

Pengaruh Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 dan Intensitas Komunikasi Keluarga Mengenai Vaksin Covid-19 Terhadap Minat Melakukan Vaksinasi

Maya Lestari, Tandiyo Pradekso, Primada Qurrota Ayun

mayalestariwh@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, 50276, Indonesia Telepon (024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The government has adopted vaccination policy to overcome Covid-19. Public Communications Division of Covid-19 Task Force has conducted socialization regarding vaccinations. Through communication within the family, information about vaccines is delivered. Meanwhile, public interest in receiving vaccine doses is still low so that Covid-19 vaccination achievement level has not met target. This study aims to determine the influence of Covid-19 Task Force communication competence and family communication intensity regarding the Covid-19 vaccine on the interest of vaccinating. The researcher used The Source Credibility Theory and Symbolic Interaction Theory. The samples were 100 respondents with non-probability sampling technique. Data analysis used was simple linear regression analysis.

The hypothesis test results show that communication competence of Covid-19 Task Force with interest in vaccination has significance value of <0.001 which means that there is very significant effect with positive direction as implied by regression coefficient value of 0.039. Therefore, the higher communication competence of Covid-19 Task Force, the interest in vaccination will also increase. Furthermore, family communication intensity regarding Covid-19 vaccine on interest in vaccination shows significance value of <0.001 with regression coefficient value of 0.043 which means that there is very significant effect with positive direction impact. Thus, the higher family communication intensity regarding Covid-19 vaccine, the interest in vaccination will increase. The theory in this study can be applied and in line with the research findings. Further researchers are expected to review other variables; such as, reference group communication or trust level. Meanwhile, families are expected to seek information regarding the Covid-19 vaccine from reliable sources; such as, the Ministry of Health website.

Keywords: Communication Competence; Family Communication; Covid-19 Vaccine.

ABSTRAK

Kebijakan Vaksinasi Covid-19 merupakan upaya pemerintah untuk penanggulangan kasus Covid-19. Bidang Komunikasi Publik Satgas Covid-19 telah melakukan sosialisasi terkait vaksinasi. Melalui komunikasi dalam keluarga, informasi mengenai vaksin juga dipertukarkan. Namun, minat masyarakat untuk menerima dosis vaksin masih rendah sehingga tingkat capaian vaksinasi Covid-19 belum memenuhi target. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 dan intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi. Teori yang digunakan yaitu *Source Credibility Theory* dan teori interaksi simbolik. Jumlah sampel pada penelitian ini 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana.

Hasil uji hipotesis menunjukkan kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 memiliki nilai signifikansi sebesar $<0,001$ artinya terdapat pengaruh sangat signifikan terhadap minat melakukan vaksinasi dengan arah pengaruh positif ditunjukkan dari nilai koefisien regresi 0,039. Sehingga, semakin tinggi kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 maka akan meningkatkan minat melakukan vaksinasi. Kemudian, intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 memiliki pengaruh terhadap minat melakukan vaksinasi dilihat dari nilai signifikansi sebesar $<0,001$ dengan nilai koefisien regresi 0,043 artinya terdapat pengaruh sangat signifikan dan arah pengaruh positif. Sehingga, semakin tinggi intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 maka minat melakukan vaksinasi akan meningkat. Teori pada penelitian ini dapat diterima dan sejalan dengan hasil temuan penelitian. Peneliti selanjutnya disarankan meninjau variabel lain, seperti komunikasi kelompok rujukan atau tingkat kepercayaan. Keluarga diharapkan mencari informasi terkait vaksin Covid-19 dari sumber terpercaya seperti website kementerian kesehatan.

Kata Kunci: Kompetensi Komunikasi; Komunikasi Keluarga; Vaksin Covid-19

PENDAHULUAN

Virus yang secara medis terbukti menyerang sistem pernapasan korbannya hingga mengantarkan pada kematian, kemudian secara global telah menjadikan seluruh dunia berstatus pandemi oleh otoritas WHO pada 9 Maret tahun 2020 ini dikenal sebagai *Corona Virus Disease* yang kemudian disingkat dengan akronim Covid-19.

Secara legal formal berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 ditetapkan karena ditemukannya kasus terkonfirmasi positif pertama bulan Maret 2020 sehingga Indonesia berada dalam status bencana nasional (*Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Penetapan Sebagai Bencana Nasional*, 2020).

Virus Covid-19 ini memiliki beberapa varian, diantaranya yaitu Alpha, Beta, Delta, Gamma dan yang baru ditemukan awal tahun 2022 yaitu varian Omicron. Kasus positif di Indonesia sempat menjadi tertinggi di dunia, kemudian melandai pada akhir 2021 dan pada awal 2022 meningkat kembali ditengah munculnya varian baru Omicron. Berdasarkan data dari katadata.go.id, terhitung kasus harian sebesar 6.580 orang Indonesia terindikasi positif Covid-19 untuk bulan Februari 2022 saja.

Sempat melandai, kasus Covid di Indonesia per Juni 2022 kembali mengalami kenaikan hingga tercatat total kasus sebanyak 6.058.736. Pada awalnya hanya berkisar 200 sampai 300 kasus per hari, namun pada 9 Juni 2022 Kenaikan kasus tersebut hingga menembus 500 kasus per hari.

Termasuk di Palembang, kasus positif Covid-19 per 30 Maret 2022 masih mengalami peningkatan. Terdapat setidaknya 12 kasus baru dengan total sebanyak 13.359 kasus positif. Bahkan katadata.co.id mencatat bahwa pada Februari 2022, kasus positif Covid-19 di Palembang menempati urutan kedua terbanyak di Sumatera Selatan. Pada data tersebut, disebutkan juga bahwa tingkat penularan mingguan di Kota Palembang mencapai 1,5 persen dan tidak mengalami penurunan dari minggu-minggu sebelumnya.

Berdasarkan data yang dimuat pada akun Promkes Dinas Kesehatan Kota Palembang, menunjukkan hingga Juni 2022 kasus positif di Kota Palembang mengalami kenaikan yaitu berjumlah 13.493 kasus.

Untuk menangani pandemi ini, pemerintah banyak mengambil kebijakan. Salah satunya pelaksanaan vaksinasi untuk memperkuat imun dan meminimalisir penyebaran virus Covid-19 dengan payung hukum Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 99 Tahun 2020. Perpres ini

mencakup seperangkat aturan dalam upaya pengadaan vaksinasi untuk menanggulangi pandemi Covid-19.

