

**KOMUNIKASI POLITIK OLEH ANIES BASWEDAN DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM : STUDI SOSIALISASI
KEBIJAKAN VAKSINASI DI PROVINSI DKI JAKARTA
TAHUN 2021**

Skripsi

Program Sarjana (S-1)
Jurusan Ilmu Politik



Oleh :

Andra Rafiqah Nurfebriyanti

1906016098

**PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2022**

**HALAMAN
PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Ibu Dekan

Fakultas Ilmu

Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara/i :

Nama : Andra Rafiqah Nurfebriyanti

NIM : 1906016098

Jurusan : Ilmu Politik

Judul Skripsi : Komunikasi Politik Anies Baswedan di Media Sosial Instagram : Studi Sosialisasi Kebijakan Vaksinasi di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2020-2021

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 31 Maret 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



(H. Drs Nur Syamsudin, MA)
NIP. 196805051995031002



(Muhammad Nuqlir Bariklana, M.Si)
NIP. 198505022019031007

catatan: revisi
sesuai
dls kusi
sebelum
munaqasah

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
KOMUNIKASI POLITIK ANIES BASWEDAN DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM : STUDI SOSIALISASI KEBIJAKAN VAKSINASI DI
PROVINSI DKI JAKARTA TAHUN 2020-2021**

Disusun Oleh :

Andra Rafiqah Nurfebriyanti

1906016098

Telah dipertahankan di depan majelis penguji sidang skripsi pada tanggal 13 April
2023 dan dinyatakan lulus.

Ketua



Dr. Moh. Khasan, M. Ag

Sekretaris



Drs. H. Nur Syamsudin, M. A

Penguji



Masrohatun, M.Si

Pembimbing I



Drs. H. Nur Syamsudin, M. A

Pembimbing II

Muhammad Nuqlir Bariklana,
M.Si

ii

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 30 Maret 2023



Andra Rafiqah Nurfebriyanti

KATA PENGANTAR

“Bismillahirrahmanirrahim”. Alhamdulillah, rasa syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta berkah nikmatnya sehingga bisa terselesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Saw serta untuk para keluarga dan sahabatnya. Semoga kita termasuk yang mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak. Aamiin. Pada kesempatan ini, penulis telah menyelesaikan skripsi untuk diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan dan kekurangan yang penulis miliki. Peran keluarga, sahabat, dosen pembimbing dan berbagai pihak yang membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis berharap kedepannya skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi akademisi dan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian berikutnya.

Penyusunan skripsi dilakukan dengan mengikuti prosedur penyusunan skripsi, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan proposal hingga penelitian dan skripsi ini dapat disusun hingga selesai. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Ibu Dr. Hj. Misbah Zulfa Elisabeth, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Drs. Nur Syamsudin, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan sebagai dosen pembimbing saya yang menyempatkan memberikan arahan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Nuqlir Bariklana, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal hingga akhir penulisan skripsi dalam bidang materi dan telah menyempatkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen FISIP tercinta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.
6. Orang tua yang senantiasa memberikan dukungan baik moril dan materiil serta kasih sayang yang terlalu tulus dan tertiada henti kepada penulis.
7. Kepada teman-teman Mahasiswa FISIP UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan semangat dan motivasi serta membantu penulis berkembang lebih baik ketika kuliah di FISIP UIN Walisongo Semarang.
8. Kepada Dheas Ananda yang menemani dan memberikan support atas pembuatan skripsi saya.
9. Teman-teman Ilmu Politik C 2019 yang telah bersama-sama menempuh pendidikan perkuliahan.
10. Kepada teman-teman dekat saya yaitu Salma, Basma, Ayu, Dinda, Fia, Iga, Epih, Denisa yang telah menemani dan juga membantu penulis dikala bosan dan kesulitan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan doa-doa serta ridho kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dan juga membantu mewujudkan impian-impian saya. Untuk sahabat dekat saya yang selalu memberikan semangat kepada saya dan juga teman-teman sejawat seperjuangan yang saya cintai dan banggakan.

MOTTO

Berproses lambat belum tentu gagal, tergesa-gesa belum tentu menjanjikan berhasil. Selalu berdoa dan percaya diri.

ABSTRAK

Corona Virus Disease 2019 merupakan penyakit menular yang menargetkan pernafasan akut, dan pertama kali teridentifikasi pada bulan Desember di China yaitu Wuhan. Menekan Penyebaran COVID-19, dapat dilakukan dengan vaksinasi, karantina atau lockdown yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan Anies Baswedan telah menggunakan media sosial Instagram untuk berkomunikasi dengan masyarakat DKI Jakarta terkait kebijakan vaksinasi Covid-19. Anies Baswedan memberikan informasi tentang vaksinasi terlihat konsisten dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan kebijakan vaksinasi Covid-19. Ia sering membagikan informasi tentang target vaksinasi, jenis vaksin yang tersedia, persyaratan untuk mendapatkan vaksin, serta tempat dan waktu vaksinasi. Anies Baswedan Menggunakan bahasa yang mudah dipahami Dalam berkomunikasi di media sosial Instagram. Namun hanya berupa informasi sehingga banyak masyarakat yang kurang paham dan kurang atas edukasi yang diberikan Anies Baswedan terkait vaksinasi Covid-19. Sehingga dapat diambil kesimpulan walaupun Anies Baswedan pasif dalam menyebarkan walaupun sekedar informasi tetapi Anies Baswedan bertanggung jawab terus dalam menyebarkan informasi terkait Vaksinasi Covid-19 di instagram. Dan masyarakat pun terhadap postingan Anies Baswedan menghasilkan pro dan kontra, Tetapi Anies Baswedan sebagaimana tetap memberikan informasi dan menjawab pertanyaan. Hal ini dapat dilihat dari frekuensi jawaban yang diberikan oleh Anies Baswedan terhadap pertanyaan masyarakat di media sosial Instagram. Kemudian Anies Baswedan juga terlihat memperhatikan masukan yang diberikan oleh masyarakat untuk meningkatkan kualitas pelayanan vaksinasi.

Kata Kunci : Corona Virus, Sosialisasi Vaksinasi Covid-19, DKI Jakarta, Instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
1.Komunikasi Politik Melalui Media Sosial.....	7
2.Sosialisasi Vaksinasi.....	10
F. Teori Komunikasi Politik.....	13
G. Metode Penelitian.....	16
1.Jenis Pendekatan Penelitian.....	16
2.Sumber dan Jenis Data.....	16
3.Teknik Pengambilan Data.....	17
4.Teknik Analisis Data.....	17
H. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II LANDASAN TEORI.....	20
A.Komunikasi Politik.....	20
1.Pengertian Komunikasi Politik.....	20
2.Unsur-Unsur Komunikasi Politik.....	24
BAB III GAMBARAN UMUM.....	30
A. Profil DKI Jakarta.....	30
B. Biografi Anies Baswedan.....	32
C. Kebijakan Anies Baswedan Dalam Penanganan Pandemi.....	33

D. Profil Instagram Anies Baswedan.....	36
BAB IV KOMUNIKASI POLITIK ANIES BASWEDAN DALAM KEBIJAKAN VAKSINASI COVID-19 MELALUI INSTAGRAM.....	40
A. Bentuk Komunikasi Politik Anies Baswedan.....	40
B. Pola Komunikasi Politik Anies Baswedan.....	58
BAB V TANGGAPAN/RESPON KOMENTAR DI POSTINGAN ANIES BASWEDAN TENTANG VAKSINASI DALAM INSTAGRAM.....	63
A. Tanggapan Masyarakat DKI Jakarta Dalam Postingan Anies Baswedan....	63
B. Komentar Pro dan Kontra Dari Postingan Anies Baswedan Terkait Vaksinasi.....	75
C. Efek Atau Dampak Dari Postingan Anies Baswedan Terkait Vaksinasi Covid-19 di Instagram.....	81
BAB VI PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Komunikator Politik	24
Tabel 3.2 Kebijakan Pandemi Anies Baswedan	38
Tabel 5.3 Analisis Dampak dari postingan Anies Baswedan di Instagram.....	76
Tabel 5.4 Jumlah komentar dan Jumlah Likes dari Postingan Anies Baswedan di Instagram.....	77
Tabel 5.5 Hasil komentar pro dan Kontra dari postingan Anies Baswedan di Instagram.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penambahan Kasus Harian Jakarta	2
Gambar 1.2 Cakupan Vaksinasi Covid-19 Tertinggi.....	5
Gambar 1.3 Langkah-langkah <i>content analysis</i>	18
Gambar 3.4 Peta Provinsi DKI Jakarta	30
Gambar 3.5 Foto Anies Baswedan.....	32
Gambar 3.6 Profile Instagram Anies Baswedan	38
Gambar 4.7 Informasi dan Edukasi Covid-19 & Vaksin	41
Gambar 4.8 Pelaksanaan Vaksinasi Tahap 2 Bagi Petugas Publik	43
Gambar 4.9 Vaksinasi Massal Untuk Tenaga Kesehatan	44
Gambar 4.10 Pengisian Formulir Pendaftaran Vaksinasi Covid-19 Untuk Lansia	45
Gambar 4.11 Cek Jadwal Vaksinasi Untuk Lansia di Jakarta	46
Gambar 4.12 Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Kepada Sasaran Tokoh Agama Provinsi DKI Jakarta	47
Gambar 4.13 Informasi Cara Kerja Vaksin.....	48
Gambar 4.14 Informasi Vaksin Aman dan Halal Termasuk Untuk Lansia	49
Gambar 4.15 Vaksinasi Covid-19 Untuk Pelaku UMKM Khusus Jakpreneur	50
Gambar 4.16 Informasi Data Terkait Vaksinasi Covid-19	51
Gambar 4.17 Kolaborasi Penyelenggaraan Sentra Vaksinasi Covid-19 Jakarta	52
Gambar 4.18 Informasi Vaksinasi Covid-19 Anak dan Remaja 12-17 Tahun	52

Gambar 4.19 Informasi Tentang Vaksin Jenis Pfizer dan Moderna Terbuka Untuk Masyarakat Umum	54
Gambar 4.20 Informasi Tentang Vaksinasi di Jakarta	55
Gambar 4.21 Informasi Untuk Mendaftarkan Diri Vaksinasi Melalui Aplikasi JAKI	55
Gambar 4.22 Informasi Update Perkembangan Pandemi Covid-19.....	57
Gambar 4.23 Update kesadaran Masyarakat untuk Vaksinasi Covid-19.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corona Virus Disease 2019 merupakan penyakit menular yang menargetkan pernafasan akut, dan pertama kali teridentifikasi pada bulan Desember di China yaitu Wuhan. Dalam situasi ini, Pemerintah DKI Jakarta harus menyiapkan beberapa strategi untuk mencegah bahkan menekan penyebaran berbagai COVID-19, yang dapat dilakukan dengan karantina atau lockdown yang telah ditetapkan. Covid-19 yang terus berlanjut hingga masuk ke Indonesia membuat manusia yang merupakan makhluk sosial tidak bisa berinteraksi secara bersamaan. Sesuai dengan undang-undang saat ini yaitu RUU nomor 6 tahun 2018 tentang kekarantinaan kesehatan. Tak perlu dikatakan bahwa ini bertujuan untuk membatasi mobilitas individu dan kerumunan orang untuk keselamatan semua orang. Orang yang terjangkit atau terinfeksi Covid-19 akan mengalami berbagai penyakit dengan salah satu pernapasan sehingga membuat meninggal. Virus ini dapat sembuh dengan sendiri melalui imunitas tubuh, jika imunitas tubuh kita dapat melawan, tetapi hal ini rentan terhadap orang tua jika memiliki penyakit diabetes dan lainnya (Muhyiddin, 2020).

Vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh Sinovac dengan merek vaksin CoronaVac ini memulai debutnya di Indonesia pada 6 Desember 2020, menurut informasi Kementerian Kesehatan RI. Pada 13 Januari 2021, pemerintah memulai kampanye vaksinasi COVID-19 di Indonesia dengan Presiden Joko Widodo sebagai penerima pertama. Wajar saja, vaksinasi COVID-19 diberikan setelah mendapat izin Emergency Use Authorization (EUA) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Vaksin COVID-19 dipasok ke Indonesia melalui pengaturan bilateral (APBN), pendanaan COVAX, atau hibah dari negara lain. Sebanyak 69,5 juta dosis vaksin diimpor pada Q1–Q2 2021 dengan mengimpor vaksin jadi dari CoronaVac dan AstraZeneca serta vaksin curah dari Sinovac, yang dilanjutkan pembuatannya oleh PT. Bio Farma (Persero). Waktu yang paling menantang untuk mengamankan pasokan vaksin adalah selama semester I tahun 2021, ketika ada permintaan vaksin yang signifikan dan belum semua jenis vaksin mendapatkan otorisasi EUA dari BPOM. Untuk mendapatkan pasokan vaksinasi yang lebih baik, pemerintah berupaya meningkatkan koordinasi bilateral dan multilateral.

Kebijakan sosialisasi vaksin yang diambil dalam penelitian ini memberikan gambaran pentingnya pemahaman tentang vaksinasi, Karena DKI Jakarta menjadi epicsentrum Covid-19 yang dimana DKI Jakarta adalah ibukota dari Indonesia untuk itu tujuan dari adanya vaksinasi COVID-19 mencegah virus masuk kedalam tubuh dan juga menjaga imun tubuh agar dapat melawan seperti bakteri, virus atau parasit yang ada. Selain itu juga vaksinasi Covid-19 bertujuan untuk melindungi dan mendorong pembentukan herd immunity yang terdapat kekebalan sehingga dapat melindungi masyarakat. Berdasarkan data kasus positif Covid-19 dari Kementerian Kesehatan RI hari Senin 9 November 2020, akumulasi kasus positif di DKI Jakarta sebanyak 112.027. Dengan data tersebut, untuk sementara DKI Jakarta masih menempati posisi pertama penyumbang kasus positif Covid-19 terbanyak di Indonesia. Dilansir dari situs corona.jakarta.go.id, berikut grafik kenaikan kasus di DKI Jakarta hingga awal November 2020.



Gambar 1.1 (Penambahan Kasus Harian Jakarta di Indonesia)

Berita Hoax di media sosial tentang isu vaksin COVID-19 yang sedang dihadapi pemerintah berdampak pada opini publik. Beberapa situs media sosial, termasuk Facebook, Instagram, WhatsApp, dan YouTube, telah terpengaruh oleh masalah ini. Kemudahan dengan adanya media sosial memungkinkan untuk memberikan informasi atau berita, sehingga ada beberapa berita media yang beredar ketika COVID-19 pertama kali menyerang Indonesia pada tahun 2020, yang meningkatkan kecemasan publik dan memunculkan banyak teori tidak masuk akal terkait wabah tersebut (Haryanti, 2022).

Banyak warga Jakarta yang memilih untuk tidak divaksinasi karena masih adanya isu halal-haram seputar vaksinasi. Menurut Dinas Kesehatan (DinKes) DKI

Jakarta, 1,4 juta warga Jakarta berusia 6 tahun ke atas belum mendaftar program COVID-19 karena berbagai alasan. Salah satunya adalah populasi yang cukup besar yang tertarik pada merek vaksin yang berbeda-beda. Warga di DKI Jakarta belum mendapatkan vaksinasi Covid-19 karena sejumlah alasan lain, salah satunya masih ada keraguan tentang kehalalan vaksin. Berdasarkan informasi yang ada, MUI telah mengeluarkan fatwa bahwa Sinovac halal (Saubani, 2022).

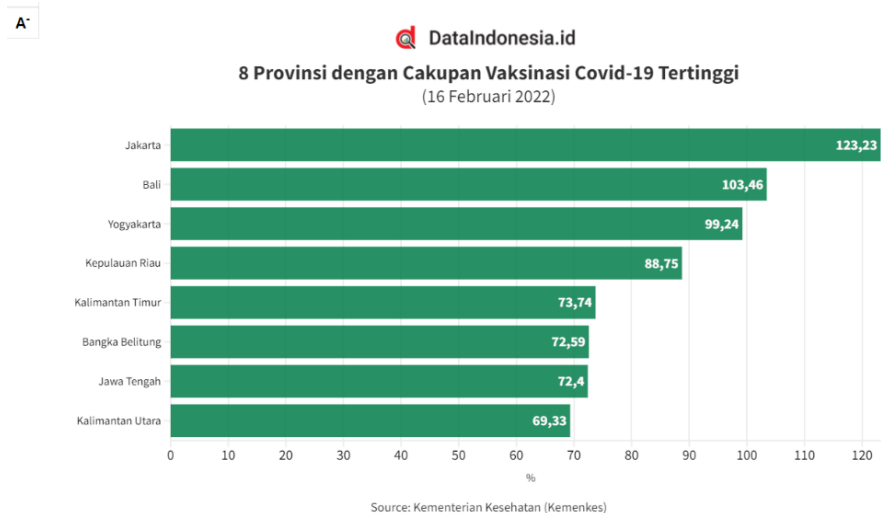
Menurut isu vaksin Covid-19, ratusan orang di Indonesia telah meninggal akibat vaksin, terbukti dengan maraknya unggahan video klip pidato demonstran di Facebook. Orang tersebut menduga bahwa ratusan atau mungkin ribuan orang Indonesia tewas setelah menerima vaksin Covid-19. Namun, pria yang membuat pernyataan itu tidak benar, menurut temuan cek fakta yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Tidak ada bukti, meski rumornya, ratusan atau mungkin ribuan orang meninggal setelah menerima vaksinasi Covid-19. Ketua Komisi Nasional Kejadian Ikutan Pasca Imunisasi (Komnas KIPI) Hindra Irawan Satari menyatakan bahwa sampai hari ini tidak ada kasus kematian yang disebabkan oleh vaksinasi Covid-19, dikutip kompas.com pada 20 Mei 2021 (Kominfo, 2021).

Selain isu yang menjadi masalah di atas, sebuah postingan mejelaskan adanya pasien yang telah menerima vaksin Covid-19 melalui suntikan memiliki warna darah bervariasi yang menjadi viral. Menurut orang yang mengunggah foto tersebut, orang yang tidak divaksinasi memiliki darah berwarna merah marun. Tetapi pasien yang telah menerima vaksinasi ditunjukkan dengan warna merah tua. Menurut gambar tersebut, darah yang sudah vaksinasi tidak aman untuk semua golongan darah, termasuk donor darah. Namun, narasi dalam postingan tersebut tidak benar, diklaim oleh Kumparan.com yang mengutip dari Reuters. Hal ini dijelaskan oleh para ahli yang mengatakan bahwa warna darah seseorang bisa berwarna merah, biru, hijau dan ungu karena molekul protein yang dapat membawa oksigen dalam darah yang dapat membentuk warna darah seseorang (Kominfo 2022).

Berdasarkan isu vaksinasi yang ada, Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta untuk memastikan program vaksinasi di Jakarta berjalan dengan baik dan lancar, Gubernur Anies Baswedan meminta masyarakat Jakarta untuk berpartisipasi aktif dengan mengunjungi pusat-pusat program vaksinasi. Menurut Anies Baswedan, beberapa keluarga dan tetangga yang sudah mendapatkan vaksinasi tersebut menjadi inspirasi bagi masyarakat lain untuk terbuka menerimanya. Pencapaian penanganan wabah oleh Anies Baswedan di DKI Jakarta dinilai positif oleh 83% masyarakat, menurut survei Indonesia Political Opinion

(IPO). Secara khusus, tingkat kepuasan masyarakat tertinggi terhadap kinerja Anies ada di wilayah kebebasan berpendapat, yakni 94%. Bidang lain yang mendapat skor tinggi pada skala kepuasan adalah peningkatan standar pendidikan sebesar 87%, pemberantasan korupsi 84%, penanganan pandemi Covid-19 83%, dan penegakan hukum 82%. Mayoritas responden memberikan penilaian yang baik kepada Gubernur DKI Jakarta dan menyatakan puas dengan kinerjanya. Anies Baswedan, selaku Gubernur DKI Jakarta, menggunakan Instagram sebagai salah satu alat dan faktor utama untuk mengekspresikan komunikasinya dalam menghadapi Covid-19 dengan mengajak warga DKI Jakarta untuk melakukan vaksinasi di akun Instagram pribadinya, @aniesbaswedan. Untuk itu menarik untuk dikaji. Menggunakan alat berbagi foto dan video dari Instagram Stories, Instagram TV, Reels, dan highlight story, ia sering membagikan pembaruan di media sosial tentang aktivitasnya, seperti undang-undang aturan kesehatan, stripping center, dan aktivitas stripping (Gayati, 2021).

Berdasarkan data kasus dan program vaksinasi Covid-19 di Jakarta per 31 Agustus 2022, menurut data Dinas Kesehatan Pemprov DKI Jakarta, total dosis 1 saat ini sebanyak 12.634.115 orang (125,3%), dengan proporsi sebanyak 70,7% merupakan penduduk dengan KTP DKI dan 29,3% bukan penduduk dengan KTP DKI. Vaksinasi hari ini diberikan kepada 1.238 orang secara total. Seluruh dosis 2 kini telah dijangkau oleh 10.794.250 orang (107%), dimana 74% merupakan warga KTP dengan KTP DKI dan 26% tidak. Secara total, 1.413 orang menerima 2 dosis vaksin hari ini. Dosis ketiga (penguat) vaksinasi juga diberikan. Secara keseluruhan sebanyak 1.413 orang yang divaksin dosis 2 hari ini. Vaksinasi dosis ke-3 (booster) juga dilakukan. Total dosis 3 sampai saat ini sebanyak 4.889.329 orang dan jumlah yang divaksin dosis 3 hari ini 8.053 orang. Menurut data terakhir Kementerian Kesehatan (Kemenkes) per Minggu, 23 Oktober 2022, 123.32 persen di DKI Jakarta telah mendapatkan semua vaksinasi yang direkomendasikan. Rata-rata nasional saat ini adalah 66,7 persen, sehingga angka ini lebih tinggi (Bayu 2022).



