

BAB 1

PENDAHULUAN

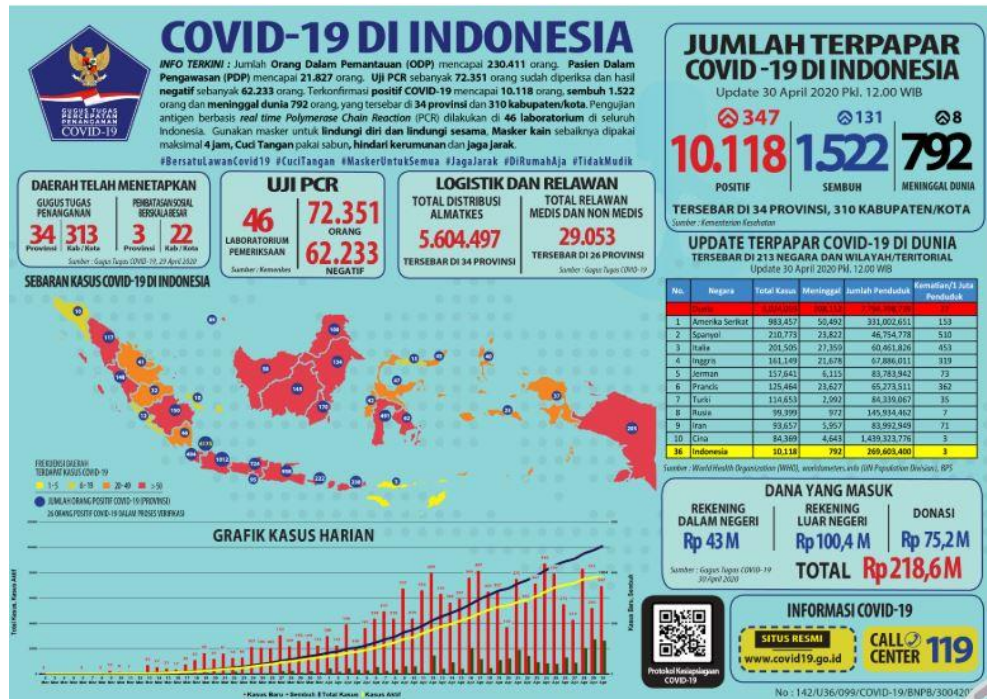
1.1. Latar Belakang

Pandemi *covid-19* merupakan fenomena baru yang terjadi hampir di seluruh negara di dunia, salah satunya yang terkena imbas dari pandemi ini adalah Indonesia. *covid-19* adalah penyakit semacam flu yang dapat menular dengan cepat dan disebabkan oleh jenis corona virus yang eksistensinya baru saja ditemukan dan pertama kali wabah bermula di kota Wuhan, Tiongkok pada Desember 2019.

Penyebaran virus ini terjadi sangat cepat hingga ke berbagai negara. Indonesia sudah tercatat sebagai negara urutan ke 22 se Asia yang memiliki jumlah kasus positif . *Covid-19* terbanyak di seluruh dunia. Kasus positif . *covid-19* di Indonesia per April 2020 mencapai 10.118 orang positif dan 792 orang meninggal, seiring waktu pasien positif dan meninggal akan terus bertambah dengan cepat setiap harinya. Usia paling banyak yang terjangkit kasus positif . *covid-19* mereka yang berusia produktif dan memiliki riwayat penyakit kronis seperti serangan jantung, diabetes, dan lainnya. (2020 : www.kemkes.go.id)