Aktivitas pemberian vaksin untuk menghasilkan dan meningkatkan sistem imunitas secara aktif sehingga dapat menangkal serangan virus Covid-19 dan jika pun tertular maka tidak akan mengalami sakit berat dan tidak menjadi sumber penularan inilah yang disebut vaksinasi Covid-19. (*Tentang Vaksinasi Covid-19*, 2021).

Tahapan dosis yang perlu diterima oleh masyarakat, yaitu mulai dari dosis 1, dosis 2 dan pada awal 2022 vaksin booster (vaksin ketiga) dianjurkan bagi individu yang telah mendapatkan kedua dosis tersebut. Pengadaan vaksinasi diharapkan dapat meminimalisir dan mencegah penyebaran virus. Berdasarkan data yang dirangkum oleh *kemkes.go.id*, sudah terhitung sebanyak 280 juta dosis vaksin pertama dan kedua yang telah disuntikkan ke rakyat Indonesia. Khusus vaksin booster sudah terhitung 1,3 juta dosis diberikan ke masyarakat. (Rokom, 2022).

Pada Maret 2022 tercatat vaksinasi Covid-19 secara nasional telah mencapai 339,8 juta dosis vaksin, dengan rincian vaksinasi dosis 1 sebanyak 191,11 juta, sebanyak 146,2 juta dosis 2 dan sebanyak 2,49 juta untuk dosis ketiga (*Vaksinasi Covid-19 Nasional*, 2022).

Kementrian Kesehatan menargetkan vaksinasi lengkap dapat tercapai untuk

208,2 juta jiwa pada pertengahan 2022. Hanya saja, data dari Kementerian Kesehatan per 16 Juni 2022 menyebutkan bahwa jumlah total vaksinasi pertama baru mencapai 201 juta jiwa. Artinya, masih terdapat kekurangan sebesar 7 juta jiwa. Terlebih untuk vaksinasi kedua dan ketiga, angkanya baru mencapai 167 dan 47 juta jiwa yang masih sangat jauh dari target kemenkes yang sebesar 208,2 juta jiwa.

Salah satu cara yang ditempuh pemerintah dalam menggencarkan vaksinasi adalah melalui sosialisasi yang dilakukan oleh Satuan Gugus Tugas Penanganan Covid-19 atau Satgas Covid-19. Di berbagai kota, Satgas Covid-19 bertugas dalam memberikan sosialisasi dan ajakan vaksinasi. Melalui sosialisasi ini, diharapkan masyarakat tidak takut akan vaksin dan sebagai cara untuk menangkal berita bohong yang beredar terkait vaksinasi.

Termasuk di Palembang, Satgas Covid-19 terus melakukan sosialisasi mengenai vaksinasi. Sosialisasi oleh Satgas Covid-19 yaitu Dinas Kesehatan Kota Palembang ini disebutkan bertujuan untuk mengajak dan menghimbau kepada masyarakat Palembang agar ikut mendukung dan mensukseskan program pemerintah tersebut dengan melaksanakan Vaksinasi Covid-19. (Sri Fera Oktavia, 2021).

Kepala Dinas Kesehatan Kota Palembang optimis selama arus mudik

lebaran 2022, dosis ke tiga mencapai 50 persen dan dosis kedua 100 persen dari total jumlah sasaran masyarakat penerima vaksin. Adapun pada fakta yang terjadi di Kota Palembang, dihimpun dari data Dinas Kesehatan Kota Palembang hingga Juni 2022 jumlah masyarakat yang telah menerima vaksin di Kota Palembang belum memenuhi target yaitu dosis pertama 96,24 persen, dosis kedua 81,51 persen dan vaksin booster 17,85 persen. (Agus Dwi Darmawan, 2022).

Kementerian kesehatan terus berkomitmen untuk mempercepat capaian vaksinasi. Selain pengadaan vaksinasi massal, adanya arahan dari KemenKes melalui surat edaran kepada seluruh unit pelayanan vaksin untuk memberikan vaksinasi tanpa memberlakukan syarat domisili yang tertera pada KTP, agar memudahkan masyarakat untuk menerima dosis vaksin.

Hanya saja, tidak bisa dipungkiri meski sudah ada penjelasan dan ada peningkatan dalam pelaksanaan vaksinasi, namun masih ada kelompok masyarakat yang menolak divaksin. Penolakan vaksinasi ini didasari oleh berbagai alasan. Mulai dari masalah kesehatan, dikaitkan dengan agama, hingga masalah ketidakpercayaan dengan efektivitas vaksin. Sebagaimana hasil survei dari Katadata Insight Center (KIC) bersama Change.org dan Kawal Covid-19, responden yang tidak yakin dengan efektivitas vaksin tercatat sebanyak

56,8 persen yang berdampak pada kengangan untuk melengkapi vaksinasi selanjutnya. Alasan lainnya yaitu anggapan bahwa efek setelah vaksinasi terlalu berat bagi 23,7 persen responden. (Cindy Mutia Annur, 2021).

Survei lainnya yaitu dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada 16 sampai 25 Februari 2022, menampilkan sebanyak 19,5 persen responden khawatir akan efek samping vaksinasi sehingga menjadi alasan tidak mau melakukan vaksinasi. Responden yang tidak ingin vaksinasi karena tidak percaya efektivitas vaksin yaitu sebanyak 9,2 persen. Sebanyak 6,4 persen masih menunggu jadwal vaksinasi yang menyebabkan responden belum menerima dosis vaksin. Kemudian, masih ada 4,9 persen responden mencari lokasi pelayanan yang menyediakan kuota vaksinasi. Faktor usia dan kesehatan, sarana yang tidak mendukung dan lain sebagainya menjadikan sebanyak 60,1 persen belum melakukan vaksinasi. (Dwi Hadya Jayani, 2022).

Selain ragu terhadap efektivitas vaksin, juga terdapat data yang menunjukkan bahwa alasan masyarakat tidak melakukan vaksin karena informasi terkait hal yang harus dilakukan untuk mengikuti vaksinasi masih kurang dipahami.

