

**SOSIALISASI VAKSIN SINOVAC MELALUI INSTAGRAM
AKUN @BIOFARMAID
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF DI BAGIAN HUMAS PT. BIO FARMA
(PERSERO) BANDUNG)**

***SOCIALIZATION OF SINOVAC'S VACCINE THROUGH ACCOUNT INSTAGRAM
@BIOFARMAID
(A QUALITATIVE DESCRIPTIVE STUDY ON CORPORATE COMMUNICATION
OF PT. BIO FARMA (PERSERO) BANDUNG)***

Muhammad Andzar Khairuddin¹, Wa Ode Nurul Yani²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Langlangbuana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk sosialisai vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid, teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid, dan proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian studi deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah Staf Humas PT. Biofarma (persero) Bandung. Proses pengumpulan data diperoleh melalui obeservasi terlibat dan wawancara mendalam terhadap informan, sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi hasil penelitian sebelumnya, studi literatur lainnya dan wawancara dengan pihak terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram @biofarmaid menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosialisasinya. Bentuk sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid menunjukkan tampilan visual yang menarik dan video informatif dengan durasi yang lebih panjang. Teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid dalam mendapatkan followers yang lebih untuk mengedukasi masyarakat. Proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid melalui postingan rutin dan terjadwal dengan data yang update dan akurat.

Kata kunci: Sosialisasi, Instagram, Biofarma

ABSTRACT

This study aims to find out the socialist form of Sinovac vaccine through @biofarmaid Instagram account, Sinovac vaccine socialization techniques through @biofarmaid Instagram account, and Sinovac vaccine socialization process through @biofarmaid Instagram account. This study uses qualitative descriptive research method with qualitative descriptive study research approach. The subject of the study was pt. Public Relations Staff. Biofarma (persero) Bandung. The data collection process is obtained through in-depth observations and in-depth interviews of informants, while for supporting data obtained through documentation studies of previous research results, other literature studies and interviews with related parties. The results of this study showed that the socialization of Sinovac vaccine through Instagram @biofarmaid using Instagram as one

of its socialization media. The socialization form of Sinovac vaccine through Instagram account @biofarmaid shows an interesting visual display and informative videos with a longer duration. Sinovac vaccine socialization techniques through Instagram account @biofarmaid in getting more followers to educate the community. The process of socializing sinovac vaccine through Instagram account @biofarmaid through regular and scheduled posts with updated and accurate data.

Keywords: Socialization, Instagram, Biofarma

1 Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia adalah makhluk sosial yang dalam hidupnya selalu ingin berhubungan dengan manusia yang lain. Dalam kehidupan bermasyarakat komunikasi memiliki peran penting dan pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang. Perkembangan teknologi saat ini semakin terasa saat kemunculan internet dapat diakses melalui telepon cerdas (*smartphone*) di beberapa tahun terakhir. Fitur-fitur ini memudahkan setiap orang untuk mengakses internet secara *mobile* dimana dan kapan saja. Media saat ini membuat kita dapat bertukar informasi dengan semua orang yang merupakan sesama pengguna media tersebut. Tetapi pada perkembangannya media sosial bukan hanya digunakan untuk kebutuhan pribadi saja, kini media sosial diperluas kegunaannya untuk aspek-aspek yang lain, salah satunya adalah aspek bisnis, promosi, dan memberi informasi.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video singkat, menerapkan filter digital, lalu membagikannya ke berbagai layanan media sosial termasuk *Instagram* sendiri. Perkembangannya *Instagram* beralih fungsi dari yang awalnya hanya sekedar membagikan foto atau video

yang diunggah menjadi wadah promosi. Sekarang telah banyak dijumpai di media sosial *Instagram* pengguna-pengguna akun yang menjadikan akun dirinya tidak hanya membagikan foto atau video yang sifatnya pribadi, melainkan mengunggah foto-foto yang tujuannya mempromosikan produk. Selain untuk mempromosikan, Instagram juga bisa menjadi media sosial yang cukup untuk mensosialisasikan suatu produk seperti vaksin Covid-19.

Seperti yang kita ketahui, pada awal Maret 2020 di Indonesia ditemukan kasus virus corona atau Covid-19. Virus ini pertama kali ditemukan di Wuhan, China. penyebaran virus yang saat itu belum ditemukan penawarnya hingga menjadi tak terkendali. Sudah 200 negara di dunia melaporkan adanya kasus terpapar virus corona. Virus corona muncul di tengah angka penggunaan aktif media sosial sangat tinggi, sehingga keseimbangan informasi di era digital ini mudah tergoyahkan. Publik pun mulai mencari informasi agar terhindar dari ancaman virus ini. Publik perlu memperoleh informasi yang sah dan update bukan dari banyaknya informasi tapi informasi yang berkualitas dari sumber yang terpercaya.