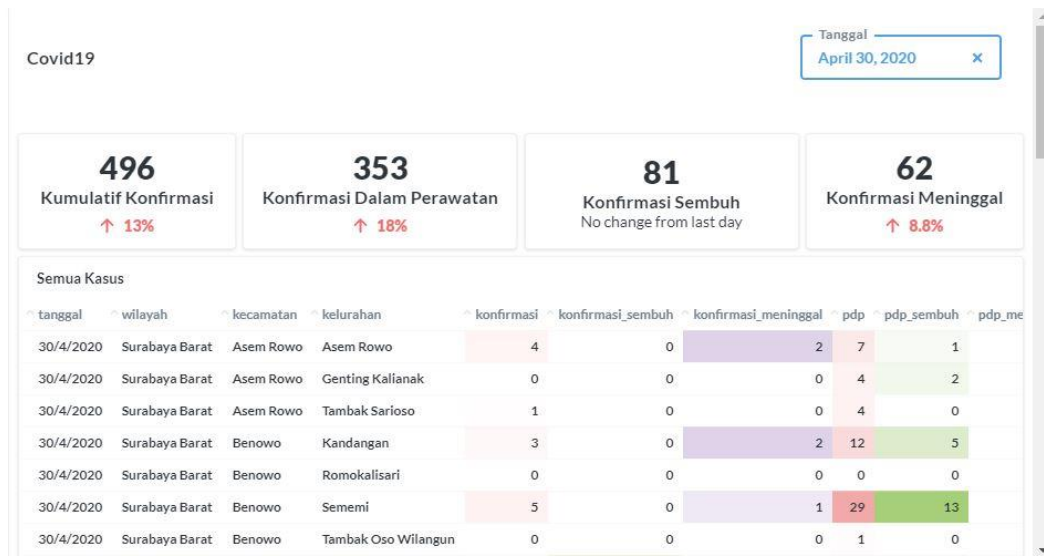
Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) usia pasien meninggal yang disebabkan positif . *covid-19* adalah mereka yang memiliki rentan di usia 30-59 tahun. Secara parameter usia, kasus positif COVID-19 meliputi 0,6% terjadi pada balita, 15% terjadi pada remaja usia 15-

29 tahun, 54% terjadi pada usia 30-59 tahun, 16% terjadi pada usia 60-79 tahun, dan 1% usia lanjut.



Gambar 1.1 Data Kasus COVID-19 di Indonesia

Akumulasi data diatas merupakan jumlah keseluruhan kasus positif covid-19 di Indonesia yang menyebar ke berbagai provinsi, salah satunya terjadi di Jawa Timur. Jawa Timur memiliki angka kasus positif mencapai hingga 951 dan meninggal kurang lebih 105 orang, dengan angka kasus paling banyak terjadi di Kota Pahlawan, Surabaya. Menurut data pemerintah provinsi Jawa Timur, per April 2020, Surabaya memiliki jumlah kasus positif mencapai 496 orang Dan meninggal 62 orang. (2020 : <http://infocovid19.jatimprov.go.id/>)



Gambar 1.2 Data Jumlah Kasus Virus COVID-19 di Surabaya Per April 2020

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya tegas seperti melaksanakan *social distancing*, *work from home*, hingga himbauan untuk tidak mudik untuk mencegah penyebaran virus ini. Kemenkes RI telah melakukan kampanye agar masyarakat dihimbau untuk tidak mudik atau kembali ke kampung halaman selama pandemi ini masih berlangsung. Kampanye tersebut dikemas dengan bentuk iklan layanan masyarakat yang di posting melalui media sosial twitter akun @KemenkesRI.

Iklan layanan masyarakat merupakan alat komunikasi yang strategis dengan tujuan menciptakan dampak yaitu memberikan informasi guna mempersuasi khalayak agar melakukan suatu tindakan. Untuk mencapai keefektifan iklan diperlukan sebuah konsep kreatif. Konsep kreatif pada iklan akan memberikan attention untuk khalayak. Iklan merupakan komunikasi massa yang bersifat tidak langsung dan kompleks. Karena keberadaannya iklan ini di media sosial twitter, maka iklan layanan masyarakat ini dapat

dikategorikan sebagai jenis iklan online. Iklan Online merupakan suatu pasar baru melalui jaringan internet yang dijadikan sebagai upaya mengkomunikasikan suatu perusahaan, promosi, produk maupun jasa melalui jaringan internet (Kotler dalam Maharani, 2018:5).

Iklan layanan masyarakat yang dimaksud yaitu iklan yang mengkomunikasikan pesan untuk kebaikan bersama dalam menghadapi pandemi . *covid-19*. Iklan layanan masyarakat yang berisi himbauan untuk tidak mudik di publish oleh akun twitter @KemenkesRI. Media sosial membuat individu satu dan dapat dapat berinteraksi dengan mudah dan cepat. Khalayak dapat dengan mudah mengakses informasi penting tentang fenomena yang terjadi. Dengan menggunakan media sosial khalayak dapat bebas bisa menambahkan, mengedit, mendesign tulisan, gambar, video, dan berbagai isi lainnya.