Berdasarkan hasil survei yang dimuat di *databoks.katadata.co.id* menunjukkan bahwa anggapan proses vaksinasi yang rumit menjadi alasan responden

belum melaksanakan vaksinasi. Faktor antrian panjang dan rumit menjadikan 34,3 persen responden belum melakukan vaksinasi. Alasan tidak mengetahui prosedur pendaftaran vaksinasi menjadikan 17,9 persen responden tidak mau vaksinasi kemudian alasan sudah habisnya kuota vaksin dan kehabisan nomor antrian menjadikan 15,9 persen responden tidak vaksinasi.

Berdasarkan hasil survey lintas lembaga yaitu Katadata Insight Center (KIC), termasuk Kawal Covid-19, dan juga *Change.org* bertemakan Persepsi Masyarakat Terhadap Vaksin untuk menanggulangi Covid-19 yang diselenggarakan periode 6-22 Agustus 2021, menghasilkan data responden yang tidak mau vaksinasi sebanyak 38,3 persen. Metode survei *convenient sampling* diterapkan terhadap 8.299 responden secara online. Pada survei tersebut, ditemukan juga responden yang tidak tahu cara mendapatkan vaksin sehingga walaupun bersedia divaksin tetapi belum menerima vaksin, ini terjadi pada responden sebanyak 26,2 persen. Responden berharap informasi terkait vaksinasi diberikan di lingkungan sekitarnya yang paling terdekat. (Ameidyo Daud Nasution, 2021).

Informasi salah mengenai vaksin yang banyak beredar, dikarenakan kurangnya kesadaran dan komunikasi yang belum efektif kepada masyarakat terhadap pentingnya vaksinasi. Hal ini tentunya

berkaitan dengan bagaimana Dinas Kesehatan sebagai bidang komunikasi publik Satgas Covid-19 dalam menyampaikan informasi terkait vaksin. Masyarakat juga diimbau untuk dapat mencari tahu dan memperoleh informasi dari sumber resmi yang sudah ditunjuk oleh pemerintah. Juru bicara Kemkominfo mengatakan, ada lima juru bicara yang telah ditunjuk untuk menjawab segala hal yang berkaitan dengan vaksinasi salah satunya yaitu bidang komunikasi publik Satgas Covid-19. Penjabaran dan pelaksanaan tugas telah diatur dalam payung hukum Perpres Nomor 82 Tahun 2020.

Pada kegiatan sosialisasi mengenai vaksinasi, Satgas Covid-19 memerlukan kompetensi dalam mengkomunikasikan pesan yang berisi ajakan melakukan vaksinasi kepada masyarakat. Hal ini mengingat, dalam penanganan pandemi, komunikasi yang tepat dan efektif merupakan aspek terpenting agar tersampainya informasi ke seluruh masyarakat (Hidayah, 2021, p. 161). Terlebih, informasi yang disampaikan oleh Satgas Covid-19 akan menentukan keputusan masyarakat dalam melakukan vaksinasi atau tidak.

Satgas Covid-19 harus memiliki kompetensi komunikasi berupa keahlian berkomunikasi mengenai topik yang akan dibicarakan. Tidak hanya itu, Satgas Covid-19 perlu memiliki watak komunikator yang baik. Termasuk di antaranya yaitu jujur,

tulus, bermoral, adil, serta dapat dipercaya. Kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 yang memenuhi kriteria-kriteria tersebut dapat membentuk cara pandang masyarakat mengenai pesan yang disampaikan, termasuk mengenai vaksinasi (Karundeng & Naryoso, 2020, pp. 79–80).

Disamping kompetensi komunikasi Satgas sebagai sumber informasi, komunikasi dalam keluarga juga dapat berpengaruh terhadap keinginan untuk melakukan vaksinasi. Komunikasi keluarga dipandang sebagai proses tersampainya informasi dari orang tua sebagai komunikator kepada anaknya selaku komunikan, maupun sebaliknya. Konten yang terdiri atas informasi umum, hikmah, instruksi, dan permintaan bantuan menjadi bahan dalam pesan komunikasi keluarga tersebut. Keunikan komunikasi keluarga terletak pada kombinasi informasi yang berasal dari minimal dua orang yang memiliki perbedaan dari aspek karakter, nilai yang diadopsi, pendapat yang dipegang teguh, sikap, argumentasi, dan perilaku khusus (Rahmah, 2018, p. 15).

Cara seorang anggota keluarga untuk interaksi dan menjadikannya wadah pembentuk dan pengembang nilai-nilai dasar sebagai pedoman hidup dapat diraih dalam aktivitas komunikasi keluarga. Maka dari itu, melalui komunikasi keluarga juga bisa mempengaruhi keputusan untuk melakukan vaksinasi. Sebagaimana survei

yang dilakukan lintas lembaga *Katadata Insight Center*, *Change.org* dan Kawal Covid-19 pada 6-22 Agustus 2021 terhadap 8.299 orang, menunjukkan 7.188 responden telah menyarankan keluarga serta kerabatnya untuk melakukan vaksinasi. 86,6 persen responden sudah menyarankan keluarga dan kerabatnya mengikuti vaksinasi Covid-19. Pada survei tersebut ditemukan bahwa responden yang hampir setiap hari menganjurkan keluarga dan orang terdekat untuk mengikuti vaksinasi yaitu sebanyak 44 persen responden. Tidak jauh berbeda selisihnya, terdapat sebanyak 42,6 persen responden yang mengaku jarang atau hanya sesekali merekomendasikan keluarga untuk menerima dosis vaksin. Survei juga menunjukkan masih terdapat 13 persen responden yang menyatakan tidak pernah merekomendasikan keluarga atau kerabatnya untuk mengikuti vaksinasi.

Pada survei ini juga ditemukan bahwa alasan sejumlah masyarakat ikut menyarankan keluarga untuk melakukan vaksinasi, yaitu mayoritas atau sebanyak 78,7 persen responden menyatakan supaya keluarga atau kerabatnya terlindungi dan aman dari paparan virus. Untuk bisa kembali menjalankan aktivitas normal seperti sebelumnya, menjadikan sebanyak 70,1 persen responden menganjurkan keluarganya ikut program vaksinasi. Lansia yang diduga rentan terpapar virus dan merupakan target utama vaksinasi, membuat 37,5

persen responden menganjurkan keluarganya yang merupakan lansia untuk melakukan vaksinasi Covid-19. Sebanyak 34,6 persen responden menyarankan keluarga atau kerabat yang masih harus bekerja diluar rumah agar melakukan vaksinasi sebagai upaya perlindungan diri. Sedangkan 18,6 persen responden merekomendasikan kerabatnya menerima dosis vaksin yaitu sebagai syarat untuk melakukan perjalanan di masa pandemi (Cindy Mutia Annur, 2021).

