

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini kita tak bisa terlepas dari informasi atau berita dalam kehidupan sehari - hari. Berita sendiri berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu *Vrit* yang dapat diartikan dengan *Vritta* dalam bahasa Inggris, yang berarti 'ada' atau 'terjadi'. Sebagian orang mengartikannya dengan *Vritta*, yang berarti "suatu kejadian" atau 'suatu peristiwa yang telah terjadi'. Dalam bahasa Indonesia *Vritta* berarti 'berita atau warta'.¹ Menurut Paul De Maeseneer, berita ialah informasi tentang peristiwa baru yang penting dan bermakna (signifikan), yang mempengaruhi para pendengarnya dan relevan serta layak dinikmati oleh masyarakat². Jadi, dapat disimpulkan bahwasanya berita ialah informasi yang sedang atau baru saja terjadi, yang didokumentasikan yang mana akan dipublikasikan kepada masyarakat oleh lembaga maupun individu tertentu.

Berita juga termasuk kedalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Teknologi informasi dan komunikasi juga berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Dengan adanya teknologi ini, maka berita semakin mudah untuk dibuat dan diakses di media online. Mudahnya akses dan pembuatan berita juga menimbulkan banyaknya berita-berita yang tidak terverifikasi/terjamin kebenarannya atau bisa disebut juga berita bohong atau hoax.

Hoax dalam kamus Oxford (2017) didefinisikan sebagai suatu bentuk penipuan yang bertujuan untuk membuat humor atau membawa bahaya atau kerugian. *Hoax* dalam KBBI berarti berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta³. Jadi, dapat disimpulkan berita bohong atau hoax ialah suatu informasi yang kebenarannya tidak dapat diverifikasi (berita yang tidak benar).

¹ Indah Suryawati, *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktik*, (Ghalia Indonesia: 2011), hal 67

² Kompas.com, *Pengertian Berita Menurut Para Ahli*.

<https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/06/090000869/10-pengertian-berita-menurut-para-ahli?page=all>

(Diakses pada 14 Juni 2022)

³ KBBI Daring. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hoaks> (Diakses pada 14 Juni 2022)

Saat ini penyebaran informasi atau berita bohong (hoax) semakin marak terjadi di media sosial, dan berita bohong ini semakin menjadi pada saat pandemi Covid-19. Masih banyaknya masyarakat yang menerima informasi secara bulat – bulat, dan langsung membagikannya kepada orang lain melalui media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan lain sebagainya. Dampak yang ditimbulkan dari adanya berita hoax yaitu dapat merugikan masyarakat mulai dari emosi yang mana dapat meresahkan masyarakat, dapat menyebabkan kesalahpahaman sehingga dapat memicu konflik yang berpotensi menimbulkan perpecahan, dapat mengancam kesehatan fisik dan mental, serta kerugian materi.

Di zaman yang berkembang semakin pesat seperti saat ini, terdapat banyak sekali berita yang beredar. Dari banyaknya berita yang beredar tidak dapat dipastikan bahwasanya berita tersebut ialah berita yang benar adanya atau riil. Semakin mudahnya informasi yang didapat, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwasanya banyak orang yang akan mencari tahu terlebih dahulu tentang kebenaran berita tersebut. Dengan adanya pandemi Covid-19, media online dihiasi dengan berita – berita yang menakutkan.

Virus corona atau Covid-19 telah masuk ke Indonesia pada tahun 2020 lalu, virus yang berasal dari Wuhan, China ini dengan cepat menyebar luas ke seluruh penjuru dunia. Pemberitaan perihal virus ini menimbulkan dampak yang signifikan terhadap aspek kehidupan manusia, bukan hanya permasalahan kesehatan saja, tetapi banyak pula akibat lain yang berdampak ke bermacam aspek seperti hukum, politik, keamanan dan permasalahan-permasalahan sosial yang lain yaitu seperti ekonomi dan ketenagakerjaan. Kondisi ini juga menimbulkan kekhawatiran serta ketakutan yang semakin mendalam karena adanya berita-berita yang beredar di sosial media. Pemerintah pun sudah melakukan berbagai cara untuk menghambat atau bahkan memutuskan penyebaran virus corona ini. Tindakan yang dibentuk oleh pemerintahan yaitu menerbitkan beberapa peraturan dan kebijakan seperti menerapkan protokol kesehatan 5M yang kita kenal dengan mencuci tangan dengan air mengalir, menggunakan masker, menjaga jarak, mengurangi mobilitas, serta menghindari kerumunan. Selain itu, terdapat pula kebijakan yang mengharuskan kita