Semenjak virus corona dinyatakan sebagai bencana nasional di Indonesia maka pemerintah membuat aturan untuk

mematuhi 3M (memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak). Masyarakat juga diminta untuk menjaga kesehatan, kebersihan dan tidak keluar rumah bila memang tidak ada urusan yang begitu penting. Sekolah dan perkantoran pun mulai dilakukan di rumah. Kedisiplinan, kesadaran dan peran aktif dari seluruh elemen masyarakat sangat dibutuhkan agar kenaikan kasus tidak semakin tinggi.

Salah satu upaya pemerintah untuk menekan angka positif virus corona ini adalah dengan mendatangkan vaksin. PT. Bio Farma sebagai perusahaan pembuat vaksin di Indonesia mulai melakukan kerja sama dengan Sinovac, perusahaan pembuat vaksin dari China. Vaksin Covid-19 dapat melindungi tubuh dan mencegah seseorang terkena virus corona. Atau, apabila tertular virus corona, vaksin dapat mencegah tubuh dari sakit parah atau potensi hadirnya komplikasi serius.

Tidak sedikit masyarakat yang belum memahami fungsi kerja vaksin. Maka diperlukan sosialisasi dalam bentuk visual sehingga mudah untuk dimengerti oleh masyarakat. Bio Farma pun mulai turut andil dalam mensosialisasikan pemahaman mengenai vaksin Sinovac. Bagian Publik Relation atau yang disebut bagian Corporate Communication di Bio Farma melalui akun instagram @biofarmaid mulai gencar mensosialisasikan mengenai vaksin Sinovac.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk membahas tentang bagaimana Bio Farma melakukan sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagramnya @biofarmaid yang

diharapkan dapat memberi pemahaman yang lebih untuk masyarakat.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis memformulasikan sebuah fokus penelitian sebagai berikut “**Sosialisasi Vaksin Sinovac melalui Instagram @biofarmaid**”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang peneliti susun adalah:

1. Bagaimana bentuk sosialisasi Vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid?
2. Bagaimana teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui akun Instagram @biofarmaid?
3. Bagaimana proses sosialisasi Vaksin Sinovac melalui akun Instagram @biofarmaid?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yaitu mengetahui sosialisasi Vaksin yang dilakukan Bio Farma melalui akun instagramnya @biofarmaid.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Mengetahui bentuk sosialisasi Vaksin Sinovac melalui akun Instagram @biofarmaid.
2. Mengetahui teknik sosialisasi Vaksin Sinovac melalui akun Instagram @biofarmaid.

3. Mengetahui proses sosialisasi Vaksin Sinovac melalui akun Instagram @biofarmaid.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Filosofis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat filosofis yaitu:

1. Dapat memberikan pengetahuan mengenai bentuk sosialisasi melalui media sosial Instagram.
2. Masyarakat lebih mengetahui mengenai vaksin Sinovac dan tertarik untuk divaksin.

1.5.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis yaitu:

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi.
2. Dapat menambah literatur ilmiah yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang *Public Relations*.
3. Memberikan penambahan ilmu mengenai pemanfaatan media sosial sehingga dapat bermanfaat dalam variasi penggunaan media sosial oleh *Public Relations*.

1.5.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis yaitu:

1. Memberi masukan bagi PT. Bio Farma.mengenai manfaat media sosial sebagai media *Public Relations*.

2. Menjadi gambaran, bahan masukan bagi masyarakat yang ingin menggunakan media sosial sebagai media sosialisasi.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan dalam bahan referensi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan *Public Relation*.

2 Tinjauan Pustaka

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Teori Interaksi Simbolik

George Herbert Mead

Konsep teori interaksi simbolik ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer sekitar tahun 1939. Dalam lingkup sosiologi, idea ini sebenarnya sudah lebih dahulu dikemukakan George Herbert Mead, tetapi kemudian dimodifikasi oleh blumer guna mencapai tujuan tertentu. Teori ini memiliki idea yang baik, tetapi tidak terlalu dalam dan spesifik sebagaimana diajukan George Herbert Mead (Ambar, 2017)

Menurut teori Interaksi Simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol, mereka tertarik pada cara manusia menggunakan symbol-simbol yang merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran symbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi sosial.

Sesuai dengan pemikiran-pemikiran Mead, definisi singkat dari tiga ide dasar dari interaksi simbolik adalah:

1. *Mind* (pikiran

2. *Self* (diri pribadi)
3. *Society* (masyarakat)

2.2 Landasan Konseptual

2.2.1 Tinjauan Umum tentang Ilmu Komunikasi

Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang mempelajari cara-cara untuk mentransfer ide dari satu individu atau grup ke individu ataupun ke grup yang lainnya. Proses transfer itu sendiri dapat melalui media tertulis, lisan, maupun media yang lainnya.

