

BAB I

PENDAHULUAN

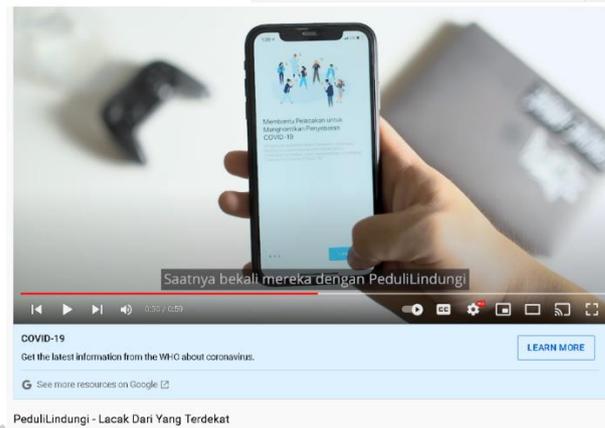
1.1. Latar Belakang

Iklan pada PeduliLindungi turut diadakan dengan adanya sosialisasi aplikasi PeduliLindungi secara virtual pada hari Senin, 13 September 2021. Di tempat masing-masing dalam sosialisasi ini telah di hadiri oleh perwakilan OPD, aplikasi tersebut digunakan untuk mengandalkan masyarakat Indonesia untuk berbagi data lokasi, pada saat berpergian. Riwayat kontak terkena penderita virus Covid-19 dapat dibuat dengan cepa serta memberikan riwayat kontak dari masingmasing individu yang nantinya akan menggunakan aplikasi PeduliLindungi. (daldukkbpppa, 2021).

Iklan layanan masyarakat seperti iklan Aplikasi PeduliLindungi berfungsi sebagai salah satu penyampaian sumber informasi dalam yang dikemas berdasarkan unsur persuasi. Pesan tersebut juga ditujukan untuk khalayak berdasarkan fungsi dari sosial serta ekonomi. Unsur sosial tersebut termasuk dalam wawasan, kesadaran sikap pribadi, perubahan perilaku masyarakat dalam menanggapi masalah hingga materi informasi yang akan dipublikasikan. Iklan layanan masyarakat juga sebagai salah satu citra baik dari lembaga yang menyiarkan iklan yang akan ditayangkan (Yanuarsari, 2018).

Kemunculan aplikasi PeduliLindungi diterbitkan pada tanggal 6 juni 2020, iklan ini berjudul “PeduliLindungi- Lacak dari terdekat, itu mendapatkan 362,117 views, 180 likes, dan 66 komentar di *platfrom* media sosial youtube. Iklan tersebut juga menjelaskan bahwa karena situasi dan kondis pandemi Covid-19 semua aktivitas masyarakat perlu dihentikan.

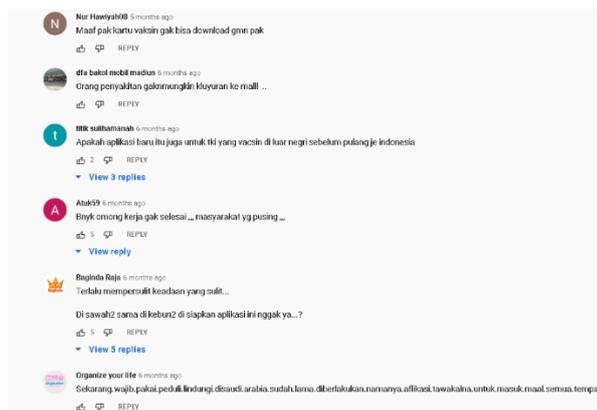
Dalam menghadapi situasi tersebut, masyarakat harus memprioritaskan perlindungan orang-orang di sekitar dengan menggunakan aplikasi PeduliLindungi untuk menekankan penyebaran virus Covid-19, seperti yang dilihat pada kolom komentar reaksi masyarakat Indonesia juga mewarnai jawaban yang berjudul “positif dan negatif” (PeduliLindungi, 2020).



*Gambar 1.1 Iklan edukasi layanan masyarakat PeduliLindungi
Sumber : (Youtube ,2020)*

Saat ini setiap kegiatan manusia terus berkembang ke arah yang lebih canggih, seperti mengandalkan teknologi, mulai dari inovasi dan kreativitas manusia. Salah satunya aplikasi yang wajib digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu aplikasi PeduliLindungi. Aplikasi ini merupakan sebuah aplikasi dapat dikembangkan dengan berhasil pemerintah melakukan pelacakan menghentikan adanya penyebaran virus. Oleh karena itu, adanya aplikasi ini dengan mengandalkan partisipasi masyarakat Indonesia dengan membagikan data lokasi untuk kegiatan umum.

Oleh karena itu, pemerintah mendukung kepada masyarakat Indonesia terkait lewat iklan Aplikasi PeduliLindungi sebagai salah satu bentuk iklan layanan masyarakat. Tujuannya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, serta mengajak khalayak untuk mengetahui agar informasi di iklan dapat memberikan pesan untuk aplikasi PeduliLindungi sehingga masyarakat Indonesia dapat melihat iklan tersebut.



Gambar 1.2 : Komentar-komentar dari masyarakat mengenai aplikasi PeduliLindungi

Sumber : (Youtube, 2021)

Dalam kebijakan aplikasi PeduliLindungi mengatur tentang cara kerja aplikasi, informasi yang dikumpulkan, penggunaan data pribadi, pengiriman dan penyebaran data pribadi, penghapusan data pribadi, tautan ke situs pihak ketiga, ketentuan bagi pengguna terdiagnosa positif Covid-19, perbaikan dengan kebijakan privasi, pengakuan dan persetujuan.

Menurut Pengamat Kebijakan Publik Universitas Trisakti Trubus Rahadiansyah dikutip oleh Kompas.com Pemerintah harus mempersiapkan kebijakan dari pemerintah harus diterapkan terkait dalam penggunaan aplikasi PeduliLindungi, kebijakan ini harus mengatur dalam dua hal yang paling penting. Pertama dalam mengatur penggunaan serta masyarakat yang memiliki *handphone* sehingga mudah dalam mengakses aplikasi PeduliLindungi, kedua kebijakan sangat perlu dalam mengatur, sehingga yang tidak memiliki *handphone* serta memiliki *handphone* tetapi tidak bisa untuk mengakses aplikasi tersebut (Guritno, 2021).

Dalam penggunaan aplikasi tersebut, peran dari keseluruhan masyarakat sangat penting dalam memahami aplikasi peduli lindungi, sering kali masyarakat rural sering diperbincang oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu masyarakat rural (desa) dapat mengartikan sebagai masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat. Sebagian besar masyarakat Indonesia yang memiliki kehidupan di bidang pertanian.

Masyarakat rural merupakan masyarakat yang memiliki ciri-ciri tersendiri. Untuk kehidupan sosial, biasanya tercermin dalam perilaku sehari-hari, masyarakat desa juga memiliki ikatan batin kuat satu sama lain. Hal ini, siap berkorban

penduduk desa setiap saat untuk kepentingan komunitas atau anggota komunitas (Octavia, 2020).

Pengaruh kuat di perubahan hampir di rasakan masyarakat umumnya, di masyarakat pedesaan pada khususnya ilmu pengetahuan internet. Terkait ilmu pengetahuan, tidak ada batas antara wilayah perkotaan maupun wilayah pedesaan. Hampir semua total, informasi yang diperoleh oleh penduduk perkotaan mirip dengan informasi di masyarakat pedesaan (Manullang, 2021).

Untuk itu, kesadaran akan penggunaan fasilitas internet secara cerdas harus dikembangkan. Kegiatan ini dilakukan melalui berbagai dukungan dan nasehat kepada masyarakat rural (desa). Kegiatan ini berlangsung secara bertahap dan melalui berbagai ruang publik di desa.. Penting untuk dilakukan sehingga masyarakat mempersiapkan dalam menggunakan serta mengendalikan ilmu informasi dan komunikasi, gerakan kemampuan penting bagi masyarakat pedesaan yang berdaya media digital, tidak hanya memiliki kemampuan menggunakan media, tetapi dalam menggunakan media secara cerdas.

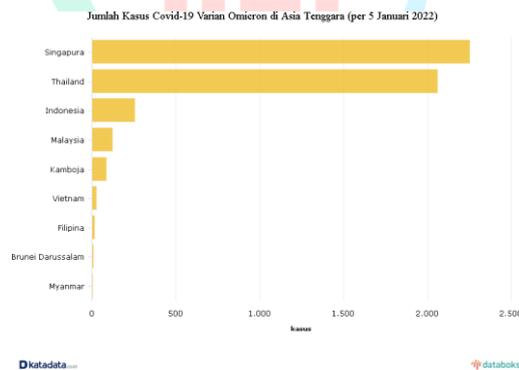
Hal ini dalam kehadiran internet di masyarakat desa memberikan dampak positif, namun di sisi lain banyak informasi yang disebarluaskan tanpa ada penyaringan sehingga sulit mendeteksi kebenaran informasi tersebut. Banyaknya jenis berita bohong (hoax) akan menimbulkan keresahan di masyarakat, adakala jika penerimanya adalah orang-orang yang belum memahami keberadaan berita bohong tersebut (Sulistiyowati, 2017).

Oleh karena itu, fenomena yang terjadi kepada masyarakat rural pada saat Covid-19 menjadi pusat perbincangan di dunia bahkan di Indonesia menjadi pusat perhatian, sejak awal dengan kemunculan pertama pada bulan Desember di kota wuhan china. Untuk itu menjadi salah satu fokus dunia dikarenakan adanya virus ini terdapat suatu peningkatan yang sangat bahaya dan tinggi

Covid- 19 merupakan salah satu penyakit baru mudah menular, virus tersebut sangat berhubungan dengan infeksi pernapasan. Virus ini salah satu yang mudah menyerang sangat cepat serta mudah berkembangbiak terutama di sel epitel dan saluran pernapasan. Saat ini, kondisi di dunia sangat dilanda oleh Covid-19 atau yang disebut virus corona baru. Maka dari itu, virus tersebut dapat diklasifikasikan sebagai beta coronavirus (Gischa, 2020).

Awalnya, virus ini diduga bersumber karena hewan, hewan tersebut yang diduga seperti, kucing, unta dan kelelawar, virus ini jarang sekali didengar dan berevolusi yang mengakibatkan banyak korban yang sudah terkena virus Covid-19 sehingga dapat menyebar secara cepat ke individu lainnya. Virus Covid-19 memiliki varian baru atau disebut dengan (SARS CoV-2) berasal dari keluarga covid, dalam penyebaran virus belum terjadi sebelumnya. Terlebih lagi, dalam mempertimbangkan penyebaran dan penularan global yang cepat. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dikutip oleh Kompas.com sudah menetapkan Covid-19 sebagai pandemi global (Azanella, 2020).

Setelah itu, muncul varian baru virus corona yaitu Omicron. Omicron merupakan salah satu virus yang cepat terdeteksi beberapa negara mulai pertama kali temukan di Afrika. Untuk itu disebut bentuk yang menginfeksi virus dengan cepat. Maka dari itu, varian B.1.1529 atau Omicron yang dideklarasikan oleh organisasi kesehatan dunia (WHO) pertama kali diumumkan ke WHO dari Afrika Selatan pada 24 November 2021. (Penjelasan WHO tentang Omicron, Varian Baru COVID-19, 2021).



Gambar 1.3 Data Statistik Jumlah Kasus Varian Omicron di Asia Tenggara (Per 5 Januari 2022)
Sumber : Katadata.com

Kasus Covid-19 Varian Omicron (B.1.1.529) semakin marak Indonesia hingga 5 Januari 2021 terdapat 254 kasus Covid-19 Omicron di Jepang, berdasarkan data yang telah dikutip oleh katadata.com, angka ini menempatkan di Indonesia sebagai nomor tiga tertinggi di Asia Tenggara. Yang telah tercatat sebanyak 2.251 kasus Omicron varian Covid-19 terdeteksi di negara Jepang. Thailand menduduki peringkat kedua dengan 2.062 kasus Omicron. Di

bawah Indonesia yaitu negara Malaysia di mana 122 kasus Mutan Omicron telah terdeteksi. Selain itu, 85 kasus kasus varian Omicron Covid-19 telah terdeteksi di kamboja, selanjutnya 24 dan 14 kasus Omicron terjadi di negara Vietnam dan Filipina, masing-masing, sedangkan Brunei Darussalam dan Myanmar masing-masing mencatat 9 dan 4 varian dari Covid-19. Secara total, ada 4.825 kasus Covid19 varian Omicron yang terdeteksi di 9 negara di Asia Tenggara. (Annur, 2022).

Dalam hal ini, peneliti mengambil topik yang akan diteliti mengenai Pemaknaan Pesan Iklan Kebijakan Aplikasi Peduli Lindungi di TV oleh Ibu yang bertempat tinggal di daerah rural khususnya daerah Binong, Tangerang.

Seiring dengan hal tersebut, *preferred reading* pada penelitian ini menegaskan bahwa, iklan peduli lindungi mengajak untuk berpartisipasi dalam menggunakan aplikasi PeduliLindungi, guna membantu menekankan penyebaran virus Covid-19 dengan upaya untuk melindungi orang terdekat di sekitar, seperti yang di lampirkan pada *Caption* Iklan Peduli Lindungi di akun *Youtube* PeduliLindungi.

Caption Iklan aplikasi Pedulilindungi di *platform* youtube ini yang di jadikan sebagai *preferred reading*, menjelaskan bahwa saat pandemi memaksa kita untuk menjaga jarak dengan tetap di rumah masing-masing. Tidak seorang memiliki kesempatan untuk bekerja dari rumah, dari kita masih perlu bekerja untuk mencari nafkah dan membantu mereka yang membutuhkan di luar (PeduliLindungi, 2020).

“Bagaimana cara anda melindungi keluarga yang masih harus keluar rumah”. Dimulai dari diri kita sendiri, partisipasi dalam aplikasi PeduliLindungi membantu membatasi penyebaran Covid-19 di sekitar kita, untuk melindungi orang-orang yang dekat dengan kita. PeduliLindungi mari kita lawan Covid-19 bersama.

Dari masalah yang telah diuraikan, peneliti mendapatkan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur diferensial terhadap penelitian ini. Penelitian pertama berjudul “Analisis Gaya Bahasa pada Iklan Layanan Masyarakat Di Instagram pada Masa Pandemi Covid-19.” yang disusun oleh Cici Arisdayanti di Universitas Muslim Maros.

Hasil dari penelitian tersebut gaya bahasa pada iklan layanan masyarakat di instagram merupakan hasil dari 2 yaitu, gaya bahasa personifikasi, dan 2 gaya bahasa pleonasme, 4 gaya bahasa hiperbola, 1 gaya bahasa litotes, jenis gaya bahasa klimaks, 1 jenis gaya bahasa asonansi, 4 jenis gaya bahasa anafora yang sudah ditemukan oleh iklan masyarakat instagram dominan digunakan merupakan Anafora dan Hiperbola. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, bahwa memiliki perbedaan dalam penelitian yang akan dibahas oleh peneliti terkait Pemaknaan Pesan Iklan Kebijakan Aplikasi Peduli Lindungi di TV oleh Ibu Daerah Rural”.

Penelitian Kedua yang berjudul “ Implementasi Aplikasi Peduli Lindungi Untuk Menunjang Aktifitas Sosial Kemasyarakatan” yang disusun oleh Ishak Kholil, Laela Kurniawatih, Nicodias Palasara, Ridan Nurfalalah, Ani Oktarini Sari di Universitas Nusa Mandiri. Hasil dari penelitian ini memberikan manfaat berarti ibu-ibu Majelis Ta’lim Ibnu Salam serta mempergunakan Aplikasi PeduliLindungi. Pemberian materi dalam bentuk cara pendaftaran dalam penggunaan aplikasi tersebut. berdasarkan hasil penelitian terdahulu, memiliki perbedaan pada penelitian akan diteliti oleh peneliti yakni pesan dalam iklan aplikasi peduli lindungi terkait partisipasi pada masyarakat rural di Binong untuk menggunakan aplikasi peduli lindungi agar menekankan penyebaran Covid-19.

Fokus pada penelitian ini ialah Ibu yang tinggal di daerah rural, dikarenakan menurut survei tahun 2021 dari Badan Pusat Statistik perempuan pada kisaran umur 40-60 tahun yang minim terhadap keterampilan teknologi informasi dan komputer prosentase sebesar 66,79 % (Bps.go.id, 2021). Pernyataan yang selaras juga dinyatakan oleh Menteri Sosial, Khofifah Indar Parawansa bahwasanya di zaman sekarang ibu harus melek teknologi. Pernyataan lainnya turut di sampaikan pula oleh Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara bahwasanya Ibu harus bisa melek akan teknologi serta memiliki kemampuan dalam memahami teknologi yang berkembang (Yuliani, 2017)

Pentingnya penelitian ini untuk dilakukan ialah ingin melihat bagaimana pemaknaan oleh Ibu daerah Rural terkait pesan yang disampaikan lewat iklan Aplikasi PeduliLindungi di TV untuk berpartisipasi menggunakan Aplikasi PeduliLindungi dalam upaya pemerintah melakukan *tracking* dan *tracing* untuk menekankan siklus penyebaran Covid-19 di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pemaknaan Iklan Kebijakan Aplikasi PeduliLindungi di Tv daerah Binong?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Bersumber dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui Bagaimana Pemaknaan Iklan Kebijakan Aplikasi PeduliLindungi di Tv daerah Binong.

1.4 Manfaat Penelitian:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini menjadi masukan terkait pesan pada sosialisasi iklan layanan masyarakat salah satunya iklan aplikasi PeduliLindungi agar dikemas dengan baik. Sehingga mudah serta dipahami oleh masyarakat khususnya oleh ibu daerah rural.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan dibuat dalam sebuah pengetahuan terkait penelitian analisis resepsi serta wacana bagi pembuat pesan sosialisasi kebijakan di berbagai *platform* media