untuk memberlakukan bekerja dari rumah atau *work from home (WFH)* dengan tetap menaati atau menerapkan protokol kesehatan yang ada. Tetapi, upaya yang sudah dibuat oleh pemerintah tidak mempengaruhi angka kasus Covid-19, sehingga pemerintah pun harus mengambil langkah yang lebih serius yaitu dengan menerbitkan Peraturan Presiden No. 99 Tahun 2020 yaitu tentang Pengadaan Vaksin serta Pelaksanaan Vaksinasi dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Covid-19.⁴ Dengan adanya kebijakan yang lebih serius ini, pemerintah berharap agar masyarakat di Indonesia dapat dengan segera divaksin untuk mendapatkan imun atau daya tahan tubuh yang lebih kuat sehingga terhindar dari penularan Covid-19.

Vaksin yang dibuat oleh pemerintah ini diberikan secara gratis untuk seluruh warga Indonesia. Pemerintah juga mempercayakan suatu instansi kesehatan untuk memberikan atau melayani vaksinasi, yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS Kesehatan). Terdapat 3 vaksin yang sudah ada atau beredar di Indonesia hingga saat ini, vaksin dosis pertama, vaksin dosis kedua, dan vaksin booster. Dengan adanya berita terkait vaksinasi yang beredar di sosial media, tidak menutup kemungkinan bahwa akan banyak warga yang akan mengikuti atau menjalankan kebijakan yang sudah dibuat oleh pemerintah. Ditambah lagi dengan beredarnya berita bohong yang mengaitkan instansi BPJS Kesehatan terkait vaksin booster.

Salah satu kasus hoax yang beredar pada saat pandemi berlangsung ialah siap-siap suntik vaksin dosis ketiga, tak punya kartu BPJS Kesehatan wajib bayar. Informasi ini beredar di media sosial Facebook, yang menyatakan bahwasanya vaksin booster Covid-19 wajib bayar bila tidak mempunyai kartu BPJS Kesehatan. Serupa yang dikutip dari liputan6.com bahwasanya bila mau memperoleh vaksin booster, calon penerima wajib membuktikan No Induk Kependudukan (NIK) dengan membawa KTP atau KK, serta penerima harus sudah mendapatkan vaksin primer dosis lengkap minimal 6 bulan sebelumnya.⁵

⁴ PERPRES tentang pengadaan vaksin. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/147944/perpres-no-99-tahun-2020>

⁵ Cek Fakta: Tidak benar vaksin Covid-19 booster harus bayar jika tak punya kartu BPJS Kesehatan. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4861539/cek-fakta-tidak-benar-vaksin-covid-19-booster-harus-bayar-jika-tak-punya-kartu-bpjs-kesehatan?source=search>

Dari kasus diatas bisa kita simpulkan bahwasanya dengan adanya berita hoax yang beredar di media sosial akan berdampak buruk bagi masyarakat yang mengkonsumsi berita tersebut. Karena dengan adanya berita bohong tersebut masyarakat menjadi resah, takut dan panik. Seperti contoh kasus yang saya paparkan diatas bahwasanya mengharuskan calon penerima untuk membayar vaksin booster. Sementara itu Kepala negara Joko Widodo sendiri melaporkan kalau vaksin booster Covid- 19 diberikan secara gratis untuk seleuruh masyrakat Indonesia.

Fungsi PR dalam suatu perusahaan atau instansi adalah untuk menjaga komunikasinya kepada public dengan baik, dan dapat membangun serta mempertahankan citra pada suatu perusahaan atau instansi. Dalam hal ini, tentunya peran Public Relation sangatlah penting dalam menjaga citra perusahaan. Berita bohong yang melanda BPJS Kesehatan terkait vaksin booster membuat masyarakat menjadi resah, maka seorang Public Relation harus dapat meyakinkan masyarakat bahwa berita yang beredar adalah berita yang tidak benar.

