

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini, dunia sedang berjuang melawan wabah pandemi baru yang diberi nama COVID-19 (*Corona Virus Disease 19*) atau awalnya dikenal dengan 2019-nCov (*Novel Coronavirus*). COVID-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yang pertama menjadi wabah di Wuhan, Cina pada Desember 2019. Penyakit yang virusnya masih satu keluarga dengan virus penyebab penyakit SARS-Cov dan MERS-Cov ini menyerang sistem pernapasan manusia dengan masa inkubasi virus selama 14 hari. Pada Juli 2021 di seluruh dunia, kasus positif COVID-19 sudah menyentuh angka 190 juta dengan empat juta kasus meninggal dunia (WHO, 2021). Semenjak pertengahan tahun 2020, Amerika, Inggris, Cina, serta beberapa negara lain sudah berusaha menemukan dan mengembangkan vaksin COVID-19 demi menekan angka kasus positif yang terus naik.

Hingga akhirnya pada akhir tahun 2020 hingga awal tahun 2021, vaksin COVID-19 dengan rerata tingkat keefektifitasan 60% mulai disebar dan digunakan berbagai lapisan masyarakat di seluruh dunia. Menurut WHO (2021), sebanyak 3.568.861.733 dosis vaksin telah didaftarkan di seluruh dunia. Indonesia juga menjadi salah satu negara yang pada awal tahun 2021 sudah mulai menggunakan vaksin COVID-19. Jumlah kasus positif COVID-19 di Indonesia per Juli 2021 telah menyentuh angka 2,9 juta kasus, dengan itu pemerintah Indonesia terus membuat berbagai program vaksinasi COVID-19 dengan menggunakan vaksin Sinovac, AstraZeneca, Pfizer, dan Moderna. Lebih tepatnya sejak tanggal 13 Januari 2021, pemerintah Indonesia secara resmi siap dan mulai memberikan vaksin kepada warga Indonesia. Vaksin COVID-19 Sinovac atau CoronaVac dari Biotech Ltd. Cina menjadi vaksin pertama yang digunakan di Indonesia. Vaksin Sinovac merupakan jenis vaksin yang berupa virus SARS-CoV-2 terlemahkan atau yang sudah tidak aktif (Pane, 2021).

Vaksin Sinovac secara resmi diimpor ke Indonesia pada Desember 2020 sebanyak 1,2 juta dosis (Rosana, 2020). Vaksin Sinovac sendiri baru

memperoleh izin penggunaan darurat (*emergency use authorization/EUA*) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pada tanggal 11 Januari 2021, dan dinyatakan memiliki tingkat efektivitas sebesar 65,3% (CNN, 2021). Vaksin (material vaksinasi) pada umumnya memang mengandung virus atau bakteri penyebab penyakit yang telah dilemahkan sehingga saat diinjeksikan atau diterima tubuh tidak akan menyebabkan penyakit yang sesungguhnya. Sedangkan vaksinasi merupakan cara yang simpel, aman, dan efektif dalam melindungi masyarakat dari penyakit berbahaya sebelum mereka secara langsung mengalami kontak dengan penyakit tersebut (WHO, 2021). Pada dasarnya vaksinasi bekerja dengan menggunakan ketahanan imun tubuh manusia dalam membangun ketahanan terhadap penyakit khusus melalui pelatihan pembuatan antibodi.

Pemerintah Indonesia saat ini telah menentukan target sasaran vaksinasi sebanyak 208.265.720 orang dengan memprioritaskan tenaga medis, petugas publik dan lansia. Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional mengatakan sebanyak total 16.400.351 target sudah divaksinasi dengan dua dosis per Juli 2021 (KPCPEN, 2021). Dari mulai diadakannya program vaksinasi COVID-19 oleh pemerintah, tidak semua masyarakat Indonesia mengatakan bersedia untuk divaksin. Dilansir dari CNN Indonesia, berdasarkan survei yang dilakukan Kementerian Kesehatan RI pada 2020 hanya sebesar 64,8% masyarakat Indonesia yang bersedia di vaksinasi (CNN, 2020).

