

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS  
KESEHATAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR  
DALAM MENINGKAMPANYEKAN VAKSINASI  
COVID-19**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat (Humas)



Oleh :

**PEPIN SELPIRIANI  
07031281823052**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan  
Komereng Ilir Dalam Mengkampanyekan Vaksinasi Covid-19”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**Pepin Sepiriani**

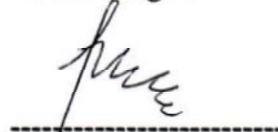
**07031281823052**

Pembimbing I

1. Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si

NIP. 196012091989122001

Tanda Tangan



Tanggal

6 September 2022

Pembimbing II

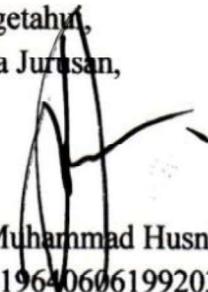
2. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 198802112019032011



5 September 2022

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan  
Komerling Ilir Dalam Mengkampanyekan Vaksinasi Covid-19”**

**Skripsi  
Oleh :  
Pepin Selpiriani  
07031281823052**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 27 September 2022**

**Pembimbing :**

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si  
NIP. 19601209 1989122001

2. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 198802112019032011

**Tanda Tangan**

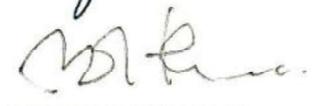
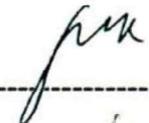


**Penguji :**

1. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si  
NIP. 199208222018031001

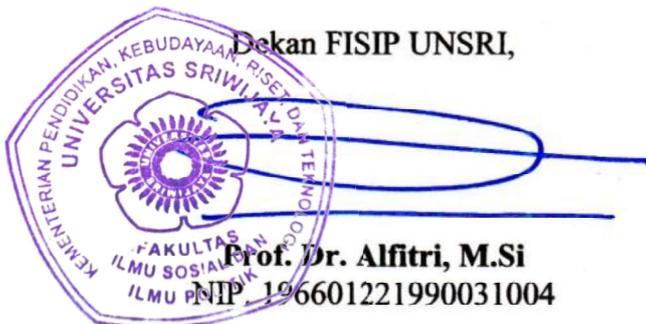
2. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 199205312019032018

**Tanda Tangan**



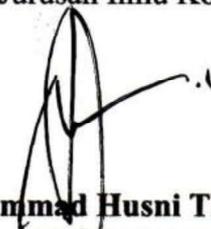
**Mengetahui,**

**Dekan FISIP UNSRI,**



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si  
NIP. 196601221990031004**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pepin Selpiriani  
NIM : 07031281823052  
Tempat dan Tanggal Lahir : Pagar Jati, 15 Mei 2000  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan  
Kabupaten Ogan Komering Ilir Dalam  
Mengkampanyekan Vaksinasi Covid-19

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,  
Membuat pernyataan,  
  
METERAN  
TEMPEL  
10000  
B2A44AJX963253697  
Pepin Selpiriani  
NIM. 07031281823052

**MOTTO**

*“Jangan Menaruh Harapan Besar Kepada Selain Tuhan”*

## ABSTRACT

### ABSTRACT

The pandemic caused by the Covid-19 virus has a negative impact on Indonesia. To deal with this, the Indonesian government has made several policies, one of which is the Covid-19 vaccine. Ogan Komering Ilir District Health Office, in this case, is a regional government agency engaged in the health sector, taking part in the Covid-19 vaccination campaign. So therefore, this research aims to know about persuasive communication strategy conducted by Ogan Komering Ilir District Health in campaigning for the Covid-19 vaccination. The theory used in this research is persuasive communication strategy by Melvin L. DeFluer and Sandra J. Ball-Rocheach (Hendri, 2019) with qualitative descriptive method. Then, data is obtained from depth interview with two key informants and two supporting informants, observation, and documentation studies. The research outcomes shows that Health Office strives as maximal as possible to comply the elements of persuasive communication strategy within psychodynamic, sociocultural, and construction meaning. Ogan Komering Ilir District Health Office should concern to the campaign activities going directly to the field also within persuasive communication strategy.

**Keywords:** *Persuasive Communication Strategy, Campaigning, Covid-19 Vaccine.*

**Adviser I**



**Dr. Hi. Retna Mahriani, M.Si**  
NIP. 196012091989122001

**Adviser II**



**Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198802112019032011

*Head of Communication Science Departement*



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Pandemi yang disebabkan oleh virus Covid-19 berdampak buruk pada masyarakat Indonesia. Untuk menangani itu pemerintah Indonesia membuat beberapa kebijakan salah satunya vaksin Covid-19. Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam hal ini merupakan instansi pemerintahan daerah yang bergerak pada bidang kesehatan ikut andil dalam mengkampanyekan vaksinasi Covid-19. Maka dari itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan dalam mengkampanyekan vaksin Covid-19. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach dalam (Hendri, 2019) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh bersumber dari wawancara mendalam dengan dua (2) informan kunci dan dua (2) informan pendukung, observasi dan studi dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini Dinas Kesehatan berusaha semaksimal mungkin memenuhi unsur-unsur dari strategi komunikasi persuasif yang ada di dalam psikodinamika, sosiokultural dan meaning construction. Hendaknya Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam melakukan strategi komunikasi persuasif lebih fokus pada kegiatan kampanye terjun langsung ke lapangan.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Persuasif, Mengkampanyekan, Vaksin Covid-19.