Penulis mengangkat kasus ini dikarenakan jika berita yang beredar tidak benar adanya maka dampak yang ditimbulkan sangat berpengaruh pada masyarakat. Peneliti mengambil kota Yogyakarta untuk di teliti karena kota ini pernah menjadi penyebaran kasus covid terbanyak pada tahun 2021 dan sampai sekarang pun kasus Covid di Yogyakarta masih saja tinggi. Berikut data tingginya kasus Covid di Yogyakarta.

Kasus Covid-19

Jogja Masuk, Ini 5 Provinsi Penyumbang Kasus Covid Terbanyak!

NEWS - Exist In Exist, CNBC Indonesia

14 August 2021 19:11

SHARE |  

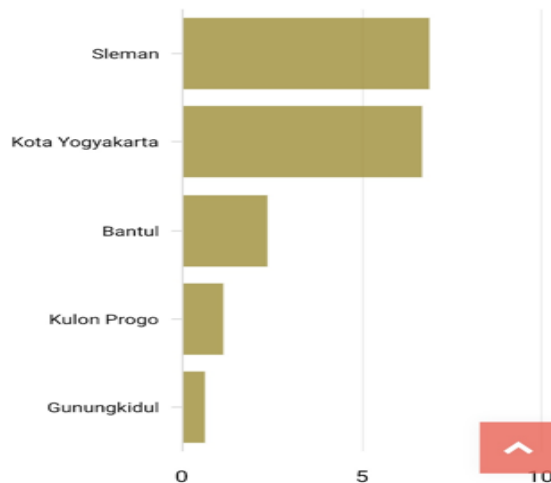


Foto: Suasana kremasi jenazah terinfeksi Covid-19 di krematorium TPU Tegal Alur, Jakarta, Kamis (5/8/2021). (CNBC Indonesia/Tri Susilo)

Gambar 1.1 Tingkat Penyebaran Covid di Yogyakarta Tahun 2021

Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210814190731-4-268475/jogja-masuk-ini-5-provinsi-penyumbang-kasus-covid-terbanyak> (diakses pada 22 Desember 2022)

Jumlah Konfirmasi Positif Kabupaten Terpilih per 100 ribu Penduduk di Di Yogyakarta



Gambar 1.2 Tingkat Covid di Yogyakarta tahun 2022

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/13/jumlah-konfirmasi-positif-mingguan-di-di-yogyakarta-paling-tinggi-terjadi-di-sleman> (diakses 22 Desember 2022)

Dengan beredarnya berita hoax di media sosial, maka penelitian ini mengenai manajemen komunikasi Public Relations BPJS Kesehatan Yogyakarta dalam menangkap isu berita bohong terkait vaksin booster. Berdasarkan dengan hal-hal yang sudah dipaparkan diatas, mendasari penulis untuk menjadikan instansi BPJS Kesehatan Yogyakarta menjadi objek untuk diteliti.

1.2 Fokus Penelitian

1.2.1 Fokus Masalah Penelitian

Pada penelitian ini penulis memilih BPJS Kesehatan Cabang Yogyakarta sebagai objek penelitian mengenai beredarnya berita bohong yang mana sangat meresahkan masyarakat terkait vaksin booster. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara BPJS Kesehatan Yogyakarta dalam mengelola komunikasinya kepada masyarakat atau dalam mengatasi berita bohong yang beredar di media sosial.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana manajemen komunikasi Public Relations BPJS Kesehatan Yogyakarta dalam menangkap isu berita bohong terkait vaksin booster?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana manajemen komunikasi Public Relations BPJS Kesehatan Yogyakarta dalam menangkap isu berita bohong terkait vaksin booster.

1.4 Manfaat Akademis dan Praktis

Penelitian yang dilakukan sebaiknya dapat memberikan manfaat tertentu. Berikut ialah manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini ialah:

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini yaitu agar dapat berguna bagi perkembangan dan memperluas teori dan kajian ilmu komunikasi pada umumnya, serta sebagai referensi atau contoh untuk peneliti selanjutnya dengan konsep dan juga penelitian yang sama, yaitu tentang manajemen komunikasi Public Relations BPJS Kesehatan Yogyakarta dalam menangkap isu berita bohong terkait vaksin booster.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu:

- a. Hasil penelitian ini di harapkan bisa memberi wawasan yang lebih tentang hoax.
- b. Dapat menjadi pemahaman baru bagi penulis maupun masyarakat dalam memahami berita-berita yang beredar di media sosial.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan bagian penelitian yang menunjukkan tentang pola pikir pada suatu penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme yang memiliki arti bahwa pengetahuan tidak hanya berupa hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil dari konstruksi pemikiran subjek yang diteliti⁶. Maka peneliti ingin mengetahui bagaimana cara suatu instansi dalam mengatur komunikasi kepada public, dan subjek yang akan di teliti yaitu BPJS

⁶ Batubara, J. Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling, p.104.