Gambar 1.2 Cakupan Vaksinasi Covid-19 Tertinggi

Instagram menjadi platform media sosial yang dipilih untuk kajian ini karena memungkinkan pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat dengan cara yang sesuai untuk penanganan vaksinasi COVID-19 di wilayah DKI Jakarta. Menurut Napoleon Cat, Indonesia memiliki 92,53 juta pengguna aktif Instagram pada kuartal III 2021. Dibandingkan dengan 88,65 juta pengguna pada kuartal sebelumnya, jumlah ini naik 3,9 juta atau 4,37%. Selain itu, jumlah ini lebih besar dari 83,77 juta pengguna yang aktif selama kuartal yang sama tahun lalu. Menurut data kuartal IV 2021, 34,4 juta pengguna Instagram Indonesia, atau mayoritas, berusia antara 18 hingga 24 tahun. Dan secara ringkas sebanyak 20% pengguna dari instgram sendiri adalah perempuan dengan usia 25 hingga 34 tahun dan laki-laki hanya 17,2% (Letuna, 2021).

Beberapa peneliti terdahulu telah melakukan kajian tentang komunikasi politik di Instagram, salah satunya Syifaour Rahmah (2021), yang memfokuskan pada personal branding Ganjar Pranowo untuk membangun komunikasi politik di Instagram. Terbukti dengan terpilihnya Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah untuk dua periode, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo lebih mudah diterima oleh masyarakat sebagai hasil dari upaya Ganjar Pranowo untuk mengembangkan personal brand-nya melalui media sosial. Selain itu komunikasi politik di media sosial instgram juga diteliti penelitian sebelumnya oleh Terremi Michelle Chano dan Sinta Paramita (2019) tentang Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Akun @karyaadalahdoa. Penelitian ini menunjukkan

akun Instagram @karyaadalahdoa membahas dan mendemonstrasikan bagaimana komunikasi politik berubah dari lebih tertib atau damai menjadi lebih terbuka dan cepat menyebar akibat kemajuan teknologi.

Dengan data-data dan latar belakang tersebut dapat melengkapi gap research pada penelitian terdahulu juga memberikan kebaruan pada penelitian di bidang komunikasi politik dalam media sosial instagram karena mengkaji dari isu isu vaksin yang menjadi hambatan masyarakat DKI Jakarta untuk di vaksinasi, sehingga Anies Baswedan sebagai Gubernur memberikan sosialisasi vaksinasi dalam media sosial instagram. Dengan latar belakang tersebut dengan adanya media sosial intagram Anies Baswedan dalam hal ini dapat memberikan informasi terkait vaksin kepada masyarakat. Maka dengan latar belakang permasalahan tersebut, penelitian ini akan melakukan kajian analisis dengan judul “**Komunikasi Politik Anies Baswedan di Media Sosial Instagram : Studi Sosialisasi Kebijakan Vaksinasi di Provinsi DKI Jakarta**”.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini merumuskan masalah berupa :

1. Bagaimana pola dan bentuk komunikasi politik Anies Baswedan yang disampaikan dalam media sosial Instagram dalam imbauan Vaksinasi ?
2. Bagaimana tanggapan/respon masyarakat di media sosial Instagram dari komunikasi politik Anies Baswedan dalam penyampaian imbauan vaksinasi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami pola dan bentuk komunikasi Anies Baswedan di Media Sosial Instagram.
2. Untuk Mengetahui tanggapan/respon masyarakat di media sosial instagram yang disampaikan Anies Baswedan tentang vaksinasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini memiliki manfaat yang dapat digunakan sebagai acuan pada penelitian berikutnya yang sejenis dengan pokok bahasan yang lebih rinci dan umum. Hasil penelitian ini diharapkan

dapat diterapkan oleh pihak kampus serta masyarakat sebagai sumber informasi terkait Komunikasi Politik Anies Baswedan di Media Sosial Instagram : Studi Sosialisasi Kebijakan Vaksinasi di Provinsi DKI Jakarta.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat umum terkait dengan bagaimana Komunikasi politik Anies Baswedan dalam imbauan tentang vaksin dalam penanganan pandemi Covid-19 melalui konten pada Instagram pribadinya.

E. Tinjauan Pustaka

Hasil literatur terdahulu yang dipandang berhubungan akan penelitian ini terutama yang membahas tentang komunikasi politik Anies Baswedan dalam konten Instagram terhadap Kebijakan Vaksin dalam penanganan pandemi di DKI Jakarta dan akan dikaji dalam tinjauan pustaka ini. Peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu dengan tema bahasan yang berdekatan, hal ini bertujuan untuk mencari celah penelitian sebelumnya sebagai bahan kajian penelitian baru. Berikut adalah penelitian terdahulu yang sudah peneliti himpun:

1. Komunikasi politik melalui media sosial

Pertama penelitian oleh Ixsir Eliya dan Ida Zuleha tentang pola komunikasi politik ganjar pranowo dalam perpektif sociolinguistik di Media sosial instagram. Tujuan penelitian ini menganalisis pola perkataan dari tutur Ganjar Pranowo yang dijadikan komunikasi politik dalam media sosial. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, tergantung pada tujuan pidatonya, Ganjar Pranowo menggunakan kode bicara pilihannya sebagai kebutuhan komunikasi. Pola ucapan dalam tutur kata yang berbeda dapat digunakan dalam hal komunikasi politik di Instagram, pola pemilihan kode ucapan Ganjar Pranowo dapat dibagi menjadi dua kategori berdasarkan hubungan antara partisipan dan lingkungan di mana Ganjar Pranowo berbicara (Zulaeha, 2017).

Kedua penelitian oleh Terremi Michelle Chano dan Sinta Paramita tentang Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Akun @karyaadalahdoa). Tujuan dari penelitian ini untuk membahas adanya komunikasi politik sehingga terjadi transformasi. Dalam situasi ini, analisis diperlukan untuk mempelajari lebih lanjut bagaimana media sosial telah mengubah komunikasi dari dulu hingga sekarang. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan enam peserta

dilakukan sebagai bagian dan menggunakan kualitatif. Hasil dari penelitian ini, akun Instagram @karyaadalahdoa membahas dan mendemonstrasikan bagaimana komunikasi politik berubah dari lebih tertib atau damai menjadi lebih terbuka dan cepat menyebar akibat kemajuan teknologi (Terremi Michelle Chano, 2019).

Ketiga penelitian oleh V. Danida Bagas Winodya tentang Peran Media Sosial Instagram @Jokowi. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis peran Instagram dalam komunikasi politik Presiden Jokowi agar bisa langsung dengan masyarakat luas melalui dunia maya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deksriptif dan melakukan wawancara dengan netizen di instagram yang berkomentar pada akun isntagram Jokowi. Penelitian ini menjelaskan bahwa menggambarkan peran Instagram dalam pesan yang disampaikan oleh Presiden Jokowi di komunikasi politiknya. Hal ini ditunjukkan melalui lima peran, yaitu menyampaikan informasi, menyalurkan aspirasi, menjalin hubungan dengan pemerintah dan rakyat, umpan balik, sosialisasi politik, kontrol sosial (Winodya, 2021).

Keempat Penelitian oleh Ni Luh Putu Diah Desvi Arina, Ni Made Ras Amanda Gelgel dan Ni Nyoman Dewi Pascarani tentang bagaimana melihat penggunaan Instagram oleh Rai Mantra dan Jaya Negara untuk komunikasi politik selama pilkada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Rai Mantra dan Jaya Negara menggunakan Instagram untuk komunikasi politik pada pemilu 2015. Penelitian ini menggunakan perspektif post-positivis dan metodologi kualitatif. Penelitian ini menjelaskan bahwa Rai Mantra dan Jaya negara dalam komunikasi politiknya dalam pemilu 2015 di instagram dilakukannya dengan 3 tahap yaitu segmentasi, target, positioning. Segmentasi ini dilakukan saat awal politik dalam perencanaan strategi komunikasidengan tim kandidat dengan menargetkan audiens, menganalisis audiens dan juga perilaku audiens dalam pembuatan program (Ni Luh Putu Diah Desvi Arina, 2018).

Kelima Penelitian oleh Syifaour Rahmah tentang bagaimana Ganjar Pranowo menggunakan personal brandingnya untuk memperkuat komunikasi politik di Instagram. Penelitian ini bermaksud untuk menginformasikan dan menjelaskan strategi Ganjar Pranowo dalam mengembangkan personal brand melalui komunikasi politik dengan

postingan media sosial Instagram miliknya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan Ganjar Pranowo dalam menciptakan personal branding melalui komunikasi politik di media sosial dapat berdampak pada persepsi publik terhadap dua periode Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah (Rahmah, 2021).

Keenam penelitian Oleh Ashari Sakti Alim dan Dian Eka Rahmawati tentang Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Anies Baswedan dalam menyampaikan komunikasi politiknya di sosial media Twitter. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini diuraikan komunikasi politik Anies Baswedan di Twitter dengan penekanan pada pelayanan publik DKI Jakarta. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Anies Baswedan di Twitter juga mendapat tanggapan dari pengikutnya. Anies Baswedan, selaku Gubernur DKI Jakarta, aktif di Twitter dan platform media sosial lainnya untuk komunikasi politik. Dia juga membuat pengumuman tentang program kerja, branding politik, dan layanan publik di Twitter (Rahmawati, 2021).

Ketujuh penelitian oleh Nurul Hidayah dan Ratna Dewi Kartikasari tentang bagaimana pola komunikasi politik Anies Baswedan dalam perfektif sosiolinguistik di media sosial instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pola dari tutur Anies Baswedan dalam komunikasi politik di media sosial instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan teoritis. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Anies Baswedan, Gubernur DKI Jakarta, membagi komunikasi politiknya di Instagram menjadi dua kategori: hubungan berdasarkan partisipasi dan situasi yang luas cakupannya. Akibatnya, pola bicara Anies Baswedan berubah tergantung tuntutan komunikasi politik dan tujuannya. Anies Baswedan lebih menonjol dalam hubungan partisipan dalam hal ini, terutama dalam pola vertikal dan informal (Hidayah, 2021).

Kedelapan penelitian oleh Neng Aneu tentang pola komunikasi politik formal dan informal Anies Baswedan di media sosial instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana komunikasi politik Anies Baswedan dalam penyampaian di instagram dengan formal atau

informal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deksriptif. Hasil dari penelitian ini adalah pilihan kosa kata yang dibentuk oleh Anies Baswedan memiliki kosa kata yang formal yang ada di media sosial instagram pribadinya. Anies Baswedan juga menganggap bahwa masyarakat sebagai tuan yang dilayani ketika ia berinteraksi dengan masyarakat (Aneu, 2022)

Kesembilan penelitian oleh Dolly Indra dan Umaimah Wahid tentang digital komunikasi politik Anies Baswedan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana praktik dari komunikasi politik Anies Baswedan menggunakan internet apakah ada perubahan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur review. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kepemimpinan Anies Baswedan berkomunikasi dengan digital atau internet lebih ke arah positif hal ini menjelaskan pada stigma masyarakat kepada kepemimpinan Anies Baswedan dalam memimpin. Pendapat Anies Baswedan dalam komunikasinya di media sosial juga memberikan respon yang positif oleh masyarakat sehingga Anies Baswedan mampu memanfaatkan media sosial sebagai pendekatan dirinya kepada masyarakat untuk memberikan informasi di media (Wahid, 2021).

2. Sosialisasi Vaksinasi

Pertama penelitian oleh Melinda Malau, Posma Sariguna Johnson Kennedy, Humala Situmorang, Rut Monica Desrianty, Winri Veronica, Erida Manalu tentang manajemen sosialisasi vaksinasi Covid-19 sebagai upaya menghentikan pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, evaluasi dan pengetahuan tentang vaksin Covid-19 serta manfaatnya sehingga dapat membantu masyarakat perihal pemberian vaksinasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deksriptif. Hasil dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman tentang vaksinasi dan memberikan sosialisasi dalam pelaksanaan vaksinasi, dengan cara mendatangkan dokter, memberikan data yang akurat serta informasi yang jelas terkait vaksin Covid-19, sehingga dalam hal ini dalam pelaksanaan sosialisasi masyarakat juga dapat mempercepat pelaksanaan vaksin (Melinda, 2022)

Kedua penelitian oleh Suranto Aw tentang evaluasi program sosialisasi vaksinasi covid-19 melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan

untuk menjelaskan kelancaran dari diadakannya program sosialisasi vaksinasi di media sosial. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah program yang dijalankan yaitu sosialisasi vaksinasi di media sosial membuahi sentimen positif dan juga di dominasi oleh rasa percaya hasil ini ditemukan bahwa ada fakta dari masyarakat yang telah mendukung juga menyetujui penerimaan vaksinasi Covid-19 (Aw, 2021)

Ketiga penelitian oleh Monika Herliana dan Destyanisa Tazkiyah tentang tindak tutur Ridwan Kamil dalam sosialisasi vaksinasi covid-19 di media sosial dengan kajian pragmatik. Penelitian ini bertujuan menganalisis pola dari tutur Ridwan Kamil dalam mematuhi maksim prinsip kesantunan leech. Dan fungsi kesantunan dalam berbahasa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tuturan Ridwan Kamil sesuai dengan prinsip kesantunan Leech dan fungsi kesantunan berbahasa, khususnya maksim kearifan, kedermawanan, pujian, kerendahan hati, persetujuan, dan simpati; dan memiliki lima fungsi tuturan: representatif, direktif, kompromisif, ekspresif, dan deklaratif (Tazkiyah, 2021).

Keempat penelitian oleh Yoma Bagus Pamungkas, Ami Saptiyono, Edi Nurwahyu Julianto tentang Strategi Komunikasi Publikasi Dinas Kesehatan Kota Semarang Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Pada Anak Melalui Akun Instagram Resmi @dkksemarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi yang dilakukan dan yang digunakan Humas DKK dalam mensosialisasikan kampanye vaksinasi Covid-19 di akun Instagram resmi @dkksemarang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini mengungkap bagaimana dan taktik atau strategi apa yang digunakan Humas DKK Semarang untuk mensosialisasikan Vaksinasi Covid-19, secara khusus, dan strategi kehumasan dilakukan sejalan dengan rencana dan tujuan DKK Semarang (Yoma Bagus, 2022).

Kelima penelitian oleh Sasono Mardiono dkk tentang Edukasi dan Sosialisasi Vaksinasi (Covid-19) kepada masyarakat di wilayah kelurahan dua puluh tiga ilir Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pentingnya vaksinasi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian ini

adalah meningkatnya pengetahuan tentang vaksinasi sebesar 100% (45 peserta) dari 60 jumlah peserta. Pemahaman tentang gejala setelah melakukan vaksinasi sebesar 90% dari 40 peserta. Hal ini digunakan dengan penyebaran kuisioner dan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan tentang vaksinasi setelah adanya edukasi dan sosialisasi vaksinasi(Mardiono, 2022).

Keenam penelitian oleh Astri Nurdiana, Rina Marlina dan Weni Adityasning tentang memberikan informasi adanya hoax pada vaksinasi dengan melakukan sosialisasi dan edukasi vaksinasi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk memberitahu dengan menangkal hoax dari vaksinasi covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deksriptif. Hasil dari penelitian ini adalah kegiatan yang dilakukan cukup efektif dan juga banyak ditemukan peningkatan pengetahuan tentang vaksinasi covid-19 serta adanya perubahan sikap tentang kesiapan diri dalam melakukan vaksinasi covid (Astri 2021).

Ketujuh penelitian oleh Adinda Mutiara Putri Batubara tentang bagaimana kesadaran masyarakat di desa Marindal Dua Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang terhadap efek dari sosialisasi program vaksinasi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana dan korelasi. Hasil penelitian ini adalah sebanyak 88 orang mengetahui tentang pemahaman vaksinasi dengan peneliti mengambil jumlah penduduk Desa Marindal Dua Dusun V dengan jumlah keseluruhan 758 jiwa (Putri, 2022).

Kedelapan penelitian oleh Wulandari tentang Komunikasi MUI dalam mensosialisasikan vaksinasi Covid-19 di Provinsi Bengkulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah bentuk komunikasi dari MUI Provinsi Bengkulu dalam sosialisasinya efektif atau tidak. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh MUI Provinsi Bengkulu mengenai vaksinasi Covid-19 dilakukan dengan media grup whatsapp. Dalam hal ini juga menjelaskan bahwa MUI Provinsi Bengkulu kurang efektif dalam menyampaikan informasinya kepada masyarakat. Dan juga kurangnya memberikan sosialisasi vaksin covid-19 kepada masyarakat. Sehingga diharapkan untuk MUI Provinsi Bengkulu

memperhatikan hal tersebut karena pemahaman vaksinasi covid-19 sangat penting (Wulandari, 2021).

Kesembilan penelitian oleh Maria Karolina Ajut tentang Persepsi Mahasiswa Unitri Terhadap Sosialisasi Vaksin Covid-19 di Media Sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengetahuan mahasiswa Unitri terhadap sosialisasi vaksin covid-19 di media sosial. Dan juga adakah upaya yang mendorong dan menghambat dari pengaruhnya persepsi mahasiswa Unitri tentang sosialisasi vaksinasi Covid-19 di media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deksriptif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa ada 2 pandangan yang dibagi pertama adalah pandangan positif dengan berpikir bahwa vaksin sangat bermanfaat untuk mencegah adanya penularan covid-19 sedangkan kedua adalah pandangan negatif yang dimana kurangnya update tentang vaksinasi dan juga dampak dari covid-19 (Ajut2022).

Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut peneliti ingin melengkapi penelitian terdahulu dan pembahasan yang akan diteliti oleh peneliti yang belum pernah diteliti sebelumnya. Oleh sebab itu, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dari sudut pandang yang berbeda. Adapun penelitian yang pernah dilakukan Oleh Ashari Sakti Alim dan Dian Eka Rahmawati tentang Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter dengan fokus memberikan informasi pelayanan publik. Sedangkan penelitian ini akan berkonsentrasi pada komunikasi politik Anies Baswedan di media sosial Instagram dengan program sosialisasi, sebelumnya peneliti menjelaskan bahwa penelitiannya berfokus pada penyediaan informasi pelayanan publik di DKI Jakarta menggunakan media sosial.

Namun demikian, penelitian ini dapat merujuk dan mempertimbangkan peneliti sebelumnya. Dengan meneliti bagaimana komunikasi politik Anies Baswedan menyampaikan sosialisasi program-program di media sosial Instagram miliknya, penelitian ini bertujuan untuk menutup celah dari penelitian-penelitian sebelumnya.

F. Teori Komunikasi Politik

Dalam teori komunikasi dan politik, kata-kata disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai dua tujuan yang berbeda yang terkait. Karena komunikasi

adalah sebuah proses interaksi, dimana orang memanfaatkan pengaturan ini untuk menciptakan kata-kata yang dapat mereka gunakan untuk berkomunikasi. Politik secara keseluruhan, di sisi lain, adalah aktivitas secara kolektif yang mengontrol perilaku masyarakat pada saat terjadi kerusuhan sosial. Lasswell mengusulkan pendekatan sederhana untuk menyampaikan suatu tindakan komunikasi dengan menjawab pertanyaan yang berbeda, termasuk siapa yang mengatakan, apa yang ada di saluran, kepada siapa, dan dengan efek, dalam buku dasar dasar komunikasi politik yang membahas gagasannya. Tentunya komponen semua komunikasi dalam lima pertanyaan ini, termasuk sumber, penerima, pesan, dan media untuk efek atau reaksi (Herman, 2013).

Nimmo (1993) dalam buku Komunikasi Politik menjelaskan definisi komunikasi merupakan pengalihannya informasi yang ada dengan memperoleh data dan tanggapan hal ini dimaknai sesuai dengan seseorang dengan khalayak. Selain itu juga dapat yang mengartikan bahwa informasi adalah gagasan atau sikap dengan penyesuaian pemikiran yang ada. Pengkoordinasikan makna sesuai dengan seseorang juga dengan khalayak. Dan terakhir komunikasi juga di definisikan sebagai prosesnya interaksi sosial untuk seseorang menyusun makna dan pembicaraan yang merupakan citra diri dari simbol tersebut.

Nimmo mengklaim bahwa aktivitas politik didefinisikan sebagai komunikasi, dan bahwa komunikasi politik mencakup semua tindakan dengan nuansa politik yang dapat diuji oleh pemerintah atau kekuatan negara, termasuk institusi dengan pengikut atau tes yang dilakukan oleh warga negara biasa. Menurut Nimmo, komunikasi politik adalah segala bentuk komunikasi yang melibatkan para pemain politik dan pesan-pesan yang terkait dengan otoritas dan peraturan pemerintah (Akhmad, 2019).

Secara teoritis, penulis akan melihat bagaimana khalayak, komunikator politik, pesan politik, media komunikasi politik, dan khalayak semuanya mempengaruhi komunikasi politik.