**Pembimbing I**



**Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si**

**NIP. 196012091989122001**

**Pembimbing II**



**Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIP. 198802112019032011**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**

**NIP. 196406061992031001**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir Dalam Mengkampanyekan Vaksinasi Covid-19”.

Penyusunan skripsi ini digunakan untuk menyelesaikan studi Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Hubungan Masyarakat, Universitas Sriwijaya. Proses dalam penyusunan skripsi ini tidak luput dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, M.SCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Febrimarani Malinda, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing Akademik yang telah bersedia membimbing selama perkuliahan.
5. Ibu Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, motivasi dan masukan dari awal proses pengerjaan sampai terselesaikannya proposal ini.
6. Ibu Rindang Senja Andarini., S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia memberikan arahan, motivasi dan masukan dari awal proses pengerjaan sampai terselesaikannya proposal ini.
7. Mbak Elvira Humairah, selaku admin jurusan Ilmu Komunikasi yang selalu membantu dalam urusan administrasi selama kuliah.
8. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang sudah baik dalam membagikan ilmu dan pengetahuan untuk peneliti selama kurang lebih empat tahun ini.

9. Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir yang telah menerima peneliti dengan baik dan memberikan izin untuk melakukan penelitian.
10. Orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada peneliti untuk terus berusaha dalam mencapai hasil terbaik, serta menerima semua keluhan peneliti selama proses mengerjakan skripsi.
11. Vhera Monicha, selaku teman satu kosan, satu kampung, satu kelas, satu jurusan yang sudah mendukung dan mendengarkan semua keluhan peneliti, serta menemani masa-masa sulit, *healing* dan masa bahagia peneliti.
12. Nurhalimah dan Niki Analisa, selaku teman baik peneliti yang dari masa perkuliahan selalu menemani peneliti dan bersedia mendengarkan cerita peneliti.
13. Penti Berliana dan Nindi Meiria, selaku teman dari SMP sampai sekarang yang selalu memberi dukungan dan semangat.
14. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi 2018 terutama Kelas A Indralaya yang telah membantu memberi informasi dan dukungan selama proses pengerjaan skripsi ini; Ejak, Ulik, Desty, Narul, Nurul, Doa, Veni, Oje.
15. Seluruh pihak yang telah membantu menyelesaikan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Indralaya, September 2022

Pepin Selpiriani  
NIM. 07031281823052

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
MOTTO.....	v
ABSTRACK .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Strategi.....	12
2.2.2 Strategi Komunikasi .....	12
2.2.3 Persuasif.....	13
2.2.4 Komunikasi Persuasif .....	13
2.2.5 Hambatan Komunikasi Persuasif.....	14
2.2.6 Teknik Komunikasi Persuasif.....	15
2.2.7 Kampanye Kesehatan .....	16
2.2.8 Vaksinasi Covid-19.....	17
2.3 Teori-Teori Strategi Komunikasi Persuasif.....	18
2.3.1 Teori Menurut Soleh Soemirat dan Asep Suryana .....	18

2.3.2 Teori Menurut Sumirat dan Suryana .....	19
2.3.2 Teori Menurut Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach.....	21
2.4 Teori Strategi Komunikasi Persuasif yang Digunakan dalam Penelitian....	23
2.5 Kerangka Teori.....	26
2.6 Kerangka Pemikiran.....	26
2.7 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Definisi Konsep.....	34
3.3 Fokus Penelitian .....	35
3.4 Unit Analisis dan Unit Observasi.....	37
3.5 Kriteria Informan dan Informan Terpilih .....	38
3.5.1 Kriteria Informan .....	38
3.5.2 Informan Terpilih.....	39
3.6 Data dan Sumber Data.....	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.7.1 Wawancara Mendalam .....	41
3.7.2 Observasi .....	42
3.7.3 Studi Dokumentasi.....	42
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	43
3.9 Teknik Analisis Data .....	43
BAB IV .....	45
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	45
4.1 Profil Instansi.....	45
4.2 Arti Logo .....	46
4.3 Program Kampanye Vaksinasi Covid-19 .....	47
BAB V.....	52
HASIL DAN ANALISIS .....	52
5.1 Psikodinamika .....	53
5.1.1 Faktor Emosional.....	54
5.1.2 Faktor Kognitif .....	60