Menurut Gracia Ivonika, M.Psi seorang psikolog dalam sebuah artikel, dengan fakta bahwa vaksin COVID-19 adalah hal yang baru maka wajar jika masih ada keraguan untuk menerima vaksin di masyarakat. Faktor penyebab keraguan tersebut diantaranya meliputi faktor lingkungan, pola pikir/kepercayaan, dan nilai yang dianut (Maharani, 2021). Menurut hasil para-riset yang telah dilakukan terlihat ada beberapa faktor lain yang turut mempengaruhi sudut pandang masyarakat mengenai COVID-19 dan vaksinya. Faktor tersebut diantaranya adalah faktor latar belakang pendidikan, lingkungan, dan psikis (adanya trauma yang bersangkutan dengan isu tersebut). Selain itu kurangnya edukasi dan informasi mengenai cara kerja hingga efek samping vaksinasi bisa menjadi faktor sulitnya masyarakat untuk membuka pikiran

mereka terhadap vaksin baru COVID-19. Kemudian, dari hasil survei Indikator Politik Indonesia kepada 1.200 responden di seluruh Indonesia per 1-3 Februari 2021, dinyatakan dari 261 responden yang berusia dibawah 21 hingga 25 tahun 32,9% diantaranya tidak percaya terhadap efektivitas vaksin (INDIKATOR, 2021).

Alasan mereka diantaranya karena mereka belum yakin akan keamanan vaksin (56%), mereka juga merasa vaksin belum efektif (37%), dan mereka merasa tidak membutuhkan vaksin (25,6%). Di DKI Jakarta, per Agustus 2021 pemerintah daerah sudah menetapkan bahwa sertifikat vaksinasi telah menjadi syarat berkegiatan bagi masyarakat di sektor yang telah diijinkan (Kompas.com, 2021). Kemudian mengikuti perpanjangan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 4 pada September 2021, selain sertifikat vaksinasi Kementerian Dalam Negeri mewajibkan penggunaan aplikasi PeduliLindungi menjadi syarat dalam melakukan kegiatan tertentu (Kompas.com, 2021). Adanya aturan baru dalam berkegiatan ini, membuat tidak sedikit masyarakat yang akhirnya menerima vaksinasi hanya demi mengikuti aturan pemerintah dan dipermudah saat ingin beraktivitas

Dilansir dari BBC Indonesia, menurut psikolog kesehatan Rizqi Amelia Zein dari Universitas Airlangga, demi meningkatkan keberhasilan program vaksin pemerintah seharusnya melakukan edukasi yang ditujukan pada masyarakat yang tidak tahu dan masih ragu tentang vaksin (Anugerah, Covid-19: Dua survei menyebut banyak anak muda menolak vaksin, bagaimana meyakinkan mereka?, 2021). Menurut sumber yang sama, seorang peneliti CSIS (*Centre for Strategic and International Studies*) Arya Fernandes, juga menyatakan bahwa untuk saat ini golongan muda memang lebih sering mengakses sosial media yang mana biasanya informasi tidak benar mengenai vaksinasi sering tersebar. Hal tersebut juga membuat golongan tersebut menjadi susah menerima informasi kredibel yang disampaikan pemerintah. Kemudian menurut pakar biologi molekuler dan komunikator sains Ahmad Rusdan Utomo, masyarakat kalangan muda (kaum Milenial dan Gen Z, usia 20-40 tahun) belum melihat urgensi vaksin bagi mereka dan lingkungan sosial, sehingga perlu diberikan kesadaran bahwa mereka adalah penular virus yang baik (Anugerah,

Covid-19: Dua survei menyebut banyak anak muda menolak vaksin, bagaimana meyakinkan mereka?, 2021).

Untuk itu dibutuhkan sebuah bentuk komunikasi kesehatan yang lebih mudah dicerna masyarakat utamanya generasi Milenial dan Gen Z, sehingga efektif dalam memberikan informasi dan pemahaman mengenai vaksinasi. Proses komunikasi tersebut juga harus dilakukan secara efektif yang berarti dari komunikasi tersebut dihasilkan pengertian, menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, hingga menghasilkan sebuah tindakan (Rezi, 2018). Komunikasi kesehatan merupakan cara menggunakan kemampuan komunikasi untuk menyebarluaskan informasi kesehatan sehingga dapat mempengaruhi individu atau masyarakat yang nantinya akan mempengaruhi pembuatan keputusan yang diharapkan menjadi tepat mengenai pengelolaan kesehatan (Liliweri, 2008).