1. Komunikator politik adalah mereka yang memulai dialog atau menyebarkan pesan kepada orang lain. Dalam penelitian ini, penulis menunjukkan bahwa Anies Baswedan, Gubernur DKI Jakarta, adalah komunikator politik yang dimaksud.

2. Pesan politik yaitu komunikasi politik dapat dilihat dalam setiap tindakan yang mungkin mengungkapkan atau mengatakan sesuatu; dalam hal ini, dialog dipersepsikan sebagai orang yang berbicara (verbal), bukan bertindak sebagai simbol (nonverbal). Dalam penelitian ini pesan yang disampaikan adalah pesan Anies Baswedan terkait program sosialisasi vaksinasi di DKI Jakarta.
3. Media komunikasi politik merupakan penyampaian pesan secara nonverbal, karena selain menyampaikan pesan secara lisan, komunikasi juga bisa berbentuk penyampaian secara nonverbal. Dengan kata lain melalui simbol, gambar atau tindakan yang merupakan kombinasi yang menghasilkan suatu informasi. Maka saluran komunikasi biasa juga disebut suatu alat atau saran dalam menyampaikan sebuah pesan kepada orang lain/khalayak. Dalam hal ini peneliti menggunakan media sosial instagram untuk menganalisis komunikasi politik Anies Baswedan dalam sosialisasi vaksinasi di DKI Jakarta.
4. Audience atau khalayak merupakan sejumlah besar orang yang menerima pesan-pesan politik dari komunikator politik melalui berbagai saluran atau media komunikasi politik. Menurut pengertian umum dalam komunikasi, maka pihak penerima (receiver) atau khalayak (audience) atau komunikan. Khalayak juga biasa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audien, dan komunikan.

Postingan Anies Baswedan di Instagram menjadi fokus utama penelitian ini, dan peneliti akan menggunakan analisis isi untuk fokus pada media sosial dan menganalisis penyampaian pesan. Pelopor analisis isi Harold D. Lasswell adalah penemu teknik pengkodean simbol, yang melibatkan perekaman simbol atau pesan secara cermat dan kemudian menafsirkannya. Semua jenis komunikasi dapat dianalisis menggunakan analisis isi. Surat kabar, berita, radio, televisi, dan semua publikasi terlaris lainnya. Enam tahap prosedur dasar pembuatan rancangan penelitian dan pelaksanaan studi analisis isi, yaitu

1. Setelah mendefinisikan masalah, merumuskan pertanyaan penelitian dan hipotesisnya yang kembangkan dengan pertanyaan penelitian.
2. Melakukan pengambilan sampel dari sumber data yang dipilih—yaitu sumber data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Pemilihan

sumber data yang bersangkutan sering dibantu dengan pemeriksaan menyeluruh terhadap perpustakaan dan berbagai media.

3. Membuat kategori untuk analisis yang dikaitkan dengan masalah atau topik penelitian yang telah ditentukan.
4. Pengumpulan data dari sampel teks dan kode yang dipilih, merupakan identifikasi ciri-ciri kategori utama.
5. Membuat skala dan item lain untuk mengumpulkan data berdasarkan kriteria tertentu. Hal ini diperoleh dengan mengikuti pedoman yang baku dan format akademik yang ketat, dengan mengadopsi metode pelaporan populer di media atau dalam versi buku. Coding Sheets adalah metode analisis data lainnya.
6. interpretasi dan penyimpanan data.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Penelitian kualitatif menurut Dezin dan Lincoln dalam wahyuni (2013) adalah penelitian dengan latar alamiah, hal ini dimaksud dengan menafsirkan berbagai fenomena yang terjadi dan dilakukannya secara ilmiah dengan berbagai metode yang ada. Kualitatif juga merupakan suatu yang memahami adanya fenomena sosial sehingga prosedur penelitiannya menghasilkan banyak data deksriptif dengan berbentuk kata secara tertulis maupun lisan.

Analisis Isi merupakan salah satu metode pembelajaran yang digunakan secara deskripsi objektif, sistematis, dan kuantitatif dari konten di media. Secara umum, Analisis isi dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik, pesan dan perkembangan dari suatu isi dalam media (Surat kabar, radio, film, dan televisi, dll). Dan analisis isi harus mengamati fenomena komunikasi, dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut.

2. Sumber dan jenis data

- a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber awal. Program ini diliput dalam postingan dari Januari 2021 hingga Oktober 2021, dan total 16 postingan, yang menjadi sumber informasi utama untuk penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data primer yang telah mendapat pengolahan dan penyajian tambahan oleh pengumpul data primer dan pihak lain dikenal sebagai data sekunder. Sedangkan data sekunder yang dihilangkan peneliti berasal dari sejumlah publikasi. Fakta-fakta tersebut berasal dari kajian literatur tentang bagaimana seseorang membangun citra dirinya sendiri, yang meliputi buku, jurnal, tesis, dan artikel.

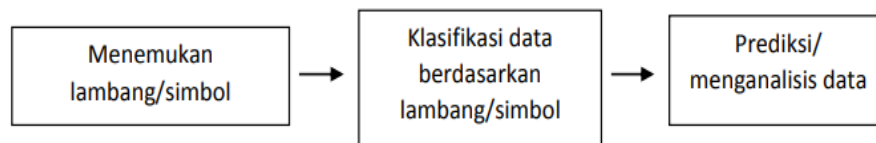
3. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini konten dalam instgram. Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur dan media sosial Instagram. Adapun data-data dari Instagram berupa postingan dalam akun Instagram @aniesbaswedan yang berkaitan dengan sosialisasi kebijakan vaksinasi terhitung sejak Januari 2021 sampai Oktober 2021.

4. Teknik analisis data

Metode analisis isi kualitatif digunakan untuk menganalisis data. Metode ini mengidentifikasi makna tersembunyi maupun terbuka dalam dokumen tertentu. Selain itu, evaluasi rinci informasi yang dicetak di media massa dikenal sebagai analisis isi. Dalam hal ini, analisis isi dapat mengidentifikasi kecenderungan mempersepsikan isi media berdasarkan konteks (situasi sosial atau isi tekstual), proses (bagaimana sebenarnya penciptaan media dilakukan dan diorganisir), dan kemunculan (secara bertahap mengembangkan makna pesan melalui deskripsi) dan interpretasi) dari dokumen yang diteliti. Peneliti memulai analisis dengan mengklasifikasikan dan mempersempit kategori topik yang ditemukan di bagian pengembangan diri. Foto dengan perspektif desain dan bacaan adalah bagaimana informasi dikumpulkan. Selanjutnya, materi disajikan setelah dikategorikan menurut kriteria yang telah ditentukan. Menggunakan teknik analisis konten deskriptif, peneliti membuat prediksi untuk memperoleh kesimpulan dari data yang bisa. Dengan beberapa langkah-langkah dalam menyusun menggunakan analisis isi adalah merumuskan

masalah penelitian, melakukan studi kepustakaan, menentukan unit observasi dan unit analisis, menentukan sampel dan variabel, membuat kategorisasi dan pendoman pengkodean, mengumpulkan data, mengolah data, menyajikan data dan memberikan interpretasi, dan juga menyusun laporan hasil penelitian (Burhan Bungin, 2012).



Gambar 1.3 Langkah-langkah *content analysis*

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika Penulisan pada skripsi ini terdapat 5 bab. Agar dapat memberikan pemahaman yang mudah dimengerti maka ditulis secara sistematis. Untuk lebih jelasnya, sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, tinjauan Pustaka dan metode.

BAB II TEORI KOMUNIKASI POLITIK

Pada bab ini peneliti akan menguraikan konsep teori dari Komunikasi Politik.

BAB III GUBERNUR ANIES BASWEDAN DAN KOMUNIKASI POLITIK INSTAGRAM

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hal-hal yang meliputi : Profil Anies Baswedan dan postingan tentang sosialisasi kebijakan vaksinasi di DKI Jakarta.

BAB IV KOMUNIKASI POLITIK GUBERNUR ANIES BASWEDAN DALAM KEBIJAKAN COVID-19 MELALUI INSTAGRAM

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian dan juga analisis dari data yang telah ditemukan.

BAB V TANGGAPAN/RESPON KOMENTAR DI POSTINGAN ANIES BASWEDAN TENTANG VAKSINASI DALAM INSTAGRAM

Pada bab ini peneliti memberikan hasil tanggapan atau respon dari postingan Anies Baswedan tentang vaksinasi dalam Instagram.

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Politik

1. Pengertian Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah jenis komunikasi yang dievaluasi berdasarkan efek aktual atau yang diproyeksikan terhadap bagaimana orang berperilaku ketika ada konflik. Politik dan komunikasi keduanya mengacu pada hal yang sama. Komunikasi adalah proses sosial dari orang-orang yang menciptakan makna, yang merupakan citra dunia yang mereka kenali (dan dari mana mereka bertindak), dan bertukar makna itu melalui simbol-simbol. Sementara itu, politik biasanya dilihat sebagai aktivitas kelompok yang mengontrol perilaku pada saat kerusuhan sosial (Herman, 2013).

Konsep pendekatan atau kerangka kerja (taksonomi) Lasswell memelihara komunikasi politik. Harold Dwight Lasswell berpendapat pada tahun 1948 bahwa menjawab pertanyaan "siapa mengatakan apa kepada siapa dan dengan dampak apa" adalah metode sederhana untuk menjelaskan tindakan komunikasi (siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dan dengan efek apa). Pertanyaan kelima menentukan komponen dari semua komunikasi, yaitu sumber dan penerima, pesan, media, dan respon atau efek (Dan Nimmo, 2004).

Lasswell kemudian memberikan sejumlah penjelasan untuk peristiwa yang menyebabkan dimulainya studi politiknya dalam komunikasi massa, dengan mengatakan bahwa "umumnya orang berbicara bahwa studi komunikasi ilmiah telah menyebabkan pergerakan besar dalam dekade terakhir." Pada awal tahun 1930-an, Dewan Divisi Kemanusiaan membentuk komisi untuk meneliti seni propaganda dan komunikasi, yang merupakan titik penting dalam pengembangan bidang ini. Ada banyak fakta yang dapat disimpulkan bahwa kalangan linguistik sedang melakukan studi paling mutakhir tentang topik ini.

Teori Lasswell mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu orang ke orang lain, seperti yang telah diketahui. Pertukaran simbol sirkular daripada simbol linier menghasilkan pesan yang tidak independen. Misalnya cekikikan, marah, menyeringai, mengangguk, atau mengangkat bahu. Penulis akan memberikan penjelasan tambahan dengan membedah kelima komponen pengertian Lasswell tersebut.

Permintaan langsung ini mengungkapkan komponen yang membentuk semua komunikasi: sumber dan penerima pesan, media komunikasi, dan tanggapan. Secara teori, data yang diurai dengan baik menghasilkan informasi yang sangat canggih. Lima landasan Lasswell menawarkan metode praktis untuk menilai komunikasi agar lebih jelas, bahkan dalam perspektif sosiopsikologis yang kontroversial.

Pada tahun 1948 ilmuwan politik Harold Lasswell mengemukakan bahwa cara yang mudah untuk melukiskan suatu Tindakan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan seperti siapa?, mengatakan apa?, dengan saluran apa?, kepada siapa?, dan dengan akibat apa?.

a. Siapa

Seorang komunikator politik disebut sebagai komponen pertama dari Lasswell. Menurut Lasswell, komunikator politik dapat berupa lembaga politik, badan pemerintah, atau kelompok non-pemerintah dan tidak hanya mementingkan kepribadian seseorang. Meskipun demikian, beberapa persoalan, seperti pengaruh tekanan atau kelompok kepentingan, tidak dapat diabaikan, bahkan untuk sementara. Beberapa tokoh politik mendaftarkan bantuan para pendukungnya selama Perang Dunia I. Sebagian besar ketertarikan itu, menurut Nimmo (1993: 14), datang dari keterpesonaan dan kekhawatiran terhadap sejumlah pemimpin revolusioner dan agitatif terkenal di Eropa yang semuanya sangat mengandalkan "kecakapan berpidato" untuk "menggerakkan massa". Misalnya, Hitler di Jerman, Mussolini di Italia, Lenin dan Trotsky di Rusia, Theodore Roosevelt sebelumnya, Woodrow Wilson, dan William Jennings Bryan. Masing-masing dari mereka telah membantu menciptakan tradisi pidato politik yang kuat dalam politik Amerika. Bahkan kecakapan verbal sering dianggap perlu untuk kepemimpinan politik.

b. Mengatakan apa

Bahasa dan simbol digunakan oleh komunikator politik untuk mencerahkan dan membujuk khalayak. Oleh karena itu, audiens akan menginterpretasikan makna ketika prosedur ini terjadi. Menurut Lasswell, keahlian seorang orator politik juga ditentukan oleh "isi" pesan yang mampu mereka ungkapkan, bukan hanya seberapa baik kata-kata mereka

dirangkai. Dari sudut pandang orator, pesan yang disampaikan akan memvalidasi kedalaman pemahaman dan jangkauan keahliannya. Saat pesan disampaikan, audiens melihatnya sebagai menyarankan perubahan perilaku. Gambar, khususnya gambar (persepsi atau interpretasi subyektif) dari aktivitas, adalah sarana yang digunakan untuk mengekspresikan masa lalu, sekarang, dan masa depan. Seseorang dapat menghasilkan banyak gambar dengan menggunakan berbagai objek penting secara politis (misalnya institusi politik). Pesan “mengatakan apa” dalam gagasan Lasswell adalah rangkaian yang membantu dalam pencitraan. Metode yang digunakan untuk memahami apa yang dikatakan orang dalam komunikasi adalah fenomena linguistik politik. Seperti yang dikemukakan oleh Kenneth Boulding, “makna pesan adalah hasil perubahan pada citra”, pendekatan ini bertujuan untuk mengkaji sifat dan penggunaan bahasa politik, jenis bahasa dan apa yang kita sebut semantik, sintaksis, dan pragmatik dalam linguistik politik, yang cenderung dikomunikasikan melalui simbol-simbol.

c. Dengan saluran apa

Sumber utama pesan politik yang diperhitungkan orang saat menyusun tindakan politik mereka adalah komunikasi massa. Pekerjaan bagian ini lebih menekankan penggunaan saluran atau media daripada bagian sebelumnya. Penerapannya tidak hanya untuk massa (media massa), tetapi juga untuk tujuan organisasi dan interpersonal. Padahal pers dalam arti pemberitaan dan pemberitaan mampu membentuk persepsi dan perilaku politik. Dalam kehidupan nyata, "apa yang terjadi di dunia saat ini" sering diperbarui dari sumber selain televisi, surat kabar, radio, majalah, dan orang lain. Komponen utama dalam mengembangkan sudut pandang pribadi adalah apa yang ditentukan dan diproduksi sebagai “berita” oleh individu pribadi. Terkadang realitas yang ada berbeda dengan realitas yang digambarkan oleh media. Karena apa yang diberitakan di media merepresentasikan realitas kedua sedangkan jurnalis sendirilah yang mengontrol realitas pertama.

d. Kepada siapa

Karena komunikasi, khususnya antara sumber dan penerima, melibatkan orang lain dalam proses pembentukan pesan, hal ini masuk akal. Pengetahuan yang dikomunikasikan oleh komunikator (sumber) tidak selalu diterima sepenuhnya oleh komunikan (penerima), apalagi diikuti dengan tindakan. Namun, komunikan akan merasakan, memahami, dan menilai pesan itu sendiri untuk melihat apakah itu sesuai atau tidak. Akhirnya, perbedaan yang sewenang-wenang — bahwa setiap orang sebenarnya adalah komunikator politik — muncul. Persoalannya adalah kita harus memilih sudut pandang yang tepat untuk memutuskan pihak mana yang menjadi "komunikator" atau "komunikan". Oleh karena itu kita harus memilah-milah anggota audiens dari proses komunikasi tersebut, yaitu "Dengan siapa" kita akan berkomunikasi, ketika kita akan berkomunikasi tentang komunikasi politik. Politisi tidak selalu berbicara kepada masyarakat umum. Konstituen dari partai politik tertentu juga dapat disebut sebagai khalayak politik. Idenya adalah bahwa ada dua jenis khalayak politik: tradisional, khalayak politik yang emosional, dan khalayak politik yang logis. Khalayak politik emosional/tradisional seringkali hanya belajar tentang politik dari satu sumber atau selentingan, dan mereka cenderung "belum" memiliki pengetahuan dan pemahaman politik yang unggul. Penonton politik yang rasional, di sisi lain, seringkali "sudah" memiliki pengenalan, pemahaman, dan pengetahuan politik yang lebih baik, dan materinya berasal dari tempat-tempat seperti sekolah dan organisasi politik yang memberikan pelatihan.

e. Dengan akibat apa

Pertama, seringkali ada banyak efek komunikasi, bukan hanya satu. Memang, ada banyak dampak dalam komunikasi politik. Kedua, tidak seperti konsep Lasswell yang tidak berubah, konsep ini tidak memberikan kesan bahwa efek komunikasi adalah hasil dari interaksi tiga komponen yang berbeda: pesan, audiens yang dituju, dan efek yang ditimbulkannya. Penting untuk digaribawahi sekali lagi bagaimana komunikasi, interpretasi manusia, dan perilaku manusia saling berhubungan. Dalam pengertian Lasswell, keputusan "dengan siapa" tidak mempengaruhi "dampak" dari "siapa mengatakan apa melalui saluran apa dengan siapa". Keputusan tentang konsekuensi tidak dibuat secara independen dari interpretasi;

sebaliknya, mereka adalah kegiatan penafsiran yang berkelanjutan yang dihasilkan dari pengembangan ide-ide pribadi, sosial, dan politik.

2. Unsur-Unsur Komunikasi Politik

Pertama, Nimmo membahas komunikator politik, termasuk bagaimana mengenali mereka dan fungsi yang mereka lakukan. Nimmo kemudian beralih ke komunikasi politik, yaitu trik bahasa yang digunakan untuk kepentingan politik. Tiga kategori permainan bahasa—propaganda, periklanan, dan retorika politik—dibedakan dengan penekanan yang lebih besar pada persuasi masyarakat umum. Selain itu, ia memiliki pendapat tentang saluran komunikasi politik (media) massa, interpersonal, dan organisasional. Masyarakat umum dan opini publik membentuk audiens target untuk komunikasi. Sosialisasi politik, keterlibatan politik, mempengaruhi pemilihan, dan mempengaruhi pejabat yang mengadopsi kebijakan politik yang dibahas dalam buku ini adalah pembagian terakhir dari konsekuensi komunikasi politik.

a) Komunikator Politik

Individu yang memulai percakapan atau menyampaikan pesan kepada orang lain adalah komunikator. Seseorang dapat membedakan antara menjadi komunikator sebagai individu, lembaga, atau sekelompok orang. Nasution membuat dua perbedaan dalam hubungannya dengan komunikator politik. Sumber individu didahulukan, seperti ketika tokoh publik, pejabat, atau orang biasa berfungsi sebagai sumber untuk operasi komunikasi politik. Kedua, sumber kolektif, seperti ketika seseorang berbicara atas nama perusahaan atau lembaga. Vendor ini termasuk dalam kategori berikut:

Tabel 2.1 Indikator Komunikator Politik

Individual	Kolektor
Pejabat	Pemerintah
Politisi	Partai Politik
Pemimpin Opini	Organisasi Kemasyarakatan
Jurnalis	Media Massa
Aktivis	Kelompok Penekanan
Pemimpin	Kelompok Politik
Komunikator Profesional	Konsultan Komunikasi

Nimmo mengemukakan 3 tipologi komunikasi politik yang meliputi politikus, komunikator profesional dan aktivis yang merupakan komunikator utama dalam komunikasi politik. Bahkan peran komunikator politik sangat penting dalam sebuah proses komunikasi karena fungsinya sebagai pembicara atau pemrakarsa.

Menurut Nimmo, seorang komunikator politik adalah orang yang secara profesional terlibat dalam komunikasi politik atau secara semi-profesional tertarik dengan komunikasi politik. Para aktivis kemudian dipisahkan menjadi juru bicara dan pemimpin opini. Seorang juru bicara bertugas mengadvokasi atas nama kelompok atau organisasi atau mencapai kesepakatan yang sangat menguntungkan. Mereka yang dimintai informasi atau arahan untuk suatu pilihan disebut pemimpin opini. Komunikator politik dapat berperan sebagai pemimpin politik, organisasi, atau pemimpin simbolik partai politik, sebagaimana dapat disimpulkan dari definisi di atas. Intinya, mereka mencoba membangkitkan empati atau reaksi menggunakan bahasa, simbol, atau makna yang dipahami publik.

b) Pesan Politik

Pembicaraan tentang kekuasaan, pengaruh, dan otoritas adalah tiga contoh pidato yang menurut Bell memiliki tujuan politik yang berbeda dan jelas (menurut buku Nimmo). Kedua, bahasa kasar digunakan untuk mengancam atau berjanji untuk menyakiti orang lain. Kedua, pengaruh adalah dialog yang terjadi tanpa saksi, seperti ancaman atau janji, melainkan berupa saran, permintaan, dorongan, atau peringatan. Terakhir, pemberian instruksi dibahas ketika ada penyebutan otoritas.