Pada hasil survei di atas, terlihat bahwa antar anggota keluarga memang cenderung membahas sesuatu, melakukan persuasi dan memberikan ajakan kepada anggota keluarga lainnya. Terlebih, keluarga merupakan tempat hubungan paling penting dan intim serta agen sosialisasi utama (Kaddi et al., 2020, p. 66). Terutama, bagi individu yang sudah mendapatkan kepercayaan dari keluarga, dapat dengan mudah untuk diterima oleh anggota keluarga lainnya. Dengan kepercayaan tersebut, pada akhirnya anggota keluarga dapat mempersuasi anggota keluarga lainnya untuk memutuskan melakukan vaksinasi atau tidak sehingga dapat mempengaruhi minat melakukan vaksinasi.

RUMUSAN MASALAH

Kementerian Kesehatan menargetkan tercapainya vaksinasi lengkap covid-19 sebanyak 208,2 juta jiwa pada pertengahan

tahun 2022. Ketercapaian vaksinasi lengkap ini dapat terwujud dengan adanya kerjasama dari berbagai pihak. Di antaranya yaitu dibutuhkan adanya kompetensi komunikasi yang baik dari Satgas Covid-19 dalam melakukan sosialisasi dan ajakan vaksinasi. Hal ini mengingat keefektifan komunikasi Satgas Covid-19 sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan vaksinasi. Di sisi lain, intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksinasi juga diperlukan. Pada dasarnya, komunikasi dalam keluarga merupakan komunikasi utama yang dapat mendorong seseorang dalam melakukan vaksinasi.

Namun, data menunjukkan bahwa ketercapaian vaksinasi Covid-19 lengkap di Indonesia masih sangat kurang. Begitu pula di Kota Palembang, data dari Dinas Kesehatan Kota Palembang menyebutkan bahwa ketercapaian vaksinasi dosis ketiga baru menyentuh angka 17 persen. Oleh karena itu, Dinas Kesehatan Kota Palembang melalui Satgas Covid-19 terus melakukan sosialisasi berupa ajakan untuk melakukan vaksinasi kepada masyarakat Palembang.

Sosialisasi oleh Satgas Covid-19 di Kota Palembang terus dilangsungkan baik secara *online* maupun *offline* dengan tujuan untuk mengajak dan menghimbau kepada masyarakat untuk melakukan vaksinasi Covid-19 dalam rangka pencegahan dari virus tersebut.

Di sisi lain, survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada Agustus 2021, menemukan bahwa 44 persen responden hampir setiap hari merekomendasikan keluarga dan orang terdekatnya untuk melakukan vaksinasi. Artinya, intensitas komunikasi dalam keluarga memiliki peran penting dalam minat seseorang melakukan vaksinasi. Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan dalam latar belakang, ditemukan pertanyaan penelitian “Apakah terdapat Pengaruh Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 dan Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Vaksin Covid-19 terhadap Minat Melakukan Vaksinasi?”

TUJUAN PENELITIAN

Mengetahui pengaruh kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 dan intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi.

KERANGKA TEORI

Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi menurut Barge adalah kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif (Barge, 2007, p. 102). Slocum & Hellriegel mendefinisikan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan seorang komunikator dalam menentukan sikap komunikasi yang paling efektif dan sesuai dengan kondisi tersebut (Slocum, J. W., & Hellriegel, 2009, p. 114).

Sedangkan Spitzberg dalam (Yusuf, 2010, p. 208) mendefinisikan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan seorang komunikator dalam berinteraksi.

Kompetensi komunikasi juga dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang berkomunikasi dalam situasi sosial yang beragam Spitzberg & Cupach (1989) dalam (Rickheit, G., & Strohner, 2008, p. 23). Adapun (O’Hair, D., Friedrich, G., & Wiemann, 1997, p. 24) menyebutkan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan komunikasi situasional dimana seorang komunikator mampu menentukan tujuan dan mengoptimalkan kemampuannya dalam meningkatkan kemampuan komunikasinya. Rowley (1999) dalam (Intyaswati & Mansur, 2017, p. 332) menyimpulkan kompetensi komunikasi sebagai kemampuan komunikator dalam menyampaikan informasi dan perkembangan target kepada khalayak.

Persepsi terhadap kemampuan komunikasi seseorang dapat dipengaruhi dengan tiga faktor, yaitu kemampuan pengetahuan, keterampilan komunikator dalam berkomunikasi dan motivasi komunikator untuk mengembangkan kemampuannya (Liliwari, 2015, p. 413). Berdasarkan penjelasan tersebut, Spitzberg dan Cupach dalam (Payne, 2005) mengemukakan tiga hal untuk melihat kompetensi komunikasi, yaitu :

- a. Pengetahuan

Pengetahuan dibutuhkan seorang individu dalam berkomunikasi untuk mendapatkan apa yang diharapkan, juga meningkatkan kemampuan dan ketepatan dalam proses komunikasi. Pengetahuan dalam hal ini, mencakup apa saja topik atau bahasan yang akan disampaikan, bagaimana tindakan yang akan diambil, mengetahui lawan bicara saat berkomunikasi, memperhatikan bagaimana respon lawan bicara serta pemahaman terkait isi pesan yang akan dikomunikasikan. Pengetahuan didapatkan melalui pengalaman dan tingkat pendidikan, jika pengalaman dan tingkat pendidikan tinggi maka pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi juga meningkat.

b. Keterampilan

Skill merupakan kemampuan dalam mengolah perilaku yang dibutuhkan dalam berkomunikasi. Keterampilan ini mencakup tindakan yang nyata untuk komunikasi yang tepat dan efektif. Keterampilan dalam hal ini mencakup beberapa hal yang harus diperhatikan :

- *Other orientation*, tindakan yang menunjukkan bahwa ketika individu merasa tertarik

maka akan memperhatikan orang lain.