Komunikasi kesehatan memiliki ruang lingkup berupa pencegahan penyakit, promosi kesehatan, dan kebijakan kesehatan (Harahap & Putra, 2019). Penyuluhan mengenai vaksinasi COVID-19 dalam ruang lingkup komunikasi kesehatan yang bisa dilakukan adalah pencegahan penyakit dan promosi kesehatan. Media komunikasi kesehatan bisa melalui banyak hal, mulai dari poster, penyuluhan tatap muka, hingga tayangan video. Menurut hasil penelitian tesis oleh Fanny Asfany Imran (2017), dinyatakan bahwa tayangan video menjadi media penyuluhan kesehatan yang efektif. Salah satu bentuk tayangan video adalah tayangan animasi. Jika membahas tayangan animasi, sebagian orang akan cenderung memikirkan tentang tayangan serial animasi Jepang atau yang dikenal dengan nama *Anime*.

Pada tahun 2018 dan 2021 dibuat sebuah tayangan *anime* yang mengangkat tema kesehatan dengan cerita mengenai sistem kerja berbagai sel dalam tubuh manusia dengan judul “*はたらく細胞! (Hataraku Saibou!)*” atau dalam judul Bahasa Inggris “*Cells at Work!*”. *Anime* ini menggambarkan berbagai jenis sel tubuh menjadi karakter utama, yang mana ceritanya membahas bagaimana sel tubuh merespon dan bekerja dalam keadaan tubuh yang diserang bakteri atau virus, saat mengalami demam, terluka, dan lainnya.

*Anime Cells at Work!* ini dibuat berdasarkan komik karya Akane Shimizu pada tahun 2015 yang berakhir pada tahun 2021.



**Gambar 1.1 Poster *Cells at Work!***

Sumber: (KAORI, 2020)

*Anime Cells at Work!*, pada tahun 2019 memenangkan kategori *Best Storytelling* untuk tayangan animasi dalam Magnolia Award festival oleh The Shanghai Television pada 18 Juni (Pineda, 2019). *Anime Cells at Work!* menjadi animasi Jepang pertama yang ditayangkan di saluran televisi di Cina setelah 14 tahun (GT, 2021). Semenjak saat itu *Cells at Work!* mendapat sambutan hangat dari masyarakat Cina bahkan hingga digunakan sebagai media edukasi mengenai kesehatan tubuh di banyak sekolah. Menurut Yang, salah satu guru biologi di SMA yang berafiliasi dengan Southwest University Cina. *Anime Cells at Work!* memiliki keakuratan yang baik sehingga mampu membantu siswa dalam memahami dan mengingat istilah biologi dengan cara yang lebih menyenangkan (Shen, 2018). Melalui penayangan *anime* tersebut, pemerintah Cina juga berharap bisa memberikan edukasi mengenai biologi tubuh manusia

sekaligus menjadi bentuk komunikasi baru pemerintah dalam menjangkau kaum muda selama masa pandemi COVID-19 (Zuo, 2021).

Dilihat dari laman Douban yang merupakan laman penilaian film dari Cina, serial animasi *Cells at Work!* telah mendapatkan penilaian sebesar 8.9/10. Sejauh ini, *anime Cells at Work!* sudah memiliki dua musim yang tiap musimnya memiliki 13 dan 8 episode dengan durasi 21-24 menit per episodenya. Pada musim kedua, lebih tepatnya episode dua dengan judul “獲得免疫 (*Kakutoku Men'eki*)” atau *Acquired Immunity, Cells at Work!!* (judul musim kedua) membahas mengenai bagaimana sel tubuh utamanya sel imun bekerja dalam menghadapi suatu virus berbahaya yang sebelumnya sudah pernah dilawan melalui vaksinasi.