Pengertian ilmu komunikasi menurut para ahli atau beberapa pakar dalam buku Sasa Djuarsa Sendjaja, Pengantar Ilmu Komunikasi, salah satunya yaitu Berelson & Stainer, 1964 mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain menggunakan simbol-simbol, seperti kata-kata, gambar, angka, dan lain-lain.

2.2.2 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yang dikutip oleh Rahmat dalam buku Komunikasi Massa yakni:

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. (Rakhmat, 2007, p. 3)

Dilihat dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti ketika rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak

menggunakan media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, dan radio maka itu semua tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa. Sebab dalam proses penyampaiannya komunikasinya tidak menggunakan media massa, seperti media elektronik yang di dalamnya terdapat radio dan televisi, serta media cetak yaitu majalah dan surat kabar.

Adapun definisi komunikasi massa yang lebih perinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lainnya yaitu Gerbner yang dikutip oleh Rakhmat dalam buku Komunikasi Massa, menurutnya komunikasi massa adalah:

Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. (Rakhmat, 2007, p. 32)

Definisi Gerbner menggambarkan bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap. Proses produksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu.

2.2.3 Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram pada setiap tahunnya.

Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan yang membuat instagram satu ini berbeda dengan media sosial pada umumnya. Apalagi, instagram seringkali memperbaharui sistemnya. Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam, instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik.

Selain itu, instagram juga merupakan salah satu pendorong berkembangnya di bidang industri pemasaran. Ada banyak wirausaha yang memanfaatkan instagram ini sebagai media promosi untuk barang ataupun jasa yang ditawarkan. Tak hanya pengusaha kecil, ada banyak brand internasional juga memanfaatkan instagram secara intens untuk memberikan informasi tentang barang yang mereka produksi.

2.2.4 Vaksin Sinovac

Vaksin Sinovac adalah salah satu vaksin COVID-19 yang diproduksi oleh perusahaan biofarmasi, Sinovac Biotech Ltd. Vaksin COVID-19 buatan Sinovac Biotech dibuat dengan platform atau

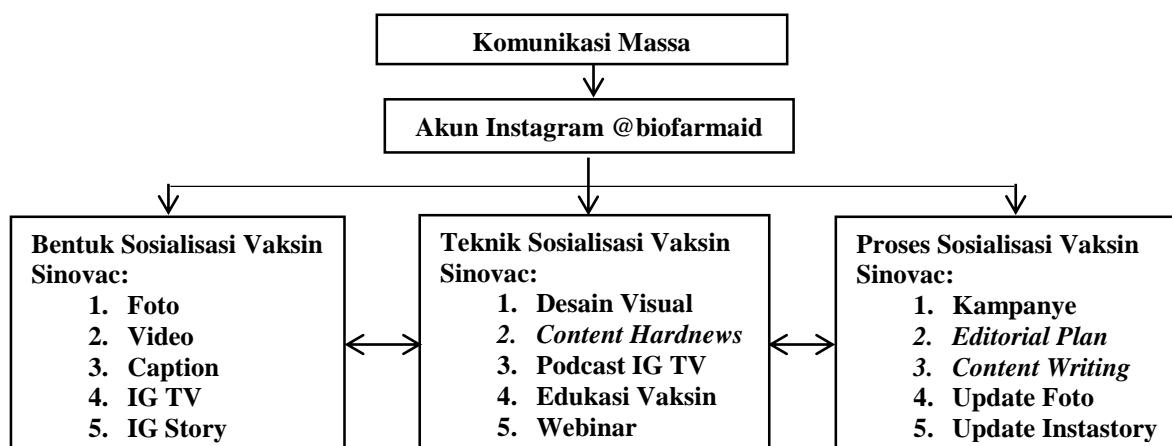
metode virus yang telah dilemahkan (inactivated virus). Saat virus dimatikan lalu partikelnya dipakai untuk membangkitkan imun tubuh sehingga tubuh bisa belajar mengenali virus penyebab COVID-19, SARS-COV-2, tanpa harus menghadapi risiko infeksi serius. Vaksin ini diberikan dalam dua dosis atau perlu dua kali suntikan.