Media sosial twitter adalah salah satu bukti kemajuan teknologi sebagai sarana komunikasi melalui media sosial online. Twitter juga dapat dimanfaatkan sebagai media diskusi dan berbagi informasi melalui tweet yang berisi berbagai macam topik mulai dari hiburan,teknologi , isu politik, hingga bencana, yang ada di kehidupan sosial. Hal tersebut dilakukan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dalam menyampaikan informasi kepada khalayak melalui iklan layanan masyarakat berbentuk poster yang diposting melalui akun twitternya mengenai larangan mudik kepada khalayak, guna memutus penyebaran virus COVID-19. (Ramanda, 2015 : 225)



Gambar 1.3 Iklan Larangan Mudik oleh akun twitter @KemenkesRI

Namun Iklan tersebut tidak sepenuhnya diterima baik oleh khalayak. Khalayak sebagai target penyampaian pesan himbauan tidak mudik dari Kemenkes tentu memiliki pandangan atau persepsi dalam menyikapi himbauan tersebut. Khususnya mahasiswa perantauan yang mengharuskan mereka untuk jauh dari kampung halaman demi menempuh Pendidikan.

Persepsi sendiri merupakan proses dari dalam diri untuk memilih, melihat, memandang, memutuskan dan memberikan sikap terhadap segala hal yang ada di lingkungannya.

Joseph De Vito dalam bukunya Komunikasi Antar Manusia (2011: 75) menuliskan persepsi adalah proses dengan mana kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera kita. Persepsi mempengaruhi stimulus terhadap pesan atau informasi yang kita serap dan makna yang diberikan kepada kita Ketika mencapai kesadaran.

Semenjak diberlakukanya “belajar dari rumah” atau metode pembelajaran daring memungkinkan mahasiswa melaksanakan perkuliahan dari rumah masing masing. Tak terkecuali mahasiswa perantauan. Melakukan perkuliahan di kampung halaman terasa seperti mimpi yang menjadi kenyataan. Bagaimana tidak, mahasiswa tetap dapat mengikuti perkuliahan seperti biasa dan juga tidak perlu khawatir akan kerinduan terhadap kampung halaman.

Akan tetapi hal ini menjadi dilema tersendiri bagi mahasiswa yang belum sempat kembali ke kampung halamannya dan himbuan untuk tidak mudik telah disiarkan. Apabila memaksa untuk kembali ke kampung halaman “gelar” ODP atau Orang Dalam Pengawasan mau tidak mau harus disandang oleh mahasiswa yang nekat kembali. Hal ini tentu saja menambah kekhawatiran mahasiswa dan kerabat di kampung halaman akan terjadinya penularan atau penyebaran . *covid-19* di kampung tinggalnya.

Maka dari itu penelitian ini mencoba menggali bagaimana persepsi mahasiswa perantauan terhadap himbuan tidak mudik dari Kemenkes RI. Khususnya bagi mereka yang memilih untuk tetap berada di kota perantauannya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas peneliti merumuskan masalah yang menjadi pokok penelitian ini adalah:

Bagaimana persepsi mahasiswa perantauan di Surabaya mengenai isi pesan Iklan Layanan Masyarakat tentang larangan mudik oleh Kementerian Kesehatan dalam rangka memutus penyebaran pandemi *Covid-19*?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan pandangan isi pesan Iklan Layanan Masyarakat tentang larangan mudik oleh Kementerian Kesehatan dalam rangka memutus penyebaran pandemi *Covid-19* khususnya dalam persepsi mahasiswa perantauan di Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam aspek praktis dan teoritis yaitu

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah menambah kajian ilmu komunikasi terkait dengan kajian persepsi. Selain itu penelitian juga diharapkan menjadi landasan dan sumber informasi untuk penelitian selanjutnya yang juga membahas mengenai kajian persepsi.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah mampu memberikan informasi dan pemahaman masyarakat terhadap penyebaran dan pencegahan *covid-19*.