BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Munculnya penyakit infeksi baru seperti *Ebola* dan *Mers* yang ramai diperbincangkan dan kembalinya penyakit infeksi lama dengan wajah yang baru seperti penyakit HIV, DBD, Flu dan Hepatitis membuat masyarakat harus waspada akan penularan penyakit tersebut dan perlu mengetahui perkembangan informasi mengenai hal tersebut.

Perkembangan dan penyebaran penyakit-penyakit tersebut pada saat ini sangatlah mudah dan cepat. Oleh sebab itu masyarakat perlu mengetahui setiap informasi terbaru dari perkembangan penyakit-penyakit menular tersebut dan masyarakat juga perlu mengetahui bagaimana cara mencegah penyakit menular tersebut masuk kedalam tubuh. Salah satu cara mencegah penyakit tersebut menyerang tubuh adalah dengan cara vaksinasi.

Vaksinasi sebagaimana kita ketahui merupakan sebuah kegiatan preventif yang dilakukan untuk mencegah terjangkitnya penyakit atau virus yang mematikan. Vaksinasi sudah terbukti dan sudah diakui oleh WHO (*World Health Organitation*) sebagai salah satu tindakan preventif yang dapat menyelamatkan masyarakat dari penyakit atau virus yang mematikan.

Pers merupakan wahana komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik itu media cetak ataupun elektronik. Oleh karena itu segala kegiatan media massa bergantung dari eksistensi pers.

Selain sebagai wahana komunikasi massa, pers sebagai pelaksana kegiatan jurnalistik, yakni kegiatan mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Pada posisi seperti ini pers memiliki posisi strategis dalam menggendalikan informasi.

Kurangnya pemberitaan mengenai kemajuan dari bioteknologi sebagai dasar pembuatan vaksin membuat masyarakat menjadi terlambat mengetahui informasi yang berkaitan dengan vaksin. Berita-berita mengenai vaksin seharusnya dapat dengan cepat tersebar ke masyarakat.

Peneliti berpendapat bahwa kurangnya pemberitaan mengenai vaksin ini dapat disebabkan oleh sedikitnya jurnalis yang mengerti mengenai vaksinasi itu sendiri, kurangnya pengetahuan mengenai vaksin dan jarangnya acara khusus yang membahas mengenai vaksin sehingga jurnalis dapat mengerti mengenai vaksin dan teknologinya.

Selain hal tersebut hal yang membuat jurnalis kurang tertarik untuk menulis artikel vaksin dan menjadikannya sebuah berita adalah sulitnya mendapatkan narasumber yang *kredible* di bidang vaksinasi dan

teknologi yang dapat memberikan informasi mengenai vaksin dengan tepat dan dapat dengan mudah dimengerti kepada jurnalis, sehingga artikel yang dibuat oleh jurnalis memiliki sumber yang jelas dan dapat di pertanggungjawabkan.

Jurnalis sebagai pelaku utama dari kegiatan pers di Indonesia perlu dorongan agar memiliki ketertarikan dan minat yang besar untuk menulis artikel mengenai vaksin dan menginformasikannya kepada masyarakat dengan benar. Kenyataannya pada saat ini banyak artikel mengenai vaksin yang ditulis dengan kurang baik sehingga membuat masyarakat menjadi cemas dan takut untuk melakukan imunisasi atau vaksinasi.

Banyaknya kesalahan dalam menulis artikel vaksin yang dilakukan oleh jurnalis, membuat pesan mengenai vaksin itu sendiri menjadi kurang baik di mata masyarakat. Masyarakat menjadi salah mengerti mengenai maksud dari pesan yang disampaikan. Karena hal tersebut *corporate communication* Bio Farma membuat sebuah program bernama *School of vaccine for journalist* untuk memotivasi jurnalis dalam menulis artikel mengenai vaksin.

Dalam melaksanakan program *School of vaccine for journalist*, *Corporate communication* Bio Farma mengudang hampir seluruh media massa nasional yang ada di Indonesia seperti Sindo, Kompas, Pikiran Rakyat dan Media Indonesia. Dimana dari setiap media massa tersebut mengirimkan perwakilannya untuk menghadiri pelatihan mengenai seluk beluk dari vaksin.

Secara jurnalistik artikel adalah salah satu bentuk opini yang terdapat dalam surat kabar atau majalah. Artikel merupakan sebuah tulisan yang lengkap yang dapat dimuat dalam surat kabar atau majalah, lengkap disini berarti tulisan tersebut memiliki judul, pendahuluan, peyajian masalah, pembahasan dan penutup.

PT. Bio Farma (Persero) (selanjutnya akan ditulis Bio Farma) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menjadi pemimpin dalam industri vaksin di Indonesia, dengan filosofi mengabdi untuk kualitas hidup yang lebih baik. Sampai saat ini Bio Farma memiliki peran penting dalam memberantas penyakit menular di Indonesia.

Bioteknologi merupakan dasar dalam pembuatan vaksin bagi generasi yang sehat, bukanlah hal yang mudah dipahami oleh masyarakat awam, oleh karena itu Bio Farma menggelar program *school of vaccine for journalist* pada tanggal 11-12 Agustus 2014 di Gedung Administrasi I Bio Farma Bandung dan tanggal 18-19 2014 Agustus di Gedung Dewan Pers Jakarta yang mengundang para jurnalis dari beberapa media massa untuk hadir mengikuti pelatihan mengenai seluk beluk dunia vaksinasi dan teknologinya. *School of vaccine for journalist* merupakan program peningkatan kompetisi di bidang vaksin khusus untuk para jurnalis.

Tidak dapat dipungkiri lagi, akibat kurangnya pemberitaan mengenai vaksinasi dan teknologinya tersebut, membuat lemahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya vaksinasi untuk mencegah berbagai penyakit berbahaya. Masih banyak masyarakat yang berpikir

jika vaksinasi itu penting hanya bagi balita, batita dan bayi saja. Padahal vaksinasi juga sangat diperlukan oleh orang dewasa.

Pada saat ini tidak banyak artikel vaksinasi yang banyak membuat masyarakat menjadi salah mengerti mengenai vaksinasi itu sendiri, akibat dari salah tangkap tersebut masyarakat menjadi takut untuk divaksinasi karena adanya berita yang tidak benar yang beredar di mayarakat.

Tidak sedikit orang tua yang takut ketika anaknya sudah memasuki masa dimana anak tersebut harus divaksinasi. Penyebab ketakutan dari para orang tua ini bukan tanpa alasan. Kebanyakan orang tua takut anaknya untuk divaksin karena efek yang ditimbulkan setelah vaksinasi tersebut dilakukan atau yang dikenal dengan sebutan kejadian ikutan pasca imunisasi (KIPI). KIPI dapat nerupa demam ringan sampai tinggi, bengkak, kemerahan atau anak yang menjadi rewel. Pada umumnya KIPI akan hilang dalam 3-4 hari, walaupun kadang-kadang berlangsung agak lama.

Umumnya orang tua akan merasa panik dan khawatir ketika KIPI terjadi kepada anak mereka yang sudah divaksin, sehingga orang tua berpikiran negatif mengenai vaksinasi itu sendiri. Padahal KIPI dapat ditangani dengan cara mengompres, memakaikan pakaian tipis, memberikan ASI lebih sering atau dapat kembali berkonsultasi dengan dokter.

Saat ini banyak orang dewasa yang merasatidak penting melakukan vaksinasi bagi dirinya sendiri. Anggapan dengan menjalankan pola hidup

sehat saja sudah cukup bagi kesehatan tubuhnya. Kecilnya kesadaran diri untuk melakukan vaksinasi sebagai tindakan pencegahan masuknya virus yang menjadi penyebab penyakit mematikan kedalam tubuh semakin membuat orang dewasa tidak mementingkan vaksinasi bagi tubuhnya.

Selain hal tersebut, kurangnya informasi mengenai vaksin bagi orang dewasa, manfaat dari vaksin itu sediri, bagaimana cara mendapatkannya dan masih mahalnya harga vaksin membuat masyrakat semakin tidak memprioritaskan vaksin bagi orang dewasa, padahal vaksin untuk orang dewasa tidak kalah penting bagi vaksin untuk bayi, batita dan balita yang berguna sebagai tindakan pencegahan masuknya virus ke dalam tubuh yang dapat dilakukan.

Peneliti memilih objek penelitian di Bio Farma karena Bio Farma merupakan produsen vaksin terbesar yang dimiliki oleh Indonesia, yang produknya telah di *impor* ke berbagai negara belahan dunia. Bio Farma memiliki kantor pusat yang berada di tengah kota Bandung. Sehingga peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh *corporate communication* Bio Farma dalam memotivasi jurnalis menulis artikel vaksin.

Menurut peneliti kurangnya minat jurnalis dalam menulis artikel vaksinasi ini membuat sedikit sekali artikel tentang vaksinasi yang muncul di media massa, padahal Indonesia memiliki produsen vaksin yang besar dan terkenal. Selain itu adanya anggapan menulis artikel mengenai vaksin ini tidak semenarik menulis berita kriminal dan berita

politik membuat jarangnya artikel vaksin dipublikasikan. Oleh karena itu Bio Farma menggelar *school of vaccine for journalist* untuk memotivasi jurnalis dalam menulis artikel vaksin.

Motivasi dapat dikatakan sebagai serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi-kondisi tertentu, sehingga seseorang mau dan ingin melakukan sesuatu, dan bila ia tidak suka, maka akan berusaha untuk meniadakan atau mengelakkan perasaan-perasaan tidak suka itu. Motivasi dapat dipengaruhi oleh faktor dari luar tetapi motivasi tumbuh dari dalam diri seseorang.

Fungsi dari komunikasi adalah untuk mendorong manusia untuk berbuat sesuatu, artinya motivasi bisa dijadikan sebagai motor penggerak atau motor yang melepaskan energi. Dalam hal ini motivasi merupakan motor penggerak dari setiap kegiatan yang dikerjakan, kemudian menentukan arah tujuan yang hendak dicapai.

Memotivasi jurnalis untuk menulis artikel vaksin merupakan hal yang cukup menantang bagi *corporate communication* Bio Farma sebagai pihak yang melakukan interaksi secara langsung dengan publik eksternal dan publik internal perusahaan. *School of vaccine for journalist* sebagai strategi komunikasi yang dibuat oleh *corporate communication* Bio Farma memiliki harapan nantinya para jurnalis akan menyampaikan informasi tentang perkembangan bioteknologi kepada masyarakat awam, sehingga masyarakat mengerti mengenai teknologi vaksin dan perkembangannya.

Strategi komunikasi bukan hal yang mudah untuk dilakukan oleh siapapun. Beragamnya strategi komunikasi yang dapat dilakukan baik itu secara langsung melalui *face to face* atau melalui media publikasi yang pada saat ini sudah dengan mudah dapat digunakan dimanapun dan kapanpun, mengharuskan perusahaan menentukan strategi komunikasi yang tepat untuk membuat sebuah komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah perubahan yang diciptakan pada khalayak dengan mudah dan cepat. Perubahan merupakan hasil proses komunikasi yang tidak mungkin dihindarkan. Semua pihak yang yang melakukan komunikasi, mau tidak mau pasti mengalami perubahan, baik itu perubahan yang besar maupun perubahan yang kecil. Perubahan komunikasi ini memerlukan perencanaan dan perumusan strategi yang matang dari perusahaan.

Strategi komunikasi diperlukan untuk mengendalikan media massa yang semakin modern yang kini banyak digunakan dinegara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. kemudahan yang diperoleh dalam menggunakan media massa pada saat ini memungkinkan timbulnya pengaruh negatif dalam pemanfaatannya.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merumuskan masalah dan membaginya menjadi rumusan masalah makro dan mikro.

1.2.1. Rumusan Masalah Makro

Bagaimana strategi komunikasi divisi *corporeate communication* PT. Bio Farma (Persero) dalam memotivasi jurnalis menulis artikel vaksin ?

1.2.2. Rumusan Maslah Mikro

Rumusan masalah mikro dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana **Perencanaan Komunikasi** *corporeate communication* PT. Bio Farma (Persero) melalui program *school of vaccine for journalist* dalam memotivasi jurnalis menulis artikel vaksin ?
2. Bagaimana **Kebijakan Komunikasi** *corporate communication* PT. Bio Farma (Persero) melalui program *school of vaccine for journalist* dalam memotivasi jurnals menulis artikel vaksin ?
3. Bagaimana **Aksi Komunikasi** *corporate communication* PT. Bio Farma (Persero) melalui program *school of vaccine for journalist* dalam memotivasi jurnals menulis artikel vaksin ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas dan mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi *corporeate communication* PT. Bio Farma (Persero) dalam melalui program *school of vaccine for journalist* memotivasi jurnalis menulis artikel vaksin.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui **Perencanaan Komunikasi** *corporeate communication* PT. Bio Farma (Persero) melalui program *school of vaccine for journalist* dalam memotivasi jurnalis menulis artikel vaksin.
2. Untuk mengetahui **Kebijakan Komunikasi** *corporate communication* PT. Bio Farma (Persero) melalui program *school of vaccine for journalist* dalam memotivasi jurnals menulis artikel vaksin.
3. Untuk mengetahui **Aksi Komunikasi** *corporate communication* PT. Bio Farma (Persero) melalui program *school of vaccine for journalist* dalam memotivasi jurnals menulis artikel vaksin.

4. Untuk Mengetahui **Strategi Komunikasi** *corporeate communication* PT. Bio Farma (Persero) melalui program *school of vaccine for journalist* dalam memotivasi jurnalis menulis artikel vaksin.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Penelitian Teoritis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai proses untuk mengetahui strategi Komunikasi yang digunakan oleh *corporeate communication* PT. Bio Farma (Persero) dalam memotivasi jurnalis menulis artikel vaksin.

1.4.2 Kegunaan penelitian praktis

Selain kegunaan teoritis di atas, dapat dikemukakan pula kegunaan praktis sebagai berikut :

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Dijadikan sebagai salah satu pengalaman dan pengetahuan khususnya mengenai strategi komunikasi yag dilakukan oleh *corporate communication* Bio Farma yang memotivasi para jurnalis untuk menulis artikel vaksin. sehingga peneliti dapat memahami proses dalam melakukan kegiatan strategi komunikasi.

1.4.2.2 Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan oleh para akademisi sebagai referensi dan acuan mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, baik itu bagi akademisi di bidang ilmu komunikasi khususnya, atau bagi akademisi disiplin ilmu sosial pada umumnya. Diharapkan penelitin ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi Program Studi Ilmu Komunikasi maupun bagi Universitas.

1.4.2.3 Bagi PT. Bio Farma (Persero)

Penelitian ini secara praktis berguna sebagai referensi, informasi, dan evaluasi bagi *corporate communication* Bio Farma mengenai *school of vaccine for journalist* dimana program tersebut sebagai salah satu strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh *corporate communication* Bio Farma.

1.4.2.4 Bagi Jurnalis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai vaksin dan teknologinya, sehingga dapat memberikan informasi mengenai vaksin dan teknologinya kepada masyarakat dengan baik dan benar.