5.2 Sosiokultural.....	64
5.3 Meaning Construction .....	72
5.3.1 Manipulasi Makna Pesan.....	73
5.3.2 Kemampuan Permainan Kata .....	76
5.4 Diskusi Hasil Penelitian .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN.....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Cakupan Vaksinasi Covid-19.....	7
Tabel 1.2 Cakupan Vaksinasi Covid-19.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	33
Tabel 5.1 Temuan Faktor Emosional.....	53
Tabel 5.2 Temuan Faktor Kognitif.....	59
Tabel 5.3 Temuan Sosiokultural.....	64
Tabel 5.4 Temuan Manipulasi Makna Pesan.....	74
Tabel 5.5 Temuan Permainan Kata.....	77

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran.....	27
Bagan 4.1 Struktur Ogranisasi.....	49
Bagan 5.1 Cakupan Vaksinasi Covid-19.....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Live Podcast di Instagram resmi Dinas Kesehatan Kabupaten OKI.....	7
Gambar 4.1 Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir.....	44
Gambar 4.2 Logo Dinas Kesehatan Kabupaten OKI.....	45
Gambar 4.3 Penyuluhan keiling dengan mobil.....	46
Gambar 4.4 Kampanye ke sekolah.....	46
Gambar 4.5 Kampanye dengan pembagian Leaflet.....	47
Gambar 4.6 Obsesi (Obrolan Seputar OKI) live di instagram.....	48
Gambar 5.1 Terjun Langsung ke masyarakat.....	58
Gambar 5.2 Kerjasama dengan Camat Jejawi.....	64
Gambar 5.3 Pemberian hadiah jika masyarakat mau di vaksin.....	72
Gambar 5.4 Melakukan kerjasama lintas sektor.....	72
Gambar 5.5 Desain Banner Foto Bapak Ketua dan Wakil Bupati OKI.....	82
Gambar 5.6 Leaflet foto Bapak Ketua dan Wakil Bupati dan Kepala Dinas Kesehatan OKI.....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan.....	98
Lampiran 2. Catatan Observasi.....	101
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan Kunci Pertama.....	103
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan Kunci Kedua.....	110
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informanan Pendukung Pertama.....	117
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informanan Pendukung kedua.....	121
Lampiran 7. Dokumentasi Kegiatan.....	125
Lampiran 8. Surat Izin Penelitian.....	128
Lampiran 9. Hasil Pengecekan Turnitin.....	129

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada saat ini seluruh dunia sedang mengalami bencana besar yang disebabkan oleh *Corona Virus Disease 19*. Corona adalah jenis virus yang diberi nama SarsCov-2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2*), dimana, virus ini merupakan zoonosis atau ditularkan antara hewan dengan manusia, namun menurut Kemenkes (2020), untuk jenis hewan yang menjadi sumber penularannya sampai sekarang belum diketahui. Organisasi kesehatan dunia atau WHO sudah memberi pernyataan bahwa virus corona covid-19 ini sebagai pandemi. Menurut WHO tahun 2020 pandemi adalah suatu penyebaran penyakit yang baru ke seluruh dunia. Dilansir dari portal berita Detik *Health* virus ini pertama kali ada pada Desember 2019 di Wuhan, China dan infeksi dari virus corona disebut Covid-19 atau Corona Virus Disease 2019. Menurut catatan harian di Detik *Health*, seseorang berusia 55 tahun dari provinsi Hubei, China, diduga adalah orang pertama yang tertular Covid-19 yang terdeteksi pada 17 november 2019. Setelah teridentifikasi kasus pertama tersebut, media *South China Morning* terus melakukan penelusuran dan terdapat penemuan bahwa kasus dari virus ini terus meningkat setiap hari hingga pada 20 Desember mencapai 60 kasus yang teridentifikasi (Detik.health, 2020)

Dilansir dari Portal Informasi Indonesia pada 18 November 2021, terdapat dua Warga Negara Indonesia (WNI) yang terkonfirmasi positif covid-19 SARS Cov-2 berdomisili di Depok. Kasus ini menjadi kasus pertama yang ada di Indonesia. Penyebaran virus corona (Cov) di Indonesia setiap hari terus mengalami peningkatan, namun di bulan November telah menunjukkan adanya penurunan. Dilansir dari satuan tugas penanganan Covid-19 yang mengeluarkan informasi mengenai peta sebaran Covid-19 terbaru, pada November 2021 terdapat 4.248.165 terkonfirmasi dengan 10.825 kasus aktif, sebanyak 4.093.795 berhasil sembuh dan 143.545 meninggal.

Penyebaran virus Covid-19 yang meningkat bukan hanya menimbulkan korban jiwa dan kerugian materil, namun juga berakibat pada aspek

perekonomian dan aspek kehidupan sosial masyarakat. dapat kita lihat bahwa penularan dari virus ini berlangsung sangat cepat, jadi pihak kementerian, lembaga pemerintahan dan pemerintahan daerah harus melakukan tindakan tegas, cepat, tepat, fokus dan sinergis.

Untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19, pemerintah melakukan beberapa upaya kebijakan operasional, antara lain: Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB); Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM); menggunakan masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak (3M); *Work From Home* (WFH); *tresing, Testing, Treatment* (3T). (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2021).

Dengan adanya kebijakan-kebijakan yang sudah diterapkan pada saat ini, pemerintah berharap kebijakan tersebut dapat menekan angka dari pasien Covid-19. Pemerintah Indonesia tidak main-main dalam menangani kasus Covid-19 ini, bukan hanya penerapan kebijakan operasional diatas, namun pemerintah juga memberikan program yang menjadi harapan untuk mengatasi dan menghentikan penularan virus Covid-19 salah satunya program vaksinasi bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Indonesia dan beberapa negara lain sudah mengembangkan vaksin Covid-19. Sejumlah produk vaksin di Indonesia seperti, *CoronaVac (Sinovac)*, *Bio Farma*, *AstraZeneca*, *Sinopaharm*, *Moderna*, *Sputnik-V* dan yang terbaru vaksin *Janssen Covid-19 Vaccine* dan vaksin *Convidecia* sudah melewati uji coba dan telah mendapatkan izin edar oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Proses vaksinasi sudah dilaksanakan sejak 13 Januari 2021 diperuntuhkan bagi seluruh masyarakat Indonesia. Presiden Joko Widodo menjadi orang pertama yang diberikan suntik vaksin. Pada tahap pertama yang menjadi prioritas adalah para tenaga kesehatan, petugas publik dan para lansia. sedangkan gelombang kedua pemerintah menargetkan 64,9 juta masyarakat yang rentan, 77,44 juta masyarakat lainnya (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2021).

Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi lain yang ada di Indonesia yang terkena dampak dari Covid-1 sudah mulai melakukan vaksin ke seluruh

masyarakat yang ada di kabupaten kota. Salah satu kabupaten di Sumatera Selatan yang sudah melakukan vaksin adalah Kabupaten Ogan Komering Ilir. Ogan Komering Ilir (OKI) merupakan kabupaten yang memiliki luas 19.023.47 km<sup>2</sup> dan memiliki penduduk sekitar 731.721 jiwa. Dalam hal ini tentunya pemerintah kabupaten OKI melibatkan lembaga yang ada di kabupaten OKI untuk mengajak masyarakat vaksin.

Lembaga memegang peran penting terhadap proses kelancaran penyampaian pesan dan pertukaran pesan atau informasi. Dalam rangka menjalankan perannya sebagai sentral kemajuan lembaga dan keberhasilan, maka seorang yang berada pada divisi komunikasi suatu lembaga harus mempunyai strategi yang kuat dalam menyampaikan komunikasi terhadap publik atau masyarakat.

Dinas Kesehatan yang bertugas dalam bidang kesehatan berupaya memberikan pelayanan yang baik untuk vaksinasi Covid-19, karena Covid-19 ini termasuk kedalam sebuah virus penyakit menular yang memang seharusnya sebuah lembaga kesehatan menjadi garda terdepan untuk memberantasnya. Penanganan yang dilakukan salah satunya adalah dengan program yang dapat memberikan informasi dan ajakan masyarakat untuk di vaksin.

Dinas Kesehatan kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) berperan dalam membantu pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam memberikan informasi mengenai vaksinasi Covid-19 ke masyarakat, yaitu dengan melakukan kampanye vaksinasi Covid-19. Pada saat menjalankan program tersebut Dinas Kesehatan Kabupaten OKI melibatkan beberapa bidang untuk membantu program tersebut salah satunya Bidang Promosi Kesehatan. Dengan adanya bidang Promosi Kesehatan yang membantu menjalankan kampanye vaksinasi Covid-19 sangat membantu bagi Dinas Kesehatan Kabupaten OKI.

Bidang Promosi Kesehatan merupakan salah satu bidang yang ada di Dinas Kesehatan yang memang bertugas pada ranah mempromosikan tentang kesehatan. Adapun kampanye vaksinasi Covid-19 yang dilakukan oleh bidang Promosi Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten OKI yaitu melalui

berbagai media luar seperti Baliho, spanduk, Banner yang berisikan ajakan untuk di vaksin Covid-19 yang di publikasikan di rumah sakit dan puskesmas Kabupaten OKI. Dalam kampanye tersebut Dinas Kesehatan OKI bukan hanya mengajak masyarakat untuk vaksin, namun juga memberikan edukasi dan informasi mengenai jenis, tata cara, dosis vaksin dan sebagainya tentang vaksin Covid-19.

Dinas Kesehatan Kabupaten OKI berharap dengan adanya kampanye vaksinasi Covid-19 yang mereka berikan dapat menambah wawasan masyarakat terkhusus masyarakat OKI mengenai vaksin Covid-19 dan tidak takut untuk di vaksin. Hal ini dapat membantu pemerintah kota Kabupaten OKI dalam memutus mata rantai dari virus Covid-19.

Dalam melaksanakan kampanye Dinas Kesehatan Ogan Komering Ilir (OKI) tentu perlu adanya strategi yang matang agar kampanye tersebut dapat diterima dan mengubah persepsi masyarakat. Strategi sendiri merupakan suatu proses perencanaan dan manajemen demi mencapai tujuan sesuai harapan. Untuk itu tujuan strategi bukan sekedar sebagai rumusan pemetaan, namun juga memberi wujud nyata dari tindakan yang dilakukakn dengan teliti dan hati-hati.

Komunikasi Persuasif merupakan usaha untuk mempengaruhi orang lain melalui pertukaran pesan supaya dapat terbentuk kesadaran dari individu atau kelompok dalam mengubah perilaku yang diharapkan (Hendri, 2019: 66-67). Komunikasi persuasif menggunakan gaya yang bersifat mengajak, membujuk dan mempengaruhi. Komunikator dalam pelaksanaanya bertujuan untuk mengubah perilaku, pendapat, sikap dan perubahan sosial sesuai dengan informasi atau pesan yang disampaikan komunikator. Dengan dilakukannya kampanye oleh Dinas Kesehatan diharapkan dapat mengubah persepsi masyarakat mengenai vaksin.

Beberapa alasan penulis mengangkat permasalahan dan judul penelitian ini, antara lain:

### **1.1.1 Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir memiliki kewenangan dalam program Vaksinasi Covid-19**

Pelaksanaan vaksinasi Covid-19 yang terus berjalan sekarang berguna untuk menanggulangi pandemi Covid-19. Berdasarkan Peraturan Kementerian Kesehatan RI Nomor 84 Tahun 2020 mengenai pelaksanaan vaksinasi pada pasal 2 dan 3 bahwa seluruh Pemerintah Daerah Provinsi, Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota, tenaga kesehatan dan pemangku kepentingan lainnya memiliki kewenangan penuh dalam menjalankan vaksinasi Covid-19 dalam rangka memutus mata rantai dari penyebaran virus Covid-19. Maka dari itu Dinas Kesehatan yang merupakan lembaga pemerintahan yang bergerak dalam bidang kesehatan memiliki kewenangan penuh atas program vaksinasi Covid-19 tersebut. Program vaksinasi Covid-19 ini sudah mulai berjalan dari Januari 2021, yang mana vaksin ini memiliki cakupan yang luas yang artinya seluruh lapisan masyarakat harus di vaksin Covid-19 kecuali masyarakat yang punya riwayat penyakit tertentu. Hal tersebut berarti banyak kalangan masyarakat bukan hanya daerah perkotaan namun juga pedesaan yang harus mengetahui tentang vaksinasi Covid-19. Dengan hal ini tentunya memberi hambatan pada seluruh Dinas Kesehatan yang ada di Indonesia salah satunya Dinas Kesehatan Kabupaten OKI.

Dalam menjalankan program vaksinasi Covid-19 Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) memerlukan strategi komunikasi persuasif yang baik dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui kampanye vaksinasi Covid-19 agar banyak masyarakat yang di daerah pedesaan dapat juga mengetahui informasi mengenai program vaksin Covid-19. Masyarakat yang beragam tentunya memiliki latar pendidikan yang berbeda, hal ini menjadi hambatan untuk Dinas Kesehatan Kabupaten OKI karena tingkat pendidikan masyarakat yang berbeda membuat tidak semua masyarakat dapat mencerna informasi yang diberikan dengan baik. Latar pendidikan mempengaruhi individu dalam mempersepsikan informasi yang diberikan, sehingga hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kesehatan OKI dalam mengampanyekan vaksinasi Covid-19.

### **1.1.2 Kampanye yang terus menerus dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir agar dapat merubah persepsi masyarakat mengenai vaksin**

Di dalam merubah persepsi masyarakat mengenai vaksinasi tentu saja pemerintah berperan paling depan dalam menangannya. Covid-19 ini merupakan sebuah virus yang dapat menular dengan cepat, maka dari itu harus dilakukan penanganan dengan tepat. Penanganan yang sekarang sedang dilakukan salah satunya vaksin, pemerintah melakukan segala upaya agar masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai vaksin dan mau untuk di vaksin. Dinas Kesehatan salah satu lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab di bidang kesehatan. Dapat kita lihat bahwa Covid-19 ini menyerang kesehatan masyarakat luas tanpa terkecuali juga masyarakat OKI.

Dinas Kesehatan Kabupaten OKI berkerja keras dalam memutus mata rantai dari Covid-19 ini, salah satu upaya yang dilakukan Dinas Kesehatan Kabupaten OKI adalah mengkampanyekan tentang vaksinasi Covid-19. Kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan OKI bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui tentang vaksinasi Covid-19 dan dapat merubah persepsi masyarakat yang masih tidak yakin bahkan tidak mau di vaksin Covid-19. Isi dari kampanye Dinas Kesehatan OKI adalah mengenai ajakan untuk di vaksin, jenis vaksin yang digunakan, informasi mengenai jadwal vaksin, informasi bahwa vaksin tidak berbahaya.

Kampanye yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan OKI antara lain:

1. Memasang spanduk mengenai ajakan vaksin setiap puskesmas
2. Setiap satu minggu satu kali terjun langsung ke masyarakat di bagi perkecamatan
3. Memberikan selebaran mengenai vaksinasi ke masyarakat
4. Melakukan kontrak dengan Radio selama satu tahun
5. Setiap hari senin menayangkan di media sosial *instagram* dan *facebook* acara Obsesi (obrolan sehat seputar OKI).

## Gambar 1.1

### Live Podcast di Instagram resmi Dinas Kesehatan Kabupaten OKI



(Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten OKI)

Segala upaya tersebut terus dilakukan Dinas Kesehatan OKI dan berharap masyarakat yang masih enggan untuk di vaksin dapat merubah persepsi mereka. Salah satunya dengan kampanye di media sosial *instagram* dengan mengadakan *live podcast* mengenai Vaksinasi massal untuk masyarakat OKI. Kampanye yang dilakukan secara berkesinambungan diharapkan dapat membuat masyarakat OKI menjadi tertarik. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Junzeritimalia selaku Kepala Penggerak Peran serta Masyarakat Dinas Kesehatan OKI dalam wawancara mendalam, sebagai berikut:

*"Seperti yang saya katakan tadi merubah perilaku orang tidak bisa hanya sekali harus berkali-kali kalau bisa sampai 40 kali dan berkesinambungan, jadi kami terus memberikan kampanye kepada masyarakat sampai saat ini selama vaksin berlangsung".*

Dari kampanye yang terus menerus dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten OKI menjadikan penulis ingin mengetahui strategi komunikasi persuasif selama merancang kampanye yang berkesinambungan ini. Penulis juga ingin melihat dari banyaknya kampanye dan proses kampanye dengan waktu yang panjang bagaimana strategi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten OKI.

### 1.1.3 Kabupaten Ogan Komering Ilir menjadi kabupaten/kota nomor dua terendah di Sumatera Selatan dalam cakupan vaksinasi Covid-19 pada bulan Agustus 2021

Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) memiliki luas wilayah 19.023,47 km persegi dan di huni oleh sekitar 731.721 jiwa. Namun, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan provinsi Sumatera Selatan pada 8 Agustus 2021, kabupaten OKI merupakan kabupaten nomor dua terendah di antara kabupaten lain yang ada di Provinsi Sumatera Selatan dalam cakupan vaksinasi, di atasnya ada kabupaten OKU Selatan dan dibawahnya ada kabupaten Empat Lawang (Dinkes.Sumsel. 2021). Dapat dilihat pada tabel 1.1, sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Cakupan Vaksinasi Covid-19 berdasarkan KPC-PEN tahap I, II dan III (Nakes, Pel Publik, Lansia, Masyarakat Rentan dan Umum, Remaja) Dosis 1 dan 2 Kabupaten Kota di Provinsi Sumatera Selatan Pada Tanggal 8 Agustus 2021**

No	Kabupaten/Kota	Cakupan Vaksin Dosis I	Cakupan Vaksin Dosis II
1	Palembang	26,4%	16,2%
2	Lubuk Linggau	20,1%	13,0%
3	OKU	17,3%	10,5%
4	Prabumulih	17,0%	13,0%
5	Pagar Alam	16,5%	10,7%
6	PALI	14,8%	9,4%
7	Lahat	14,8%	9,6%
8	Muara Enim	14,5%	7,5%
9	Musi Banyuasin	13,8%	7,5%
10	Musi Rawas	13,0%	8,4%
11	Ogan Ilir	11,7%	7,3%
12	Muratara	11,5%	5,3%
13	Banyu Asin	10,1%	5,4%
14	OKU Timur	9,9%	6,8%
15	OKU Selatan	9,8%	6,8%

16	OKI	9,3%	5,0%
17	Empat Lawang	9,0%	4,2%
18	Provinsi Sumsel	15,3%	9,2%

(Sumber : DINKES PROV SUMSEL 2021)

Dari data cakupan vaksinasi Covid-19 yang dibagikan oleh Dinas Kesehatan Provinsi Sumatera Selatan pada tanggal 8 Agustus 2021. Ada Nakes, Pel Publik, Lansia, Masyarakat Rentan dan Umum, Remaja Kabupaten OKU selatan cakupan vaksin dosis 1 sebanyak 9,8% dan cakupan vaksin dosis2 sebanyak 6,8%; sedangkan, Kabupaten OKI cakupan vaksin dosis 1 sebanyak 9,3% dan vaksin dosis 2 sebanyak 5,0%; dan Empat Lawang cakupan vaksin dosis 1 sebanyak 9,0% dan vaksin 2 sebanyak 4,2%. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Kabupaten OKI menempati urutan terendah kedua cakupan vaksin Covid-19 sebagai Kabupaten/Kota yang ada di Sumatera Selatan.

Dari data tersebut secara tidak langsung berhubungan dengan reputasi dari Dinas Kesehatan yang menaungi masalah vaksin Covid-19. Penulis ingin melihat dari masalah rendahnya cakupan vaksin Covid-19 bagaimana penanganan dari Dinas Kesehatan Kabupaten OKI selaku organisasi pemerintahan yang bertanggung jawab mengajak masyarakat untuk di vaksin Covid-19. Strategi komunikasi persuasif apa yang dilakukan Dinas Kesehatan agar dapat menaikkan jumlah cakupan vaksin Covid-19 di Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Dari adanya ketiga permasalahan tersebut penulis ingin mengetahui bagaimana strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam mengemas fungsinya sebagai organisasi pemerintahan bidang kesehatan sehingga dapat mempersuasi masyarakat untuk di vaksin Covid-19 melalui kampanye. Strategi menurut Onong Uchjana Efendi (2007:32) strategi merupakan suatu perencanaan demi mencapai tujuan, namun bukan hanya sebagai peta penunjuk jalan tetapi juga memperlihatkan teknik operasionalnya. Sedangkan komunikasi persuasif menurut Bettinghaus (Ezi Hendri, 2019:66) diartikan sebagai proses komunikasi yang memiliki

upaya komunikator secara sadar untuk mengubah kesadaran komunikan lewat pesan yang disampaikan. Jika disimpulkan strategi komunikasi persuasif merupakan sebuah perencanaan yang dilakukan komunikator untuk mengubah komunikan melalui pesan yang disampaikan. Dalam hal ini penulis menganalisis menggunakan konsep strategi komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Melvin dan Sandra dalam (Hendri, 2019), memiliki tiga dimensi yaitu *psikodinamika, sosiokultural dan meaning constrution*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas permasalahan mengenai strategi komunikasi persuasif dalam kampanye sehingga penulis mengangkat judul “**Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Ogan Komering Ilir dalam Mengkampanyekan Vaksinasi Covid-19.**”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Untuk memberi arah pada penelitian yang dilakukan dan dilihat juga dari uraian latarbelakang, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Ogan Komering Ilir dalam mengkampanyekan vaksinasi Covid-19.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui startegi komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kesehatan Ogan Komering Ilir dalam mengkampanyekan vaksinasi Covid-19.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pembaca dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dengan topik pembahasan yang serupa. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat ikut berkontribusi di dalam menambah sumber pengetahuan dan referensi di dalam bidang Ilmu Komunikasi terpenting dalam kajian

bidang yang berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif dan ilmu komunikasi kesehatan.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan masukan berupa kritik dan saran yang membangun bagi semua pihak terkhusus pihak Dinas Kesehatan Kabupaten OKI sebagai lembaga negara dalam bidang kesehatan di kabupaten OKI terpenting di dalam strategi komunikasi persuasif tentang kampanye vaksinasi Covid-19.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bungin, Burhan. 2007. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Cangara, H. Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Depok: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. 2016. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hanafie, Sri Rahaju Djatimurti Rita. 2016. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hardjana, Andre. 2016. *Komunikasi Organisasi Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: Kompas.
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Pesuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo. 2015. *Prasangka dan Konflik Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: Lkis.
- Meleong, Lexy. 2007. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kenana Prenada Media.
- \_\_\_\_\_. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Suwarsono. 2012. *Strategi Pemerintahan: Manajemen Organisasi Publik*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Myers, David G. 2012. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Riduwan, 2015. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung. Alfabeta, cv.
- Rinawati. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.
- Ritonga, M. Jalaludin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: Grasindo.
- Rusdiana, 2021. *Etika Komunikasi Organisasi*. Bandung: Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD.
- Soemirat, Soleh dan Asep Suryana. 2018. *Materi Pokok Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: CV Gerina Prima.
- Venus, Antar. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