2.2.5 Profil Perseroan Terbatas Bio farma

Bio Farma salah satu BUMN yang berdomisili di Bandung yang memproduksi vaksin, antisera dan produk-produk biologi lainnya (Life Science) yang didirikan oleh pemerintah kolonial Belanda pada tanggal 6 Agustus 1890 di Jakarta dengan nama Parcvaccinogène yang berarti Lembaga Pengembangan Vaksin Negara. Bio Farma ikut aktif mengupayakan kesehatan masyarakat dunia, baik secara langsung dengan menyediakan vaksin, transfer teknologi, perusahaan dan pemerintahan yang menghasilkan kebijakan kesehatan yang lebih bermanfaat bagi masyarakat.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Hasil Penelaahan Peneliti 2021

3 Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi. Menurut John W Creswell dalam buku *Research Design*, penelitian kualitatif merupakan:

“Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis metode untuk mendeskripsikan, mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, Menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapapun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan”. (Creswell, 2013, p. 4)

Metode penelitian kualitatif menurut Creswell:

“berkembang dinamis melalui pertanyaan-pertanyaan terbuka, di mana data wawancara, data observasi, data dokumentasi, dan data audio-visual diolah menggunakan analisi tekstual dan data bersifat emik (dari sudut

pandang pasien gambar serta melalui interpretasi tema-tema dan pola-pola.” (Creswell, 2013, p. 4)

3.2 Pendekatan Penilaian Studi Deskriptif Kualitatif

Menurut Creswell (Creswell, 2013, p. 60), deskriptif kualitatif termasuk paradigma penelitian post-positivistik. Asumsi dasar yang menjadi inti paradigma penelitian post-positivisme adalah:

1. Pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apa pun. Dalam metode ini tidak akan pernah mendapatkan kebenaran absolut, Untuk itu bukti yang harus di bangun.
2. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim kemudian menyaring sebagian klaim tersebut menjadi klaim-klaim lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.
3. Pengetahuan yang dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrumen pengukuran tertentu yang di isi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian.
4. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar. Pernyataan yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kausalitas dari suatu persoalan.
5. Pengetahuan dibentuk, aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap objektif.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data Penelitian

Penulis melakukan pemilihan informan dengan strategi purposive. Informan dalam penelitian ini adalah Bagian *Corporate Communication* (Humas) PT. Bio Farma (persero) Bandung. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Creswell (Creswell, 2013, p. 47), mengemukakan tiga teknik utama pengumpulan data yang dapat digunakan dalam studi deskriptif kualitatif yaitu: partisipan observer, wawancara mendalam dan telaah dokumen.

Peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh (Creswell, 2013, p. 10), sebagai berikut:

1. Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
2. Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya.
3. Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi.
4. Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau subjek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
5. Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.

6. Peneliti menggunakan alat rekaman selama melakukan observasi, cara perekaman dilakukan secara tersembunyi.
7. Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam.
8. Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas.
9. Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

3.3.2.1 Teknik Observasi Terlibat

Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan observasi secara langsung terhadap objek yang diteliti dengan melakukan kunjungan lapangan. Untuk menghimpun data-data pada studi lapangan ini ditempuh melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dengan melihat dan turut membantu secara langsung seluruh prosesnya.
2. Penulis melakukan observasi dengan beberapa pihak yang terkait.

3.3.2.2 Wawancara Mendalam

Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

1. Peneliti akan melakukan pengamatan sosialisasi vaksin Sinovac pada akun media sosial Instagram dengan memasuki tempat penelitian.
2. Peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat seluruhnya atau apapun yang berhubungan dengan

fokus penelitian setiap berbaur di tempat penelitian.

3. Peneliti juga akan berusaha mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini di tempat penelitian, yakni seputar kegiatan sosialisasi pada media sosial Instagram Biofarma.
4. Peneliti juga membuat kesepakatan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait topik penelitian dengan beberapa informan.
5. Peneliti akan berusaha menggali selengkap dan seaktual mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

3.3.2.3 Studi Literatur

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai literatur baik yang tercetak seperti buku, majalah, jurnal serta bahan tercetak lainnya serta media elektronik maupun melalui media internet yang akan digunakan dalam mengkaji secara teoritis tentang *Public Relations* dan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya internet dan website.

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data adalah pencarian atau pelacakan pola-pola. Analisis data kualitatif adalah pengujian sistematis dari sesuatu untuk menetapkan bagianbagiannya, hubungan antarkajian, dan hubungannya terhadap keseluruhannya (Spradley, 1980). Artinya, semua analisis data kualitatif akan mencakup penelusuran data, melalui catatan-catatan (pengamatan lapangan) untuk menemukan pola-pola budaya yang dikaji oleh peneliti. (Gunawan, 2013, p. 210)

Sementara itu, Bogdan & Biklen (2007) menyatakan bahwa:

“analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara

sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan”. (Gunawan, 2013, p. 210)