Mahdi Nazar, seorang dokter asal Inggris, dalam konten YouTubenanya (doc.offcall, 2021) mengatakan bahwa dalam episode kedua ini, penggambaran virus hingga karakteristik serta cara kerja sel-sel imun dilakukan sangat detail dan relevan dengan teori medis. Penggambaran efek dan cara kerja vaksin dalam episode kedua serial *anime “Cells at Work!!”* dikatakan sangat mengedukasi dan utamanya terkesan relevan dengan kondisi dunia saat ini yang sedang marak melakukan vaksinasi COVID-19. Sesuai dengan data pada forum diskusi dalam laman *myanimelist.net* (2021), 51% komentar mengatakan episode kedua musim kedua *Cells at Work!* sangat mengedukasi dan relevan dengan kondisi saat ini.

Mengacu pada data yang telah dikumpulkan, penulis melihat bahwa di Indonesia dibutuhkan bentuk komunikasi yang baru mengenai vaksin utamanya vaksin COVID-19 kepada masyarakat utamanya bagi yang berusia 18-24 tahun. Untuk itu demi membantu mengubah pandangan masyarakat Indonesia mengenai vaksinasi COVID-19, penulis telah coba melihat apakah *anime “Cells at Work!!”* episode *Acquired Immunity* memiliki pesan yang efektif sebagai bentuk media komunikasi kesehatan. Untuk itu, penulis melakukan penelitian untuk melihat karakteristik efektivitas pesan yang disampaikan dalam *anime Cells at Work!!* yang akan mengacu pada analisis Syarat Pesan yang Efektif dalam media komunikasi kesehatan oleh Jatmika, Maulana, Kuntoro, dan Martini dalam Buku Ajar Pengembangan Media Promosi

Kesehatan (2019). Syarat pemenuhan pesan agar tergolong efektif tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam menentukan apakah pesan dalam episode *Acquired Immunity* milik anime “*Cells at Work!!*” bisa dikategorikan efektif. Analisis tersebut dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pemenuhan syarat efektivitas pesan berdasarkan pendapat subjek setelah menonton anime tersebut.

Kajian terhadap anime “*Cells at Work!!*” sebagai media komunikasi kesehatan didasarkan pada beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai efektivitas media komunikasi kesehatan. Diantaranya adalah penelitian berjudul “*Analisis Efektivitas Pesan Film Animasi 3D Bahaya Rokok Terhadap Perokok Aktif Remaja dan Dewasa*” yang ditulis oleh Silvia Anggelina dan Anggy Trisnadoli (2020) sebagai referensi penelitian. Penelitian tersebut berfokus dalam melihat efektivitas pesan pada film animasi tiga dimensi mengenai bahaya rokok. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan hasil bahwa film animasi 3D berhasil dibuat sebagai alternatif media sosialisasi kesehatan tentang bahaya rokok, pesan dalam film dinyatakan efektif dibuktikan dengan adanya peningkatan pengetahuan responden sebesar 30%.

Selain itu juga telah ditinjau penelitian terdahulu dengan judul “*Transparent communication about negative features of COVID-19 vaccines decreases acceptance but increase trust*” oleh Michael B. Petersen, Alexander Bor, Frederik Jorgensen, dan Marie F. Lindholt (2021). Penelitian ini membahas bagaimana pemberian informasi mengenai vaksin COVID-19 secara transparan dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat baik kepada tenaga kesehatan hingga pemerintah. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan pada 13.000 responden dari Amerika dan Denmark. Penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa penyampaian informasi yang transparan mengenai hal negatif vaksin COVID-19 memiliki kemungkinan dalam mempengaruhi tingkat penerimaan vaksin namun sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan tenaga kesehatan. Sedangkan bentuk komunikasi informatif yang bertujuan untuk meyakinkan masyarakat mengenai vaksin COVID-19 tidak

