

ANALISIS SIKAP MASYARAKAT TERHADAP E-POSTER IMUNISASI *MEASLES RUBELLA* SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN SOSIAL KEMENTERIAN KESEHATAN RI DALAM MENG-*COUNTER* ISU *HOAX* KESEHATAN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Ilmu Komunikasi



PUTRI REZA UMAMI

1161923026

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Putri Reza Umami

Nim : 1161923026

Tanda Tangan : 

Tanggal : 3 September 2018




LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Putri Reza Umami
NIM : 1161923026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Sikap Masyarakat Terhadap E-Poster Imunisasi
Measles Rubella Sebagai Strategi Pemasaran Sosial
Kementerian Kesehatan RI dalam Meng-counter Isu *Hoax*
Kesehatan di Media Sosial Facebook.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Progam Studi Ilmu Komunikas, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing : Mirana Hanastasia, MMediaPrac ()
Penguji I : Hanny Nurahmawati, M.Si. ()
Penguji II : Suharyanti, Dra., M.S.M ()
Ditetapkan : di Jakarta
Tanggal : 3 September 2018

Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hinayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Semoga penelitian ini dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca dalam penelitian selanjutnya di program studi ilmu komunikasi khususnya di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai masa penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit peneliti untuk menyelesaikannya.

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Yth :

1. Ibu Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang selama ini membantu saya menyelesaikan masalah *studie* saya selama perkuliahan.
2. Ibu Mirana Hanastasia, MMediaPrac selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu selama kurang lebih 5 bulan, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun Tugas Akhir ini.
3. Ibu Dr. Tita Djuitaningsih S.E., M.Si. Ak . Selaku Ketua administrasi kelas karyawan yang selama ini juga membantu peneliti dalam menyelesaikan program studi di Universitas Bakrie.
4. Ibu Ari Kurnia M. Ilkom dan Ibu Suharyanti, Dra. M.S.M selaku penguji dalam penelitian ini.
5. Bapak Hasan Basri dan Ibu Nurjanah , selaku kedua orang tua saya yang secara terus menerus mendukung saya dalam keadaan susah sampai pada akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Teman – teman peneliti di Universitas Bakrie yang selalu bersemangat kuliah khususnya untuk Batch 7.
7. Teman-teman sebimbingan untuk kerja keras nya dalam menyemangati saya sampai dengan selesai.
8. Ketujuh informan penelitian ini, yang sudah mau meluangkan waktu banyak untuk menjadi informan penelitian ini.

9. Teman-Teman di Biro Komunikasi dan Pelayanan Masyarakat khususnya di Sub Bidang Media Massa dan Media Sosial yang selalu membantu dan mensupport selama perkuliahan.
10. Satrya Ridzki Perdana yang mendukung peneliti dan meluangkan waktu untuk menjadi tempat curhat terbaik selama masa perkuliahan di Diploma sampai saat ini.
11. Dan Mas Taufik selaku administrasi kelas Karyawan yang sangat sabar dalam memproses kegiatan mahasiswa/i kelas karyawan selama ini.

Jakarta, 3 September 2018



Putri Reza Umami

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan
di bawah ini:

Nama : Putri Reza Umami
NIM : 1161923026
Progam Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu penegtahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royali Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Sikap Masyarakat Terhadap E-Poster Imunisasi *Measles Rubella* Sebagai Strategi Pemasaran Sosial Kementerian Kesehatan RI dalam Meng-counter Isu Hoax Kesehatan di Media Sosial Facebook

Dengan Hak Bebas Royalti Non-esklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 3 September 2018

Yang menyatakan



(Putri Reza Umami)

ANALISIS SIKAP MASYARAKAT TERHADAP E-POSTER IMUNISASI *MEASLES RUBELLA* SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN SOSIAL KEMENTERIAN KESEHATAN RI DALAM MENG-COUNTER ISU *HOAX* KESEHATAN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