Selain ketiga di atas, politik juga merupakan pembicaraan tentang konflik. Di mana komunikator politik melakukan pembicaraan untuk menyelesaikan perselisihan dengan kata-kata, makna dan harapan. Sehingga dari permainan bahasa ini melahirkan tiga bentuk pesan politik yaitu: proganda, periklanan dan retorika politik.

- Propaganda

Istilah latin "propagare" atau "propagate", yang berarti tumbuh atau menyebar, adalah tempat pertama kali kata propaganda muncul. Frasa ini berasal dari Congregatio de Propaganda Fide, sebuah Organisasi Pusat Gereja Katolik yang didirikan pada tahun 1622 oleh Paus Gregorius XV. Banyak kegiatan misionaris gereja di antara komunitas non-Kristen harus dikelola dan dikoordinasikan. Namun, istilah "propaganda" saat ini mengacu pada iklan komersial dan politik. Penggunaan komunikasi yang diberikan melalui berbagai media untuk membentuk pandangan, sikap, atau perilaku penerima sesuai dengan keinginan komunikator adalah definisi propaganda saat ini. Karena propaganda semata-mata melayani kepentingan si pembujuk dan bukan si pembujuk, maka kata tersebut berkonotasi negatif. Ada dua kategori dakwah, yaitu;

1. Berdasarkan sistemnya, propaganda dibedakan menjadi dua kategori yaitu propaganda aksi nyata dan interaksi simbolik (menggunakan simbol-simbol komunikasi) (komunikasi yang memaksa khalayak untuk "tunduk" dan "taat").

2. Propaganda berbasis perubahan sikap dipisahkan menjadi dua kategori: propaganda berbasis persuasi, yang disertai dengan permohonan, ajakan, atau rayuan, dan propaganda berbasis kekerasan, yang diikuti dengan ancaman, hinaan, atau teguran.

- Periklanan

Periklanan menjual mimpi hiperrealistis dan merupakan media komunikasi satu-ke-banyak. Periklanan menyukai individu yang sendirian yang berbeda dari komunitas mana pun yang dapat digunakan oleh mereka di masyarakat. Alternatifnya, lebih tepatnya, setiap orang anonim disapa langsung dalam iklan: "Tidak ada kelompok yang

kepemimpinannya seolah-olah menyerahkan kelompok itu kepada penjual; hubungan antara iklan dan prospek adalah hubungan langsung. Namun, setiap orang hidup menurut untuk preferensinya sendiri.

Di sisi lain, kegiatan kampanye juga terkait dengan periklanan. Kata "kampanye" berasal dari frase militer yang mengacu pada serangkaian operasi untuk mengalahkan musuh. Sampai saat ini, kata "kampanye" digunakan dalam semua bidang akademik, khususnya yang berhubungan dengan komunikasi politik. Kampanye dapat dilihat dari berbagai perspektif dalam konteks komunikasi politik, antara lain:

1. Citra partai adalah bagaimana masyarakat umum memandang suatu pihak tertentu, seperti program yang ditawarkannya.
2. Kepribadian dan kemampuan seorang kandidat terkait erat dengan citra publik mereka.
3. Gambar calon pemilih adalah segala sesuatu yang menggambarkan citra yang dimiliki oleh pemilih yaitu lukisan memori berjalan calon.
4. Kekhawatiran politik lebih sering merupakan hasil dari peristiwa politik yang dapat menjadi latar belakang untuk memutuskan kebijakan politik, seperti kepentingan pemilih, harapan mereka untuk masa depan, tingkat partisipasi mereka dalam politik, dan kehidupan sehari-hari mereka. hari hari hidup.

- Retorika Politik

Menurut Nimmo, retorika adalah komunikasi dua arah di mana satu pihak atau lebih dengan sengaja berusaha mempengaruhi pendapat satu sama lain melalui perilaku timbal balik. Aspek propaganda dan periklanan dipadukan dalam retorika. Retorika politik adalah proses yang menggunakan negosiasi untuk melahirkan konstruksi masyarakat. Dalam retorika, pembicara dan pendengar juga diidentifikasi secara lisan melalui bahasa. Sedangkan konsep tuturan sama pentingnya dalam analisis retorika sebagai bantuan atau simbolisme.

c) Media Komunikasi Politik

Sebagai alternatif komunikasi verbal, isyarat nonverbal juga dapat digunakan untuk mendorong pesan. Dengan kata lain melalui

penggunaan kombinasi simbol, gambar atau aktivitas yang menghasilkan informasi. Akibatnya, saluran komunikasi umum kadang-kadang disebut sebagai alat atau sarana berkomunikasi dengan orang lain atau khalayak.

Menggunakan media seperti radio, televisi, majalah, dan outlet lainnya memudahkan penyebaran pesan melalui komunikasi massa. Menurut Dennis McQuail dan Blumer dan Brown, media massa memenuhi empat jenis kebutuhan: hiburan, hubungan interpersonal seperti persahabatan, identitas pribadi, termasuk penggunaan media untuk menjelaskan satu bagian dari kehidupan pribadi, dan penemuan, atau pengaturan dari rapat.

Ada dua kategori utama saluran komunikasi dalam organisasi komunikasi: internal dan eksternal. Ada tiga komponen untuk proses komunikasi internal. Masyarakat membutuhkan informasi sebagai titik awal pengambilan keputusan. Kedua, putusan dan alasan hukuman harus diumumkan agar anggota kelompok dapat melaksanakannya. Ketiga, ada jalan untuk komunikasi bisnis. Misalnya, dalam hal layanan pemerintah, media ini terdiri dari saluran untuk berhubungan dengan warga secara umum selain saluran internal dan media untuk komunikasi eksternal.

d) Khalayak Politik

Sekelompok orang yang secara aktif tertarik pada politik, peduli tentang bagaimana suatu negara berjalan, dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi kebijakan publik dianggap sebagai anggota khalayak politik. Nimmo juga menggarisbawahi bahwa audiens politik itu beragam dan mencakup orang dan kelompok dengan berbagai kepentingan dan aktivitas politik. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian opini publik dan analisis kebijakan yang melibatkan banyak kelompok individu untuk lebih memahami politik khalayak.

e) Efek Politik

Menurut Nimmo, belajar adalah kegiatan terorganisir yang memerlukan perubahan dan penataan ulang perilaku, serta persepsi dan citra seseorang, serta keyakinan, nilai, dan harapan yang melekat padanya. Proses sosialisasi politik ini dikenal dengan istilah pendidikan politik seumur hidup, dan ini merupakan hasil awal dari komunikasi politik. Oleh karena itu, mengadopsi dan menerapkan diri pada tindakan yang diharapkan dari orang lain adalah proses belajar politik, dan proses ini berlanjut dengan mengambil peran dan memainkan peran, atau bertindak dan meniru.

Proses sosialisasi politik menekankan pada sosialisasi massa maupun sosialisasi interpersonal, seperti dalam keluarga dan kelompok sebaya, serta sosialisasi organisasional, seperti di sekolah dasar, sekolah menengah, dan universitas. Ketiga metode ini akan membantu seseorang memahami komunikasi politik, khususnya evolusi politik dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Partisipasi dalam politik adalah efek pertama. Mereka yang terlibat dalam keterlibatan politik umumnya melakukan lebih dari sekadar mengamati dan mengevaluasi; mereka juga berkomunikasi dengan dan meminta nasihat dari para pemimpin baik di sektor publik maupun swasta.

Pemilihan dipengaruhi, yang merupakan efek kedua. Penekanan pada efek ini terutama pada komunikasi kampanye dan bagaimana suara individu diberikan kepada pemilih untuk membantu mereka mengembangkan preferensi pemilihan mereka sendiri. Hasil akhirnya adalah pengaruh keputusan politik. Pembuat pemilu memainkan peran penting dalam bagaimana politisi atau pejabat lainnya memutuskan suatu kebijakan.

BAB III

GAMBARAN UMUM

A. Profil Provinsi DKI Jakarta

1. Geografis

Dengan luas total 661,52 km² di darat dan 6.977,5 km² di laut, Provinsi DKI Jakarta memiliki sekitar 110 pulau yang tersebar di antara Kepulauan Seribu. Secara administratif, Provinsi DKI Jakarta terbagi menjadi lima kotamadya dan satu kabupaten administratif: Jakarta Pusat, yang memiliki luas tanah 47,90 km², Jakarta Utara, 154,01 km², Jakarta Barat, 126,15 km², Jakarta Selatan, 145,73 km², Jakarta Timur, 187,73 km², dan Laksamana Kepulauan Seribu.

Gambar 3.4 Peta Provinsi DKI Jakarta



2. Demografi

Penduduk DKI Jakarta 10,47 juta jiwa pada 2018. Jumlah penduduk tersebut terdiri dari 5,24 juta laki-laki dan 5,22 juta perempuan. Dengan masing-masing 1,03 juta dan 971,3 ribu orang, kelompok umur 30-34 dan 35-39 memiliki sebaran penduduk terbesar. Menurut informasi terbaru yang tersedia dari Badan Kependudukan dan Catatan Sipil, 4.380 orang asing merupakan 4.063.324 penduduk DKI Jakarta pada tahun 2019. 10,56 juta orang merupakan total penduduk Provinsi DKI Jakarta pada tahun 2020 (<https://jakarta.bps.go.id/>).

3. Sosial Ekonomi

Menurut data BPS, pandemi di Provinsi DKI Jakarta saat ini sudah memasuki tahun kedua, dan belum bisa diperkirakan tanggal berakhirnya. Pada tahun 2021, DKI Jakarta terkena dampak delta varitas yang merupakan gelombang kedua pandemi Covid-19. Deflasi ekonomi terjadi di berbagai periode tahun 2021 akibat pemulihan sendi-sendi ekonomi, namun secara keseluruhan perekonomian DKI Jakarta masih tumbuh.

PDB DKI Jakarta meningkat sebesar 3,56% pada tahun 2021 setelah mengalami kontraksi pada tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa pemulihan ekonomi DKI Jakarta terus berlanjut dan didorong oleh aktivitas lingkungan yang lebih besar, kinerja ekonomi global yang membaik, percepatan rencana penanganan COVID-19, dan pemulihan ekonomi yang lebih luas di seluruh negeri. Meski pertumbuhan ekonomi DKI Jakarta masih di bawah prediksi 5–4,4% dalam RKPD 2022, namun secara grafis cenderung mengarah ke atas. Hal ini memberikan harapan kepada masyarakat dan pemerintah untuk dapat bekerja sama memperbaiki keadaan ekonomi DKI Jakarta dan mengembalikannya seperti sebelum wabah Covid-19.

Perluasan seluruh komponen sisi pengeluaran yang sekaligus menjadi simbol dimulainya pemulihan ekonomi akibat meningkatnya aktivitas sosial ekonomi akan membantu pertumbuhan ekonomi DKI Jakarta pada tahun 2021. Tingkatkan belanja pemerintah untuk pertahanan Covid-19 seperti promosi vaksinasi berdasarkan persentase penduduk DKI Jakarta yang telah mendapatkan dosis pertama atau mencapai 82,22%. Sementara itu, peningkatan investasi dalam bentuk struktur dan barang modal, baik asing maupun lokal, menjadi pendorong pertumbuhan Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB). Dengan meluasnya sektor usaha yang bergerak di bidang pengangkutan dan perdagangan, industri pengolahan, serta penyediaan minuman beralkohol dan makanan minuman, perekonomian DKI Jakarta semakin berkembang.

B. Biografi Anies Baswedan

Gambar 3.5 Anies Baswedan



Pada 7 Mei 1969, Anies Baswedan lahir di Kuningan, Jawa Barat. Di usia dini, Anies menunjukkan kepemimpinan. Pada tahun 1983, putra Rasyid Baswedan, mantan wakil rektor Universitas Indonesia, dan Aliyah, guru besar Universitas New York, terpilih menjadi ketua panitia akhir tahun SMP Negeri 5 Yogyakarta.

Anies melanjutkan sekolahnya di SMA 2 Yogyakarta setelah tamat SMP, di mana ia akhirnya terpilih menjadi Ketua OSIS pada tahun 1985. Setelah mengikuti pelatihan kepemimpinan bersama 300 Ketua OSIS lainnya, Anies justru terpilih menjadi Ketua OSIS Indonesia. Anies berpartisipasi dalam program pertukaran pelajar selama setahun untuk siswa Indonesia-Amerika yang dijalankan oleh AFS selama tahun terakhir sekolah menengahnya. Anies bekerja di TVRI Yogyakarta sebagai salah satu pewawancara reguler untuk acara "Tanah Merdeka" setelah kembali dari AS.

Setelah itu, pada tahun 1989, Anies melanjutkan studinya di Universitas Gajah Mada (UGM), Fakultas Ekonomi. Tiga tahun kemudian, Anies terpilih menjadi ketua Senat UGM. Pada tahun 1993, Anies memenangkan program beasiswa musim panas di Universitas Sophia, Jepang. Yayasan JAL adalah tempat kami mendapatkan beasiswa ini.

Anies menikahi Fery Farhati Ganis pada 1996. Mereka memiliki empat anak bersama. Anies mendapatkan 66 beasiswa master pada tahun 1997 dari University of Maryland di College Park, AS, di bidang keamanan

internasional dan kebijakan ekonomi. Anies menerima William P. Cole II Fellowship dari Departemen Urusan Publik Universitas Maryland setahun kemudian. Ia juga merupakan penerima Student Awards Program USAID-USIA-ASEAN NAFSA tahun ini.

Setelah menyandang gelar magister, pada 1999, Anies meraih beasiswa program doktoral di Northern Illinois University. Ia menulis disertasi berjudul: "Otonomi Daerah dan Pola Demokrasi di Indonesia". Pada 2004, Anies meraih beasiswa mahasiswa doktor berprestasi: Gerald S. Maryanov Fellow dari Northern Illinois University. Beasiswa ini diberikan kepada mahasiswa yang berprestasi dan memiliki integritas dalam pengembangan ilmu politik.

Pada 2005, Anies menjabat sebagai Direktur Riset The Indonesian Institute, sebuah organisasi yang berfokus pada riset dan analisis kebijakan publik. Setahun kemudian, Anies ditugaskan sebagai Penasihat Nasional di Partnership for Governance Reform. Anies banyak memberikan kontribusinya dalam menangani otonomi daerah ke instansi terkait.

Pada 2007, Anies terpilih sebagai Rektor Universitas Paramadina dan dinobatkan menjadi rektor termuda di Indonesia (38 tahun). Anies menggalang Paramadina Fellowship. Sebuah program kuliah gratis yang merekrut anak-anak terbaik dari berbagai daerah. Selain itu, Anies juga menggalang pengajaran anti korupsi dan membuat mata kuliah wajib Anti Korupsi.

Hasil kerja kerasnya itu rupanya mendapat perhatian dunia internasional. Pada 2008, majalah internasional terkemuka Foreign Policy memasukkannya ke dalam daftar 100 Intelektual Dunia. Anies merupakan satu-satunya figur dari Indonesia dan Asia Tenggara yang masuk dalam daftar 100 intelektual dunia (Dr. Gun 2015).

C. Kebijakan Anies Baswedan Selama Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta

Pada Senin, 9 November 2020, total ada 112.027 kasus terkonfirmasi Covid-19 di DKI Jakarta, menurut informasi Kementerian Kesehatan RI. Dengan adanya informasi tersebut, DKI Jakarta terus memimpin Indonesia dalam hal jumlah kasus positif Covid-19. Situs web corona.jakarta.go.id melaporkan. Beberapa kebijakan Anies Baswedan dan Pemrov DKI Jakarta pada Maret–Oktober 2020 terkait penanganan Covid-

19, khususnya Pemprov DKI Jakarta yang melarang kegiatan belajar mengajar di sekolah sebagai antisipasi potensi penyebaran Covid -19. Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan mengimbau seluruh perusahaan dan tempat kerja di Jakarta menerapkan kebijakan bekerja dari rumah. PSBB diamanatkan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta selama dua minggu, atau hingga 23 April 2020. Kemudian muncul Kebijakan Vaksinasi Covid-19 yang pertama kali dijalankan Presiden Joko Widodo pada 13 Januari 2021 menggunakan Sinovac. Presiden melewati empat tahapan selama itu. mengambil vaksinasi COVID-19. Langkah pertama meliputi pendaftaran dan verifikasi data pada Tabel 1, skrining melalui anamnesis, dan pemeriksaan fisik cepat pada Tabel 2, yang meliputi pengukuran suhu tubuh dan tekanan darah. Vaksin COVID-19 diberikan kepada Presiden di Meja 3 oleh dokter kepresidenan Prof. dr. Abdul Muthalib, sang pemberi vaksin.

Tabel 3.2 Kebijakan Pandemi Anies Baswedan

Tanggal	Kebijakan
2 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Langkah Pemprov DKI Jakarta tangani covid-19, kirim pesan publik hingga penjemputan pasien. 2. Pemprov DKI Jakarta bentuk tim tanggap Covid-19
6 Maret 2020	Tim tanggap Covid-19 DKI Jakarta sediakan situs kanal informasi seputar layanan pemprov DKI Jakarta
10 Maret 2020	Pemprov DKI Jakarta alokasikan anggaran belanja tidak terduga untuk pencegahan penularan Covid-19.
11 Maret 2020	Prioritaskan keselamatan masyarakat, Pemprov DKI Jakarta bentuk tim review perizinan untuk menangkal penyebaran Covid-19.

13 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cegah penyebaran Covid-19, destinasi wisata milik Pemprov DKI Jakarta ditutup selama dua pekan. 2. Percepat pemeriksaan Covid-19, Pemprov DKI Jakarta ajukan laboratorium pendamping berstatus bsl 2+.
14 Maret 2020	Pemprov DKI Jakarta meniadakan kegiatan belajar mengajar di sekolah, antisipasi potensi penyebaran Covid-19.
15 Maret 2020	Tekan penyebaran Covid-19 di transportasi umum massal, Pemprov DKI Jakarta cabut sementara kebijakan ganjil genap.
17 Maret 2020	Sesuai Keppres Nomor 7 tahun 2020, Gubernur Anies bentuk gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 DKI Jakarta.
18 Maret 2020	Datangi BNPB, Gubernur Anies perkuat koordinasi pemerintah pusat dan daerah untuk tangani Covid-19.
19 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemprov DKI bersama tokoh agama dan budayawan sepakat tunda kegiatan peribadatan dan kebudayaan massal di Jakarta selama pandemi Covid-19. 2. Siaga Covid-19, Pemprov DKI Jakarta tunda salat jumat selama dua pekan. 3. Cegah penyebaran Covid-19, Gubernur Anies imbau jajaran

	sosialisasikan agar warganya tidak keluar Jakarta.
20 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gubernur Anies tetapkan ibu kota Jakarta berstatus tanggap darurat bencana Covid-19. 2. Pemprov DKI Jakarta batasi penggunaan transportasi umum, upaya minimalisir sebaran Covid-19.
23 Maret 2020	Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan menyerukan seluruh pelaku dunia usaha dan perkantoran di Jakarta memberlakukan kebijakan work from home.
27 Maret 2020	Tekan penyebaran Covid-19, penutupan destinasi wisata milik Pemprov DKI Jakarta diperpanjang.
28 Maret 2020	Pemprov DKI Jakarta perpanjang status tanggap darurat bencana Covid-19 hingga 19 April 2020.
2 April 2020	Pemprov DKI Jakarta menambah alokasi anggaran belanja tidak terduga hingga 3,032 triliun untuk penanganan Covid-19.
5 April 2020	Gubernur Anies keluarkan seruan penggunaan masker untuk cegah penularan Covid-19
6 April 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antisipasi penyebaran Covid-19, Gubernur Anies wajibkan penggunaan masker di transportasi umum. 2. Waspada Covid-19, Pemprov DKI perpanjang masa work from home.

10 April 2020	Pemprov DKI Jakarta memberlakukan PSBB selama 2 pekan, hingga 23 April 2020.
17 April 2020	Pemprov DKI Jakarta sediakan situs resmi informasi dan edukasi penanganan Covid19.
22 April 2020	Cegah penularan Covid-19, Gubernur Anies imbau seluruh kegiatan ibadah ramadan dilakukan di rumah.
24 April 2020	Perpanjang masa PSBB sampai 22 Mei 2020.
24 Mei 2020	Perpanjangan masa PSBB sampai 4 juni 2020.
25 Mei 2020	Cegah potensi second wave, Pemprov DKI dan gugus tugas percepatan penanganan Covid-19 bersinergi batasi arus balik menuju Jakarta.
28 Mei 2020	Disdik DKI Jakarta tegaskan sekolah dibuka jika situasi Covid-19 dinyatakan aman.
29 Mei 2020	Dishub DKI tegaskan pemeriksaan SIKM tetap dilakukan hingga status darurat bencana non-alam covid-19 usai.
	Penerapan PSBB Transisi. Tercatat lima kali PSBB transisi diberlakukan dan berakhir pada 10 September.
14 September 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerapan PSBB ketat. 2. Isolasi mandiri di rumah tidak diizinkan lagi untuk mencegah terjadinya klaster perumahan.