meningkatkan angka penerimaan vaksin dan mengurangi kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dan tenaga medis.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penulis melihat bahwa media komunikasi berbentuk animasi dianggap efektif untuk memberikan informasi yang menyeluruh mengenai kesehatan teradap audiens. Selain itu, bentuk komunikasi informatif yang transparan juga memiliki efek yang baik dalam meningkatkan penerimaan dan kepercayaan masyarakat mengenai vaksinasi. Maka penulis melihat adanya peluang bagi *anime* “*Cells at Work!!*” sebagai media komunikasi kesehatan berbentuk animasi untuk menjadi bentuk komunikasi baru bagi masyarakat Indonesia (terutama bagi usia 18-24 tahun) mengenai vaksin. Melalui alur cerita *anime* “*Cells at Work!!*” yang menggambarkan bagaimana sel imun dalam tubuh bekerja melawan antigen, *anime* ini dilihat bisa memberikan gambaran yang cukup transparan dan informatif mengenai cara kerja vaksin dalam tubuh.

Demi lebih mengenali dan memahami tentang efektivitas pesan dalam *anime* “*Cells at Work!!*” sebagai media komunikasi kesehatan mengenai pemahaman cara kerja vaksin, dilakukan penelitian dengan judul “*Efektivitas Pesan dalam Animasi Jepang “Cells at Work!!” sebagai Media Komunikasi Kesehatan mengenai Vaksinasi*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melihat pemenuhan syarat pesan efektif yang dimiliki sebuah media komunikasi kesehatan sesuai teori Syarat Pesan yang Efektif untuk melihat efektivitas pesan dalam *anime* “*Cells at Work!!*”.

Penelitian akan diujikan pada subjek penelitian yang merupakan masyarakat Indonesia utamanya yang termasuk kalangan generasi Z dengan latar belakang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi (mahasiswa, usia 18-24 tahun). Subjek yang diajukan juga berdomisili di pulau Jawa utamanya di daerah Kabupaten. Kemudian juga kepada masyarakat yang sudah divaksinasi COVID-19 baik yang bersedia serta yang kurang bersedia namun terdesak mengikuti aturan pemerintah. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, subjek penelitian akan diwawancarai secara semi terstruktur. Hal tersebut guna mengetahui pendapat dan kepercayaan mereka mengenai isu COVID-19 dan vaksin COVID-19 saat sebelum dan setelah mereka menonton



*anime Cells at Work!!*. Kemudian demi mendapatkan data yang lebih terperinci, juga akan dilakukan wawancara kepada informan ahli yang merupakan tenaga medis untuk mengetahui seberapa relevan dan reliabel *anime “Cells at Work!!”* sesuai teori medis.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan penulisan secara kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis pada teori Syarat Pesan yang Efektif dalam media komunikasi kesehatan oleh Jatmika, Maulana, Kuntoro, dan Martini (2019). Penelitian ini akan berfokus menganalisis pemenuhan syarat pesan yang efektif dalam *anime “Cells at Work!!”* Episode 2 *Acquired Immunity* melalui pendapat masyarakat setelah menonton *anime* tersebut. Akan dilihat pula adanya perubahan pandangan masyarakat mengenai vaksin COVID-19 setelah menonton *anime “Cells at Work!!”*.

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka identifikasi masalah pada penelitian ini antara lain:

- a. Bagaimana efektivitas pesan dalam *anime “Cells at Work!!”* Episode 2 *Acquired Immunity* mengenai vaksinasi?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana efektivitas pesan dalam *anime Cells at Work!!* Episode 2 “*Acquired Immunity*” sebagai media komunikasi kesehatan mengenai vaksinasi.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

- a. Menambah pengetahuan masyarakat mengenai cara kerja vaksin dalam mempengaruhi kerja sel imun dalam tubuh manusia.

- b. Memberikan informasi lebih mengenai alternatif bentuk komunikasi kesehatan dengan pesan yang efektif utamanya melalui media tayangan animasi Jepang.

#### 1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Dapat menjadi bahan pertimbangan bagi instansi kesehatan/pemerintah daerah dalam menentukan pilihan media komunikasi kesehatan yang lebih mudah diterima masyarakat.
- b. Dapat menjadi inspirasi atau pertimbangan bagi para animator Indonesia untuk membuat konten animasi yang bertema kesehatan sebagai bentuk edukasi yang bisa lebih efektif dan menarik bagi masyarakat.