

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Poster edukasi kesehatan merupakan salah satu media komunikasi yang banyak digunakan dalam kampanye sosial dengan tema protokol kesehatan selama pandemi covid-19 melanda indonesia. satu diantaranya yang menarik perhatian adalah poster protokol kesehatan dalam 42 bahasa daerah yang diproduksi dan disebarluaskan oleh japelidi. poster bertajuk “jaga diri jaga keluarga” menjelaskan mengenai bagaimana menjaga diri dengan melakukan protokol kesehatan, selain menjaga diri juga dapat menjaga keluarga yang ada didekat kita.

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) adalah komunitas beranggotakan dosen, peneliti dan pegiat yang *concern* pada isu-isu literasi digital. Didirikan sejak 2017, saat ini Japelidi beranggotakan 168 pegiat dari 78 universitas/lembaga yang tersebar di 30 Kota, dalam dan luar negeri. Japelidi dalam kegiatannya melaksanakan berbagai kampanye sosial. Salah satu kampanye yang dilakukan adalah gerakan penegakkan protokol kesehatan yang bertajuk “jaga diri jaga keluarga”. Kampanye ini memilih poster sebagai media. Pesan daam poster menggunakan 42 bahasa daerah. Pesan utama poster adalah protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 yakni mencuci tangan, tidak menyentuh wajah, menjaga jarak, tidak bepergian dan memakai masker. Menurut Novi Kurnia selaku koordinator Japelidi, tujuan membuat poster kampanye protokol kesehatan berbahasa daerah adalah agar pesan yang disampaikan mudah difahami sampai masyarakat akar rumput. Target sasaran merasa nyaman dengan bahasa yang mudah difahami (Novi Kurnia, 2020).

Bukan tanpa alasan Japelidi memilih poster. Jika ditinjau dari target sasaran yang adalah masyarakat kecil di daerah yang tidak banyak memiliki akses dengan media massa konvensional maupun digital maka mengemas pesan dalam poster disebarkan di berbagai tempat publik atau dibagikan dalam bentuk flyer adalah keputusan yang logis. Dalam kasus Japelidi poster pun coba diseminasikan melalui media sosial.

Selain poster cetak Japelidi pun membagikan poster digital yang disebarakan melalui Instagram namun dengan bahasa Indonesia. Poster berbahasa daerah hanya menysasar masyarakat di suatu daerah dengan bahasanya masing-masing. Ide pembuatan bahasa daerah datang dari orang tua yang menysarankan bahasa daerah. Bahkan ada yang menysarankan dibuat dalam bentuk spanduk mengingat tidak semua orang dapat mengakses media sosial.

JAGA DIRI DOHOT KELUARGA SIAN VIRUS CORONA (COVID-19) MARHITE :

1 Manuci tangan mamake sabun sajotjotna

2 Unang maniop bohi, pamiangoan, pamangan, mata molo dan hias tangan

3 Manjaga jarak dohot halak naasing paling otik 1-2 meter

4 Mamakke masker molo pilek manang manutup dohot tangan bagian parbagasan ditingki barsi2on manang batuk

5 Usahahon tinggal dijabu, jala molo porlu hianma asa kaluar

@japelidi @japelidi

Japelidi lawan hoaks Covid-19 Jaringan Pngiat Literasi Digital

JEJAGI DIRI MIWAH KULAWARGI SAKING VIRUS CORONA (COVID-19) KANTHI:

1 Asring resesik asta ngangge sabun

2 Ampun nyepeng grana, lathi, lan soca bilih astanipun reget

3 Jagi jarak kaliyan tiyang sanes setunggal meter antawisipun

4 Ngagem masker bilih pilek utawi dipun tutup mawi asta bilih nedengipun wahing lan watuk.

5 Prayogi wonten ing dalem kemawon, dene wonten wigati kepareng miyos saperlunipun

@japelidi @japelidi

Japelidi lawan hoaks Covid-19 Jaringan Pngiat Literasi Digital

NJOGO AWAK KARO BOLO-BOLO SOKO CORONA (COVID-19) KARO IKI YO:

1 Sing srepeg wisuh tanganmu nggawe sabun

2 Ojo nyekel rupomu (irung, lambe, mripat)

3 Ojo cidek-cidek lek ketemu wong liyo. sak meter jarak e

4 Nggaweo masker lek flu opo awak gak enak. Lek wahing opo watuk tutupono karo lengen ojo dlamakan tangan.

5 Meneng ndek omah ae lek gak ono sing perlu nemen. Resik-resik omah kono

@japelidi @japelidi

Japelidi lawan hoaks Covid-19 Jaringan Pngiat Literasi Digital

RAKSA ANGGA LAN KALUARGA SOANG-SOANG SAKING VIRUS CORONA (COVID-19) ANTUK:

1 Sering wangsuhin tangan antuk sabun

2 Sampunang ngantug prerai antuk tangan nenten resik

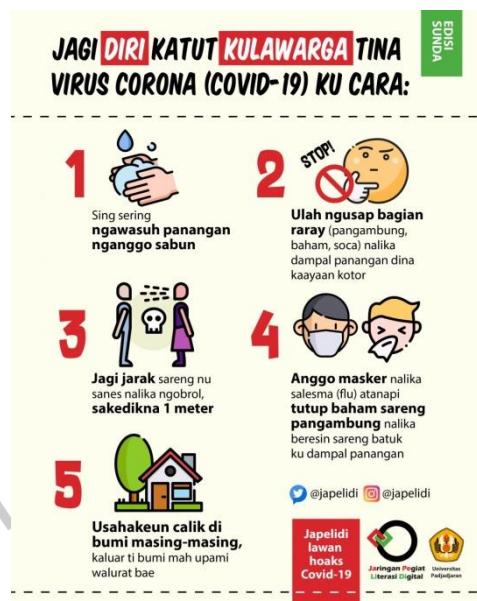
3 Yening mabaosan sampunang nampek, yening dados ameter dohne

4 Anggen masker yening pilek, yening nenten, takep irung rikale makokohan lan mabangkis

5 Yening dados meneng ring jumlah soang soang. Medal yening wenten sane mabuut

@japelidi @japelidi

Japelidi lawan hoaks Covid-19 Jaringan Pngiat Literasi Digital



Gambar 1.1 : Poster Kampanye Berbahasa daerah Japelidi

Poster japelidi di atas menggunakan lima bahasa daerah paling banyak digunakan di Indonesia yakni Jawa, Sunda, Batak, dan Jawa Timuran. Poster di atas adalah poster yang di buat oleh Japelidi dalam kampanye “Jaga Diri, Jaga Keluarga”, poster tersebut di buat dengan dua kategori yaitu cetak dan digital.

Poster merupakan media cetak yang biasa di gunakan untuk banyak hal, salah satunya kampanye, kampanye adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima (komunikasikan/khalayak) sebagai akibat pesan yang diterimanya, baik langsung maupun tidak langsung. Jika perubahan itu terjadi karena terbentuk desain pesan baik pada para penerima, maka kampanye itu dapat disebut efektif (Basri, 2016).

Di era digital poster tidak selalu cetak, tetapi juga ada yang berbentuk digital, biasanya poster berbentuk digital ini di sebarakan melalui media yang ada saat ini seperti website, media sosial, dan juga media perusahaan. Media poster masih menjadi sarana yang tepat untuk perantara publikasi, karna menggabungkan antara gambar, tulisan, dan juga warna yang memiliki banyak arti dari beberapa bagiannya (Rahajeng, 2021). Pada penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penyebaran poster digital dari kampanye poster protokol kesehatan berbahasa daerah pada media sosial Instagram komunitas etnis yang menyebarkan poster tersebut.

Bahasa daerah menjadi keunikan tersendiri dari edukasi kesehatan yang dilakukan japelidi melalui poster cetak maupun poster digital. Bahasa daerah adalah bahasa yang digunakan oleh kelompok masyarakat di suatu wilayah. Bahasa daerah ini dipelajari suatu kelompok masyarakat secara turun-temurun. Bahasa daerah di Indonesia pada umumnya dikuasai oleh kelompok dewasa dan manula (Wijana, 2014). Dalam perkembangannya banyak bahasa daerah yang terancam punah karena sudah semakin jarang digunakan atau dipelajari dalam mata pelajaran sekolah. Bahasa daerah sangat melekat dengan identitas etnis seseorang. Karenanya bahasa daerah bukan sekedar alat komunikasi suatu kelompok etnis namun juga berfungsi sebagai perekat komunitas.

Pada bukunya Gonibala yang berjudul "*Tradisi Kotoba Pada Masyarakat Etnis Muna : Makna, Nilai, dan Strategi Pelestariannya*" Komunitas etnis adalah masyarakat yang mempertahankan budaya dari leluhurnya baik itu Bahasa, tradisi, maupun kebiasaan mereka sehari – hari, dalam bermasyarakat, baik yang kompleks maupun yang sederhana, ada sejumlah nilai budaya yang satu dengan yang lain saling berkaitan hingga menjadi suatu sistem, dan sistem menjadi pedoman dari konsep konsep ideal dalam kebudayaan sebagai pendorong yang kuat terhadap arah kehidupan warga masyarakatnya (Gonibala, 2018).