3.5 Unit Analisis Data

Proses analisis data secara keseluruhan melibatkan usaha memaknai data yang berupa teks atau gambar. Untuk itu, peneliti perlu mempersiapkan data tersebut untuk dianalisis, melakukan analisis-analisis yang berbeda, memperdalam pemahaman akan data tersebut (sejumlah peneliti kualitatif lebih suka membayangkan tugas ini layaknya menguliti lapisan bawang), menyajikan data, dan membuat interpretasi makna yang lebih luas akan data tersebut. Ada sejumlah proses umum yang bisa dijelaskan oleh peneliti dalam proposal mereka untuk menggambarkan keseluruhan aktivitas analisis data ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

- | | |
|-----------|------------------------------|
| Tahap I | : Mentranskripsikan Data |
| Tahap II | : Kategorisasi . |
| Tahap III | : Verifikasi |
| Tahap IV | : Interpretasi dan Deskripsi |

3.7 Teknik Penguji Keabsahan Data

Dalam teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan uji validitas, reliabilitas, dan objektivitas data (Creswell, 2013, p. 285), yaitu:

1. Validitas merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu. Validitas didasarkan pada kepastian apakah hasil penelitian sudah akurat dari sudut pandang peneliti, partisipan,

atau pembaca secara umum. Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode yaitu:

2. Reliabilitas mengindikasikan bahwa pendekatan yang digunakan peneliti konsisten jika diterapkan oleh peneliti-peneliti lain (dan) untuk proyek-proyek yang berbeda.
3. Objektivitas (konfirmasiabilitas) dilakukan untuk menunjukkan adanya konsistensi atau memberi hasil yang konsisten atau kesamaan hasil dalam penelitian.

3.8 Kategorisasi

Dalam tahapan-tahapan penelitian, pengolahan data bersifat dinamis yang dilakukan pada saat pengumpulan data. Data yang diperoleh dari sumber data dianalisis demi konsistensi dan keteraturan yang disusun berdasarkan kategori informan yaitu: (1) Profil informan, (2) Usia, (3) Jenis kelamin, (4) Tingkat Pendidikan, dan lain-lain. Dalam keseluruhan penelitian ini, pengolahan data berlangsung secara induktif, generative, konstruktif, dan subjektif. (Alwasilah, 2012, p. 117).

3.8.1 Akses Informan

Akses kepada informan menjadi pintu gerbangnya peneliti masuk pada dunia yang dialami informan. Penting untuk diperhatikan bagaimana peneliti mendapatkan akses kepada informan. Akses dapat melalui perkenalan langsung, diperkenalkan, atau karena bertemu tidak sengaja di lokasi penelitian. Disini peneliti menjadi bagian dari *Corporate Communication* PT. Bio Farma sehingga bisa mendapat akses langsung untuk mendapat informasi dari informan.

3.8.2 Rapport Informan

Hal terpenting dalam penelitian studi deskriptif kualitatif adalah menjaga hubungan baik (rapport) dengan informan. Karena penelitian deskriptif kualitatif tidak bisa ditentukan dalam waktu yang cepat dalam hitungan jam sesuai dengan berapa lama meneliti tentang kegiatan sosialisasi vaksin Sinovac di media social Instagram. Bisa jadi dalam melakukan wawancara untuk satu informan memerlukan wawancara yang lebih dari sekali. Sehingga menjaga hubungan baik dengan informan itu sangat penting guna kelengkapan data dan informasi.

Pada saat menjalin komunikasi awal peneliti mengunjungi orang yang akan menjadi informan dan menanyakan kesediaannya untuk menjadi informan, menyampaikan kertas untuk diisi data profil informan, serta menanyakan jadwal yang disediakan oleh informan untuk bersedia diwawancarai.

3.8.3 Profil Informan

Informan dalam penelitian ini merupakan bagian terpenting dari penelitian guna memperoleh data informasi. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 4 (empat) informan sebagai bagian dari *Corporate Communication* (Humas) PT. Bio Farma. Narasumber yang telah terjaring berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, profilnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.9.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada karyawan bagian *Corporate Communication* (Humas) PT. Bio Farma di Jalan Pasteur No. 28 Bandung.

3.9.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2021. Adapun uraian jadwal penelitian sebagai berikut:

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Bentuk Sosialisasi Vaksin

Sinovac melalui Instagram

@biofarmaid

Bentuk sosialisasi vaksin sinovac melalui Instagram @biofarmaid adalah dengan menggunakan fitur-fitur yang terdapat dalam Instagram. Seperti foto, video, captions, IGTV, dan IG Story. Fitur-fitur ini dimanfaatkan untuk menampilkan kegiatan yang sudah dilakukan oleh Bio Farma terutama dalam mendatangkan vaksin Sinovac.