Kesehatan cabang Yogyakarta.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode kualitatif dalam penelitian disusun berdasarkan ragam masalah yang dikaji, target atau bahkan sasaran dari para pembaca. Jane Stokes berpendapat bahwa penelitian kualitatif berhubungan dengan makna dan pemahaman atau penafsiran⁷.

Metode penelitian merupakan suatu prosedur dalam menelusuri suatu masalah secara ilmiah dengan teliti dalam mengumpulkan serta menganalisis data dengan sistematis agar mendapatkan kesimpulan dari suatu masalah yang sudah dipecahkan. Pada penelitian ini, penulis memanfaatkan metode deskriptif kualitatif karena peneliti melakukan penelitian secara langsung, terinci, dan mendalam terhadap suatu instansi.

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membutuhkan sumber data untuk mendapatkan sebuah informasi dengan tujuan agar penulis dapat memperoleh informasi sedalam dan sebaik mungkin. Sehingga subjek penelitian ini ialah Public Relations yaitu dengan Bapak Yuni Wibawa sebagai Kepala Umum Komunikasi Publik, dan Ibu Lintang Andini sebagai Staff Komunikasi Publik. Sedangkan untuk objek dalam penelitian ini adalah BPJS Kesehatan cabang Yogyakarta.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada metode teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi secara daring ialah pengamatan dan pencatatan secara

⁷ Stoke, J. *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. (Yogyakarta: Benteng Pustaka, 2006), p.xi.

sistematik terhadap masalah yang ingin diteliti dan bahkan dipecahkan. Dengan melakukan observasi online juga ialah cara praktis untuk mengumpulkan data. Peneliti melakukan pengamatan terhadap objek penelitian yaitu BPJS Kesehatan dalam mengatur komunikasi terkait berita bohong yang beredar di media sosial.

b. Wawancara

Guna mendapatkan data yang lebih spesifik, peneliti menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan secara mendalam. Wawancara mendalam ialah suatu percakapan atau interaksi yang dilakukan oleh 2 orang yaitu pewawancara dan narasumber. Kartono mengungkapkan bahwa wawancara merupakan percakapan yang diarahkan kepada suatu masalah tertentu, yang merupakan proses interaksi tanya jawab secara lisan, dimana dua orang atau lebih saling berhadap-hadapan secara fisik⁸.

Dengan dilakukannya wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat agar dapat digunakan untuk penyusunan penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan pihak Public Relation pada BPJS Kesehatan Yogyakarta yaitu Bapak sebagai Kepala Umum Komunikasi Publik dan Ibu Lintang sebagai Staff Komunikasi Publik.

c. Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan untuk mendokumentasikan semua kegiatan yang berhubungan dengan penelitian ini. Dokumentasi ini ialah pengambilan gambar dan screenshot oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.

d. Studi Pustaka

Selain melakukan penelitian secara langsung, peneliti juga melakukan studi keperpustakaan terkait penelitian yang diteliti.

⁸ Kartono, K. Pengantar Metodologi Research Sosial. (Bandung: Penerbit Alumni, 1980), p.171

Dalam penelitian ini membutuhkan referensi dari buku, jurnal ilmiah, serta informasi di internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini juga membutuhkan analisis data yang ialah faktor penting dalam melakukan suatu penelitian. Dalam tahap ini terdapat penerapan data kualitatif yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Dalam hal ini, reduksi data berarti memilih dan merangkum data yang sudah didapatkan pada saat di lapangan. Pada tahap ini peneliti merangkum kegiatan yang merujuk kepada manajemen komunikasi BPJS Kesehatan Yogyakarta.

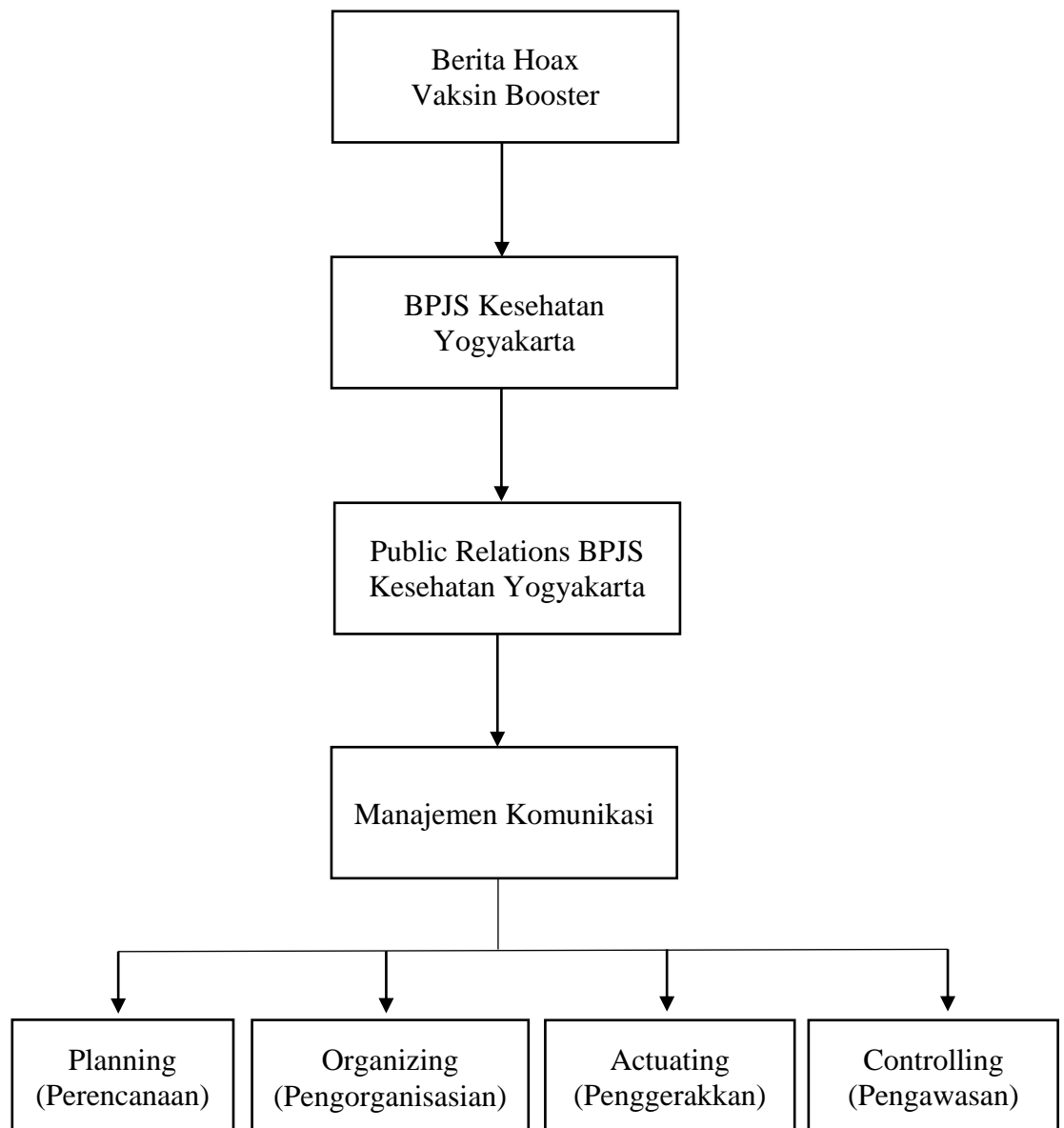
b. Penyajian Data

Dalam hal ini, penulis menyajikan data yang didapatkan pada saat di lapangan yang kemudian disusun secara sistematis, agar gambaran dari hasil penelitian dapat tersusun dengan jelas.

c. Pengambilan Kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merupakan kegiatan penggambaran dari suatu objek penelitian yang diteliti. Dalam hal ini, pada saat semua data yang sudah didapatkan, maka peneliti akan menganalisa dengan baik, yang kemudian akan menjadi sebuah kesimpulan dalam penelitian.