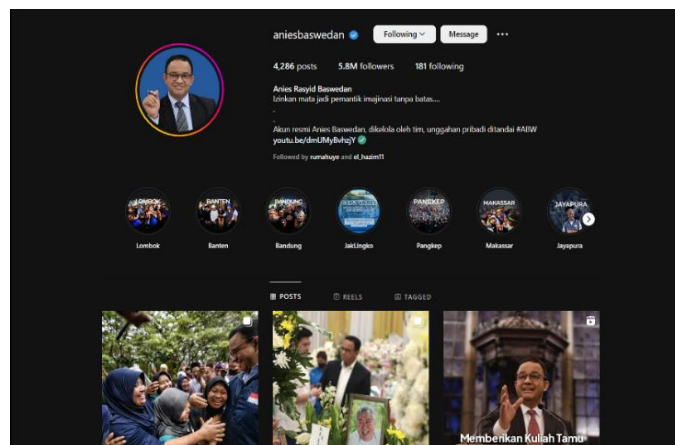
24 September 2020	Tekan kenaikan kasus Covid-19, Pemprov DKI Perpanjang PSBB Di Jakarta.
1 Oktober 2020	Kebijakan isolasi mandiri di rumah kembali diperbolehkan dengan syarat sesuai prosedur yang berlaku.
11 Oktober 2020	Kasus Covid-19 melandai, Jakarta kembali ke PSBB transisi.
25 Oktober 2020	Antisipasi lonjakan kasus Covid-19, Pemprov DKI Jakarta perpanjang PSBB masa transisi.

Tabel 3.2 Kebijakan Pandemi Anies Baswedan

Sumber : (Ni'mah 2021)

D. Profil Instagram Anies Baswedan

Gambar 3.6 Profile Instagram Anies Baswedan



Akun Instagram Anies Baswedan terbentuk sejak september 2013. Akun Instagram Anies Baswedan terbentuk sejak september 2013. 5,8 juta orang mengikuti akun yang memuat 4.370 postingan baik gambar maupun video tentang aksi politik Anies Baswedan ini. Informasi seputar keseharian Gubernur DKI Jakarta, kegiatan bersama keluarga, hingga kegiatan yang berkaitan dengan hobinya, semuanya dapat dilihat di akun media sosialnya. Anies

Baswedan menggugah minat audiensnya untuk mengakses materi di Instagram miliknya dengan menggunakan insta story, postingan foto, dan postingan dalam bentuk reel yang berisi informasi seputar kegiatan terkait vaksinasi. Akun Instagram Anies Baswedan telah diverifikasi, merupakan akun yang bereputasi baik, dan menunjukkan bahwa akun tersebut dikontrol secara pribadi dan penuh oleh tim Anies Baswedan.

BAB IV

KOMUNIKASI POLITIK ANIES BASWEDAN DALAM KEBIJAKAN VAKSINASI COVID-19 MELALUI INSTAGRAM

A. Bentuk Komunikasi Politik Anies Baswedan Tentang Kebijakan Vaksinasi Covid-19 di Instagram

Kemampuan komunikasi diperlukan untuk mempersuasi rakyat, menyampaikan kebijakan ataupun mengklarifikasi sebuah kejadian. Salah satu pemimpin yang kerap menjadi sorotan karena kemampuannya mengolah bahasa adalah Anies Baswedan. Terutama saat menangani pandemi dan kebijakan vaksinasi Covid-19, Anies Baswedan seringkali mendapat perhatian lebih dari media maupun khalayak. Anies Baswedan komunikasi mengenai kebijakan vaksinasi covid-19 di media sosial Instagram juga sering mengunggah video di akun Instagram-nya untuk memberikan informasi terkait vaksinasi Covid-19. Video tersebut berisi penjelasan mengenai manfaat vaksinasi, prosedur pendaftaran vaksinasi, serta upaya pemerintah dalam meningkatkan cakupan vaksinasi di DKI Jakarta. Selain mengunggah video, Anies Baswedan menggunakan gambar infografis sebagai media untuk memberikan informasi terkait vaksinasi Covid-19. Gambar infografis tersebut berisi penjelasan mengenai jenis vaksin, cara pendaftaran, syarat untuk mendapatkan vaksin, serta langkah-langkah yang harus dilakukan setelah divaksin. Terkait kebijakan vaksinasi yang infomasikan dalam media sosial Instagram Anies Baswedan sering menggunakan postingan teks di Instagram untuk memberikan informasi terkait vaksinasi Covid-19. Postingan tersebut berisi penjelasan singkat mengenai manfaat vaksinasi, cara pendaftaran, serta jadwal dan lokasi vaksinasi.

Anies mampu memprediksi respon publik terhadap apa yang dia ungkapkan. Menjadi suatu keharusan bagi pemimpin untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan rakyatnya. Dengan memiliki kemampuan membaca respon publik, pemimpin akan lebih berhati-hati mengambil kebijakan. Jika tidak sesuai dengan kehendak rakyat, pemimpin akan menyiapkan alternatif jawaban, sehingga komunikasi dan kebijakan akan terkesan matang. Dalam postingannya juga Anies banyak menggunakan data dalam komunikasinya. Data merupakan bukti validnya informasi. Kebijakan yang diambil

berdasarkan data, tentunya memiliki alasan yang logis, sehingga mudah diterima masyarakat.

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan postingan Anies Baswedan dalam menangani dampak wabah virus tersebut. Peneliti mengambil data foto postingan dari bulan Januari 2021 sampai Oktober 2021. Berikut Postingan dalam Instagram Anies Baswedan :

- a. Kategori yang pertama adalah tentang informasi vaksinasi yang disampaikan melalui gambar/foto disertai dengan caption.

Gambar 4.7 Informasi dan Edukasi Covid-19 & Vaksin

Postingan pada tanggal 23 Januari 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 23 Januari 2021, Anies Baswedan memposting tentang informasi dan edukasi covid-19 dan vaksinasi. Anies Baswedan memposting tentang informasi dan edukasi covid-19 dan vaksinasi, hal ini disampaikan bahwa untuk memberikan informasi terkait covid-19 dan vaksinasi. Sebagai komunikator politik Anies Baswedan berperan sebagai pemberi informasi terkait vaksinasi melalui media sosial, Anies Baswedan mampu menyampaikan pesan-pesannya dengan jelas, lugas, dan mudah dipahami oleh masyarakat Jakarta. Pesan yang terkandung dalam postingan tersebut Anies Baswedan memberikan informasi yang disajikan lebih terperinci dan jelas yang dapat diakses melalui kanal resmi. Postingan ini ditujukan untuk masyarakat DKI Jakarta karena informasi dan edukasi yang beredar di internet tidak semua benar, untuk itu Anies Baswedan

memberikan informasi dan edukasi terkait vaksinasi dengan mencari informasi melalui kanal yang resmi.

Berdasarkan observasi yang telah peneliti lakukan terhadap postingan ini ialah bahwasanya, Anies Baswedan menunjukkan rasa peduli dan kemampuannya dalam memberikan informasi melalui media sosial, hal ini ditunjukkan dengan caption yang ada pada postingan tersebut dengan “perhatian kamu selalu mendapatkan informasi yang terverifikasi terkait covid-19 dan vaksin di Jakarta”.

Pesan politik yang disampaikan oleh Anies Baswedan terkait pemberian informasi dan edukasi vaksinasi melalui kanal yang resmi adalah bentuk propaganda dengan interaksi simbolik yang berbasis ajakan untuk masyarakat DKI Jakarta dan melihat pesan yang terkandung yaitu pemberian informasi di media sosial Instagram Anies Baswedan.

Gambar 4.8 Vaksinasi Massal untuk Tenaga Kesehatan Postingan Tanggal 2 Februari 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 2 februari 2021 memposting informasi terkait vaksinasi massal untuk tenaga Kesehatan di DKI Jakarta yang dibuka Kembali pada tanggal 4 februari 2021. Sebagai komunikator politik yang memiliki peran sebagai Gubernur, Anies Bswedan menginformasikan terkait vaksin massal untuk tenaga Kesehatan yang akan dibuka Kembali tanggal 4 februari 2021. Untuk dosis pertama target dari vaksinasi 6000 peserta. Berdasarkan observasi yang telah diteliti oleh peneliti bahwasanya postingan ini memberikan gambaran kepada masyarkat DKI Jakarta bahwa akan dilaksanakan vaksinasi massal untuk tenaga Kesehatan.

Anies Baswedan sebagai komunikator politik dan menyampaikan pesannya terkait vaksinasi menyusun caption atau tulisan bahasanya yang terartur sehingga mudah dipahami oleh masyarakat, selain itu dalam tulisan caption memberikan informasi “Vaksinasi tahap kedua ini ditunjukkan untuk melindungi Kesehatan pelayan publik dan pekerja publik. Mereka adalah orang-orang yang menyediakan kebutuhan banyak orang lain dan sehari-hari harus berinteraksi dengan banyak orang. Sebelumnya sejak 14 Januari lalu, Pemerintah telah melaksanakan vaksinasi tahap pertama dengan sasaran tenaga Kesehatan sebanyak 1,46 juta orang.”

Pesan yang disampaikan Anies Baswedan dalam postingannya yaitu propaganda dengan berbasis persuasi yang disertai dengan ajakan, hal ini dituangkan sesuai dengan teori komunikasi politik oleh Dan Nimmo.

Gambar 4.10 Pengisian Formulir Pendaftaran Vaksinasi Covid-19 Untuk Lansia Postingan Tanggal 21 Februari 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan Pada tanggal 21 februari 2021 ini menggunakan pemilihan gambar yang menarik serta caption dan pemilihan bahasa yang mudah dipahami oleh pengunjungnya, pengunjung laman pada postingan ini akan menarik membaca informasi ini dikarenakan tampilan yang disediakan sangat sederhana dan menarik. Postingan ini diposting untuk memberikan informasi terkait pengisian formulir pendaftan untuk lansia ber-KTP DKI Jakarta melalui dki.kemkes.go.id. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwasanya postingan ini memberikan gambaran bahwa akan ada pengisian formulir pendaftaran vaksinasi covid-19 untuk lansia. Sebagai Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan

memberikan pengumuman penting yang di posting dalam instagramnya, karena selagi untuk memberikan informasi terkait vaksinasi, juga membuat masyarakat melihat informasi tentang vaksinasi selain yang ada di berita.

Pesan yang disampaikan Anies Baswedan melalui postingannya tanggal 21 februari 2021 merupakan propaganda dengan interaksi simbolik yang berbasis persuasi disertai dengan ajakan. Hal ini dapat dilihat dari postingan gambar dan dengan bentuk tulisan ajakan “untuk lansia ber-KTP DKI Jakarta”. Disertai dengan elemen gambar lansia pada gambar tersebut.

Gambar 4.11 Cek Jadwal Vaksinasi Untuk Lansia di Jakarta Postingan tanggal 16 maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 16 maret 2021 Anies Baswedan memposting tentang aplikasi JAKI yang bisa dilakukan untuk cek jadwal vaksinasi untuk lansia di Jakarta, Bahasa Anies Baswedan dalam postingan dengan bentuk caption mudah dimengerti, dalam caption tersebut disertai langkah-langkah untuk cek jadwal vaksinasi lansia di JAKI “Informasi tentang jadwal vaksinasi Covid-19 untuk lansia sudah tersedia di corona.jakarta.go.id/id/vaksinasi atau melalui aplikasi JAKI.

Postingan ini memberikan gambaran bagaimana cara cek jadwal vaksinasi untuk lansia melalui aplikasi JAKI. Kemudian Anies Baswedan memposting dan memberikan informasi mengenai jadwal tersebut dalam bentuk gambar dan menuliskan langkah-langkahnya dalam bentuk caption, hal ini tentunya memberikan kemudahan untuk masyarakat karena diberikan informasi melalui media sosial. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti bahwasanya berdasarkan teori yang digunakan adalah sesuai dengan komunikasi politik Dan

Nimmo yaitu pesan yang disampaikan bentuknya propaganda dengan interkasi simbolik yang terdapat tulisan “cek jadwal vaksinasi untuk lansia di Jakarta melalui JAKI dan corona.jakarta.go.id”. Hal ini juga berupa ajakan Anies Baswedan yang memberikan informasinya melalui media sosial untuk lansia.

Gambar 4.12 Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Kepada Sasaran Tokoh Agama Provinsi DKI Jakarta Postingan tanggal 23 Maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 23 maret 2021 memposting dan memberikan informasi terkait pelaksanaan vaksinasi covid-19 sasaran tokoh agama Provinsi DKI Jakarta di fasilitas Kesehatan. Dalam caption di instagramnya, Anies Baswedan memberikan Langkah-langkah dengan bahasanya yang mudah dimengerti seperti pertama tokoh agama yang telah terdata di bit.ly data sasaran tokoh agama datang ke puskesmas atau rumah sakit Langkah kedua cek kelengkapan administrasi seperti KTP dan surat pengantar sebagai tokoh agama, ketiga pengecekan ulang selanjutnya bila data sasaran tidak tersedia disarankan untuk melapor dan bila data sasaran tersedia akan mendapatkan vaksinasi di faskes dan lakukan Langkah-langkah sesuai alur pelayanan. Pesan yang diterima oleh khalayak adalah bahwasanya dalam postingan Anies Baswedan memberikan Langkah-langkah dalam pelaksanaan vaksinasi Covid-19 untuk sasaran tokoh agama provinsi DKI Jakarta di fasilitas Kesehatan. Sebagai komunikator politik Anies Baswedan memiliki tujuan untuk meningkatkan target vaksinasi.

Berdasarkan observasi yang telah diteliti oleh peneliti bahwasanya pesan yang disampaikan yang sesuai dengan teori komunikasi politik Dan Nimmo adalah bentuk pesannya adalah propaganda dengan interkasi simbolik yang dimana terdapat elemen seperti gambar tokoh agama, bentuk tulisan untuk menuliskan Langkah-langkah dan juga hal ini disertai dengan ajakan oleh Anies Baswedan untuk tokoh agama.

Gambar 4.13 Informasi Cara Kerja Vaksin Postingan tanggal 23 Maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 23 maret 2021 memposting tentang cara kerja vaksin Anies Baswedan memberikan informasi tentang cara kerja vaksin yang pertama vaksin adalah produk biologis yang diberikan ke seseorang untuk melindunginya dari penyakit yang melemahkan bahkan mengancam jiwa, kemudian vaksin membantu system kekebalan tubuh melawan infeksi secara efisien dengan mengaktifkan respon tubuh terhadap penyakit tertentu. Khalayak atau penerima pesan yang disampaikan melalui postingan Instagram Anies Baswedan melihat informasi tentang cara kerja vaksin, sehingga pesan yang disampaikannya mengandung makna bahwa vaksinasi yang tengah berjalan ini bertujuan untuk untuk melindungi kekebalan tubuh, memperkuat sistem kesehatan, menurunkan kesakitan hingga mencegah kematian. Postingan ini menggambarkan tentang pengertian vaksinasi, karena menurut orang/masyarakat yang awam yang belum mengetahui seputar vaksin, postingan ini sangat berguna dan penting. Sehingga dijelaskan dengan bentuk sebuah gambar yang disajikan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti bahwasanya Pesan yang terkandung dalam interaksi simbolik propaganda dan ajakan terhadap postingan Instagram tentang cara kerja vaksin yang diposting oleh Anies Baswedan adalah sebagai meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang vaksin COVID-19 dengan memposting cara kerja vaksin, Anies Baswedan memberikan informasi yang bermanfaat dan relevan tentang vaksin COVID-19 kepada masyarakat. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang pentingnya vaksinasi dalam memerangi pandemi COVID-19. Meningkatkan kepercayaan pada vaksin COVID-19 melalui penjelasan tentang cara kerja vaksin, Anies Baswedan dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap keamanan dan efektivitas vaksin COVID-19. Hal ini sangat penting untuk mengatasi penolakan atau ketidakpercayaan terhadap vaksin COVID-19 yang dapat memperlambat upaya penanganan pandemi.

Gambar 4.14 Informasi Vaksin Aman dan Halal Termasuk Untuk Lansia Postingan tanggal 26 Maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 26 maret 2021 memposting tentang Gerakan vaksinasi lansia Jakarta. Dalam psotingan tersebut dimaksud untuk menginformasikan bahwa vaksin yang akan digunakan oleh lansia aman dan halal. Selain itu juga pelaksanaan vaksinasi covid-19 untuk lansia masih terus berlanjut, dari hasil klinis yang dilakukan, vaksin terbukti mampu membentuk antibody dan menetralkan vairus penyebab covid-19. Untuk itu sebagai penerima pesan yang disampaikan Anies Baswedan melalui instagramnya harus mengetahui beragam

informasi agar tidak kemakan hoax oleh berita lainnya. Dan Anies Baswedan dalam tulisan captionnya bagian kalimat akhir memberikan Informasi penting lainnya mengenai vaksinasi melalui website corona.jakarta.go.id/vaksinasi.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa Pesan yang terkandung dalam bentuk propaganda interaksi simbolik dan ajakan terhadap postingan Instagram Anies Baswedan tentang informasi vaksin yang aman dan halal termasuk untuk lansia bahwa untuk memperkuat kepercayaan dan keyakinan masyarakat terhadap vaksinasi COVID-19. Dalam postingannya, Anies Baswedan menekankan bahwa vaksin COVID-19 yang digunakan adalah aman dan halal. Hal ini dapat memperkuat kepercayaan dan keyakinan masyarakat terhadap vaksinasi COVID-19 dan mengurangi kekhawatiran atau ketidakpercayaan yang mungkin dirasakan oleh sebagian masyarakat. Propaganda dapat mempengaruhi persepsi dan pandangan masyarakat tentang suatu hal. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan didukung oleh sumber yang terpercaya, serta tidak memanipulasi atau mengabaikan fakta yang relevan.

Gambar 4.15 Vaksinasi Covid-19 Untuk Pelaku UMKM Khusus Jakpreneur Postingan tanggal 25 April 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan tanggal 25 april 2021 memposting tentang vaksinasi covid-19 untuk pelaku UMKM khusus Jakpreneur, dalam postingannya Anies Baswedan telah memberikan informasi terkait vaksinasi yang akan dilakukan oleh pelaku UMKM, dan dalam digerkannya vaksinasi ini bisa mendorong denyut pemulihan ekonomi nasional. Pesan yang disampaikan melalui Instagram Anies Baswedan mengajak untuk UMKM Jakpreneur

melakukan vaksinasi covid-19 yang dapat mendaftarkan diri melalui bit.ly/DaftarVaksinUMKM.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti bahwa pesan yang terkandung dalam bentuk propaganda interaksi simbolik dan ajakan terhadap postingan Instagram Anies Baswedan tentang vaksinasi untuk pelaku UMKM hal ini memperkuat dukungan pemerintah untuk pelaku UMKM. Dalam postingannya, Anies Baswedan menunjukkan dukungan pemerintah untuk pelaku UMKM dengan menekankan pentingnya vaksinasi untuk melindungi kesehatan dan kelangsungan usaha mereka. Hal ini dapat membantu memperkuat dukungan pemerintah untuk sektor UMKM dan meningkatkan kepercayaan pelaku UMKM pada kebijakan pemerintah. Termasuk kedalam propaganda interaksi simbolik adanya elemen pelaku UMKM yang terdapat pada gambar.

Gambar 4.16 Informasi data terkait vaksinasi Covid-19
Postingan tanggal 17 Juni 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 17 juni 2021 dengan like sebanyak 8,956, Anies Baswedan memposting mengenai data vaksinasi covid-19 di Jakarta pada bulan juni, dalam postingan tersebut tertera vaksinasi program total dosis 1 mencapai 3.041.573 juta dan tidak lupa Anies Baswedan tuangkan ajakan dalam bentuk tulisan di caption dan mengingatkan untuk mendaftarkan vaksinasi lewat JAKI dan menginformasikan bahwa sudah 3 juta orang yang telah di vaksin, hal ini ditunjukkan bahwa kebijakan vaksinasi yang diatur oleh Anies Baswedan telah berhasil lewati capaian vaksinasi, dan juga dengan masyarakat yang percaya akan

vaksinasi. Berdasarkan observasi yang telah diteliti oleh peneliti bahwasanya postingan ini memberikan gambaran bahwa informasi yang Anies Baswedan posting dan share melalui media sosial juga sangat bermanfaat dan berguna untuk mencari tahu data vaksin bulan juni, selain itu juga sebagai Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan tidak lupa terus mengingatkan masyarakat untuk segera daftar vaksinasi, ini adalah bentuk salah satu kepedulian Anies Baswedan juga agar lebih cepat melewati capaian vaksinasi.

Pesan yang terkandung dalam postingan Anies Baswedan di Instagram tentang informasi data terkait vaksinasi COVID-19 dapat digambarkan sebagai propaganda berbasis interaksi simbolik, karena ia menggunakan simbol dan pesan tertentu untuk mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku orang tentang vaksinasi COVID-19. Dalam postingannya, Anies Baswedan mungkin menggunakan simbol-simbol seperti angka-angka, grafik, dan diagram untuk menyampaikan informasi data tentang vaksinasi COVID-19, seperti jumlah orang yang telah divaksinasi, jenis vaksin yang digunakan, dan tingkat efektivitas vaksin. Selain itu, ia mungkin juga menggunakan pesan-pesan yang positif dan persuasif, seperti pentingnya vaksinasi COVID-19 untuk melindungi diri sendiri dan orang lain dari COVID-19, dan bahwa vaksinasi COVID-19 aman dan efektif.