- *Social Anxiety*, kemampuan individu untuk mengatasi kecemasan saat melakukan komunikasi dengan orang lain, kemampuan dalam menunjukkan kepercayaan diri serta tidak gugup dan tenang saat melakukan komunikasi.
- *Expressiveness*, kemampuan seorang individu mengatur ekspresi wajah serta kecakapan dalam menggunakan kosa kata dan bahasa yang beragam.
- *Interaction Management*, individu mampu mengatur interaksi dan membangun komunikasi yang interaktif dengan lawan bicara.

c. Motivasi

Motivasi dalam hal ini merupakan dorongan untuk ikut melakukan atau memilih tidak ikut dalam kegiatan komunikasi dengan individu lain. Motivasi biasanya didukung dengan maksud tertentu, antara lain untuk menjalin relasi, memperoleh informasi, serta ikut andil dalam pengambilan keputusan bersama. Peningkatan motivasi individu untuk terlibat dalam komunikasi bisa dipengaruhi

oleh kesan yang didapatkan pada proses komunikasi. Ketika respon atau tanggapan yang diterima dari lawan bicara kurang baik dan tidak meyakinkan, maka dorongan untuk berkomunikasi pada individu akan rendah pula, begitu pun sebaliknya.

Intensitas Komunikasi Keluarga

Chaplin mendefinisikan intensitas sebagai kekuatan, kedalaman, serta reaksi emosional yang bisa mendorong suatu sikap atau pendapat (Chaplin, 2009, p. 254). Galvin dan Brommel dalam (Tubbs, S. L., & Moss, 2008, p. 215) mendefinisikan keluarga sebagai sekumpulan orang yang memiliki ikatan hubungan berupa pernikahan, komitmen, darah, atau telah hidup bersama dalam jangka waktu tertentu yang saling berbagi harapan. Kehidupan yang berlangsung dalam keluarga, terbentuk melalui interaksi berupa komunikasi. Melalui komunikasi, interaksi antar anggota keluarga terjadi dan terbentuk peran, aturan, harapan, serta hubungan (William F. Eadie, 2009, p. 304).

Adapun intensitas komunikasi keluarga menurut Gunarsa dapat dilihat dari topik yang dibicarakan bersama, pemikiran, perasaan, serta suatu objek. Disebutkan juga bahwa kedalaman intensitas komunikasi keluarga terlihat dari

adanya rasa kepercayaan, keterbukaan, serta kejujuran yang dapat menghasilkan tindakan (Gunarsa, 2004, p. 27). Intensitas komunikasi keluarga dapat terjadi karena hubungan komunikasi pada dasarnya paling sering terjadi dalam keluarga dan keluarga merupakan lingkungan interaksi pertama bagi seorang anak (Puspitasari et al., 2021, p. 925). Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas komunikasi keluarga merupakan kedalaman proses komunikasi yang terjadi dalam keluarga yang melibatkan berbagai unsur seperti emosi, perasaan, kepercayaan, kejujuran serta keterbukaan.

Minat Melakukan

Minat yaitu kesadaran seseorang terkait objek yang memiliki hubungan terhadap dirinya (Witherington, 2003, p. 101). Sedangkan Sudirman menuliskan tentang minat dalam bukunya sebagai kesadaran terhadap objek akan meningkat jika objek tersebut dapat memenuhi kebutuhannya (Sudirman, 2003, p. 76). Minat yaitu keinginan berperilaku (*behavioral intentions*) individu yang didasarkan pada tindakan yang akan mungkin dilakukan. Keinginan berperilaku didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan tindakan dengan cara tertentu sebagai upaya memperoleh, melepaskan dan menggunakan barang atau jasa (Mowen, 2002, p. 322). Jadi minat melakukan dapat disimpulkan sebagai kesadaran individu terhadap objek

yang diduga dapat memenuhi kebutuhannya yang intensitas kesadaran tersebut akan meningkat seiring meningkatnya dugaan manfaat objek tersebut terhadap kebutuhannya, kemudian menimbulkan keinginan individu untuk bertindak sebagai upaya memperoleh dan menggunakan atau membuang produk maupun jasa.

Source Credibility Theory

Pengaruh kompetensi komunikasi Satgas dengan minat melakukan vaksinasi dapat dijelaskan melalui teori *source credibility* yang pertama kali digagas oleh Hovland, Janis, dan Kelley tahun 1953. Dalam buku *Communication and Persuasion*, mereka menuliskan:

“High credibility sources had a substantially greater immediate effect on the audience’s opinions than low credibility sources” (Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, 1968, p. 270)

Teori ini menjelaskan bahwa lebih mudah untuk mempersuasi atau mempengaruhi seseorang jika penyampai pesan atau komunikator telah dahulu dipandang oleh *audience* sebagai orang yang kredibel di bidangnya. Jika Satgas Covid-19 dipandang kredibel dalam menyampaikan program vaksinasi maka akan mempengaruhi atau mempersuasi orang untuk menaikkan minat menjadi aktivitas vaksinasi Covid-19. Kredibilitas Satgas

Covid-19 terlihat dari kompetensi komunikasi yang mumpuni yang dimilikinya.

Teori Interaksi Simbolik

Pengaruh intensitas komunikasi keluarga dengan minat melakukan vaksinasi dapat dijelaskan melalui teori yang dikenalkan oleh George Herbert Mead pada tahun 1939 yaitu teori interaksi simbolik. Teori ini menjelaskan bahwa dalam kehidupan sosial tiap individu tidak akan terlepas dari interaksi yang bertujuan untuk menyampaikan maksudnya melalui perantara simbol-simbol dalam tiap aktivitas komunikasi yang mereka lakukan antar sesamanya (Berger, 2004, p. 14).

Teori interaksi simbolik kemudian dikembangkan oleh Herbert Blumer yang didasarkan pada tiga premis utama (Soeprapto, 2002, p. 120–121):

- 1) Seseorang melakukan tindakan pada sesuatu didasarkan pada makna yang diinterpretasikan oleh mereka terhadap sesuatu tersebut.
- 2) Makna diperoleh melalui hasil interaksi dengan individu lain.
- 3) Saat interaksi sosial sedang berlangsung, makna-makna tersebut disempurnakan.

