

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu kebutuhan mendasar dari manusia adalah informasi. Manusia mulai menyadari pentingnya informasi dalam kehidupannya. Melalui informasi manusia dapat memperoleh pengetahuan tentang berbagai hal. Televisi merupakan salah satu bentuk media massa untuk beriklan, ini karena televisi dipandang lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi masyarakat dan televisi adalah salah satu media massa elektronik yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. (Yandri / Theresia Diyah Wulandari 2014)

Kelebihan yang dimiliki televisi sebagai salah satu media periklanan adalah kesan televisi yang realistik, hal ini dikarenakan sifat televisi yang audio visual dan merupakan kombinasi warna-warna, suara serta gerakan, sehingga membuat iklan-iklan televisi nampak begitu hidup dan nyata maka sehingga sangat kuat pengaruhnya untuk mempersuasikan orang lain. (R, Kasali, 1992:172)

Menurut Wright (1978) Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai Indikator yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi persuasif. Masyarakat periklanan Indonesia mendefinisikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang

disampaikan lewat media ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. (R. Kasali, 1992:28).

Iklan pada dasarnya memiliki 2 jenis sifat yaitu, bersifat komersil dan non-komersial. Iklan yang bersifat komersial memiliki tujuan khusus untuk mendapatkan keuntungan atau menghasilkan nilai ekonomi tertentu. Sedangkan iklan yang bersifat non-komersial yaitu meliputi tentang hal-hal yang bersifat sosial, maka dapat disebut sebagai “Iklan Layanan Masyarakat”. Iklan layanan masyarakat merupakan komponen dari sebuah gerakan sosial yang bertujuan menjual gagasan, pendapat maupun ide untuk kepentingan layanan masyarakat. (Pujiyanto, 2013:4)

Seperti iklan komersial pada umumnya, ILM juga memiliki prinsip yang sama dalam penyusunannya. Iklan merupakan salah satu bentuk pesan persuasif yang memiliki peran penting dalam menyampaikan maksud dan tujuan suatu perusahaan. Maka dari itu hal terpenting dalam strategi ILM adalah menciptakan komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi target adopter untuk merubah perilakunya sesuai dengan keinginan pemasar sosial. Pesan persuasif merupakan salah satu pembentuk efektivitas komunikasi dalam pemasaran sosial. (Mowen dan Minor 2002:410)

Iklan layanan masyarakat juga banyak melibatkan konteks didalamnya terhadap bentuk kepedulian sosial seperti, pemerintahan bekerja sama dengan suatu perusahaan, lembaga sosial, maupun kelompok komunitas, untuk membuat suatu informasi yang bermanfaat. Iklan layanan masyarakat meliputi unsur sosial yang ada

didalam kehidupan sehari-hari baik dalam hal kesejahteraan sosial, pendidikan, peraturan atau kebijakam, kesehatan dan lain sebagainya. (Kotler dan Lee 2008: 283)

Iklan yang dimuat dalam tv tersebut berjudul “vaksinasi covid-19”. Dari iklan tersebut mengedukasi kita agar mengetahui betapa pentingnya vaksinasi dan mentaati protokol kesehatan yang telah dianjurkan oleh pemerintah saat sedang diluar dirumah. Karena yang kita ketahui saat ini seluruh dunia termasuk Indonesia sedang menghadapi wabah Coronavirus Disease (COVID-19). Agar meminimalisir penyebaran penyakit tersebut dilakukan berbagai upaya penanggulangan ekstrem seperti Lockdown suatu daerah maupun suatu negara. COVID-19 disebabkan oleh virus Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2 (SARS-CoV-2). Menurut World Health Organization (WHO), virus ini mampu bertahan hidup sampai beberapa jam bahkan beberapa hari di suhu 26-27 derajat Celsius. (Yunus et al. 2020).