4.1.2 Teknik Sosialisasi Vaksin Sinovac melalui Instagram

@biofarmaid

Teknik Sosialisasi vaksin sinovac melalui Instagram @biofarmaid merupakan cara-cara yang digunakan dalam mensosialisasikan vaksin sinovac agar followers tertarik dan menangkap pesan yang ingin disampaikan. Seperti desain visual yang menarik, content hardnews, podcast melalui IG TV, memberikan edukasi tentang vaksin, dan mengadakan webinar melalui live instagram.

4.1.3 Proses Sosialisasi Vaksin Sinovac melalui Instagram

@biofarmaid

Proses sosialisasi vaksin sinovac melalui Instagram @biofarmaid merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh tim konten instagram @biofarmaid saat akan mengunggah konten di instagram. Seperti kampanye, editorial plan, content writing, update foto, update instastories.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Bentuk Sosialisasi Vaksin Sinovac melalui akun Instagram

@biofarmaid

Foto sebagai bentuk sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram yang diunggah mewakili apa yang ingin disampaikan oleh biofarma kepada masyarakat. foto yang diunggah didesain dengan menarik sesuai karakteristik biofarma agar masyarakat tertarik untuk membaca caption di dalamnya. Video sebagai bentuk sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram dikemas dengan baik dan menampilkan proses yang berurutan mulai dari pengemasan hingga pendistribusian, juga video-video lain yang berkaitan dengan vaksin Sinovac. Caption sebagai bentuk sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram diolah menggunakan bahasa yang ringan agar mudah dimengerti oleh pembacanya tanpa menghilangkan inti dari pesan itu sendiri. IG TV sebagai bentuk sosialisasi vaksin Sinovac bisa menampilkan video dengan durasi yang lebih panjang jadi penjelasan mengenai apa yang ingin disampaikan menjadi lebih jelas. Penggunaan IG TV ini dirasa cukup efektif dalam sosialisasi vaksin Sinovac. Instastory sebagai bentuk sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram ini difokuskan untuk informasi yang sifatnya cepat. Instastory juga bersifat realtime, dan bisa tersimpan dalam waktu 24 jam.

4.3.2 Teknik Sosialisasi Vaksin Sinovac melalui akun Instagram

@biofarmaid

Desain Visual sebagai teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram ini desain template yang digunakan disesuaikan dengan *corporate identity*, jadi menggunakan warna sesuai warna perusahaan yaitu hijau, kuning, dan orange. *Content hardnews* sebagai teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram didapatkan dari release yang diolah kembali dengan Bahasa yang lebih mudah dimengerti. Podcast menjadi salah satu teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram Biofarma yang sedang digandrungi masyarakat saat ini. Teknik

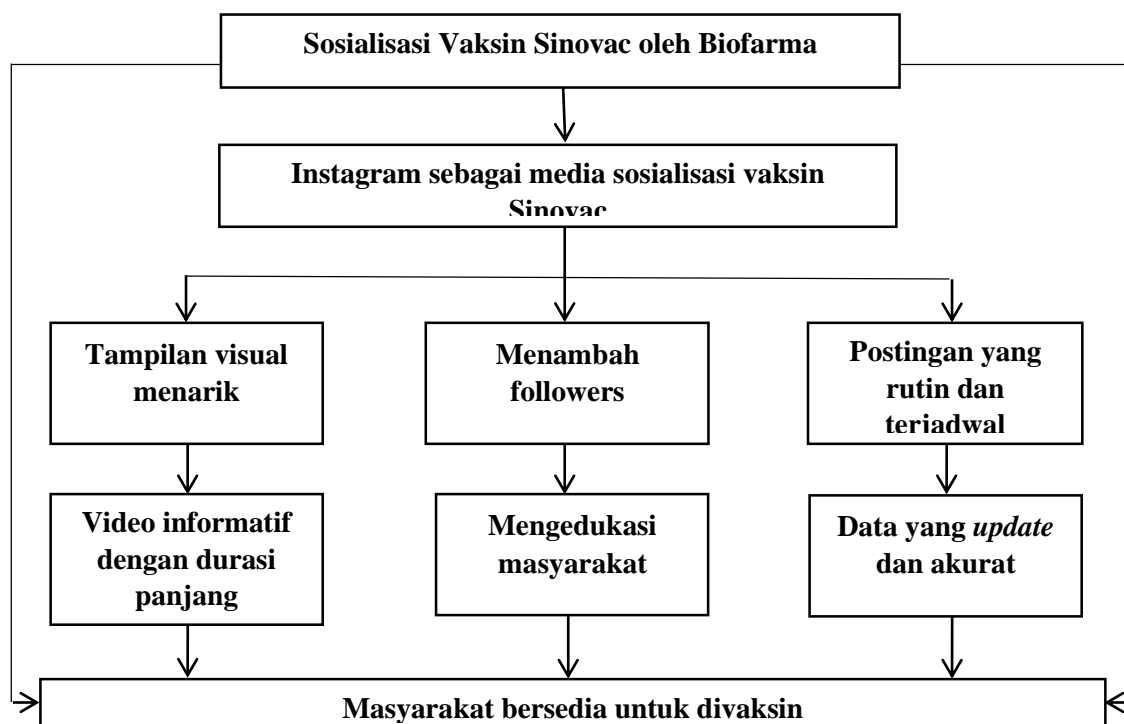
edukasi vaksin dibagi menjadi 2 (dua) yaitu teknik fear(ketakutan) dan teknik (hope). Biofarma menggunakan kedua teknik tersebut namun komposisinya lebih besar yang teknik hope agar hasilnya jangka panjang yaitu membuat follower atau viewer mengerti akan fungsi kerja vaksin. Webinar menjadi teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram @biofarmaid. Webinar di Instagram ini dengan menggunakan Live Instagram bekerjasama dengan institusi atau personal untuk membahas tentang vaksin Sinovac ini dan ingin memperluas cakupan follower diluar akun @biofarmaid.