1.8 Kerangka Konsep



Tabel 1.1 Kerangka Konsep

1.8.1 Definisi konsep

1) **Berita Hoax Vaksin**

Berita bohong atau hoax memiliki arti bahwa adanya berita, kabar, informasi yang tidak benar. Berita hoax juga

merupakan akses negative terkait kebebasan berbicara dan berpendapat di media sosial atau internet⁹.

Berita hoax dapat diartikan sebagai perilaku memudahkan informasi yang sebenarnya, yaitu dengan cara memenuhi suatu media dengan informasi yang salah agar dapat menutupi informasi yang benar. Terjadinya penyebaran berita bohong mulai pada saat media sosial semakin populer digunakan oleh masyarakat Indonesia karena sifatnya yang memungkinkan untuk memiliki akun *anonym* (tanpa nama) untuk berkontribusi, dan tidak memperdulikan latar belakang seseorang untuk menulis¹⁰.

Adanya pandemic Covid-19 ini membuat berita bohong terkait Covid terlebih vaksin mulai bermunculan dan beredar di media sosial. Adanya vaksin yang bertujuan untuk memperkuat sistem atau imun tubuh agar resiko terkena covid jauh lebih kecil, dan kita sebagai warga Indonesia dapat mendapatkan vaksin secara gratis. Tetapi dengan mudahnya berita dapat beredar di media sosial maka muncullah berita bohong yang menyatakan bahwa jika tidak memiliki kartu BPJS Kesehatan maka diwajibkan untuk membayar.

2) **BPJS Kesehatan Yogyakarta**

BPJS Kesehatan dibangun dengan tujuan dapat mensejahterakan rakyat dalam hal kesehatan. Masyarakat Indonesia berhak untuk mendapatkan jaminan kesehatan berkualitas, berkeadilan, dan inklusif. Tugas utama dari Kepala BPJS Kesehatan cabang Yogyakarta yaitu mengatur dan mengawasi kinerja seluruh kantor cabang untuk mencapai jaringan yang telah terbentuk dan bertanggung jawab terhadap BPJS Kesehatan di wilayah Yogyakarta, menandatangani laporan sesuai pengajuan klaim, disetujui atau ditolak untuk

⁹ Hasibuan, MS. Hoaks dan Media Sosial Saring Sebelum Sharing. (Yayasan Kita Menulis, 2019), p.3

¹⁰ Kominfo, Melawan "Hoax". https://www.kominfo.go.id/content/detail/8790/melawan-hoax/0/sorotan_media (Diakses pada 22 Desember 2022)

setiap pengajuan klaim, serta mengelola dan membina maupun menilai terhadap bawahan secara internal.

3) **Public Relation**

Public Relations pada hakikatnya adalah kegiatan interaksi komunikasi dan biasanya berhubungan dengan pencitraan. Soemirat dan Ardianto dalam Sumarto menyatakan bahwa citra merupakan kesan, pendapat, gambaran diri dari masyarakat terhadap suatu perusahaan, kesan yang dibuat dengan sengaja baik itu dari objek, individu ataupun sebuah organisasi¹¹.

4) **Manajemen Komunikasi**

Menurut Syafaruddin, manajemen merupakan suatu proses kerja sama antara individu dengan kelompok dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan.¹² Agar tujuan organisasi yang secara efisien dapat tercapai, maka suatu manajemen sebaiknya harus difungsikan seutuhnya dalam setiap organisasi, instansi, industri, perusahaan, maupun pendidikan. Fungsi manajemen sendiri mencakup perencanaan, pengorganisasian, permotivasian, pengawasan, dan penilaian. Fungsi ini merupakan fungsi manajemen menurut Sondang P. Siagian.¹³

G.R Terry sendiri berpendapat bahwa memiliki empat fungsi manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Sedangkan menurut Henry Fayol oleh Rusman menyatakan bahwa terdapat lima fungsi manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengaturan (*commanding*), pengkoordinasian (*coordinating*), dan pengawasan (*controlling*).

¹¹ Sumarto, R.H. Sekretaris sebagai Praktisi Public Relations dalam Organisasi, p.15.

¹² Syafaruddin. Manajemen Lembaga, p. 60

¹³ Siagian, S.P. Manajemen Strategik, Cet.1 (Jakarta: Gunung Agung, (1997), p. 38