Virus Corona adalah jenis virus dari famili Coronaviridae yang bisa menginfeksi sistem pernapasan baik manusia maupun hewan. Kendati demikian, virus ini lebih banyak ditemukan pada hewan. Virus Corona pertama kali teridentifikasi pada periode 1960-an. Diberi nama Corona oleh karena struktur tubuhnya yang tampak menyerupai mahkota. Kebanyakan Virus Corona menyebar seperti virus lain pada umumnya, seperti percikan air liur pengidap (batuk dan bersin.), menyentuh tangan atau wajah orang yang terinfeksi, dan menyentuh mata, hidung, atau mulut setelah memegang barang yang terkena percikan air liur pengidap Virus Corona.(Yanti, Fridalni, and Harmawati 2020)



Gambar 1.1 Data jumlah terpapar covid-19

Kasus pertama COVID-19 dilaporkan di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 dengan jumlah dua kasus. Berdasarkan data website Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 25 september 2020, kasus terkonfirmasi covid-19 di Indonesia mulai dari tanggal 21 januari 2020 sampai 8 April 2021 telah terhitung sebanyak 1.552.880 kasus positif dengan 111.271 kasus aktif, 73.416 sembuh dan 58.214 meninggal. Dan dari data WHO Indonesia berada di tingkat 20 dari seluruh dunia dengan jumlah angka yang telah terpapar virus covid-19. (<https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-korban-virus-corona-di-indonesia-pada-maret-2021.html>. Diakses pada tanggal 8 April 2021, pukul 19:30 WIB.)

Pemerintah telah mengeluarkan undang-undang nomor 10 tahun 2021 tentang pelaksanaan vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi corona disease (covid-19). Vaksinasi covid-19 adalah harapan terbaik untuk menekan penularan

virus corona. Namun, mungkin masih banyak masyarakat awam yang masih mempertanyakan manfaat vaksin COVID-19, cara kerjanya, atau mungkin efek samping yang dapat terjadi. Mendapatkan vaksin COVID-19 maka bisa melindungi tubuh dengan menciptakan respons antibodi di tubuh tanpa harus sakit karena virus corona. Vaksin covid-19 mampu mencegah seseorang terkena virus corona. Atau, apabila kamu tertular covid-19, vaksin dapat mencegah tubuh dari sakit parah atau potensi hadirnya komplikasi serius. (Permenkes 2021)

Cek Fakta Liputan6.com menemukan klaim vaksin covid-19 dari China bisa terjadi memusnahkan penduduk pribumi. Berita itu didapatkan dari akun facebook Uli Umar, pada 25 Desember 2020. Akun tersebut menshare tangkapan layar memuat artikel media online yang membahas vaksin covid-19, kemudian tangkapan layar tersebut diberi keterangan sebagai berikut " Dimanapun Rezim Komunis berkuasa yg hidup enak hanya elit-elit partai komunis dan kroni-kroninya tuh rakyat China sendiri menolak untuk dimusnahkan. Lalu memaksa rakyatnya 182juta orang harus divaksin". Hasil penelusuran Cek Fakta Liputan6.com, klaim vaksin Covid-19 dari China akan memusnahkan penduduk pribumi tidak benar. BPOM menyatakan, vaksin COVID-19 Sinovac cukup aman.

Pada 5 Januari 2021, pemilik akun Facebook atas nama Ariyo Dermawan mengunggah klaim yang menyebut hanya Indonesia yang membeli vaksin virus orona covid-19 buatan China, Sinovac. Dalam klaimnya, Ariyo Dermawan menyebut, dari 20 negara yang memesan vaksin covid-19 buatan China, hanya Indonesia yang melanjutkan pemesanan. Begini klaimnya: "Di beberapa

negara, pasca pemberian vaksin muncul berbagai gejala dan masalah terhadap relawan uji coba vaksin. Dari 20 negara yang mulai memesan vaksin, hanya Indonesia saja yang memesan Vaksin Sinovac dari China. Yang jelas saya pribadi akan menolak dengan alasan vaksin belum lolos uji coba klinis dan bahkan ditolak oleh beberapa negara. Saya tidak membutuhkan dan punya hak untuk menentukan sendiri jenis pelayanan kesehatan untuk diri saya sendiri. Terlebihnya, saya tidak ingin jadi kelinci percobaan. Atau bagaimana dengan teman-teman tenaga kesehatan sebagai “orang pertama” yang akan menerima vaksin? Bersediakah?" Klaim yang menyebut hanya Indonesia yang membeli vaksin covid-19 buatan China, Sinovac adalah salah. Faktanya, ada negara lain yang juga membeli Sinovac, yakni Chili, Turki, Brasil, dan Bangladesh. <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/4568245/simak-kumpulan-hoaks-orang-meninggal-setelah-suntik-vaksin-covid-19>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 14:00 WIB)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektif atau tidaknya pengaruh iklan terhadap orang yang melihat, secara umum dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi, sedangkan secara khusus setelah melihat tayangan iklan tersebut diharapkan secara langsung dapat memberikan efek yang signifikan sehingga dapat mengerti isi pesan yang terdapat pada iklan tersebut, dan akhirnya dapat memberikan respon yang positif karena seringnya iklan tersebut ditayangkan.