### **Sumber Jurnal**

- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. 2018. *City Branding Berbasis Local Wisdom dalam Kampanye "Better Banyumas"*. Journal Of Communication Studies, Vol 3., No 2. Universitas Tidar. September 2018
- Alodia, Yoshe Almira, dkk. 2021. *Strategi Komunikasi Persuasif Upline pada Aktivitas Prospek Program 3I-Networks PT. Aj Central Asia Raya*. Jurnal Sosial Sains, Vol.1, No.1. Universitas Jenderal Soedirman. Januari 2021.
- Ariani, Widia, Hairunnisa, Kadek Dristiana. 2019. *Komunikasi Persuasif Pada Iklan Layanan Masyarakat di Lembaga Penyiaran Publik TVRI Kaltim Versi Go Green*. Ejournal Ilmu Komunikasi, Vol. 7, No. 1. 2019:167-178. Universitas Mulawarman.
- Caroline Apriyani 2018. *Komunikasi Persuasif Komunitas Kongkow Nulis Dalam Meningkatkan Budaya Menulis di Kalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru*. Jurnal Ilmu Komunikasi, JOM Fisip Vol. 5 No.1. Universitas Riau. April 2018.
- Damiarti, Arini Aprilia, dkk. 2019. *Kampanye #Thinkbeforeyoushare Oleh Organisasi Do Something Indonesia untuk Mengubah Perilaku Generasi Milenial*. Vol 4., No. 1. Universitas Padjadjaran. Maret 2019.
- Nabawi, Muhammad, dkk. 2018. *Peranan Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Minat Baca Masyarakat di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan*. Ejournal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 3. 2018:647-687. Universitas Mulawarman.
- Nurul, Septiana. 2018. *Strategi Komunikasi Persuasif Personal Selling Anggota Paytren Dalam Melakukan Network Marketing Di Pekanbaru*. Jurnal Ilmu Komunikasi, JOM Fisip Vol. 5. Universitas Riau. April 2018.

- Putri, I Gusti Ayu Vina Widiadnya. 2020. *Semiotika Tanda Verbal dan Visual pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran Covid-19*. Jurnal Bahasa dan Budaya, Vol. 4, No. 2. Universitas Mahasaraswati Denpasar. Juli 2020.
- Putri, Niluh Wiwik Eka. 2020. *Komunikasi Persuasif Pemerintah Kabupaten Buleleng Dalam Menanggulangi Pandemi Covid-19*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 2. Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja. Desember 2020.
- Zakiyuddin, Muhammad. *Teknik Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat (Studi kasus pada Kampanye Pemilu 2014 di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat*. Jurnal Academia Praja, Vol. 1, No.1. Universitas Langlangbuana Bandung. Februari 2018.

### **Sumber Skripsi**

- Krisno, Muhammad. 2019. *Strategi Komunikasi Persuasif Pekerja Sosial Dalam Penanganan Korban Napza (Studi Deskriptif di Lembaga Peduli Sosial Nasional Bengkulu Periode Mei-Juni 2019)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Pratama, Novi Wahyu. 2018. *Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesehatan Lingkungan di Desa Rejeni Krembang Sidoarjo*. Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Sakhinah, Siti. 2018. *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah melalui New Media*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

### **Internet Searching**

- BADAN POM.2021."Siaran Pers Tambah Pilihan Jenis Vaksin Covid-19 di Indonesia, Badan POM Terbitkan EUA untuk Janssen Covid-19 Vaccine dan Vaksin Convidecia".  
<https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/622/SIARAN-PERS-Tambah-Pilihan-Jenis-Vaksin-COVID-19-di-Indonesia--Badan-POM-Terbitkan-EUA-untuk-Janssen-COVID-19-Vaccine-dan-Vaksin-Convidecia.html> diakses pada 23 November 21.00
- Budiartie, Gustidha.2020"Terungkap! Kasus Corona Pertama Terjadi di China 17 November",  
<https://www.cnnindonesia.com/internasional/20201204124554-113-577951/setahun-lalu-pasien-pertama-covid-19-ditemukan-di-wuhan>, diakses pada 18 November 2021 pukul 08.21.
- Caesari, Desi Sandra. 2021."Survery: Masyarakat Berpendidikan Tinggi Banyak yang

- Menolak Vaksin”.<https://www.kompas.com/edu/read/2021/07/12/131623971/survei-masyarakat-berpendidikan-tinggi-banyak-yang-menolak-vaksinasi?page=all> diakses pada 20 November 2021 pukul 10.36.
- JDIH BBPK RI.2020.”Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/134544/keppres-no-7-tahun-2020> diakses pada 23 November 2021 pukul 20.30.
- Kementrian Kesehatan. 2021. Peta Sebaran. <https://covid19.go.id/peta-sebaran> diakses pada 19 November 2021 pukul 19.20.
- Nuraini, Ratna.2020.”Kasus Covid-19 Pertama, Masyarakat Jangan Panik”.  
<https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik>.  
diakses pada 18 November 2021 pukul 08.49.
- Mashabi, Sania. 2021.”Masih Ada Warga yang Menolak Vaksin Covid-19”.  
<https://nasional.kompas.com/read/2021/09/23/13473901/ketua-mui-masih-ada-warga-yang-menolak-vaksin-covid-19> diakses pada 22 November 2021 pukul 23.11