

KAMPANYE “INGAT PESAN IBU: 3M” TERHADAP KEPATUHAN MENJALANI PROTOKOL KESEHATAN COVID-19

Made Ayu Sunilaningrat Dharmayani¹⁾, Ni Luh Raaswati Purnawan²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: niladea744@gmail.com, ramaswati.purnawan@unud.ac.id, deviapradipta88@unud.ac.id

ABSTRACT

“Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB)” or new normal era is a preventive policy released by government in order to save the national economy which is getting weaker due to the pandemic and to save the increasing number of confirmed positive Covid-19 patients. Therefore the government become more vigorous in carrying out health protocols, one of it is through the “Ingat Pesan Ibu: 3M” campaign on television. Through this research, researcher want to find out the impact of “Ingat Pesan Ibu: 3M” campaign on compliance with the Covid-19 health protocol. This research used a method named qualitative with case study approach. Unit of analysis focused on people. Non-probability sampling technique also used to determine the informants. The results showed the “Ingat Pesan Ibu: 3M” campaign on television had an impact in the form of community compliance in carrying out the 3M movements (wearing masks, washing hands and maintaining distance).

Keywords : Covid-19, Campaign, Health Protocols, Stimulus-Organism-Response

1. PENDAHULUAN

Penyebaran Covid-19 telah menjalar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Dalam usaha mengurangi penyebaran Covid-19 segala kegiatan masyarakat yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung dan mengundang massa kemudian dibatasi. Kerumunan diminimalisir dengan dikeluarkannya kebijakan PSBB melalui PP No.21 Tahun 2020 (BPK RI, 2020).

Kebijakan PSBB ternyata berdampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Utamanya dari sisi ekonomi, PSBB dirasa menyulitkan masyarakat

menengah ke bawah yang memiliki penghasilan tidak tetap seperti buruh dan pedagang. Selain itu PSBB juga mempengaruhi laju ekonomi nasional. Pada kuartal I 2020 laju ekonomi menjadi anjlok 2,97%. Pada periode sama di tahun 2019 meningkat 5,07%. Kemudian ekonomi semakin melemah pada kuartal II 2020 menjadi minus 5,32% (CNN Indonesia, 2021).

Menanggapi hal tersebut pemerintah kemudian membentuk regulasi baru terkait pedoman adaptasi kebiasaan baru (AKB) atau lebih sering disebut dengan *new normal era*. Regulasi ini menjadi panduan dalam

mencegah dan mengendalikan Covid-19 di lokasi kerja seperti kantor dan industri tujuannya untuk kesinambungan usaha saat pandemi.

Pada era normal baru jumlah kasus pasien Covid-19 yang terkonfirmasi positif semakin meningkat. Berdasarkan data dari BPS, masyarakat yang berusia 17-45 tahun sejumlah 15-20% merasa tidak akan terpapar virus. Namun sebaliknya justru angka positif Covid-19 lebih banyak menyebar di masyarakat pada usia tersebut dengan total 55% dari seluruh pasien di Indonesia (Lombok Post, 2020).

Satuan Tugas Penanganan Covid-19 menghimbau agar setiap individu mematuhi protokol kesehatan. Upaya mendisiplinkan masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan dilakukan salah satunya dalam bentuk kampanye 3M (Kominfo, 2020).

Televisi menjadi salah satu media pilihan pemerintah dalam menyebarkan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M”. Hal ini juga didukung oleh hasil survei dari Nielsen yang digelar di 11 kota terpilih menunjukkan hasil rerata dari penggunaan TV kian bertambah selama sepekan terakhir. Peningkatan terlihat dari jumlah rata-rata rating 12% menjadi 13,8% sejak tanggal 11-18 Maret 2020. Hal ini sama saja dengan penambahan 1 juta pemirsa (Nielsen, 2020).

Tujuan utama kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi yaitu untuk membentuk kedisiplinan masyarakat terutama generasi muda dalam mematuhi protokol kesehatan. Guna mengetahui efektifitas

penyelenggaraan kampanye tersebut, peneliti kemudian mencari tahu dampak kampanye terhadap kepatuhan menjalani protokol kesehatan.

Rumusan Masalah

Bagaimana kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” mempengaruhi kepatuhan dalam menjalani protokol kesehatan Covid-19 di Kota Denpasar?

Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi permasalahan hanya dengan membahas dampak kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi terhadap kepatuhan dalam menjalani protokol kesehatan Covid-19.

Tujuan Penelitian

Mencari tahu pengaruh kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” terhadap kepatuhan dalam menjalani protokol kesehatan Covid-19 di Kota Denpasar.