4.3.3 Proses Sosialisasi Vaksin Sinovac Melalui Akun Instagram @biofarmaid

Kampanye sebagai proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram dilakukan bertujuan untuk menciptakan dampak atau efek tertentu. Seperti vaksin Sinovac ini diperlukan adanya kampanye agar masyarakat paham dan akhirnya mau untuk divaksin. Editorial plan termasuk dalam proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui

Instagram. Di dalam editorial plan disusun rencana konten dan caption yang lebih detail dan bekerjasama dengan tim produksi untuk mengetahui info mengenai vaksin yang lebih akurat. *Content writing* merupakan salah satu proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui akun Instagram @biofarmaid. *Content writing* disini memerlukan keahlian tersendiri karena biasanya data yang didapatkan dari tim produksi berupa tabel dan harus diterjemahkan kedalam tulisan-tulisan yang bisa dimengerti oleh masyarakat khususnya disini follower atau viewer Instagram biofarma. Update foto juga termasuk dalam proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram. Dilihat dari foto yang diunggah di laman instagramnya, biofarma ingin menyampaikan updatean kegiatan apa yang sudah dilakukan oleh biofarma. Update instastory sebagai proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram dilakukan hampir setiap hari. Konten yang diunggah di Instastory merupakan updatean kegiatan yang dilakukan biofarma. Misalkan pada saat kedatangan vaksin, atau saat ada event-event mengenai vaksin Sinovac.

Gambar 4.1 Bagan Hasil Temuan Penelitian



Sumber: Hasil Penelaahan Peneliti 2021

5 Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan dari penelitian ini adalah:

1. Bentuk sosialisasi vaksin Sinovac Melalui Instagram akun @biofarmaid adalah foto yang ditampilkan di Instagram Biofarma dengan sangat menarik menggunakan pemilihan warna dan desain yang menjadi karakteristik biofarma sehingga menarik followers dan viewer tertarik melihat informasi di dalamnya. Video tentang vaksin Sinovac bisa menceritakan lebih detail dibandingkan foto dengan script yang sudah dibuat sebelumnya, video ini sudah ditampilkan dengan baik dengan durasi yang tidak terlalu panjang. Caption yang sesuai dengan foto atau video yang ditampilkan dengan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti oleh orang awam mengenai vaksin Sinovac sehingga cukup informatif. Video juga ditampilkan lewat IG TV yang memiliki durasi yang lebih panjang untuk menampilkan video sehingga follower atau viewer bisa melihat runtutan kegiatan mengenai vaksin dari awal hingga akhir secara lebih jelas dan IG TV dirasa efektif sebagai bentuk sosialisasi vaksin Sinovac ini. Biofarma juga menggunakan instastory sebagai bentuk sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram terutama untuk berita yang paling update atau terbaru.
2. Teknik sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram aku @biofarmaid adalah Desain yang

digunakan dalam setiap postingan menggunakan warna biofarma yaitu hijau, kuning, dan orange sehingga menciptakan identitas perusahaan. Mereka juga dapat menuliskan *content hardnews* dengan baik menggunakan bahasa yang disederhanakan agar bisa dimengerti oleh follower atau viewer tanpa menghilangkan inti pesan didalamnya. Podcast menjadi salah satu teknik yang digunakan dalam sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram. Namun podcast dinilai kurang efektif ditampilkan di Instagram bisa dilihat dengan sedikitnya podcast di Instagram Biofarma. Edukasi vaksin yang ditampilkan pada laman Instagram sesuai dengan tujuan biofarma untuk mensosialisasikan vaksin Sinovac agar masyarakat yang awam mendapatkan informasi yang jelas mengenai vaksin itu sendiri. Webinar yang dilakukan juga sudah baik dengan bekerjasama dengan ahli lainnya yang mengerti mengenai vaksin untuk menambah informasi kepada masyarakat tentang vaksin Sinovac.

3. Proses sosialisasi vaksin Sinovac melalui Instagram akun @biofarmaid adalah Kampanye dengan rutin mengunggah mengenai vaksin dan edukasi tentang vaksin sehingga memotivasi follower atau viewer untuk divaksin. Editorial plan disusun berdasarkan rencana konten dan caption yang lebih detail. *Content writing* sudah sangat informatif membuat masyarakat mengerti isi pesan yang akan disampaikan. Update foto yang dilakukan sudah teratur

dan terkonsep. Adminnya pun rutin membalas setiap comment yang masuk. Terakhir update instastory sudah rutin dilakukan hampir setiap hari dengan isi yang informatif.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Filosofis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat filosofi yaitu:

1. Follower atau viewer Instagram Biofarma diharapkan dapat tertarik untuk melihat setiap unggahan dan informasi yang diberikan di laman Instagram Biofarma.
2. Follower atau viewer yang ingin tahu informasi lebih lanjut diharapkan dapat berkomunikasi memanfaatkan media social Instagram secara lebih mudah dan efektif.

5.2.2 Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu komunikasi serta mampu menjadi referensi dan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.
2. Diharapkan sebagai bentuk penambahan ilmu mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sehingga dapat bermanfaat dalam variasi penggunaan media sosial oleh *Public Relations*.

5.2.3 Saran Praktis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk menimba pengalaman baru dalam mengenal dunia kerja *Public Relation* dan pemanfaatan media *Public Relations*.
2. Bagi perusahaan yang bersangkutan, penelitian ini diharapkan dapat memberi

masukkan bagi biofarma mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media PR.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan kepada Biofarma untuk lebih banyak membuat edukasi tentang vaksin karena banyaknya berita-berita hoaks yang beredar tentang vaksin. Juga peneliti menyarankan membuat FAQ atau *Frequently Asked Questions* di laman Instagram agar followers tidak bertanya terus menerus dengan pertanyaan yang sama. Dan juga sering membuat webinar atau bekerjasama dengan pihak lain untuk membahas lebih jauh tentang vaksin Sinovac ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A. Chaedar. 2012. *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Dunia Pustaka Jaya Astuti
- Ambar. Teori Interaksi Simbolik-Konsep-Asumsi-Kritik. Diakses pada 21 April 2021. <https://pakarkomunikasi.com/jenis-jenis-media-massa-beserta-contohnya>
- Biofarma.co.id. Diakses pada tanggal 2 Mei 2021. <https://www.biofarma.co.id/wp-content/uploads/2019/09/Riwayat-Singkat-Perusahaan.pdf>
- Creswell, John W. (2013). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dianmaharani.wordpress.com. (2015, 1 November). Pengertian Hard News beserta Contohnya. Diakses pada 23 Mei 2021, <https://dianmaharani.wordpress.com/2015/11/01/pengertian-hard-news-beserta-contohnya/>

- Dosenpendidikan.co.id. (2021, 5 April). Pengertian Kampanye: Sejarah, Fungsi, Tujuan, Jenis, dan Contoh. Diakses pada 24 Mei 2021. <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-kampanye>
- Grid.co.id. (2018, 20 Juli). Apa Pentingnya Rencana Editorial. Diakses pada 24 Mei 2021. <https://grid.co.id/index.php/blog/Apa-Pentingnya-Rencana-Editorial>
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Koesno, Dhita. Cara Cegah Penularan Virus Corona COVID-19 dari OTG. Diakses 27 Maret 2021. <https://tirto.id/cara-cegah-penularan-virus-corona-covid-19-dari-otg-f77u>
- Meleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- PP PAEI. Jenis-Jenis Vaksin. Diakses 15 April 2021. <https://www.paei.or.id/jenis-jenis-vaksin/>
- Refaldi, Muhammad Ghani (2020). Komunikasi Pemasaran Dino Donuts Melalui Instagram @dinodonuts (Studi Deskriptif Kualitatif pada Staf Humas Dino Donuts di Bandung). Skripsi. Bandung: Universitas Langlangbuana Bandung
- Salafudin, Muhison (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang. Skripsi. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Sekawanmedia.co.id. (2020. 7 Desember). Podcast: Pengertian, Sejarah, Jenis, Manfaat, dan Cara Membuatnya. Diakses pada 23 Mei 2021. <https://www.sekawanmedia.co.id/apa-itu-podcast/>
- Sora. Pengertian Ilmu Komunikasi Secara jelas. Diakses pada 27 Maret 2021. <http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-ilmu-komunikasi-secara-jelas.html>
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.