Gambar 4.17 Kolaborasi Penyelenggaraan Sentra Vaksinasi Covid-19 Jakarta Postingan tanggal 14 Juli 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 14 juli 2021 dengan like sebanyak 8,814, postingan tersebut memposting kolaborasi penyelenggaraan sentra vaksinasi Covid-19 Jakarta hal ini diposting untuk memberi informasi dan juga untuk mengajak seluruh entitas warga Jakarta untuk mendekatkan pada akses vaksin. Dalam postingan tersebut dijelaskan bahwa dalam rangka Jakarta bangkit dari pandemi Covid-19, pemprov DKI Jakarta terus melakukan percepatan pelaksanaan vaksinasi Covid-19 untuk warga Jakarta dengan target vaksinasi 7,5 Juta untuk penduduk usia 12 tahun ke atas hingga Agustus 2021.

keatas. Anies Baswedan mengajak masyarakat untuk ikut dalam kolaborasi penyelenggaraan sentra vaksin yang dituangkan dalam bentuk caption tulisan “Untuk menyukseskan hal tersebut, Pemprov DKI Jakarta mengajak seluruh entitas warga Jakarta untuk mendekatkan akses vaksin kepada seluruh kalangan masyarakat melalui program kolaborasi sentra vaksinasi covid-19”.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti bahwa Pesan yang terkandung dalam bentuk propaganda interaksi simbolik dan ajakan terhadap postingan Instagram Anies Baswedan tentang kolaborasi penyelenggaraan sentra vaksin COVID-19 adalah Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi. Dalam postingannya, Anies Baswedan menekankan kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam penyelenggaraan sentra vaksinasi COVID-19. Hal ini dapat memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam program vaksinasi dan membantu meningkatkan cakupan vaksinasi di masyarakat.

Gambar 4.18 Informasi Vaksinasi Covid-19 Anak dan Remaja 12-17 Tahun

Postingan tanggal 16 agustus 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 16 agustus 2021 dengan like sebanyak 3,923 memposting informasi vaksinasi anak dan remaja 12-17 tahun, Hal ini ditunjukkan bahwa Anies Baswedan memberikan sedikit edukasi mengenai vaksinasi covid-19 yang dituangkan dalam bentuk tulisan di caption, Bahasa yang digunakan sangat mudah di mengerti dan terkesan rapih, tulisan dalam caption tersebut adalah “Jangan takut divaksin! Vaksinasi Covid-19 buat anak dan remaja usia 12-17 tahun juga bisa memberikan perlindungan bagi tubuh, biar terhindar dari tertular virus ataupun kemungkinan sakit akibat Covid-19 dengan cara memicu system imun tubuh sehingga terbentuk imunitas”.

Berdasarkan observasi yang telah diteliti oleh peneliti postingan ini memberikan gambaran mengenai bahwa Anies Baswedan mengajak untuk mendaftar vaksin dan ditegaskan dengan bentuk tulisan caption ‘‘Janginan takut divaksin!’’ tentu hal ini membuat masyarakat yang melihat postingan tersebut menjadi percaya bahwa vaksin aman bahkan bisa memberikan perlindungan tubuh terhindar dari virus. Anies Baswedan mengingatkan bahwa daftar vaksinasi melalui aplikasi JAKI agar dapat memudahkan mencari informasi sentra vaksin dan jadwal vaksinasi Covid-19.

Pesan yang terkandung dalam bentuk propaganda interaksi simbolik dan ajakan terhadap postingan Instagram Anies Baswedan tentang informasi vaksinasi COVID-19 anak dan remaja 12-17 tahun. Hal ini untuk Mendorong partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi. Dengan memberikan informasi terkait vaksinasi COVID-19 untuk anak dan remaja 12-17 tahun, Anies Baswedan dapat memotivasi orang tua dan wali untuk membawa anak-anak mereka ke pusat vaksinasi. Hal ini dapat membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi COVID-19 dan membantu mencapai target cakupan vaksinasi yang ditetapkan oleh pemerintah.

Gambar 4.19 Informasi tentang Vaksin Jenis Pfizer dan Moderna Terbuka untuk Masyarakat Umum Postingan tanggal 9 September 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 9 september 2021 dengan like sebanyak 23,399 memposting tentang vaksin jenis Pfizer dan Moderna di DKI Jakarta terbuka untuk masyarakat umum dan tidak perlu surat rekomendasi lagi. Anies Baswedan memposting kabar baik yang tertuang dalam bentuk foto dan caption mengenai informasi dari vaksinasi, dalam foto tersebut dijelaskan bahwa ‘‘tak perlu lagi surat rekomendasi untuk penyuntikan vaksin Moderna dan Pfizer, kecuali masyarakat

dengan immunocompromised (seperti : penyakit komorbid berat, autoimun, pasien dalam terapi immunosupresan). Tertera dalam foto masyarakat umum (vaksin Moderna untuk usia 18+ dan Pfizer untuk usia 12+) dan juga WNI ber-KTP Jakarta serta WNI domisili DKI Jakarta. Postingan ini mengetahui bahwa Anies Baswedan memberikan informasi kabar baik mengenai vaksinasi agar masyarakat umum melihat dan ikuti vaksinasi, selain itu Anies Baswedan juga memberikan ajakan untuk mendaftarkan vaksinasi melalui JAKI dan cek terlebih dahulu untuk kuota yang tersedia.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti Pesan yang terkandung dalam bentuk propaganda interaksi simbolik dan ajakan terhadap postingan Instagram Anies Baswedan tentang informasi vaksin jenis Pfizer dan Moderna terbuka untuk masyarakat umum adalah Mendorong partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi: Dengan memberikan informasi terkait vaksin jenis Pfizer dan Moderna, Anies Baswedan dapat memotivasi masyarakat untuk mengambil bagian dalam program vaksinasi dan memilih jenis vaksin yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi COVID-19 dan membantu mencapai target cakupan vaksinasi yang ditetapkan oleh pemerintah.

Gambar 4.20 Informasi Tentang Vaksinasi di Jakarta Postingan tanggal 12 oktober 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan tanggal 12 oktober dengan like sebanyak 8,130 memberikan informasi terkini tentang vaksinasi di Jakarta, dalam foto tersebut menjelaskan “semua merek vaksin program (termasuk Pfizer) saat ini bisa disuntikkan untuk seluruh KTP Indonesia”. Anies Baswedan menuangkan informasi vaksinasi ke dalam bentuk tulisan caption untuk mengajak masyarakat Jakarta vaksin tidak perlu

milih jenis vaksin karena semua vaksin aman dan berkhasiat. Postingan ini menggambarkan bahwa semua jenis vaksin aman dan berkhasiat, Anies Baswedan mengajak masyarakat Jakarta untuk tidak ragu dalam vaksinasi Covid-19, selain untuk menjaga imun tubuh dan juga mencegah virus masuk kedalam tubuh. Anies Baswedan juga selalu mengingatkan untuk daftarkan vaksin melalui aplikasi JAKI.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti Pesan yang terkandung dalam bentuk propaganda interaksi simbolik dan ajakan terhadap postingan Instagram Anies Baswedan tentang informasi tentang vaksinasi adalah Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksinasi. Dalam postingannya, Anies Baswedan dapat menyampaikan informasi yang mendukung pentingnya vaksinasi, termasuk manfaatnya bagi kesehatan individu dan masyarakat secara keseluruhan. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksinasi COVID-19 dan memotivasi mereka untuk mengambil bagian dalam program vaksinasi.

- b. Kategori yang kedua adalah tentang mengajak Masyarakat DKI Jakarta ikut vaksinasi Covid-19 melalui video :

Gambar 4.21 Informasi Untuk Mendaftarkan Diri Vaksinasi Melalui Aplikasi JAKI Postingan tanggal 16 Juni 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

postingan pada tanggal 16 juni 2021 dengan viewers sebanyak 92,842, Anies Baswedan mengajak masyarakat DKI Jakarta untuk mendaftarkan diri vaksinasi melalui aplikasi JAKI. Dalam video tersebut Anies Baswedan terlihat runtut dalam menyampaikan pesannya kepada masyarakat. Pada penjelasan

tersebut Anies memberikan penjelasan dengan pelafalan yang hati-hati. Pada video tersebut juga Anies Baswedan menjelaskan tata cara mendaftarkan di JAKI *“buat yang mau vaksin tapi bingung bagaimana cara daftarnya, sebenarnya gampang tinggal buka aplikasi dan pilih jadwal lalu nikmati daftar vaksinasi dari rumah”*. Hal ini menunjukkan bahwa seorang Gubernur memiliki cara komunikasi politiknya untuk mengajak masyarakat vaksinasi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Kemudian tulisan caption dalam psotingan tersebut Anies Baswedan mengajak untuk mendaftarkan segera vaksinasi lewat aplikasi JAKI, selain posting video, Anies Baswedan juga menuliskan dalam bentuk perkataan yang dituangkan dengan caption.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti bahwa Pesan yang terkandung dalam bentuk propaganda interaksi simbolik dan ajakan terhadap postingan Instagram Anies Baswedan tentang informasi untuk mendaftarkan diri vaksinasi melalui aplikasi JAKI adalah Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi: Anies Baswedan dapat menggunakan propaganda untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi COVID-19 dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses tentang cara mendaftar untuk mendapatkan vaksin. Dalam hal ini, Anies Baswedan menyarankan masyarakat untuk mendaftar melalui aplikasi JAKI yang mudah diakses dan praktis digunakan.

Gambar 4.22 informasi Update Perkembangan Pandemi Covid-19 Postingan tanggal 31 Juli 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan tanggal 31 juli 2021 viewes sebanyak 230,244 tentang pemberian *update* tentang perkembangan situasi saat pandemi covid-19 di Jakarta, dalam video tersebut menjelaskan adanya 4 hal yang ingin disampaikan bahwa pertama, berita baik pada 16 Juli tercatat 113 ribu kasus aktif di Jakarta. Sampai saat ini, hanya ada 19 ribu kasus aktif. Dengan kata lain, sudah turun di bawah puncak gelombang pertama dari Februari lalu. Kedua, Bapak Presiden Jokowi menetapkan target pemberian imunisasi 7,5 juta dosis awal di Jakarta pada akhir Agustus 14 Juni. Target itu kemudian tercapai hari ini, 31 Juli, saat 2,5 juta dosis vaksin kedua dan 7,5 juta dosis vaksin pertama diberikan di Jakarta.

Satu bulan lebih awal dari yang diharapkan. Ketiga, kami sekarang memiliki akses ke data aktual tentang kinerja vaksin di lapangan karena begitu banyak warga Jakarta yang telah menerima vaksinasi. Sekitar 13 kasus per 100.000 orang, atau 0,013% dari 4,2 juta populasi, hilang akibat COVID. Di antara mereka yang telah menerima vaksinasi, tingkat kematian kasus turun menjadi kurang dari sepertiga dari CFR bagi mereka yang belum. Jelas, vaksinasi dapat menurunkan risiko penyakit serius dan kematian. Untuk melindungi diri kita sendiri, keluarga kita, dan lingkungan di sekitar kita, vaksinasi harus menjadi bagian dari strategi kita. Keempat, ditetapkan bahwa vaksin harus dimasukkan dalam modifikasi atau pelonggaran berbagai kegiatan ekonomi dan masyarakat di Jakarta berdasarkan statistik efektivitas vaksin sebelumnya serta keberhasilan dan kecepatan pemberian vaksin di Jakarta. Sebelum memulai kegiatan, setiap peserta di sektor apa pun harus #VaksinDulu.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasanya, pesan yang terkandung berupa bentuk dari propaganda yang berbasis interkasi simbolik dan ajakan sehingga postingan Anies Baswedan memberikan gambaran dan informasi dari sosialisasi kebijakan vaksinasi di DKI Jakarta. Anies Baswedan mampu menempatkan posisi dirinya sebagai Gubernur yang sangat peduli dengan masyarakat, terbukti dengan adanya berbagai postingan dari bulan januari hingga desember hingga membuat video mengenai ajakan untuk masyarakat vaksinasi. Anies Baswedan juga mengajak masyarakat Jakarta untuk tidak ragu dalam vaksinasi Covid-19, selain untuk menjaga imun tubuh dan juga mencegah virus masuk kedalam tubuh. Anies Baswedan juga selalu mengingatkan untuk daftarkan vaksin melalui aplikasi JAKI.

Terkait Bahasa yang digunakan dalam postingan mengenai sosialisasi kebijakan vaksinasi Covid-19 bahwa Anies Baswedan memiliki Bahasa yang mudah dipahami yang dituangkan dalam *caption* atau berupa tulisan sehingga masyarakat dengan mudah melihat informasi. Beberapa postingan Anies Baswedan selain memberikan informasi terkait vaksinasi untuk lansia, Pelayan publik dan juga anak/remaja, Anies Baswedan juga memberikan ajakan untuk masyarakat mengikuti vaksinasi hingga mengajak masyarakat untuk daftarkan diri melalui aplikasi JAKI. Anies Baswedan memposting dan memberikan informasi tentang vaksinasi tersebut dalam bentuk gambar dan menuliskan Langkah-langkahnya dalam bentuk *caption*, hal ini tentunya memberikan kemudahan untuk masyarakat karena diberikan informasi melalui media sosial. Selain itu informasi yang dijelaskan berbentuk gambar yang dimana jika dilihat akan menarik.

Berdasarkan analisis terhadap berbagai pesan yang terkandung dalam postingan Anies Baswedan di media sosial Instagram terkait dengan vaksinasi, dapat disimpulkan bahwa postingan tersebut merupakan propaganda berbasis interaksi simbolik yang bertujuan untuk mengajak masyarakat DKI Jakarta untuk melakukan vaksinasi. Dalam postingan tersebut, Anies Baswedan menggunakan bahasa dan simbol-simbol yang membangun pemahaman positif dan menggugah emosi, seperti penggunaan kata-kata yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat, dan memotivasi untuk melindungi diri dan orang lain melalui vaksinasi. Selain itu, terdapat juga ajakan yang konkret, seperti mendaftar vaksinasi melalui aplikasi JAKI dan informasi mengenai jenis vaksin yang tersedia untuk umum, sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan vaksinasi. Secara keseluruhan, propaganda interaksi simbolik yang digunakan oleh Anies Baswedan dalam postingannya mengarah pada tujuan yang positif, yaitu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi untuk memutus rantai penyebaran Covid-19. Namun, sebagai pengguna media sosial yang bertanggung jawab, Anies Baswedan juga perlu memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai vaksinasi untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman atau kebingungan di kalangan masyarakat.

B. Pola Komunikasi Politik Anies Baswedan Dalam Postingan di Instagram Terkait Sosialisasi Vaksinasi

Perencanaan program menentukan keberhasilan suatu kebijakan. Selain itu, komunikasi yang efektif antara berbagai pihak diperlukan untuk menghasilkan

solusi kebijakan yang berkualitas tinggi. Karena dimotivasi oleh pesan-pesan kepada publik mengenai kebijakan, seorang komunikator politik mampu mengimplementasikan ide-ide tersebut dengan sukses. Seorang pejabat publik harus dapat berkomunikasi dengan publik mengenai kebijakan sosialisasi di DKI Jakarta secara terus-menerus untuk mencapai tujuan dalam hal ini.

Menurut Riant Nugroho Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya, tidak lebih dan tidak kurang. Untuk mengimplementasikan kebijakan publik, ada dua pilihan langkah yang ada, yaitu langsung mengimplementasikan dalam bentuk program atau melalui formulasi kebijakan derivat atau turunan dari kebijakan publik tersebut.

Sebagaimana komunikasi lainnya, komunikasi politik juga didukung oleh beberapa unsur utama. Unsur utama dalam komunikasi politik adalah komunikator politik, komunikan, isi komunikasi (pesan), media komunikasi, tujuan komunikasi, dan umpan balik. Setiap unsur komunikasi politik memiliki sifat dan tujuan yang khas. Masing-masing dari unsur komunikasi politik ini pastinya memiliki fungsi untuk mencapai tujuan dari komunikasi politik itu sendiri.

Komunikasi politik yang dilakukan oleh Anies Baswedan selaku Gubernur DKI Jakarta selain sebagai sarana interaksi juga sebagai sarana tolak ukur keberhasilan kebijakan vaksinasi yang ada di DKI Jakarta, karena setiap interaksi yang dilakukan oleh Anies Baswedan disitulah juga membuat masyarakat juga ikut bergerak dalam proses keberhasilan kebijakan sosialisasi vaksinasi, Adapun pola komunikasi politik yang di terapkan Anies Baswedan sebagai Gubernur untuk mensosialisasikan kebijakan Vaksinasi di DKI Jakarta melalui media sosial Instagram :

a) Pola Komunikasi Sekunder

Dengan menggunakan alat atau sarana lain sebagai media kedua setelah menggunakan simbol sebagai yang pertama, komunikator mencari pesan untuk disampaikan kepada komunikan dalam proses komunikasi sekunder. Komunikator memilih media kedua ini karena audiens sarannya sangat jauh, sangat banyak, atau keduanya sangat jauh dan banyak. Pola komunikasi ini mengandung lima komponen yang saling berhubungan: komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Kelima prinsip ini menawarkan kerangka kerja praktis untuk memeriksa komunikasi.

Politik dan komunikasi keduanya mengacu pada hal yang sama. Komunikasi adalah proses sosial dari orang-orang yang menciptakan makna, yang merupakan citra dunia yang mereka kenali (dan dari mana mereka bertindak), dan bertukar makna itu melalui simbol-simbol. Politik sering dipahami sebagai aktivitas komunal yang mengontrol perilaku kelompok pada saat terjadi konflik sosial.

1. Komunikator politik

Individu yang memulai percakapan atau menyampaikan pesan kepada orang lain adalah komunikator. Seseorang dapat membedakan antara menjadi komunikator sebagai individu, lembaga, atau sekelompok orang. Hal ini membuat perbedaan antara dua kelompok komunikator politik. Sumber individu didahulukan, seperti ketika tokoh publik, pejabat, atau orang biasa berfungsi sebagai sumber untuk operasi komunikasi politik. Kedua, sumber kolektif, seperti ketika seseorang berbicara atas nama perusahaan atau institusi. Dalam hal ini komunikator politik yang akan diteliti adalah seorang Gubernur DKI Jakarta yaitu Anies Baswedan.

2. Pesan Politik

Pesan politik adalah definisi dan konvensi kata-kata yang digunakan dalam wacana politik. Pesan-pesan ini adalah hasil dari pengaruh yang disampaikan oleh peserta komunikasi, yang dapat menghasilkan berbagai makna, struktur, dan hasil. Komunikasi politik, bagaimanapun, juga dapat merujuk pada sistem yang terdiri dari sejumlah simbol penting. Pesan-pesan politik juga dapat dikomunikasikan secara visual, misalnya melalui karikatur satir atau slogan-slogan yang mengkritik individu tertentu. Dalam hal ini akan diteliti pesan yang disampaikan oleh Anies Baswedan adalah tentang sosialisasi vaksinasi yang di informasikan melalui media sosial Instagram, dimulai dari bulan januari 2021 sampai oktober 2021.

3. Media Komunikasi Politik

Sebagai alternatif komunikasi verbal, isyarat nonverbal juga dapat digunakan untuk mendorong pesan. Dengan kata lain melalui penggunaan kombinasi simbol, gambar atau aktivitas yang menghasilkan informasi. Akibatnya, saluran komunikasi umum kadang-kadang disebut sebagai alat

atau sarana berkomunikasi dengan orang lain atau khalayak. Media yang digunakan dalam penelitian yaitu Instagram.

4. Khalayak

Dengan kata lain, manusia bertindak terhadap objek dengan memberi mereka makna yang diambil dari perilaku khusus mereka sendiri. Memberi dan menerima antara makna dan tindakan mengembangkan kecenderungan tertentu melalui aktivitas komunikasi. Dan ketika dia memasuki lingkungan baru, perilakunya dipengaruhi oleh pola-pola tersebut. Partisipan dalam penelitian ini adalah warga DKI Jakarta, baik yang sudah divaksinasi maupun yang belum.

5. Efek Politik

Dampak dari beragam bentuk pesan atau content komunikasi dalam interaksi komunikasi bagi target audience yang menjadi sasaran media dan saluran politik lainnya, baik efek langsung maupun efek tidak langsung. Pembahasan efek komunikasi politik sangat berkaitan dengan efek komunikasi media massa, karena dua hal ini saling mempengaruhi dan berhubungan erat dalam prosesnya. Dalam penelitian ini efek dari pesan yang disampaikan Anies Baswedan dalam instagramnya menyatakan bahwa sudah banyak masyarakat yang divaksin. Namun jika dilihat dari perkembangan postingan Anies Baswedan tentang sosialisasi vaksinasi di Instagram tidak terlalu signifikan dapat dilihat dari beberapa komentar hingga postingan Anies Baswedan yang tidak terlalu aktif, walaupun memberikan informasi terkait vaksinasi di media sosial Instagram hanya beberapa postingan yang *likes* paling banyak dan postingan yang diperhatikan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan vaksinasi tidak terlalu berpengaruh ketikan Anies Baswedan memberikan informasi terkait sosialisasi vaksinasi di DKI Jakarta.

b) Pola Komunikasi Sirkular

Proses sirkuler dalam konteks komunikasi adalah feedback atau umpan balik, yaitu arus dari komunikasi ke komunikator. “Respon” atau reaksi komunikasi terhadap pesan yang diterimanya dari komunikator adalah seperti apa umpan balik yang datang dari komunikasi kepada komunikator. Pola komunikasi sirkular ini didasarkan pada paradigma interaksi yang menonjolkan sifat timbal balik komunikator dan sumber jawaban.

Penggunaan umpan balik atau umpan balik sangat penting untuk mencapai tujuan komunikasi. Komunikator akan menilai seberapa baik komunikasi berjalan, apakah pesan yang disampaikan dipahami, dan apakah tujuan komunikasi sudah tercapai atau belum. Lima aspek komunikasi yang saling berhubungan, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan adanya umpan balik dalam model sirkuler, menjadi ciri pola komunikasi sekunder ini. Proses melingkar ini terjadi dalam dua arah. Model ini dapat digunakan untuk menentukan berhasil atau tidaknya suatu komunikasi karena suatu komunikasi dianggap berhasil jika penerima pesan memberikan umpan balik.

Model ini menggabungkan konsep pertukaran umpan balik. Ada komunikator yang mengirim pesan, dan ada penerima yang bertindak sebagai komunikan dan memilih, memutuskan, dan menanggapi pesan komunikator. Akibatnya, komunikasi melibatkan proses sirkulasi atau perputaran arah, dan individu sering memainkan banyak peran sekaligus, terkadang bertindak sebagai komunikator dan sebagai penerima di lain waktu.

Dalam hal ini postingan Anies Baswedan terkait sosialisasi vaksinasi dalam media sosial Instagram tidak terlalu signifikan jika dilihat dari perkembangan postingan di media sosial instagramnya, karena hanya sekedar memberikan berupa informasi. Berdasarkan hasil Observasi yang telah dilakukan peneliti bahwa pola komunikasi Anies Baswedan dalam media sosial instagramnya adalah pola komunikasi sekunder dan pola komunikasi sirkular. Jika postingan Anies Baswedan terkait sosialisasi vaksinasi hanya berupa memberikan informasi tanpa adanya tindakan nyata atau kampanye aktif untuk mendorong masyarakat untuk divaksinasi, maka postingan tersebut mungkin tidak memiliki dampak yang signifikan dalam mempercepat penyebaran vaksinasi. Penting untuk diingat bahwa sosialisasi vaksinasi di media sosial hanya merupakan bagian kecil dari upaya yang diperlukan dalam mempromosikan vaksinasi kepada masyarakat. Upaya yang lebih besar, seperti kampanye media massa, kampanye door-to-door, dan peningkatan aksesibilitas vaksinasi, juga sangat penting untuk memastikan bahwa lebih banyak orang menerima vaksinasi.

Anies Baswedan dianggap telah mulai serius menangani penanganan covid-19 di ibu kota. Terbukti dari target vaksinasi yang terus dimaksimalkan untuk semua warga DKI. Salah satunya adalah vaksinasi bagi semua pekerja tenant, SPG, security dan tenaga outsourcing di 93 mal yang sudah mencapai 100 persen sudah menerima vaksin. Hal ini dibuktikan dengan adanya kebijakan untuk mal menyediakan sentra vaksinasi ini tertuang dalam SK Kepala Dinas PPKUKM Nomor 440 Tahun 2021 tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level 4 Covid-19, seluruh mal di Jakarta wajib menyediakan sentra vaksinasi. Secara garis besar komunikasi yang dilakukan oleh Anies Baswedan cukup baik, pola komunikasi sekunder dan sirkuler menjadi pilihan yang tepat untuk berinteraksi kepada masyarakat melalau

media sosial Instagram. Karena sebagai pejabat publik harus memberikan informasi yang jelas sehingga membuat masyarakat percaya.. Selanjutnya postingan terkait vaksinasi di media sosial instagramnya adalah bentuk kepedulian dan pendekatan kepada masyarakat.

BAB V
TANGGAPAN/RESPON KOMENTAR DI POSTINGAN ANIES
BASWEDAN TENTANG VAKSINASI DALAM INSTAGRAM

**A. Tanggapan Masyarakat DKI Jakarta Dalam Postingan Anis Baswedan
Terkait Kebijakan Vaksinasi Covid-19**

Anies Baswedan telah menggunakan media sosial Instagram untuk berkomunikasi dengan masyarakat DKI Jakarta terkait kebijakan vaksinasi Covid-19. Konsisten dalam memberikan informasi tentang vaksinasi Anies Baswedan terlihat konsisten dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan kebijakan vaksinasi Covid-19. Ia sering membagikan informasi tentang target vaksinasi, jenis vaksin yang tersedia, persyaratan untuk mendapatkan vaksin, serta tempat dan waktu vaksinasi. Menggunakan bahasa yang mudah dipahami Dalam berkomunikasi di media sosial Instagram. Ia menghindari penggunaan istilah-istilah teknis yang sulit dipahami oleh orang awam dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti agar pesan yang disampaikan mudah dipahami oleh semua orang. Menggunakan media visual, Anies Baswedan sering menggunakan media visual seperti gambar dan video dalam postingan tentang kebijakan vaksinasi Covid-19.

Media visual ini membantu masyarakat untuk lebih memahami informasi yang disampaikan dan meningkatkan daya tarik postingan. Memotivasi masyarakat untuk mendukung kebijakan vaksinasi Anies Baswedan sering memotivasi masyarakat untuk mendukung kebijakan vaksinasi Covid-19. Ia menekankan pentingnya vaksinasi sebagai langkah yang efektif untuk melindungi diri dan orang lain dari Covid-19 serta membantu Indonesia keluar dari pandemi. Responsif terhadap pertanyaan dan masukan masyarakat Anies Baswedan terlihat responsif terhadap pertanyaan dan masukan dari masyarakat di media sosial Instagram. Ia sering memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh masyarakat dan memperhatikan masukan yang diberikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan vaksinasi.

Gambar 5.23 Informasi dan Edukasi Covid-19 & Vaksin Postingan pada tanggal 23 Januari 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 23 Januari 2021 terdapat jumlah komentar 112 dan jumlah likes 6.897 dalam hal ini tentu terdapat komentar pro dan kontra seperti akun Bernama @smartclean.sc berkomentar “*terimakasih pak atas informasinya, sehat selalu pak Anies*”. Dan komentar kontra akun @logam_receh “*ah berita basi pak... dilapangan masih banyak pelanggaran prokes baik yang dilakukan masyarakat kecil, pengusaha, ataupun pejabat public sekaligus*”.

komentar pro cenderung memberikan dukungan dan apresiasi terhadap upaya Anies Baswedan dalam memberikan informasi dan edukasi mengenai Covid-19, terutama terkait dengan program vaksinasi. Beberapa komentar pro menunjukkan rasa terima kasih dan penghargaan terhadap Anies Baswedan karena telah memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai vaksinasi, serta memberikan ajakan yang konkret untuk melakukan vaksinasi. Selain itu, beberapa komentar pro juga menunjukkan dukungan terhadap kebijakan yang diambil oleh Anies Baswedan dalam menangani pandemi Covid-19 di Jakarta.

Terdapat juga komentar-komentar kontra yang menunjukkan ketidakpuasan dan kritik terhadap informasi dan edukasi yang disampaikan oleh Anies Baswedan. Beberapa komentar kontra mengkritik cara penyampaian informasi yang dianggap kurang jelas atau kurang akurat, serta mempertanyakan kebijakan yang diambil oleh Anies Baswedan dalam menangani pandemi Covid-19 di Jakarta. Selain itu, terdapat juga komentar kontra yang menunjukkan ketidakpercayaan terhadap vaksinasi Covid-19, sehingga menolak untuk melakukan vaksinasi.

Gambar 5.24 Vaksinasi Massal untuk Tenaga Kesehatan Postingan Tanggal 2 Februari 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 2 february 2021 terdapat 88 komentar dan 7.677 jumlah likes. Dalam hal ini terdapat beberapa komentar pro dan kontra seperti Akun Bernama @griya_properti_center berkomentar “*semoga covid-19 segera berakhir*” kemudian akun Bernama Akun @bob_seludope “*turun jabatan deh pak karena saya ga percaya vaksin*”. Beberapa komentar setuju bahwa Vaksinasi massal untuk tenaga kesehatan dapat mempercepat proses pemulihan ekonomi, karena para tenaga kesehatan dapat kembali bekerja secara penuh dan memperkuat sistem kesehatan yang saat ini kurang tenaga. Beberapa orang mungkin merasa bahwa vaksinasi massal tidak diperlukan, terutama jika mereka percaya bahwa pandemi sudah mulai melambat atau bahwa virus COVID-19 tidak berbahaya bagi mereka secara pribadi.

Gambar 5.25 Pelaksanaan Vaksinasi Tahap 2 Bagi Petugas Publik Postingan Tanggal 17 Februari 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 17 februari 2021 terdapat 81 komentar dan 7.651 likes yang dimana terdapat komentar pro dan kontra, komentar pro terdapat pada akun akun Bernama @ilhamzurriyati berkata “setelah divaksinasi dan memberikan informasi bahwa vaksinasi tidak terasa apa-apa”. Namun komentar kontra tidak terlalu berhubungan dengan postingan yang ada. Beberapa komentar pro setuju dengan postingan Anies Baswedan karena melindungi petugas publik, kita juga dapat melindungi masyarakat secara keseluruhan dan mempercepat proses pemulihan ekonomi, karena petugas publik dapat melanjutkan tugas-tugas mereka dengan lebih aman dan efektif. Kemudian beberapa yang tidak setuju bahwa Beberapa orang mungkin memiliki kekhawatiran tentang keamanan dan efektivitas vaksin COVID-19, yang dapat membuat mereka enggan menerima vaksinasi tahap 2 bagi petugas publik. Ada kemungkinan bahwa pelaksanaan vaksinasi tahap 2 bagi petugas publik dapat menghabiskan sumber daya dan anggaran yang berharga dari sistem kesehatan, yang dapat berdampak pada pasien yang membutuhkan perawatan medis lainnya.

Gambar 5.26 Pengisian Formulir Pendaftaran Vaksinasi Covid-19 Untuk Lansia Postingan Tanggal 21 Februari 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 21 februari 2021 terdapat 610 komentar dengan jumlah likes sebanyak 11.084 yang dimana terdapat komentar pro dan kontra, salah satunya komentar yang setuju akun bernama @hasan_utsaimin “Perkenalan nama saya Hasan Utsaimin dari SMK Bakti Nusa izin berkomentar,dengan adanya suntik vaksinasi ini dapat mencegah penularan covid 19 dengan cepat 🙏”. Dan komentar yang tidak setuju salah satunya akun bernama @mitramitreninet_official “#TolakVaksinasi Indonesia Sehat Tanpa Vaksin belajar dari Kasus FLU BURUNG Indonesia sukses tanpa vaksinasi nasional dan tanpa ancaman mengancam

rakyat 🙄”. Beberapa komentar yang setuju bahwa pengisian formulir pendaftaran vaksinasi Covid-19 untuk lansia dapat membantu mempercepat proses vaksinasi dan melindungi populasi yang lebih rentan terhadap virus, seperti lansia. Dengan mengisi formulir pendaftaran, lansia dapat memastikan bahwa mereka akan mendapatkan jadwal vaksinasi yang sesuai dan dapat mempersiapkan diri dengan lebih baik. Namun beberapa komentar yang tidak setuju Beberapa lansia mungkin tidak memiliki akses atau pengetahuan yang cukup untuk mengisi formulir pendaftaran secara mandiri, sehingga dapat menghambat mereka dari mendapatkan vaksinasi yang diperlukan. Ada kemungkinan bahwa pengisian formulir pendaftaran dapat menjadi proses yang membingungkan dan rumit, sehingga dapat menimbulkan frustrasi dan kebingungan di kalangan lansia

Gambar 5.27 Cek Jadwal Vaksinasi Untuk Lansia di Jakarta Postingan tanggal 16 maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 16 maret 2021 terdapat 5 komentar dan 343 jumlah likes. Namun terdapat komentar pro dan kontra terhadap postingan tersebut. Salah satunya komentar yang pro akun bernama @widiya6594 “aura positif bapak itu bertebaran dimana-mana kami yang baca cerita bapak saja sudah bisa merasakan hal baik apalagi orang-orang yang berada di sekitar bapak, sehat selalu pak Anies Baswedan”. Namun komentar yang kontra akun bernama @fajril_husadi “saya ga suka bohongi orang demi PILKADA”. Beberapa komentar yang setuju terhadap postingan Anies Baswedan bahwa cek jadwal vaksinasi dapat membantu mengurangi risiko kerumunan dan penyebaran virus COVID-19, karena lansia dapat datang ke tempat vaksinasi sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Namun beberapa komentar kontra tidak setuju karena beberapa lansia mungkin tidak memiliki akses atau pengetahuan yang cukup untuk menggunakan teknologi digital untuk cek jadwal vaksinasi, sehingga dapat menghambat mereka dari mendapatkan vaksinasi yang diperlukan.

Gambar 5.28 Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Kepada Sasaran Tokoh Agama Provinsi DKI Jakarta Postingan tanggal 23 Maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan tanggal 23 maret 2021 terdapat 1 komentar dan 339 jumlah likes, hal ini terdapat 1 komentar positif yang hanya menunjukkan emoticon like. Hal ini diposting agar masyarakat DKI Jakarta yang setuju dengan vaksinasi covid-19 setuju bahwa tokoh agama sering memiliki pengaruh yang besar dalam masyarakat, dan jika mereka mendapatkan vaksinasi, mereka dapat membantu memberikan pemahaman tentang pentingnya vaksinasi kepada komunitas mereka. Vaksinasi kepada tokoh agama dapat membantu mendorong partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi, terutama di kalangan yang awalnya skeptis terhadap vaksinasi. Mengutamakan tokoh agama dalam program vaksinasi dapat membantu melindungi mereka yang terpapar risiko tinggi dari COVID-19 dan juga dapat memastikan kontinuitas kegiatan keagamaan di masa depan.

Gambar 5.29 Informasi Cara Kerja Vaksin Postingan tanggal 23 Maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan tanggal 23 maret 2021 terdapat 5 komentar dan 404 jumlah likes. Hal ini membuat beberapa adanya komentar pro dan kontra salah satunya komentar yang positif adalah akun @endang_m_ hanya menunjukkan emoticon jempol. Dan komentar yang kontra adalah menyatakan bahwa Akun @suryalonsy “saya sehat tanpa divaksin”. Hal ini diposting untuk menjelaskan tentang cara kerja vaksin dapat membantu masyarakat memahami pentingnya vaksinasi dan mengurangi ketidakpastian atau kekhawatiran tentang efek samping atau keamanan vaksin. Penjelasan tentang cara kerja vaksin dapat membantu masyarakat memahami bagaimana vaksinasi dapat melindungi mereka dari penyakit dan membantu menghentikan penyebaran virus. Dan penjelasan yang jelas dan mudah dipahami tentang cara kerja vaksin dapat membantu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program vaksinasi. Dan komentar negatif menimbulkan kekhawatiran atau ketidakpastian dalam masyarakat, terutama jika informasi tersebut tidak dijelaskan dengan baik atau disajikan dengan cara yang tidak jelas.

Gambar 5.30 Informasi Vaksin Aman dan Halal Termasuk Untuk Lansia Postingan tanggal 26 Maret 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 26 maret 2021 terdapat 1 komentar dan 1.289 jumlah likes, hal ini tidak sesuai dengan jumlah likes yang ada dengan jumlah komentar. Dan komentar yang ada adalah komentar yang negatif yang dimana akun @nismachaniago “17 hari lagi Ramadhan saya tidak berani vaksin karena puasa”. Hal ini merupakan adanya keraguan akan vaksinasi walaupun Anies Baswedan memposting berupa gambar dengan tulisan vaksin aman dan halal.

Gambar 5.31 Vaksinasi Covid-19 Untuk Pelaku UMKM Khusus Jakpreneur Postingan tanggal 25 April 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan tanggal 25 april terdapat 40 komentar dan 5,821 jumlah likes terdapat komentar pro dan kontra, komentar yang setuju salah satunya Akun @nutriseh hanya menunjukkan emoticon jempol. Dan komentar yang tidak setuju salah satunya Akun @faeez_fawwaz “kenapa harus divaksin?? Seberapa hebat vaksin itu?. Hal ini diposting untuk memberikan program dukungan pelaku UMKM dapat membantu meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka dalam mengelola bisnis, sehingga dapat membantu meningkatkan kualitas dan daya saing bisnis mereka. Program dukungan seperti Jakpreneur dapat membantu memperkuat ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja baru di Jakarta, yang pada gilirannya dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan. Dengan memberikan dukungan dan pelatihan kepada pelaku UMKM, program seperti Jakpreneur dapat membantu memperkuat ekosistem bisnis lokal dan meningkatkan keberlanjutan bisnis di masa depan.

Gambar 5.32 Informasi data terkait vaksinasi Covid-19 Postingan tanggal 17 Juni 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan tanggal 17 juni 2021 terdapat 309 komentar dan 8,949 jumlah likes. Hal ini sangat jauh dari jumlah likes yang ada dengan jumlah komentar. Akibat dari beberapa komentar yang ada, menunjukkan adanya komentar pro dan kontra salah satunya akun yang pro adalah Akun @nainwright74 “*terimakasih pak untuk percepatan covid-19 mereda*” dan akun yang kontra adalah @ma_can.kmy berkomentar “*tolong dikaji ulang soal vaksin, karna kali ini mencurigakan*”. Beberapa komentar positif setuju dengan postingan Anies Baswedan karena hal ini diposting untuk memberitahukan bahwa Vaksin COVID-19 efektif dalam mencegah penularan dan mengurangi risiko kematian dan penyakit serius akibat COVID-19. Namun yang komentar negatif artinya tidak setuju karena Vaksin COVID-19 belum teruji dengan cukup baik dan masih terlalu baru untuk digunakan secara massal.

Gambar 5.33 Kolaborasi Penyelenggaraan Sentra Vaksinasi Covid-19 Jakarta Postingan tanggal 14 Juli 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 14 juli 2021 terdapat 284 komentar dan 8,807 jumlah likes. Hal ini terdapat beberapa komentar yang setuju seperti salah satu akun Bernama @cynichintia “*good intiative pak Anies*” dan komentar yang tidak setuju akun Bernama @_dly15 “*apakah manfaat vaksin kalau masih positif pak? Bapa saya sudah vaksin tapi tetep kena positif. Apa programnya cumin buang2 waktu buat jualan vaksin?*”. Dan Melalui kolaborasi, sumber daya dan tenaga dapat dioptimalkan dan dapat meminimalkan biaya serta waktu yang diperlukan dalam pelaksanaan program vaksinasi.

Gambar 5.34 Informasi Vaksinasi Covid-19 Anak dan Remaja 12-17 Tahun

Postingan tanggal 16 agustus 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 16 agustus 2021 terdapat 210 komentar dan 3,920 jumlah likes, yang dimana salah satu akun yang tidak setuju akan postingan Anies Baswedan adalah akun Bernama @ins131416 berkoemntar “mau daftar kok website gk ditemukan ya pak..saya seperti ini tidak ingin divaksin karena susah”. Lebih berkomentar yang negative karena menurut beberapa orang berpendapat bahwa risiko infeksi COVID-19 pada anak dan remaja 12-17 tahun relatif rendah dan vaksinasi tidak diperlukan. Dan beberapa orang menganggap bahwa vaksin COVID-19 pada anak dan remaja 12-17 tahun merupakan bentuk eksperimen pada anak-anak dan remaja yang tidak sesuai dengan etika medis.

Gambar 3.35 Informasi tentang Vaksin Jenis Pfizer dan Moderna Terbuka untuk Masyarakat Umum Postingan tanggal 9 September 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 9 september 2021 terdapat 907 komentar dan 23,385 jumlah likes. Hal ini sangat tidak imbang jika dilihat dari jumlah likes dan komentar

yang ada. Salah satu komentar yang setuju adalah akun @mbak.widiyanti “*vaksin bagus nih..sayang kalo ga ikutan. Inshallah aman..alhamdulillah saya sudah vaksin Pfizer gada reaksi apa apa setelahnya..*” dan komentar yang tidak setuju salah satunya @_juragan_madu “*stop pemaksaan vaksin*”. Hal ini menunjukkan bahwa vaksinasi membuat keraguan kepada masyarakat yang ada, walaupun Anies Baswedan sudah memposting berupa kabar baik untuk masyarakat DKI Jakarta yang ingin di vaksin.

Gambar 5.36 Informasi Tentang Vaksinasi di Jakarta Postingan tanggal 12 oktober 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 12 oktober 2021 terdapat 188 komentar dan jumlah likes 125.885 hal ini tidak imbang karena jumlah likes yang banyak membuat hanya beberapa komentar yang terlihat seperti komentar yang setuju dengan postingan tersebut adalah akun @mariani2407 “*senangnya jadi warga DKI Jakarta*” dan yang tidak setuju akun @bunthok_mameh “*ngak semua vaksin halal*”. Dilihat dari beberapa komentar bahwa Beberapa orang mengkhawatirkan risiko efek samping dari vaksin COVID-19. Beberapa orang berpendapat bahwa pandemi COVID-19 tidak seserius yang digambarkan dan vaksinasi tidak diperlukan. Beberapa orang khawatir tentang keamanan dan kepercayaan pada pengembangan dan distribusi vaksin COVID-19. Beberapa orang berpendapat bahwa vaksinasi COVID-19 merupakan bentuk pengendalian dan pembatasan kebebasan individu. Namun vaksinasi COVID-19 merupakan upaya penting dalam melindungi diri sendiri, keluarga, dan masyarakat secara keseluruhan dari COVID-19 dan membantu mencapai herd immunity. Oleh karena itu, penting untuk melakukan vaksinasi COVID-19 dan terus memperhatikan informasi dan pedoman dari otoritas kesehatan yang terpercaya. Keputusan untuk memvaksinasi diri sendiri harus dilakukan setelah mempertimbangkan risiko dan manfaatnya serta dengan konsultasi dokter.