2. KAJIAN PUSTAKA

Promosi Kesehatan

Istilah promosi kesehatan (*Health Promotion*) terdapat pada Piagam Ottawa yang menyatakan promosi kesehatan sebagai sebuah usaha agar masyarakat mau dan mampu dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan masing-masing.

Dua poin utama dalam promosi kesehatan adalah kemauan dan kemampuan. Tujuannya untuk menjadikan masyarakat memiliki kemampuan dalam memelihara dan meningkatkan kesehatan serta menumbuhkan kondisi kesehatan yang kondusif dalam perilaku dan lingkungan.

Teori S-O-R

Teori ini dicetuskan oleh Houland, et al (1953). Kelahiran teori ini dipengaruhi oleh ilmu psikologi dan ilmu komunikasi, sehingga kedua objek kajiannya sama yaitu jiwa manusia dengan berbagai komponennya seperti opini, sikap, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (Effendy, 2003, h.115).

Elemen dari teori ini ada tiga yaitu *Stimulus* (rangsangan atau pesan), *Organism* (penerima atau komunikan) dan *Response* (reaksi atau efek). *Stimulus* (rangsangan atau pesan) disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam bentuk tanda atau lambang.

Teori S-O-R menggambarkan tentang perubahan sikap yang terjadi pada individu ketika menerima rangsangan. Proses tersebut dimulai dari pemberian rangsangan dalam bentuk pesan. Apabila ditolak maka proses teori S-O-R secara otomatis terhenti yang artinya rangsangan yang diberikan tidak cukup untuk mempengaruhi individu. Sebaliknya, jika mendapat respon dari individu artinya rangsangan yang diberikan efektif sehingga terjadi proses komunikasi. Setelah memperhatikan pesan maka selanjutnya organisme dituntut untuk memiliki kemampuan dalam memahami pesan (*correctly comprehended*) yang diberikan. Kemampuan dalam memahami pesan dengan baik akan memudahkan organisme dalam menerima rangsangan sehingga terjadi perubahan sikap seperti yang diinginkan oleh komunikator.

Efek Komunikasi Massa

Efek adalah perubahan yang timbul pada audiens sebagai hasil dari terpaan pesan pada media. David Berlo membagi efek menjadi tiga yaitu pengetahuan, sikap dan perilaku. Perubahan pada perilaku biasanya diakibatkan oleh perubahan pada sikap. Sedangkan perubahan pada sikap dimulai dari perubahan pada pengetahuan. Efek terlihat dari respon penerima (*response audience*) kemudian diproses sebagai timbal balik (*feedback*). Jadi, respon balik adalah cara dalam mencari tahu efek (Wiryanto, 2000, h.39).

Menurut Onong Effendy (2007, h.7), efek komunikasi massa yang dapat terjadi pada setiap individu adalah:

1. Efek Kognitif media massa adalah hasil yang muncul dan bersifat informatif bagi khalayak. Efek ini berguna dalam membantu penerima untuk memahami dan mendalami informasi sesuai kemampuan masing-masing (intelektualitas).

2. Efek Afektif bukan hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga diharapkan dapat turut merasakan berbagai macam emosi seperti terharu, iba sedih, gembira, marah, benci, dan sebagainya. Fokus dari efek ini ada pada kekuatan media massa dalam menyentuh khalayak melalui informasi yang disajikan.

3. Efek konatif atau *behavior* adalah hasil yang muncul berupa perilaku. Contohnya tekad, niat, usaha, upaya yang selanjutnya menghasilkan tindakan merupakan efek konatif.

Kepatuhan

Dalam pandangan Prijadarminto (2003), kepatuhan diartikan sebagai sebuah kondisi hasil dari proses berbagai perilaku kemudian menunjukkan adanya nilai kepatuhan, kesetiaan, ketertiban, ketaatan serta keteraturan. Munculnya perilaku tersebut tidak dianggap sebagai beban, bahkan sebaliknya akan menjadi beban jika tidak dilakukan sebagaimana mestinya.

Empat poin utama yang terdapat dalam makna kepatuhan yaitu (1) Terdapat pemegang otoritas yang menuntut adanya kepatuhan; (2) Terdapat pihak yang diarahkan untuk melakukan kepatuhan; (3) Terdapat objek atau perintah yang harus dipatuhi; dan (4) Terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan kepatuhan. Jika disimpulkan maka kepatuhan adalah perilaku menaati peraturan, anjuran, atau perintah yang diberikan oleh suatu lembaga atau perseorangan yang memegang otoritas kepada pihak tertentu untuk dilakukan guna mencapai suatu tujuan tertentu.

3. METODELOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Proses penelitian dilakukan dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif berguna dalam menjelaskan fenomena secara mendalam dan lebih menekankan kualitas data diatas kuantitas data. Dalam melakukan eksplorasi dan penafsiran peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Peneliti menekankan pada satuan analisis studi kasus majemuk (studi multi-situs) karena peneliti hendak mengetahui kemajemukan dampak yang dihasilkan dari

adanya kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” terhadap kepatuhan menjalani protokol kesehatan.

Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh (Arikunto, 2010, h.129). Sumber data yang dipilih peneliti adalah sumber primer dan sumber sekunder.

Unit Analisis

Unit analisis dari penelitian ini yaitu berfokus pada orang (people focused).

Teknik Penentuan Informan

Teknik dalam menentukan informan pada penelitian kualitatif umumnya menggunakan teknik *non-probability sampling*. Lebih spesifik informan dipilih dengan kombinasi teknik *purposive sampling* dan *snowballing sampling*. Adapun persyaratan yang diajukan peneliti untuk memperoleh informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah 1.) Informan merupakan generasi muda yang berusia 10-24 tahun dan berdomisili di Kota Denpasar; 2.) Informan merupakan mahasiswa aktif prodi Ikom Fisip Unud; 3.) Informan aktif dalam menonton televisi minimal 1 jam dalam sehari.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara dan dokumentasi digunakan peneliti ketika mengumpulkan data. Pada teknik wawancara, peneliti menyiapkan pedoman pertanyaan secara umum yang kemudian ditanyakan kepada informan namun tetap memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan lainnya secara bebas. Peneliti akan mewawancarai 5 (lima)

orang mahasiswa dengan pendalaman pengalamannya terkait permasalahan dalam penelitian ini serta dengan kemungkinan penambahan narasumber sampai data yang terkumpul bersifat jenuh. Peneliti juga melakukan teknik dokumentasi untuk melengkapi kebutuhan data yang tidak didapat dalam sumber data primer.

Instrumen Penelitian

Peneliti sendiri berperan aktif sebagai instrument penelitian dalam proses pengumpulan data melalui wawancara. Instrumen pendukung lainnya adalah pedoman wawancara, daftar pertanyaan (kuesioner) dan *handphone* sebagai media dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis secara kualitatif. Menurut opini Miles dan Huberman (dalam kutipan Sugiyono, 2014, h.247) tidga Langkah pada analisis kualitatif yaitu reduksi data, menyajikan data, menyimpulkan dan verifikasi.

Teknik Penyajian Data

Data disajikan dengan menguraikan hasil penelitian secara deskriptif melalui serangkaian kata-kata. Data yang terkumpul melalui wawancara dan dokumentasi kemudian akan disusun secara sistematis sehingga mempermudah proses membaca pada setiap babnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tayangan Kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di Televisi sebagai Upaya Promosi Kesehatan

Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat yang sudah menonton tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi menemukan berbagai fakta dan informasi. Fakta dan informasi tersebut yaitu pendidikan dan sosialisasi 3M. Selain itu fakta atau informasi lain dari kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi adalah sebagai pengingat untuk mematuhi protokol kesehatan dan kebiasaan menjaga kesehatan walau sudah di vaksin dan dalam kondisi *new normal*. Masyarakat juga menangkap dengan baik isi pesan dari tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi. Hal tersebut terlihat dari kemampuan masyarakat dalam menjelaskan isi demonstrasi sesuai dengan tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi.

Temuan hasil penelitian telah menunjukkan bahwa tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi sebagian besar membuat masyarakat termotivasi untuk menjalankan protokol kesehatan Covid-19. Hasil ini menunjukkan bahwa kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi mampu membangkitkan kemauan masyarakat dalam menjalankan protokol kesehatan Covid-19. Walaupun tidak dapat dipungkiri ada sebagian kecil masyarakat yang tidak merasakan pengaruh apapun. Pandangan yang bertolak belakang ini disebabkan oleh prinsip dalam diri mereka yang kuat untuk tetap menjalankan protokol kesehatan Covid-19 dengan atau tanpa diadakannya kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M”. Timbulnya kemauan dalam menjalani protokol kesehatan Covid-19 pada sebagian besar

masyarakat merupakan efek dari menonton tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi.

Selain untuk membangkitkan kemauan, tujuan diadakannya kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” adalah menambah kemampuan menjalani protokol kesehatan Covid-19. Meningkatnya kemampuan merupakan efek konatif dari tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi. Efek ini timbul dalam bentuk perilaku dan tindakan.

Dalam penelitian, stimulus berupa tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi yang diberikan kepada masyarakat sebagai organisme mendapat respon positif karena terjadi proses komunikasi dan adanya perhatian dari masyarakat. Masyarakat memiliki kemampuan dalam memahami pesan (*correctly comprehended*) yang diberikan sehingga terjadi perubahan sikap berupa kemauan dan kemampuan untuk mematuhi protokol kesehatan Covid-19.

