2011.570859.
- Darmawan, Agus Dwi. (2023). Update Vaksinasi : Dosis 3 di Kota Palu Sudah 15,36% (Sabtu, 18 Maret 2023). Diakses melalui laman <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/18/update-vaksinasi--dosis-3-di-kota-palu-sudah-1536-sabtu-18-maret-2023>, pada tanggal 21 Mei 2023, pukul 11.34 Wita
- dpr.go.id. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008*. <https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/141>
- Effendy, Onong Uchyjana. (2009). *Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hamid, Farid & Budianto, Heri. (2011). *Ilmu Komunikasi: Sekarang & Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Hasibuan, Malayu S.P. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Bumi Aksa.
- Holloway, I & Wheeler, S. (1996). *Qualitative research for nurses*. London: Blackwell Science.
- Indriyanti, D. (2021). *Persepsi Petugas Puskesmas terhadap Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 pada Era New Normal*. Jurnal Inspirasi, 12(1). Hal. 30-41

- Julitawaty, Wily. (2021). *Manajemen Komunikasi*. Medan : Kita Menulis
- Kim SB, Kim DY. (2014). *The Effects of Message Framing and Source Credibility on Green Messages in Hotels*. 2014; 55 (1):64–75. doi: 10.1177/1938965513503400
- Koehler, J.W. (1981). *Organizational Communication: Behavioral Perspectif*. New York: Inc Press.
- Malau, M, Sinaga, P., Sianturi, H., & Tampubolon, S. (2021). *Pengelolaan Kegiatan Usaha dan Manajemen Keuangan Rumah Tangga Dalam Menghadapi Situasi New Normal*. IKRA-ITH ABDIMAS, 4 (1). pp. 19-25. Terbit Maret 2021. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-A..>
- Malau, M, Sinaga, P., Sianturi, H., & Tampubolon, S. (2022). *Manajemen Sosialisasi Vaksinasi COVID-19 Sebagai Upaya Menghentikan Pandemi*. Jurnal IKRAITH-ABDIMAS, 5 (1). pp. 99-104. Terbit Maret 2022. Official URL: <https://journals.upi-yai.ac.id/>
- Marina, Friska., Putri M.,& Said F. (2021). *Komunikasi Bencana BPBD Nagan Raya pada Situasi terdapat Potensi Bencana*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi, Vol.1, No.1. Maret (2021): 14-22. <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI/article/view/3449>
- McQuail, Dennis and Sven Windahl. (1993). *Communication Models : for The Study of Mass Communication. 2nd edition*. New York : Longman
- Menpan.go.id. (2021). *Esensi Peran Keterbukaan Informasi Hadapi Banyaknya Dimensi selama Pandemi*. <https://ppid.menpan.go.id/esensi-peran-keterbukaan-informasi-hadapi-banyaknya-dimensi-selama-pandemi/>
- Miles, Matthew B, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook Edisi Ketiga*, Sage Publications : Inc.
- Nurdiansyah, Edwin. (2016). *Keterbukaan Informasi Publik sebagai Upaya Mewujudkan Transparansi bagi Masyarakat*. Jurnal Bhinneka Tunggal Ika, Volume 3, Nomor 2, hal 147-151, Terbit 25 November 2016. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jbti/article/view/4593>
- O'Keefe DJ, Jensen JD. (2008). *Do Loss-Framed Persuasive Messages Engender Greater Message Processing Than Do Gain-Framed Messages? A Meta-Analytic Review*. doi: 10.1080/10510970701849388.
- Putri, Vanya Karunia Mulia. (2022). 4 Peran Humas dalam Organisasi. Diakses melalui laman <https://www.kompas.com/skola/read/2022/03/01/100000069/4-peran-humas-dalam-organisasi>, pada tanggal 14 Juni 2023, pukul 21.45 Wita.
- Republika. (2022). *Capaian Vaksinasi Booster Masih Rendah, Ini Penjelasan Menkes*. Diakses melalui laman <https://news.republika.co.id/berita/reg136335/capaian-vaksinasi-booster-masih-rendah-ini-penjelasan-menkes>, pada tanggal 27 Mei 2023, pukul 15.35 Wita.

- Riinawati, (2019). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Banjarmasin: Pustaka Baru Press.
- Rini, R.A.P. (2020). *Alasan Penolakan Vaksin Covid-19 di Masyarakat Soal Keamanan*. <https://www.tribunnews.com/corona/2020/11/18/alasan-penolakan-vaksin-covid-19-di-masyarakat-soal-keamanan>.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Sedarmayanti. (2004). *Good Governance (Kepemerintahan Yang Baik) Bagian Kedua Membangun Sistem Manajemen Kinerja Guna Meningkatkan Produktivitas Menuju Good Governance (Kepemerintahan yang Baik)*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung
- Smith SM, Petty RE. (1996). *Message Framing and Persuasion: A Message Processing Analysis*. doi: 10.1177/0146167296223004
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suhendar, Ade. (2010). *Keterbukaan Informasi Publik Bentuk Keseriusan Pemerintah Menuju Good Governance (Implementasi Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008)*. Jurnal Wacana Kinerja Volume 13 No. 2 November 2010 (243-251). <http://103.85.61.66/ojs/index.php/jwk/article/view/315>
- Sukmana, R. A., Iyansyah, M. I., Wijaya, B. A., & Kurniawati, M. F. (2021). *Implementasi Strategi Komunikasi Kesehatan dalam Meyakinkan Masyarakat untuk Pelaksanaan Vaksinasi COVID-19 di Kabupaten Barito Kuala*. Jurnal Sains Sosio Humaniora, Vol.5, No. 1. Terbit Juni 2021. <https://online-journal.unja.ac.id/JSSH/article/view/14153>
- Suprpto, T. (1994). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Perkembangannya*, Yogyakarta : MMTC Press
- Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress (Anggota IKAPI). (2)
- Ukas, Maman. (1999). *Manajemen Konsep, Prinsip, dan Aplikasi, Cet.1*. Bandung: Ossa Promo.
- Winoto. Yunus. (2015). *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source Of Credibility) dalam penelitian-penelitian layanan perpustakaan*. EDULID Vol 5 No 2 Hal 1-14. <https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/4393/3101>
- Zhang M., Zhang G., Gursoy D., Fu X. (2018). *Message framing and regulatory focus effects on destination image formation*. 2018; 69 :397–407. doi: 10.1016/j.tourman.2018.06.025.