Gambar 3.37 Informasi Untuk Mendaftarkan Diri Vaksinasi Melalui Aplikasi JAKI Postingan tanggal 16 Juni 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 16 juni 2021 terdapat 212 komentar dan 10,752 likes. Hal ini tidak imbang antara jumlah komentar dan jumlah likes yang ada. Terdapat komentar yang tidak setuju salah satunya akun Bernama @ins131416 berkoemntar “mau daftar kok website gk ditemukan ya pak..saya seperti ini tidak ingin divaksin karena susah”. Banyaknya komentar negatif dalam postingan tersebut bahwa beberapa orang tidak percaya pada efektivitas dan keamanan vaksin COVID-19 dan oleh karena itu tidak ingin mendaftar melalui aplikasi. Beberapa orang berpendapat bahwa penggunaan aplikasi untuk mendaftar vaksinasi COVID-19 dapat menghambat akses ke vaksinasi bagi orang-orang yang lebih tua atau kurang teknologi yang terampil.

Gambar 5.38 informasi Update Perkembangan Pandemi Covid-19 Postingan tanggal 31 Juli 2021



Sumber : Instagram @aniesbaswedan

Postingan pada tanggal 31 juli 2021 terdapat 878 komentar dan 20,446 jumlah likes. Komentar positif salah satunya adalah Akun @indonesiapoenta “ayo vaksin!!!” dan komentar yang tidak setuju adalah Akun @agus.neriel “males gua dengerinnya kopat kopit mulu paksin piksin”. video update tentang perkembangan pandemi COVID-19 dapat membantu meningkatkan kesadaran dan mempromosikan perilaku yang aman dan bertanggung jawab. Dalam situasi pandemi global seperti saat ini, penting untuk memiliki sumber informasi yang dapat dipercaya dan mengikuti pedoman yang diberikan oleh otoritas kesehatan yang terkait.

B. Komentar Pro dan Kontra dari postingan Anies Baswedan terkait Vaksinasi

Pada penelitian ini postingan diambil untuk di analisis berupa 16 postingan dari awal vaksinasi bulan januari 2021 hingga oktober 2021, pemilihan periode ini didasari atas pertimbangan peneliti karena postingan terkait sosialisasi vaksinasi dalam periode tersebut memiliki likes yang banyak pada kategori bulan sehingga menampilkan komentar pro dan kontra dalam postingan tersebut. Berikut beberapa komentar pro dan kontra yang diambil peneliti :

Tanggal Postingan dan Judul	Jumlah Komentar	Jumlah Likes
23 Januari 2021	112	6.897
2 Februari 2021	88	7.677
17 Februari 2021	81	7.651
21 Februari 2021	610	11.084
16 Maret 2021	5	343
23 Maret 2021	1	339
23 Maret 2021 (2)	5	404
26 Maret 2021	1	1,289
25 April 2021	40	5,821
16 Juni 2021	212	10,752
17 Juni 2021	309	8,949
14 Juli 2021	284	8,807
31 Juli 2021	878	20,446
16 Agustus 2021	210	3,920

9 September 2021	907	23,385
12 Oktober 2021	188	8,121
Total	3.931	125.885

Tabel 5.4 Jumlah komentar dan Jumlah Likes dari Postingan Anies Baswedan di Instagram

Sumber : Hasil Analisis peneliti dari data postingan Instagram

Postingan bulan januari 2021-oktober 2021 kaitannya komentar masyarakat di Instagram tidak berpengaruh dengan jumlah likes yang ada. Munculnya komentar masyarakat diasumsikan tergantung pada postingan yang menurutnya berbobot atau yang jelas informasinya, Likes terbanyak ditampilkan dengan adanya informasi terkait vaksin Pfizer dan video Anies Baswedan yang menginformasikan terkait *update* tentang perkembangan situasi saat pandemi covid-19 di Jakarta.

Dari hasil analisis diatas dapat dilihat bahwa jumlah likes yang ada tidak terelalu berpengaruh dengan komentar yang ada. Hasil dari 16 postingan mendapatkan likes sebanyak 125.885rb dan jumlah komentar 3.931 hal ini jauh lebih sedikit dari jumlah followers Anies Baswedan yang mencapai 5,8 Juta. Dampak yang dihasilkan oleh postingan Anies Baswedan terkait vaksinasi juga. Sebagai sebuah platform media sosial yang populer, Instagram menjadi salah satu tempat yang efektif bagi para tokoh publik untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Dalam postingan terkait vaksinasi, Anies Baswedan, sebagai seorang Gubernur DKI Jakarta, memanfaatkan akun Instagramnya untuk memberikan pesan penting tentang pentingnya vaksinasi dalam menangani pandemi COVID-19. Namun, menurut hasil observasi peneliti, postingan tersebut mungkin tidak cukup berpengaruh dalam sosialisasi vaksinasi, dan berikut adalah analisisnya :

Dalam target audience, postingan tersebut diunggah di akun Instagram milik Anies Baswedan, yang berisi sejumlah besar pengikut. Namun, meskipun Anies Baswedan memiliki pengikut yang banyak, belum tentu semuanya adalah orang-orang yang membutuhkan vaksinasi. Oleh karena itu, sulit untuk memastikan bahwa pesan tersebut akan sampai kepada orang-orang yang paling membutuhkan informasi tentang vaksinasi.

Gaya penyampaian Anies Baswedan menggunakan bahasa yang cukup sederhana dan mudah dipahami, yang memudahkan orang-orang untuk

memahami pesannya. Namun, gaya penyampaiannya cenderung berbasis narasi, yang mungkin tidak cukup menarik bagi sebagian orang. Dalam sosialisasi vaksinasi, metode penyampaian yang lebih kreatif dan inovatif mungkin lebih efektif untuk menarik perhatian dan memotivasi orang untuk mendapatkan vaksinasi.

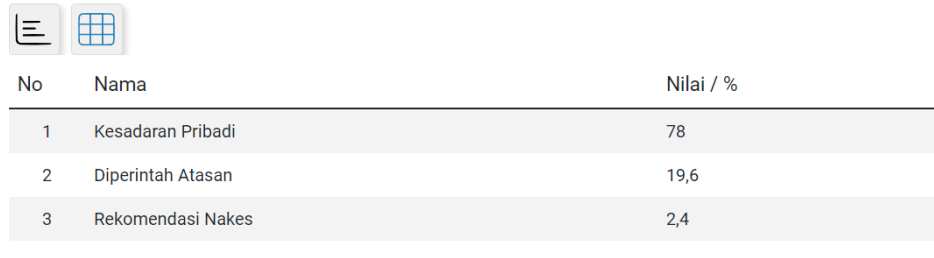
Dalam konteks pandemi Meskipun pesan tersebut memberikan informasi yang berguna tentang vaksinasi, sulit untuk memastikan bahwa pesan tersebut akan cukup memotivasi orang untuk mendapatkan vaksinasi. Karena kita masih berada dalam situasi pandemi, masyarakat sudah terbiasa dengan informasi tentang vaksinasi. Oleh karena itu, pesan yang lebih kuat atau tindakan lebih nyata mungkin diperlukan untuk mengubah sikap masyarakat yang masih ragu atau skeptis terhadap vaksinasi.

Penting untuk diingat bahwa sosialisasi vaksinasi tidak dapat dilakukan oleh satu orang atau satu entitas saja. Sebuah kolaborasi dan strategi yang komprehensif perlu dibangun antara pemerintah, dunia kesehatan, media, dan komunitas, untuk memastikan bahwa pesan tentang vaksinasi dapat sampai kepada orang-orang yang membutuhkannya.

Dalam keseluruhan, postingan Anies Baswedan di Instagram terkait vaksinasi mungkin tidak terlalu berpengaruh dalam sosialisasi vaksinasi, karena alasan yang disebutkan di atas. Namun, hal ini sebagai salah satu upaya untuk menyebarkan informasi tentang vaksinasi, postingan tersebut dapat memberikan kontribusi yang berguna dalam upaya untuk mengatasi pandemi COVID-19.

Berdasarkan data-data yang telah didapat dan diolah peneliti diatas, penulis menemukan jawaban dari rumusan masalah yang tertera adalah Komentar yang terdapat pada 16 postingan pada akun @Aniesbaswedan menghadirkan komentar yang positif, seperti bertanya mengenai vaksinasi, memberikan saran, kritik dan sebagainya. Namun ada juga yang menjadi perhatian netizen atau masyarakat lebih tertuju lebih banyak pada isu konten yang kurang edukasi dan menolak untuk vaksinasi. Jika dilihat berbagai komentar Dari penelitian ini diketahui bahwa sebenarnya masyarakat itu sangat peduli pada konten postingan Anies Baswedan, mereka mengharapkan konten yang membangun dan bisa mengedukasi vaksinasi yang mendidik namun juga menghibur agar menarik untuk dilihat dan dibaca. Komentar yang disampaikan berupa klasifikasi jenis keluhan, saran dan kritik diatas.

C. Efek atau dampak dari postingan Anies Baswedan terkait Vaksinasi Covid-19 di Instagram



No	Nama	Nilai / %
1	Kesadaran Pribadi	78
2	Diperintah Atasan	19,6
3	Rekomendasi Nakes	2,4

Gambar 5.24 Update kesadaran Masyarakat untuk Vaksinasi Covid-19

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Program Covid-19 tetap dilaksanakan oleh Pemprov DKI Jakarta untuk warganya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 19,6% responden Jakarta mengaku ikut pencabutan karena diamanatkan oleh tempat kerjanya, atasannya, bahkan pemerintah. Padahal, warga Jakarta cukup sadar akan perlunya ikut serta dalam kampanye imunisasi. Hingga 78% responden mengakui nilai vaksinasi dalam melindungi diri dari penyebaran Covid-19. Selain itu, sebanyak 2,4% responden menyatakan mendapatkan vaksinasi setelah mendapat saran dari ahli medis. Di sisi lain, beberapa tanggapan masih belum divaksinasi.

Dua faktor utamanya adalah akses dan jadwal, dengan 12,4% responden masih mencari lokasi yang menawarkan kuota bulat dan 26,4% responden sudah memiliki jadwal bulat. Vaksinasi virus Corona sangat penting untuk mengurangi risiko kematian dan gejala serius lainnya. Namun, 15,2% responden mengatakan mereka tidak menginginkannya karena khawatir dengan efek negatifnya, dan 2,1% mengatakan mereka tidak berpikir vaksinasi akan berhasil. Pemerintah harus meningkatkan pemahaman masyarakat tentang manfaat dan keamanan vaksin mengingat hal ini. Lingkungan sekitar juga dapat mendorong anggota keluarga untuk ikut serta dalam kampanye imunisasi.

Menurut data dari databoks.katadata menyimpulkan bahwa alasan tertinggi dari menjalankan program vaksinasi covid-19 adalah kesadaran pribadi, data ini menunjukkan bahwa komunikasi politik Anies Baswedan dalam media sosial Instagram tidak terlalu berpengaruh, hal ini hanya sebagai upaya kecil untuk membantu dan memperlancar program sosialisasi vaksinasi covid-19 dalam media sosial Instagram. Salah satu Keberhasilan dari vaksinasi covid-19 adalah bahwa masyarakat menyadari pentingnya vaksinasi.

Postingan di Instagram terkait vaksinasi COVID-19 Anies Baswedan yang masif tidak berpengaruh terhadap keberhasilan vaksinasi. Walaupun postingan

tersebut masih memiliki potensi untuk memengaruhi kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksinasi dan mengajak mereka untuk melakukan vaksinasi. keberhasilan vaksinasi COVID-19 juga tergantung pada berbagai faktor lain seperti ketersediaan vaksin, dukungan tenaga kesehatan, dan aksesibilitas vaksinasi. Selain itu, keberhasilan vaksinasi juga dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksinasi, kepercayaan terhadap vaksin, dan ketersediaan informasi yang akurat dan mudah dipahami.

Postingan di Instagram Anies Baswedan tentang vaksinasi COVID-19 masif, namun tanpa upaya yang komprehensif dan kolaboratif dari berbagai pihak seperti pemerintah, tenaga kesehatan, dan masyarakat, keberhasilan vaksinasi tetap sulit untuk dicapai. Oleh karena itu, perlu adanya koordinasi dan sinergi antara berbagai pihak untuk mencapai keberhasilan vaksinasi COVID-19.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini walaupun Anies Baswedan tetap menjalankan dan memposting Instagram terkait sosialisasi vaksinasi Covid-19 tetapi postingannya hanya sekedar menginformasikan saja melalui bentuk gambar dan video, walaupun beberapa postingan terdapat video ajakan Anies Baswedan kepada masyarakat untuk vaksinasi Covid-19. Namun jika dilihat Anies Baswedan terlihat responsif terhadap pertanyaan dan masukan dari masyarakat di media sosial Instagram menunjukkan bahwa Anies Baswedan memperhatikan dan merespon dengan baik masukan dan pertanyaan yang diajukan oleh masyarakat terkait vaksinasi. Hal ini dapat dilihat dari frekuensi jawaban yang diberikan oleh Anies Baswedan terhadap pertanyaan masyarakat di media sosial Instagram.

Postingan di Instagram terkait vaksinasi COVID-19 Anies Baswedan yang masif tidak berpengaruh terhadap keberhasilan vaksinasi. Walaupun postingan tersebut masih memiliki potensi untuk memengaruhi kesadaran masyarakat tentang pentingnya vaksinasi dan mengajak mereka untuk melakukan vaksinasi. Tetapi hal ini didasari oleh kesadaran pribadi masyarakat yang ingin di vaksin dan percaya akan vaksinasi.

Postingan Instagram yang diposting oleh Anies Baswedan adalah upaya kecil dari Sebagian keberhasilan vaksinasi. Kemudian Anies Baswedan juga terlihat memperhatikan masukan yang diberikan oleh masyarakat untuk meningkatkan kualitas pelayanan vaksinasi. Hal ini dapat dilihat dari tindakan dan langkah-langkah yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta di bidang kesehatan dan pelayanan vaksinasi.

B. Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman bahwa komunikasi politik Anies Baswedan tentang vaksinasi bukan sekedar seni mengolah kata. Melainkan, bagaimana pesan yang dimaksud sampai kepada audience. Sebagai seorang pemimpin, Anies Baswedan memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan terpercaya terkait vaksinasi kepada masyarakat. Namun, hanya memberikan informasi saja tidaklah cukup. Sebagai seorang pemimpin, Anies Baswedan juga perlu memberikan saran dan tindakan konkret untuk mendorong masyarakat agar mau divaksinasi. Berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Mendorong masyarakat untuk divaksinasi dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang manfaat dan keamanan vaksin.

2. Memberikan contoh nyata dengan divaksinasi secara terbuka dan transparan sehingga masyarakat merasa yakin dan percaya terhadap keamanan vaksin.
3. Menyediakan insentif bagi masyarakat yang telah divaksinasi, seperti hadiah, sebagai bentuk penghargaan atas kepedulian dan partisipasi dalam program vaksinasi.
4. Menciptakan kampanye publik yang kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya vaksinasi dan menghilangkan mitos-mitos yang salah terkait vaksinasi.

Dengan saran-saran tersebut, diharapkan masyarakat menjadi lebih percaya dan antusias dalam mengikuti program vaksinasi sehingga tercipta kekebalan komunal yang diperlukan dalam melawan pandemi COVID-19.

Daftar Pustaka

- Adinda Mutiara Putri. 2022. "Dampak Sosialisasi Program Vaksinasi Covid-19 Terhadap Kesadaran Masyarakat Desa Marindal Dua Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang."
- Agusta, Mariana, and Noya Letuna. 2021. *Instagram Sebagai Media Edukasi Vaksin Covid-19 Di Indonesia*. <https://covid19.go.id/p/hasil->.
- Ajut Maria. 2022. "Persepsi Mahasiswa Unitri Terhadap Sosialisasi Vaksin Covid-19 Di Media Sosial."
- Akhmad, Baharuddin. 2019. *Komunikasi Politik*.
www.aswajapressindo.co.id.
- Alim, Ashari Sakti, and Dian Eka Rahmawati. 2021. 4 *Jurnal Academia Praja Komunikasi Politik Anies Baswedan Melalui Sosial Media Twitter*.
- Aneu, Neng. 2022. *Pola Komunikasi Politik Formal Dan Informal Anies Baswedan Di Media Sosial Instagram*.
<https://www.researchgate.net/publication/361301125>.
- Astri, Nurdiana. 2021. *Berantas Hoax Seputar Vaksin Covid-19 Melalui Kegiatan Edukasi Dan Sosialisasi Vaksin Covid-19*.
- Aw, Suranto. 2021. "Evaluasi Program Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Melalui Media Sosial." *Humanika* 21(2): 99–112.
- Bayu, Dimas. 2022. "Cakupan Vaksinasi Dosis Kedua Di Jakarta Paling Tinggi."
- Burhan Bungin. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*.
- Chano, Terremi Michelle, and Sinta Paramita. 2019. *Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Akun @karyaadalahdoa)*.
- Dan Nimmo. 2004. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan Dan Media*. ed. Drs. Jalaluddin, M.Sc Rakhmat. Bandung: Goodyear Publishing Co.
- Danida, V et al. 2021. *Peran Media Sosial Instagram @Jokowi Dalam Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Saat Peresmian Jalan TOL*.
- Dr. Gun, Heryanto. 2015. *10 Tokoh Transformatif Indonesia*. ed. Andriansyah Syihabuddin. Yogyakarta: Erlangga.
- Eliya, Ixsir, Ida Zulaeha, and Sejarah Artikel. 2017. 6 286 *SELOKA Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Pola Komunikasi Politik Ganjar Pranowo Dalam Perspektif Sociolinguistik Di Media*

Sosial Instagram Info Artikel.

<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka>.

- Haryanti, Ratna. 2022. *Persepsi Masyarakat Tentang Isu Berita Hoaks Vaksin Covid-19 Di Media Sosial*.
- Herliana, Monika, and Destyanisa Tazkiyah. 2021. "Kesatuan Pragmatik Ridwan Kamil Dalam Sosialisasi Vaksinasi Covid-19 Di Media Sosial." *SPHOTA: Jurnal Linguistik dan Sastra* 13(2): 31–42.
- Herman, Achmad. 2013. *Dasar-Dasar Komunikasi Politik*.
- Hidayah, Nurul Kartikasari. 2021. *4 Pola Komunikasi Politik Anies Baswedan Dalam Perspektif Sociolinguistik Di Media Sosial Instagram*. Online.
<https://jakarta.bps.go.id/>. "Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta."
- Kominfo. 2021. "[HOAKS] Ribuan Orang Di Indonesia Meninggal Dunia Setelah Vaksin Covid-19."
- . 2022. "Hoax Vaksin Covid-19."
- Luh, Ni et al. 2018. *Strategi Komunikasi Politik Rai Mantra Dan Jaya Negara Dalam Media Sosial Instagram Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Denpasar 2015*.
- Mardiono, dkk. 2022. 4 Edukasi Masyarakat Sehat Sejahtera (EMaSS) : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat *Edukasi Masyarakat Sehat Sejahtera (EMaSS) : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
<http://ejurnal.poltekkestasikmalaya.ac.id/index.php/EMaSS/index>.
- Melinda, and Malau. 2022. *Manajemen Sosialisasi Vaksinasi COVID-19 Sebagai Upaya Menghentikan Pandemi*.
- Muhyiddin. 2020. *Covid-19, New Normal Dan Perencanaan Pembangunan Di Indonesia*.
- Ni'mah, Majidatun. 2021. *Retrotika Politik Anies Baswedan Dalam Mengkomunikasikan Kebijakan Pandemi Covid-19*.
- Rahmah, Syifaur. 2021. "Personal Branding Ganjar Pranowo Untuk Membangun Komunikasi Politik Di Media Sosial Instagram." *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(1).
- Saubani, Andi. 2022. "Isu Halal-Haram Vaksin Masih Jadi Penyebab Banyaknya Warga Jakarta Belum Divaksinasi."

Wahid Umaimah dan Indra Dolly. 2021. “Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan.” *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(2).

Wulandari. 2021. “Komunikasi MUI Provinsi Bengkulu Dalam Mensosialisasikan Vaksinasi Covid-19.”

Yoma Bagus, Pamungkas. 2022. “Strategi Komunikasi Publik Relation Dinas Kesehatan Kota Semarang Dalam Mensosialisasikan Vaksinasi Covid-19 Pada Anak Melalui Official Akun Instagram @dkksemarang.” *Dinamika Sosial Budaya* 24(1): 235–48.
<http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Andra Rafiqah Nurfebriyanti

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 06 Februari 2001

Agama : Islam

Alamat : Jl. Swadaya I RT/RW 10/01 Blok D nomor 27H, Jaticepaka,
Kota Bekasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Politik

Email : andrafq@gmail.com

WhatsApp : 0813-1188-3969

Riwayat Pendidikan

1. SDN 010 Pondok Bambu
2. SMPN 195 Jakarta Timur
3. SMAN 50 Jakarta Timur

Semarang, 31 Maret 2023

Andra Rafiqah Nurfebriyanti

NIM. 1906016098