Televisi sebagai Media Kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M”

Berdasarkan hasil penelitian televisi dinilai efektif digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Penilaian ini diperoleh dari tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi yang mampu memberikan gambaran yang konkret atau jelas dalam hal protokol kesehatan. Penerimaan pesan juga didukung oleh penggambaran yang jelas, baik dari segi audio maupun visual.

Masyarakat memberikan penilaian terhadap kelebihan tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi. Kelebihan yang disebutkan yaitu ditayangkan di media massa, enak didengar, mudah diingat dan dipahami, *tagline*-nya bagus dan metode sosialisasi yang beragam. Kelemahan terhadap tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi juga dikritisi. Penayangan yang hanya diawal pandemi, tidak dilakukan secara terus-menerus, tampilannya terlalu formal, cara pembawaannya kaku dan tidak ada jaminan masyarakat akan mengikuti secara penuh adalah beberapa kelemahan berdasarkan penilaian masyarakat.

Setelah mempertimbangkan kelebihan dan kelemahan tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi, masyarakat kemudian memberikan masukan guna meningkatkan kualitas dari upaya promosi kesehatan tersebut. Saran agar tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi sebagai media promosi protokol kesehatan Covid-19 dapat ditingkatkan adalah melalui penerapan secara langsung di masyarakat, ditayangkan di media lain, tayangan dibuat tidak terlalu formal dan ditayangkan secara konsisten.

Kepatuhan dalam Menjalani Protokol Kesehatan Covid-19

Kepatuhan masyarakat dapat terjadi karena adanya dorongan internal dan eksternal. Dorongan secara internal memiliki pengaruh lebih kuat dibandingkan dengan secara eksternal. Faktor internal contohnya kepribadian, pengetahuan dan kepercayaan.

Ketiga factor akan saling berkaitan. Kepribadian sebagai faktor internal berperan kuat mempengaruhi intensitas kepatuhan. Kepribadian tumbuh dan dipengaruhi oleh pengetahuan terhadap Covid-19. Peran kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi adalah sebagai sumber pengetahuan masyarakat untuk menjalani protokol kesehatan Covid-19. Pengetahuan yang dipadukan dengan pengalaman hidup secara tidak langsung telah membentuk kepercayaan masyarakat bahwa Covid-19 nyata dan benar adanya sehingga penting untuk mematuhi protokol kesehatan yang telah dianjurkan.

Pendidikan, lingkungan dan interaksi dengan petugas kesehatan adalah faktor eksternal yang mendukung kepatuhan sehingga tetap berjalan. Lingkungan dan interaksi dengan petugas kesehatan berperan sebagai pengingat dan pendukung yang diperkaya oleh faktor pendidikan dalam memberikan pondasi pengetahuan kepada masyarakat sehingga kedisiplinan dalam mematuhi protokol kesehatan Covid-19 selalu dijaga.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa tayangan kampanye “Ingat Pesan Ibu: 3M” di televisi berdampak terhadap kepatuhan dalam menjalani protokol kesehatan Covid-19 di Kota Denpasar khususnya pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Udayana. Dampak tersebut terlihat dalam bentuk sikap

kepatuhan masyarakat dalam menjalani gerakan 3M diantaranya memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak sesuai standar protokol kesehatan Covid-19.

6. DAFTAR PUSTAKA

- BPK RI. (2020). Peraturan Pemerintah (PP) tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Diakses pada 24 Maret 2021, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135059/pp-no-21-tahun-2020>
- CNN Indonesia. (2021). Dampak Ekonomi PSBB Jawa-Bali. Diakses pada 24 Maret 2021, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210107064523-532-590460/dampak-ekonomi-psbb-jawa-bali>
- Lombok Post. (2020). Satgas Covid-19 Sosialisasi Kampanye Ingat Pesan Ibu Kepada Anak Muda. Diakses pada 24 Maret 2021, dari <https://lombokpost.jawapos.com/nasional/09/10/2020/satgas-covid-19-sosialisasi-kampanye-ingat-pesan-ibu-kepada-anak-muda/>
- Kominfo. (2020). Disiplin 3M, Kunci Utama Tekan Penularan Covid-19. Diakses pada 24 Maret 2021, dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/29899/disiplin-3m-kunci-utama-tekan-penularan-covid-19/0/sorotan_media
- Nielsen. (2020). Covid-19 dan Dampaknya Pada Tren Konsumsi Media. Diakses

pada 24 Maret 2021, dari
<https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>

Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Cetakan ke-19. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

_____ (2007). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Wiryanto. (2000). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Garsindo.

Prijodarminto, Soegeng. 2003. Disiplin Kiat Menuju Sukses. Jakarta: Abadi.

Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta