

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan utama peneliti dalam penelitian ini ialah untuk menggambarkan pesan informasi vaksin booster melalui Instagram Kemenkes RI, mulai dari periode 12 Januari 2022 – 25 Juni 2022. Secara umum hasil dari penelitian ini memperlihatkan sebuah temuan bahwa pesan informasi vaksin booster yang terdapat dalam Instagram Kemenkes RI dapat menjadi sebuah edukasi serta informasi bagi masyarakat. Tergambar dari konten-konten yang diunggah melalui Instagram Kemenkes RI dengan pembahasan mengenai vaksin booster mayoritas berisikan berbagai macam informasi penting terkait dengan hal tersebut.

- Hasil temuan dan interpretasi data penelitian ini diambil berdasarkan konten Instagram Kemenkes RI yang diunggah pada periode 12 Januari 2022 – 25 Juni 2022, konten dengan pembahasan vaksin booster, dan konten dengan menggunakan bahasa Indonesia. Konten yang memenuhi kriteria tersebut kemudian dijadikan sebagai unit analisis dari penelitian ini untuk menggambarkan pesan informasi vaksin booster berdasarkan empat kategori.

Pertama, *Message sidedness* atau sisi pesan yang paling sering digunakan oleh Kemenkes RI dalam konten Instagram mereka yakni *message sidedness two sided* (dua sisi). Hal ini tampak dari dominasi postingan konten yang memiliki sisi pesan two sided memiliki jumlah yang lebih banyak apabila dibandingkan dengan konten yang memiliki sisi pesan one sided (satu sisi). Hal ini tentu saja dapat dikatakan masuk akal karena sejatinya tugas dari Kemenkes RI salah satunya adalah untuk memberikan sebuah edukasi kepada masyarakat terkait dengan fenomena kesehatan yang terjadi di Indonesia. Sehingga memberikan pesan-pesan yang tergolong kedalam dua sisi alias memiliki kepentingan bukan hanya bagi komunikator akan tetapi komunikasi juga merupakan sebuah hal yang memang perlu untuk dilakukan.

Kedua, kategori *order of presentation* atau urutan penyajian, dimana dalam Instagram Kemenkes RI yang paling sering digunakan adalah *primacy order* yakni

penyampaian sebuah pesan dengan sebuah aspek positif yang berada di bagian awal. Hal ini tentu sejalan dengan maksud dari Kemenkes RI mengunggah berbagai macam konten yang membahas mengenai vaksin booster pada akun Instagram miliknya serta menyadari bahwa di zaman yang modern seperti saat ini banyak masyarakat yang tidak memiliki banyak waktu dan butuh segala sesuatu secara cepat. Dengan memberikan sebuah aspek positif diawal pesan tentu membuat waktu yang dibutuhkan oleh audiens untuk menyerap informasi yang mereka butuhkan semakin cepat juga.

Ketiga, kategori daya tarik pesan, yang paling sering digunakan oleh Kemenkes RI dalam konten Instagram mereka yakni rational appeals memiliki jumlah yang paling banyak apabila dibandingkan dengan fear/threat appeals dan emotional appeals. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa rational appeals merupakan daya tarik pesan yang dimana mengedepankan hal yang rasional serta dapat dicerna secara logis dan merupakan sebuah fakta, oleh karena itu ini memang sebuah hal yang baik untuk dilakukan oleh Kemenkes RI agar dapat memberikan sebuah edukasi dan juga informasi kepada masyarakat secara valid dan dapat teruji kebenarannya.

Keempat, kandungan pesan yang paling banyak digunakan oleh Kemenkes RI dalam pesan informasi vaksin booster yang diunggah pada akun Instagram miliknya yaitu @kemenkes_ri, bahwa konten yang berisi pesan informatif paling banyak diunggah oleh Kemenkes RI dengan jumlah sebanyak 18 konten serta memiliki nilai persentase sebesar 78%. Diikuti oleh konten yang berisi pesan persuasif dengan jumlah sebanyak 5 konten serta memiliki nilai persentase 22%. Tentu saja terdapat perbedaan yang cukup besar antara kedua jenis kandungan pesan yang terdapat dalam konten tersebut. Melalui hal ini maka dapat terlihat jelas bahwa Kemenkes RI lebih banyak atau sering memberikan pesan – pesan informatif untuk dapat mengedukasi masyarakat terkait dengan vaksin booster.

Kelima, terdapat pula temuan menarik yang peneliti dapatkan melalui penelitian ini terkait dengan penggambaran pesan informasi yang ada di dalam Instagram Kemenkes RI yakni dimana terdapat sebuah pesan dengan *message sidedness two side* akan tetapi memiliki *order of presentation climax*. Yang mana pada dasarnya *climax order* sendiri seharusnya berada pada sebuah pesan *one sided*.

Lalu yang berikutnya konten yang terdapat dalam Instagram Kemenkes RI yang membahas mengenai vaksin booster lebih banyak memiliki kandungan pesan informatif dibandingkan persuasif, yang mana seharusnya dengan adanya fenomena tersebut Kemenkes RI seharusnya lebih memperbanyak pesan yang mengajak masyarakat untuk melaksanakan kegiatan vaksinasi booster.

Penelitian terkait dengan penggambaran pesan informasi vaksin booster belum banyak dilakukan, khususnya yang mengangkat mengenai vaksin. Terlebih vaksin sendiri biasanya ada dalam suatu keadaan pandemi yang notabene pandemi sendiri hanya terjadi selama 100 tahun sekali saja. Maka dari itu diharapkan dengan adanya hasil dari penelitian ini akan memberikan kontribusi sesuatu yang baru, terutama bagaimana sebuah pesan informasi dapat disampaikan kepada masyarakat. Sekaligus dapat menjadi referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya dari hasil temuan yang telah diperoleh dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan mengenai gambaran pesan informasi vaksin booster melalui Instagram Kemenkes RI, paling menonjol digambarkan melalui message sidedness *two sided*, *order of presentation primacy order*, daya tarik pesan *rational appeals*, dan kandungan pesan informatif. Namun demikian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang dapat ditindaklanjuti melalui penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran Akademis

1. Unit analisis dalam peneliti ini mengkhususkan pada konten dengan pembahasan mengenai vaksin booster pada Instagram Kemenkes RI. Penelitian berikutnya dapat melakukan komparasi antara konten dengan pembahasan vaksin booster pada Instagram Kemenkes RI dengan konten dengan pembahasan vaksin booster pada akun Instagram lain. Agar dapat diketahui bagaimana persamaan dan perbedaan struktur pesan informasi yang disampaikan.

2. Penelitian ini memilih menggunakan metode analisis isi kualitatif, maka penelitian selanjutnya dapat mengembangkan temuan penelitian ini dengan menggunakan metode semiotika. Hal ini bertujuan agar dapat mengungkap makna implisit yang terkandung dalam pesan informasi vaksin booster.
3. Bagi para peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait dengan pesan informasi dengan tema vaksin dapat menggunakan alat ukur penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis, temuan ini dapat digunakan sejumlah kalangan. Pertama, menjadi wacana bagi kreator lain yang ingin membuat konten dengan bahasan mengenai vaksin sebagai media penyampaian pesan informasi untuk merespon fenomena yang muncul. Kedua sebagai bahan masukan dalam memilih bentuk penyampaian pesan informasi dengan mempertimbangkan tingkat pendidikan dari target sasaran.