Sumber: Wednesday 05/05/2021 All Fix

- 1 IKATAN CINTA RCTI
- 2 PUTRI UNTUK PANGERAN RCTI
- 3 PREMAN PENSUN 5 RCTI
- 4 AMANAH WALI 5(R) RCTI
- 5 ENTONG MNCTV
- 6 TUKANG OJEK PENGKOLAN RCTI
- 7 BUKU HARIAN SEORANG ISTRI SCTV
- 8 LOVE STORY THE SERIES SCTV
- 9 KULTUM RCTI
- 10 MENGETUK PINTU HATI SCTV
- 11 BUKA PUASA BARENG UPIN MNCTV
- 12 BISMILLAH CINTA IVM
- 13 AMANAH WALI 5 RCTI
- 14 DOA ANAK SHOLEH MNCTV
- 15 DARI JENDELA SMP SCTV

Gambar 1.2 Data rating tv pada tanggal 9 Mei 2021

Berdasarkan data di atas bahwa chanel tv rcti selalu dinomor 1 dengan begitu iklan layanan masyarakat tentang vaksin otomatis masyarakat menjadi lebih sering melihat iklan tersebut yang nantinya akan mempengaruhi masyarakat yang tidak percaya dengan vaksin akan jadi percaya karena sering melihatnya iklan layanan masyarakat tersebut. (dikutip pada <https://ulasku.com/teknologi/rating-tv-indonesia/tanggal-09/05/2021>).



Gambar 1.3 Cuplikan Iklan Layanan Masyarakat Vaksinasi Covid-19

Dalam penelitian ini penulis ingin meneliti pesan iklan layanan masyarakat yang dibuat sengaja oleh media televisi rcti, karena dengan banyaknya berita hoax yang tersebar masih banyak masyarakat yang ragu dengan melakukan vaksinasi, Maka dari itu iklan layanan masyarakat tentang vaksinasi sangat penting agar masyarakat yang belum tahu dan masih merasa takut dengan vaksin menjadi mengetahui dan paham bahwa vaksin itu penting untuk menjaga kita dan memutus rantai virus corona. Dan tidak lupa dengan tetap menjalankan protokol kesehatan. Alasan media rcti menjadi objek penelitian adalah karena media rcti belakangan ini menjadi rating no 1 terus menerus sehingga memungkinkan banyaknya masyarakat yang melihat iklan tersebut. menurut penulis iklan layanan masyarakat versi vaksinasi covid-19 ini dibuat sedemikian rupa dengan cuplikan-cuplikan yang membuat khalayak mudah mengerti akan maksud dari pesan ini. Media televisi juga sebagai alat untuk beriklan, karena jika iklan yang muncul di televisi, sudah pasti produk atau ide-ide gagasan yang disampaikan pemerintah cepat atau lambat sudah dapat dikenali oleh masyarakat luas. Iklan layanan masyarakat yang ditayangkan di televisi ini juga diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan juga diharapkan masyarakat dapat mengerti isi pesan yang disampaikan dalam bentuk sebuah iklan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pernyataan diatas untuk mengukur efektifitas dari sebuah pesan iklan layanan masyarakat, dapat di uraikan rumusan masalahnya dalam penelitian ini, yaitu : Seberapa besar pengaruh Iklan Layanan Masyarakat RCTI Versi Vaksinasi Covid-19 yang terhadap sikap Masyarakat ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini ialah untuk mengetahui pengaruh iklan layanan rcti versi vaksinasi covid-19 yang terhadap sikap masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang pengembangan penelitian dibidang ilmu komunikasi khususnya pada bidang periklanan. Selain itu, dapat dijadikan acuan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai studi bidang periklanan.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat membuat masyarakat yang menyaksikan iklan layanan masyarakat ini merubah sikap dan perilaku agar lebih peduli akan pentingnya protokol kesehatan dan sadar akanbahayanya virus corona ini yang sedang melanda Indonesia.