Pada konteks ini, teori interaksi simbolik dianggap sejalan dengan

bagaimana masyarakat memahami simbol yang membentuk suatu makna mengenai vaksin Covid-19. Sehingga tercipta pemahaman bagi individu yang diperoleh melalui proses berfikir, menginterpretasi simbol yang ada disekitarnya baik melalui media simbol maupun saat interaksi secara langsung dengan individu lainnya. Hal ini diduga akan menghasilkan perubahan interpretasi makna di pikiran *audience* yang dalam konteks ini yaitu terjadinya perubahan minat melakukan vaksinasi.

HIPOTESIS

H1: Terdapat pengaruh Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 (X1) terhadap Minat Melakukan Vaksinasi (Y)

H2: Terdapat pengaruh Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Vaksin Covid-19 (X2) terhadap Minat Melakukan Vaksinasi (Y)

METODA PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengujian terhadap hipotesis.

Populasi dalam penelitian ini dengan kriteria masyarakat yang tinggal di Kota Palembang, berjenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan, berusia 18 - 59 tahun, pernah mendapatkan informasi atau mengikuti sosialisasi terkait Vaksin

Covid-19 dari Dinas Kesehatan Kota Palembang dan belum menerima dosis lengkap vaksin Covid-19 baik dosis satu, dua, maupun dosis tiga. Teknik yang digunakan yaitu *non-probability sampling*, karena jumlah populasi tidak diketahui. Untuk sampel penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana yang diolah dengan alat bantu SPSS versi 29.

Pengaruh Kompetensi Komunikasi Satgas Covid-19 terhadap Minat Melakukan Vaksinasi

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi $<0,001$ ($<0,01$), yang berarti bahwa hasil pengujian regresi linier sederhana dinyatakan **sangat signifikan** dan H1 **diterima**, maka dapat diketahui terdapat pengaruh kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi. Arah pengaruh positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,039. Koefisien determinasi (*R square*) adalah sebesar 0,27, yang memiliki arti bahwa besar pengaruh variabel kompetensi komunikasi satgas Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi yaitu 27,1 persen. Sisanya sebesar 72,9 persen dijelaskan oleh variabel lain.

Temuan ini menggambarkan bahwa semakin tinggi kompetensi komunikasi yang dimiliki Satgas Covid-19 maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk melakukan vaksinasi. Hal ini sejalan dengan teori *source credibility* yang pertama kali digagas oleh Hovland, Janis dan Kelley, yang memiliki asumsi bahwa lebih mudah untuk mempengaruhi seseorang jika komunikator telah dipandang audiens sebagai orang yang kredibel dibidangnya atau dengan kata lain terdapat peranan penting mengenai kredibilitas seseorang dalam mempersuasi audiens untuk menentukan pandangannya. Terdapat dua komponen penting terkait kredibilitas, yaitu keahlian yang ditentukan oleh pengetahuan, kecerdasan dan pengalaman, hal ini akan menunjukkan kemampuan komunikator dalam berkomunikasi. Kemudian kepercayaan atau watak dari komunikator, dalam hal ini yaitu kejujuran, ketulusan, moralitas, kesopanan dan etika (Rakhmat, 2008, p. 260). Jika kedua komponen ini dikelola dengan baik, maka Satgas Covid-19 akan dapat mempersuasi audiens terkait topik yang disampaikan.

Sebagian besar responden menilai Satgas Covid-19 memiliki tingkat kompetensi yang tinggi, karena Satgas Covid-19 dianggap sudah memiliki tiga faktor seperti yang dikemukakan oleh Spitzberg dan Cupach dalam Payne (2005) yaitu

pengetahuan, keterampilan dan motivasi. Ketiga aspek tersebut dapat dilihat dari penilaian responden terhadap Satgas Covid-19 saat menyampaikan informasi terkait vaksin yang sudah memiliki penguasaan materi yang baik dan jelas. Responden juga menilai dalam menyampaikan informasi Satgas bisa menunjukkan antusias atau semangatnya dalam mengedukasi masyarakat terkait vaksin Covid-19 dengan pemilihan bahasa yang tepat. Selain itu responden menilai informasi yang disampaikan Satgas Covid-19 dapat menjawab keraguan mereka terkait hal yang menjadikan salah satu faktor enggan melaksanakan vaksinasi. Sehingga berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikatakan Satgas Covid-19 memiliki kredibilitas sehingga dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan vaksinasi.

Pengaruh Intensitas Komunikasi Keluarga mengenai Covid-19 terhadap Minat Melakukan Vaksinasi

Angka signifikansi pada tabel anova yaitu $<0,001$ ($< 0,01$), maka dapat disimpulkan hasil pengujian regresi linier sederhana pada variabel intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi adalah **sangat signifikan**. Hal ini menunjukkan bahwa H2 **diterima** dan dinyatakan adanya pengaruh intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19. Arah pengaruh

positif ditunjukkan oleh nilai sebesar 0,043 pada tabel *Coefficients*. Kemudian, besar pengaruh variabel intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi yaitu 26,9 persen. Sedangkan sisanya sebesar 73,1 persen dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil temuan ini sesuai dengan teori interaksi simbolik yang berasumsi bahwa seseorang tidak akan terlepas dari interaksi, dimana mereka melakukan tindakan yang bertujuan untuk menyampaikan maksudnya dalam tiap aktivitas komunikasi antar individu, masyarakat maupun kelompok yang lebih besar. Individu memiliki cara tersendiri dalam memaknai vaksin Covid-19 baik melalui berbagai simbol dan perantara bahasa. Melalui interaksi dengan individu yang lain, kemudian proses berfikir dan memaknai simbol yang ada sehingga tercipta pemahaman mengenai vaksinasi Covid-19. Pemahaman dari informasi yang didapatkan akan mengarah pada perubahan interpretasi makna di pikiran individu sehingga terjadinya perubahan minat untuk melakukan vaksinasi.

Keluarga berperan penting dalam mengarahkan individu untuk melakukan vaksinasi, karena lingkungan interaksi pertama bagi individu yaitu keluarga (Puspitasari et al., 2021, p. 925). Terkait konteks penelitian ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Devito (2009:142),

perubahan minat terjadi jika intensitas komunikasi keluarga terjadi secara teratur, adanya perhatian yang diberikan, memiliki keluasaan serta kedalaman pesan dan apabila arah pesan yang disampaikan atau dikomunikasikan secara intensif ke arah mendorong orang untuk melakukan vaksinasi.

Selaras dengan temuan penelitian yang menunjukkan intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 cukup baik dari segi pembahasan mengenai persyaratan, prosedur melakukan vaksinasi dan keuntungan setelah melakukan vaksin. Tidak hanya itu, keluarga responden juga sudah membahas lebih dalam terkait hal tersebut, bahkan menyarankan anggota keluarga untuk melakukan vaksinasi.

Kesesuaian ini membuktikan bahwa apabila semakin tinggi intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 maka minat melakukan vaksinasi juga meningkat, dengan catatan arah pesan yang dikomunikasikan berupa informasi yang sejalan dengan yang disebarkan oleh Satgas Covid-19 yaitu mendorong orang untuk vaksin. Sebaliknya semakin rendah intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 maka akan menurun pula minat melakukan vaksinasi pada masyarakat.

PENUTUP

Simpulan

1. Berdasarkan uji regresi linier sederhana terhadap variabel kompetensi

komunikasi Satgas Covid-19 (X1) dan minat melakukan vaksinasi (Y), didapatkan nilai signifikansi sebesar $<0,001$ bernilai kurang dari 0,01 yang artinya sangat signifikan dan variabel kompetensi komunikasi satgas Covid-19 memiliki pengaruh terhadap minat melakukan vaksinasi. Terdapat arah pengaruh yang positif ditunjukkan dari nilai koefisien regresi 0,039. Sehingga semakin tinggi kompetensi komunikasi Satgas Covid-19, maka semakin tinggi pula minat melakukan vaksinasi.

2. Berdasarkan uji regresi linier sederhana terhadap variabel intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 (X2) dengan minat melakukan vaksinasi (Y), ditemukan nilai signifikansi sebesar $<0,001 \leq 0,01$ yang dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 terhadap minat melakukan vaksinasi. Nilai koefisien regresi sebesar 0,043 menunjukkan arah pengaruh positif, maka jika intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 tinggi akan meningkatkan minat melakukan vaksinasi.

Saran

Keluarga disarankan terus membangun dan menjaga hubungan komunikasi yang baik, dengan cara meluangkan waktu untuk saling berkomunikasi serta memberi perhatian antar anggota keluarga. Jika hubungan komunikasi sudah terjalin dengan baik, maka keluarga dapat berbagi informasi yang mendalam serta detail kemudian dapat membentuk pemahaman positif terkait vaksin Covid-19.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan faktor lain seperti komunikasi kelompok rujukan, tingkat kepercayaan, dan lainnya. Hal ini didasarkan pada temuan hasil uji hipotesis, walaupun kompetensi komunikasi Satgas Covid-19 dan intensitas komunikasi keluarga mengenai vaksin Covid-19 berpengaruh terhadap minat melakukan vaksinasi, namun variabel tersebut tidak memberi pengaruh yang dominan terhadap minat melakukan vaksinasi. Selain itu, disarankan untuk peneliti selanjutnya menggunakan sampel yang lebih luas dan dilakukan dengan teknik wawancara untuk pengembangan penelitian sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin. (2020). Penguatan Fungsi Perawatan Kesehatan Keluarga Pendekatan Perawat Sahabat Keluarga

- Di Desa Sumberagung Kecamatan Dander Bojonegoro. *Jurnal Humanis : Jurnal Pengabdian Masyarakat STIKes ICsada Bojonegoro*, 5. <https://jurnal.stikesicsada.ac.id/index.php/humanis/article/view/90/83>
- Agus Dwi Darmawan. (2022). *Update Vaksinasi : Dosis 3 di Kota Palembang Sudah 17,85%*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/08/update-vaksinasi--dosis-3-di-kota-palembang-sudah-1785-selasa-07-juni-2022>
- Ameidyo Daud Nasution. (2021). *Survei KIC - Change -KawalCovid: 38% Responden Enggan Vaksinasi Corona* Artikel ini telah tayang di *Katadata.co.id* dengan judul “*Survei KIC - Change -KawalCovid: 38% Responden Enggan Vaksinasi Corona*” , <https://katadata.co.id/ameidyonasution/berita/6142185>. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ameidyonasution/berita/6142185f51dcb/survei-kic-change-kawalcovid-38-responden-enggan-vaksinasi-corona>
- Barge, J. K. (2007). *Communication Skills for Organizations and Groups*. Martin’s Press.
- Berger, A. A. (2004). *Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer, Terjemahan M. Mariyanto dan Sunarto*. Tiara Wacana.
- Chaplin, J. p. (2009). *Kamus Lengkap Psikologi*. Rajawali Press.
- Cindy Mutia Annur. (2021a). *KIC: 86,6% Masyarakat Sarankan Keluarga Ikut Vaksinasi Covid-19*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/kic-866-masyarakat-sarankan-keluarga-ikut-vaksinasi-covid-19>
- Cindy Mutia Annur. (2021b). *Meragukan Efektivitas, Alasan Utama Masyarakat Enggan Vaksin Covid-19 Dosis Kedua*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/22/meragukan-efektivitas-alasan-utama-masyarakat-enggan-vaksin-covid-19-dosis-kedua/>
- Devito, J. . (2009). *Essentials of Human Communication*. Pearson Education.
- Dewi, M. G., Istiani, H. G., & Lestari, N. E. (2022). Hubungan Dukungan Keluarga dan Peran Perawat Dengan Kepatuhan Vaksinasi Covid-19 Pada Remaja. *Jurnal Interprofesi Kesehatan Indonesia*, 1(03), 116–124. <https://doi.org/10.53801/jipki.v1i03.20>

- Dewi, R. (2022). *Update 21 Maret 2022 Vaksinasi COVID-19 Kota Palembang*. Dinkes.Palembang.Go.Id. <https://dinkes.palembang.go.id/?nmodul=berita&bhsnyo=id&bid=1744>
- Dwi Hadya Jayani. (2022). *Survei BPS: Masyarakat Tidak Vaksin karena Khawatir Efek Samping*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/16/survei-bps-masyarakat-tidak-vaksin-karena-khawatir-efek-samping>
- Francis, D. B., Mason, N., & Occa, A. (2022). Young African Americans' Communication with Family Members About COVID-19: Impact on Vaccination Intention and Implications for Health Communication Interventions. *Journal of Racial and Ethnic Health Disparities*, 9(4), 1550–1556. <https://doi.org/10.1007/s40615-021-01094-5>
- Gunarsa, S. D. (2004). *Psikologi Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*. PT BPK Gunung Mulia.
- Hidayah, R. (2021). Strategi Komunikasi Satgas Penanganan Covid 19 : Analisis pada Akun Facebook BPBD Kabupaten Blitar. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(2), 160–179. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.http>
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1968). *Communication And Persuasion*. New Haven and London Yale University Press.
- Ilhami, I., & Afif, M. (2020). The Influence of Family Support on Providing Complete Primary Immunizations. *Jurnal PROMKES*, 8(2), 198. <https://doi.org/10.20473/jpk.v8.i2.2020.198-205>
- Intyaswati, D., & Mansur, M. (2017). *Karakteristik Gaya Komunikasi Presiden Jokowi Dalam Pengambilan Kebijakan*. 05(02), 318–331. <https://doaj.org/article/ce76975349d94394a48044b4e2009bbc>
- Kaddi, S. M., Lestari, P., & Adrian, D. (2020). Komunikasi Keluarga Dalam Pencegahan Coronavirus Disease 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 63. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.3701>
- Karundeng, A. N. P., & Naryoso, A. (2020). Hubungan Terpaan Hoax Covid-19, Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada

- Kinerja Pemerintah Pusat Dalam Menangani Covid-19. *Interaksi Online*, 9(1), 77–84.
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan sebagai Bencana Nasional.* (2020). Covid19.Go.Id. <https://covid19.go.id/id/artikel/2020/04/13/keputusan-presiden-republik-indonesia-nomor-12-tahun-2020>
- Kesehatan, K. (2020). *Survei Penerimaan Vaksin COVID-19 di Indonesia. November.*
- Kim, D. K. D., & Kreps, G. L. (2020). An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication. *World Medical and Health Policy*, 12(4), 398–412. <https://doi.org/10.1002/wmh3.363>
- Larasati, P. A., & Sulistianingsih, D. (2021). Urgensi Edukasi Program Vaksinasi Covid-19 Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 10 Tahun. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 4(1), 99–111.
- Lasmita, Y., Misnaniarti, M., & Idris, H. (2021). Predisposing Faktor yang Berhubungan dengan Penerimaan Program Vaksinasi Covid-19 pada Masyarakat. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 16(4), 233. <https://doi.org/10.26714/jkmi.16.4.2021.233-239>
- Liliweri. (2015). *Komunikasi Antar Personal* (1st ed.). Kencana.
- M. R. Rondonuwu, D. M. (2021). *Percepatan Vaksinasi untuk Menekan Lonjakan Covid-19.* FMB9ID_IKP. <https://youtu.be/494pAwE9z5k>
- Mccroskey, J. C. (1984). *Communication Competence.* Sage Publications.
- Mowen, J. C. & M. M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1* (Ke 5). Erlangga.
- O’Hair, D., Friedrich, G., & Wiemann, J. M. (1997). *Competent Communication.* St. Martin’s Press.
- Payne, H. J. (2005). Reconceptualizing Social Skills in Organizations : Exploring the Relationship between Communication Competence, Job Performance and Supervisory Roles. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 11.
- Petersen, M. B., Bor, A., Jørgensen, F., & Lindholt, M. F. (2021). Transparent communication about negative features of COVID-19 vaccines decreases acceptance but increases trust. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United*

- States of America*, 118(29).
<https://doi.org/10.1073/pnas.2024597118>
- Purwanto, D. (2006). *Komunikasi Bisnis*. Erlangga.
- Puspitasari, C., Setiawan, D., & Santoso. (2021). Intensitas Komunikasi Keluarga dalam Memotivasi Belajar Anak. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 925–930.
- Rahmah, S. (2018). Pola Komunikasi Keluarga dalam Pembentukan Kepribadian Anak St. Rahmah UIN Antasari Banjarmasin. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 13–31.
- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rickheit, G., & Strohner, H. (2008). *Handbook of Communication Competence*.
- Rokom. (2022). *Cakupan Vaksinasi Covid-19 Capai 280 Juta Dosis di Akhir Tahun 2021*. Sehatnegeriku.Kemkes.Go.Id.
<https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20220101/4039075/cakupan-vaksinasi-covid-19-capai-280-juta-dosis-di-akhir-tahun-2021/>
- Sirait, N. A., Novianto, I., & Pamungkas, A. (2020). Kompetensi Komunikasi Pengajar Perguruan Tinggi Di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 6(1), 426–434.
<https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/754>
- Slocum, J. W., & Hellrieger, D. (2009). *Principles of Organizational Behaviour*. Nelson Education.
- Sobur, A. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Rosda Karya.
- Soeprapto, R. (2002). *Interaksionisme Simbolik*. Hoboken, NJ: Averroes Press Malang.
- Sri Fera Oktavia. (2021). *Sosialisasi Vaksinasi COVID-19 Tahap II Pada Pelayanan Publik di Kota Palembang*. Dinkes.Palembang.Go.Id.
<https://dinkes.palembang.go.id/?nmodul=berita&bhsnyo=id&bid=856>
- Su, L., Du, J., & Du, Z. (2022). Government Communication, Perceptions of COVID-19, and Vaccination Intention: A Multi-Group Comparison in China. *Frontiers in Psychology*, 12(January), 1–11.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.783374>
- Sudirman. (2003). *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. PT. Raja. Grafindo Persada.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumartono, Jemmy, & Rizaldi, M. (2017). *Kualitas Komunikasi Keluarga Dan Tingkat Keakraban Pada Anak*.

Tentang Vaksinasi Covid-19. (2021). Covid19.Go.Id.
<https://covid19.go.id/id/tentang-vaksin-covid19>

Tubbs, S. L., & Moss, S. (2008). *Human Communication 1 : Prinsip-Prinsip Dasar*. Remaja Rosdakarya.

Vaksinasi Covid-19 Nasional. (2022). Vaksin.Kemkes.Go.Id.
<https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>

William F. Eadie. (2009). *21st Century Communication : A Reference Handbook*. SAGE Publications, Inc.

Witherington. (2003). *Psikologi Pendidikan*. Rineka Cipta.

Yusuf, P. M. (2010). *Komunikasi Instruksional Teori dan Praktek*. B. Aksara.