Putri Reza Umami

ABSTRAK

Perbincangan yang terdapat di media sosial berpotensi mengkonstruksi pemahaman publik mengenai suatu hal dalam kehidupan masyarakat karena media sosial ini juga membentuk konstruksi pemaknaan tentang asumsi sosial kita. Selain hal ini berhubungan dengan Pemasaran sosial yang dilakukan dengan menggunakan strategi kampanye, Salah satu strategi pemasaran sosial yang digunakan adalah dengan menggunakan E-Poster (elektronik poster) yang dapat dengan mudah disebarluaskan di media sosial. Penelitian ini peneliti berfokus pada bagaimana analisis sikap masyarakat terhadap E-Poster *Measles Rubella* di media sosial facebook. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan studi kasusnya pada e-poster Imunisasi MR dari Kementerian Kesehatan RI. Teknik Penelitiannya menggunakan indepth interview. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori pemasaran sosial, advertising dan teori sikap digunakan sebagai salah satu dalam pembentukan opini dengan pesan yang dikeluarkan melalui media sosial dengan maksud mengubah perilaku masyarakat. Dalam sikap kognitif masyarakat hanya melihat dan belum mengetahui secara jelas maksud dan pesannya. Dalam sikap afektif masyarakat sudah mulai mengevaluasi fungsi dari e-poster tersebut sebagai acuan dalam bertindak. Tahap Konatif masyarakat dapat melakukan imunisasi MR untuk buah hatinya. Dalam tahapan inilah perilaku pengguna media sosial dan orangtua yang memiliki buah hati harus cermat terhadap pemberitaan atau isu yang negative di media sosial, dikarenakan isu yang berkembang adalah isu yang perlu pemahaman dan perlu dicari tahu sumber dan kebenarannya. Pemahaman masyarakat inilah yang diperlukan untuk berupaya bertindak sesuai dengan apa yang dilakukan dengan pemasaran sosial melalui e-poster. Semakin orangtua mencari referensi yang tepat maka strategi pemasaran sosial melalui e-poster ini bisa dijadikan acuan. Faktanya, di Indonesia masih banyak masyarakat yang mudah terpengaruh terhadap pemberitaan di media sosial tanpa mencari tahu referensi yang tepat sehingga dibutuhkan cara lain dengan pendekatan secara langsung.

Kata kunci : Pemasaran Sosial, media sosial, perubahan sikap, iklan layanan masyarakat dan elektronik poster.

**ANALYSIS OF COMMUNITY ATTITUDE IN THE E-POSTER OF
IMMUNIZATION MEASLES AND RUBELLA AS A SOCIAL MARKETING
STRATEGY OF THE MINISTRY OF HEALTH IN COUNTERING HOAX HEALTH
ISSUES IN SOCIAL MEDIA FACEBOOK**

Putri Reza Umami

ABSTRACT

The conversation found on social media has the potential to construct public understanding of a matter in people's lives. The construction of meaning about our social assumptions. One of the social marketing strategies used is to use E-Posters (electronic posters) that can be easily disseminated on social media. This study researchers focused on how to analyze people's attitudes towards E-Poster Measles Rubella on social media Facebook study used descriptive qualitative with a case study on the e-poster of MR Immunization from the Ministry of Health of the Republic of Indonesia. His research technique uses indepth interview. The results of this study indicate that the theory of social marketing, advertising and attitude theory is used as one in the formation of opinions with messages issued through social media with the intention of changing people's behavior. In the cognitive attitude the community only sees and does not know clearly the intent and message. In affective attitudes the community has begun to evacuate the function of the e-poster as a reference in acting. The Conative Stage the community can carry out MR immunization for their baby. In this stage the behavior of social media users and parents who have the heart must be careful about reporting or negative issues on social media, because developing issues are issues that need understanding and need to find out the source and truth. This understanding of the community is needed to try to act in accordance with what is done with social marketing through e-posters. The more parents look for the right reference, the social marketing strategy through this e-poster can be used as a reference. In fact, in Indonesia there are still many people who are easily surprised by the news on social media without finding out the right references so that other methods are needed directly.

Keywords: Social Marketing, social media, attitude changes, public service advertisements and electronic posters.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PESETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.1 Manfaat Praktis	14
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	15
2.1 Analisis Penelitian Sebelumnya	15
2.2 Tinjauan Pustaka	25
2.2.1 Komunikasi Kesehatan	25

2.2.2 Pemasaran Sosial	27
2.2.3 Manajemen Isu	34
2.2.4 Teori Sikap.....	36
2.2.5 Iklan Layanan Masyarakat	37
2.2.6 Media Sosial	44
2.2.7 Berita Palsu (<i>Hoax</i>).....	49
2.3 Kerangka Pemikiran.....	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Metode Penelitian	54
3.2 Objek Penelitian.....	55
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.3.1 Sumber Data.....	55
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	58
3.4.1 Definisi Konseptual.....	58
3.4.2 Operasional Konsep	58
3.5 Teknik Analisis Data.....	60
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	61
3.7 Keterbatasan Penelitian	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Objek Penelitian	64