Komunitas etnis di era digital menggunakan media sosial sebagai media komunikasi komunitas. Media sosial komunitas memungkinkan mereka untuk saling terkoneksi, berinteraksi dan berkolaborasi. Salah satunya adalah melalui media Instagram. Instagram merupakan media sosial yang sangat populer bagi masyarakat Indonesia . Menurut data yang di rilis oleh *napoleon cat* yang di tulis pada media berita daring Goodnews.id, pengguna Instagram di Indonesia pada periode Januari – Mei 2020 mencapai 69,2 juta pengguna (Iman, 2020). banyak nya pengguna Instagram tidak terlepas dari keunggulan media sosial ini, antara lain twitter, youtube, dan facebook.

Di era digital kampanye kesehatan seperti yang dilakukan Japelidi sangat diuntungkan karena tidak hanya menasar masyarakat kecil di daerah sebagai sasaran utama, namun juga bisa menasar kelompok etnis yang aktif menggunakan media sosial. Japelidi memanfaatkan media sosial Instagram, twitter, dan facebook untuk menyebarkan poster digital berbahasa daerah

yang bisa di unduh atau di sebar luaskan oleh komunitas - komunitas etnis tersebut.

Berdasarkan pengamatan awal terdapat beberapa komunitas yang membagikan poster digital Japelidi melalui Instagram selama maret 2020. Beberapa diantaranya, adalah komunitas warga Klaten melalui akun @Klatenyoben dan komunitas warga Batak melalui akun @laguBatak, dua Bahasa tersebut merupakan bahasa daerah Indonesia yang paling banyak digunakan. Akun Instagram @Klatenyoben, merupakan sebuah akun yang memperkenalkan kota Klaten kepada masyarakat luas, seperti keindahannya, berita lokal, dan juga adat istiadat setempat. Sedangkan akun Instagram @laguBatak merupakan akun yang membagikan masyarakat Batak bernyanyi atau luar Batak bernyanyi lagu berbahasa Batak.



Gambar 1.2 : Poster digital yang di bagikan di akun komunitas etnis Jawa melalui akun Instagram @Klatenyoben



Gambar 1. 3: Poster digital yang di bagikan di akun komunitas etnis Batak melalui akun Instagram @LaguBatak

Di kutip dari IDNtimes.com, bahasa Jawa menjadi peringkat pertama sebagai bahasa yang banyak digunakan sebanyak 68,2 juta jiwa, sedangkan bahasa batak berada pada posisi ketiga dari dari penggunaan bahasa daerah terbanyak di Indonesia, data tersebut dapat berubah dengan perkembangan dari tahun ke tahun (Khan, 2020).

Kampanye diartikan sebagai keinginan seseorang atau sekelompok orang untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif, dengan tujuan menciptakan perubahan atau perbaikan dalam masyarakat (Putri, 2016). Seperti halnya kampanye sosial pada umumnya tujuan dari kampanye protokol kesehatan ini pun bertujuan memengaruhi target sasaran untuk memahami pentingnya isi pesan dan selanjutnya berubah sikap. Masyarakat kecil yang banyak berkegiatan di luar rumah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari mungkin jadi adalah kelompok yang rentan untuk terpapar virus. Kelompok ini memiliki kecenderungan memilih tetap bekerja daripada berdiam diri di rumah karena Covid-19 dan tidak dapat membeli kebutuhan pangan keluarga.

Kampanye sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi persuasif. Dalam komunikasi persuasif, persuader harus mempersiapkan pesan dengan bahasa yang mudah difahami persuadee. Selain itu persuader pun harus jeli memilih saluran komunikasi yang digunakan agar pesan persuasi tepat sasaran.

Sebuah kampanye kesehatan tentu membawa pesan utama yang diharapkan menciptakan perubahan pada target sasaran. Tujuan di balik pesan kampanye kesehatan dalam studi pemaknaan disebut sebagai *preferred reading*. Dalam kampanye melalui 42 poster berbahasa daerah melalui konten kampanye berbahasa lokal, Japelidi berharap agar bahasa dalam kampanyenya dapat lebih dekat dengan keseharian masyarakat yang multikultur. Selain itu, bahasa lokal juga menjadikan khalayak di berbagai daerah merasa lebih “dihargai” atau istilah bahasa Jawa seperti di uwong-ke, Hal itu diungkapkan Novi Kurnia dalam wawancaranya kepada VOA saat menjelaskan tentang kampanye Japelidi dalam 43 bahasa lokal. Pemaknaan terhadap poster berbahasa daerah dengan pesan kesehatan pada khalayak bisa sejalan, bertolak belakang atau netral terhadap *preferred reading*. Untuk melihat bagaimana pemaknaan khalayak terhadap pesan kampanye Japelidi dalam 42 poster berbahasa daerah ini dapat dilakukan melalui analisis resepsi (Novi Kurnia, 2020).

Resepsi khalayak berasal dari penelitian audiens dalam genre komunikasi untuk menjelaskan *decoding* kelompok *audiens* dengan membandingkan wacana audiens dan wacana media. Menurut Jensen dan Jankowski analisis resepsi lahir dari gabungan dua tradisi yaitu humaniora dan tradisi efek. Sisi humanioranya yakni melakukan pendekatan teks sebagai lokus makna untuk digali oleh (kurang lebih) pembaca yang kompeten melalui tindakan hermeneutik yang fokus analisisnya cenderung pada sekitar teks itu sendiri daripada budaya (Fadhel, 2018).

Studi tentang pemaknaan bertujuan ingin melihat bagaimana target audiens memaknai pesan yang disampaikan komunikator. Jika di awal sasaran utamanya adalah warga masyarakat di berbagai daerah, maka menarik untuk melihat pemaknaan pesan poster berbahasa daerah ini pada kelompok etnis di media digital yang lebih terbiasa dengan bahasa Indonesia namun masih menguasai bahasa daerahnya masing-masing.

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini antara lain. Penelitian pertama dari Mustofa dengan judul “Analisis Resepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tentang Poster Jagalah Kebersihan” pada penelitian terdahulu ini ingin

melihat bagaimana pemaknaan poster jagalah kebersihan dengan menggunakan analisis resepsi. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti tersebut terdapat beberapa makna atau pendapat yang berbeda-beda di setiap informannya, hal ini terjadi karena setiap informan memiliki pemaknaan sendiri terhadap objek yang di temuinya.

Penelitian terdahulu kedua dari Deni Sofiansyah dengan judul “Analisis Semiotika pada Poster Anti Merokok Departemen Kesehatan R.I” pada penelitian terdahulu ini ingin mengartikan poster anti merokok menggunakan analisis semiotika Rolland Barthes. Dari hasil penelitian tersebut banyak arti dan makna melalui analisis semiotika Rolland Barthes, analisis tersebut mengartikan Denotasi, konotasi, dan mitos pada poster tersebut.

Penelitian terdahulu ketiga dari Dimas Faza Fadhillah dengan judul “poster *friendly* Bandung sebagai media publikasi *city branding* kota bandung (analisis semiotika poster *friendly* bandung sebagai media luar ruang dalam upaya implementasi *city branding* kota Bandung)” pada penelitian terdahulu ini ingin menafsirkan isi dari poster tersebut dengan menggunakan analisis semiotika Peirce. Dari hasil penelitian tersebut memiliki beberapa arti yang ada pada poster tersebut, dilihat dari sebuah makna yang terdapat pada objek yang ada di poster tersebut.

Kebaruan yang ditawarkan oleh penelitian ini dibandingkan dengan tiga rujukan penelitian di atas yang memiliki kesamaan mengangkat tema poster edukasi, yakni pada pesan edukasi kesehatan poster. Penelitian ini memilih pemaknaan poster berbahasa daerah dalam kampanye protokol kesehatan selama pandemi.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini ingin mengangkat judul “bagaimana Pemaknaan Komunitas Etnis Terhadap Poster Edukasi Protokol Kesehatan Berbahasa Daerah Japelidi?”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang peneliti menyimpulkan rumusan masalah yaitu, bagaimana pemaknaan komunitas etnis Jawa dan Batak terhadap poster edukasi protokol kesehatan berbahasa daerah Japelidi?.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pemaknaan komunitas etnis terhadap poster edukasi protokol kesehatan berbahasa daerah Japelidi.

1.4. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini memiliki manfaat atau signifikansi yang terdiri dari manfaat akademis dan praktis, manfaat tersebut memiliki penjelasan sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini memiliki manfaat di bidang akademis yaitu memperkaya penelitian komunikasi khususnya pada studi pemaknaan audiens pesan edukasi kesehatan. Secara umum memperkaya penelitian – penelitian terkait dengan kajian teori komunikasi persuasif pada poster kepada masyarakat.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat di bidang praktis yaitu memberikan alternatif referensi bagi pelaku kampanye sosial mengenai penggunaan pesan berbahasa daerah dalam kampanye . Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi organisasi untuk membuat kampanye yang serupa.