4.1.1	Gambaran Umum Kementerian Kesehatan RI	64
4.1.2	Gambaran Umum Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit	65
4.1.3	Gambaran Umum Imunisasi <i>Measles Rubella</i>	68
4.1.3.1	Tujuan dilaksanakan Imunisasi <i>Measles Rubella</i> (MR)	68
4.1.4	Pengenalan Vaksin <i>Measles rubell</i> (MR)	69
4.1.4.1	Gambaran Penyakit Campak dan Rubella serta CRS di Indonesia.....	70
4.2	Temuan Penelitian	71
4.2.1	Imunisasi <i>Measles Rubella</i> menjadi Program Imunisasi Nasional	71
4.2.2	Pemasaran Sosial dengan menggunakan E-Poster dalam meng-counter isu hoax kesehatan Imunisasi Measles.....	72
4.2.3	Iklan Layanan Masyarakat dengan Menggunakan E-Poster di Media Sosial Facebook sebagai Strategi Pemasaran Sosial dalam Mengcounter Isu Hoax Imunisasi <i>Measles Rubella</i> . (MR)	81
4.2.4	Respon Masyarakat terhadap E-poster Imunisasi MR sebagai Strategi Pemasaran Sosial Kementerian Kesehatan RI dalam Meng-counter Isu Hoax Kesehatan di Media Sosial Facebook	87
4.3	Pembahasan.....	91
4.3.1	Strategi Pemasaran sosial Kementerian Kesehatan RI Pada Pelaksanan Imunisasi <i>Measles Rubella</i>	93
4.3.1.1	Melakukan Analisis Situasi dari Imunisasi <i>Measles Rubella</i>	94
4.3.1.2	Memilih dan menjelaskan <i>target audience</i> Imunisasi MR	98
4.3.1.3	Mengatur Objek Pemasaran dan Tujuan (Perilaku, Pengetahuan, Keyakinan) pada Pengguna Imunisasi MR	98
4.3.1.4	Mengidentifikasi Hambatan Audiens , Manfaat dan Pesaing pada Pelaksanaan Imunisasi MR.....	99
4.3.1.5	Membuat <i>Positioning</i> yang Diinginkan dalam Pencapaian Pelaksanaan Imunisasi MR	100

4.4 Iklan Layanan Masyarakat dalam Pelaksanaan Imunisasi Measles Rubella dengan Menggunakan E-Poster yang Menampilkan Tokoh Agama “Asrorun Niam” Sekretaris MUI	101
4.4.1.1 <i>Uniqueness</i> (keunikan) dalam Iklan Layanan Masyarakat dalam Meng-counter Isu Hoax Kesehatan Saat Pelaksanaan <i>Imunisasi Measles Rubella</i>	102
4.4.1.2 <i>Repetition</i> (pengulangan) dalam Iklan Layanan Masyarakat dalam Meng-counter Isu Hoax Kesehatan Saat Pelaksanaan <i>Imunisasi Measles Rubella</i>	104
4.4.1.3 <i>Relevance</i> (relevansi) dalam Iklan Layanan Masyarakat dalam Meng-counter Isu Hoax Kesehatan Saat Pelaksanaan Imunisasi <i>Measles Rubella</i>	105
4.5 Sikap Masyarakat terhadap E-Poster di Media Sosial Facebook.....	107
4.6 Hasil Analisis Sikap Masyarakat terhadap E-Poster Imunisasi <i>Measles Rubella</i>	111

BAB V HASIL DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran	117
5.2.1 Saran Akademis	117
5.2.2 Saran Praktisi	118
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	xvi

DAFTAR GAMBAR

1.1 Data statistik Pengguna Facebook di Indonesia.....	2
1.2 Data statistik pengguna facebook di dunia	2
1.3 Media Forum <i>Online</i> Kaskus	7
1.4 Contoh hoax yang menyebar di facebook terkait imunisasi MR.....	7
1.5 Contoh percakapan terkait hoax imunisasi MR di Facebook Kemenkes RI	8
1.6 Contoh infografis dan percakapan mengenai halal dan haram imunisasi MR...	9
1.7 Percakapan halal dan haram di facebook Kemenkes RI.....	10
1.8 E-poster terkait Imunisasi MR dengan tokoh agama dari Sekretaris MUI	13
2.1 Kerangka Pemikiran	52
4.1 Struktur Organisasi Direktorat Pencegahan dan Pengendalian Penyakit	65
4.2 Surat Edaran Menteri Kesehatan RI untuk Pelaksanaan Kampanye Imunisasi MR.....	75
4.3 Surat Dukungan dai Majelis Pembinaan Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah	76
4.4 Surat Dukungan dari Majelis Pembinaan Kesehatan Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah	76
4.5 Konten Fakta Imunisasi dari Kementerian Kesehatan RI.....	78
4.6 Iklan Layanan Masyarakat Imunisasi MR Imunisasi MR dalam bentuk Video.....	79
4.7 Percakapan di E-poster Imunisasi MR.....	82
4.8 Pemberitaan Dinkes Kabupaten Bangka.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Statistik Isu <i>Hoax</i> Kesehatan di Indonesia	5
Tabel 2.1 Analisis Penelitian Sebelumnya.....	18
Tabel 3.1 Karakteristik Informan	57
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	58
Tabel 4.1 Data Penyakit Campak dan Rubella tahun 2015-2016 di Indonesia	70
Tabel 4.2 Hasil Sikap Masyarakat Terhadap E-Poster Imunisasi <i>Measles Rubella</i>	113