



Aspek Persuasi dalam Pidato Ajakan Vaksin di Era Pandemi Covid-19

Dhanu Priyo Widodo¹, Grace Janice Martha Mantiri², Abdul Mukhlis³
Universitas Cenderawasih^{1,2}, UIN K.H. Abdurrahman Wahid³ dhanupriyo.widodo@gmail.com¹,
gjmmantiri@gmail.com², abdul.mukhlis@uingusdur.ac.id³

Keywords :

language, reduplication,
contrastive analysis

ABSTRACT

This research is aimed to describe the persuasive aspects of speech in inviting people getting Covid-19 vaccinated. In this research, the persuasive aspect focuses on presenting the content of the message which is divided into three parts. They are informational, emotional and motivational appeals. Furthermore, the research method being used is a descriptive method with content analysis techniques. The data source used is the speech inviting people to get the Covid-19 vaccinated made by President Joko Widodo. Meanwhile, the data used in this research are sentence fragments which are identified as presenting the content of the message. The data collection technique begins with the process of transliterating the speech inviting the Covid-19 vaccine delivered by Joko Widodo from oral form to written form. The next process is to create a categorization based on research need which is the presentation of the message content. Next, the data is analyzed using the stages of data collection, data reduction, and data analysis or interpretation. Furthermore, the findings showed that informational appeals dominate with a total of 147 data findings. This shows that the speech calling for a Covid-19 vaccination conveys a message that contains facts that are factual, objective, and tries to touch the audience so that the speaker hopes that listeners can participate in administering vaccines to limit the spread of the Covid-19 virus.

PENDAHULUAN

Berbicara merupakan salah satu keterampilan dasar dalam berbahasa Indonesia. Secara teoritis, berbicara merupakan sebuah keterampilan lanjutan yang dikuasai apabila seseorang terlebih dahulu menguasai keterampilan menyimak. Selanjutnya keterampilan berbicara dan keterampilan menyimak membentuk sebuah hubungan ideal dan dari kedua hubungan tersebut terbentuklah interaksi yang direpresentasikan oleh komunikasi. Lebih lanjut, dalam berbicara, seseorang dapat mengutarakan maksud, ide, pikiran, dan apa yang dirasakan namun membutuhkan keterampilan khusus agar dapat dipahami oleh pendengar. Hal senada juga diungkapkan oleh Haryadi dan Zamzani (1997:56) bahwa berbicara secara umum dapat diartikan sebagai suatu penyampaian maksud (ide, pikiran, dan isi hati) seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa lisan sehingga maksud tersebut dapat dipahami oleh orang lain. Selain itu, keterampilan berbicara juga merupakan keterampilan yang berorientasi pada produk. Adapun produk dalam keterampilan berbicara adalah berupa ujaran.

Sebagai sebuah keterampilan berbahasa, dalam berbicara, seseorang juga membutuhkan keaktifan



dalam prosesnya. Adapun keaktifan yang dimaksud ialah, seseorang harus merancang topik apa yang hendak disampaikan secara sistematis dan logis beserta memperhatikan cara penyampaian. Selain agar dapat mudah dipahami, penyampaian pesan secara sistematis dan logis juga difungsikan agar tidak terjadinya pengulangan ujaran dalam satu topik pembicaraan. Lebih jauh lagi, keterampilan berbicara juga dapat dimanfaatkan sebagai alat ekspresi dan menyatakan perasaan. Tarigan (2008: 16) menjelaskan bahwa berbicara adalah kemampuan mengucapkan bunyi-bunyi artikulasi atau kata-kata untuk mengekspresikan, menyatakan serta menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan. Selain itu, keterampilan berbicara merupakan keterampilan yang bersifat produktif. Dalam hal ini berbicara menghasilkan ujaran yang berisi pesan yang merepresentasikan apa yang dipikirkan oleh pembicara.

Salah satu pemanfaatan keterampilan berbicara adalah pidato. Adapun pidato merupakan proses pengungkapan pikiran, perasaan, dan gagasan dalam bentuk lisan dan ditujukan kepada khalayak. Sementara itu, Saksomo (2009: 53) menyatakan bahwa berpidato merupakan penampilan diri seorang di hadapan pendengar untuk menyampaikan isi hati atau buah pikiran dengan rangkaian kata-kata dengan harapan agar pendengar tergugah hati nuraninya dan pikirannya. Dengan kata lain, pidato adalah sebuah kegiatan berbicara di depan umum untuk menyampaikan pikiran, gagasan, dan perasaan disertai maksud dan tujuan kepada pendengar.

Pada dasarnya, komunikasi yang dibentuk dalam pidato adalah komunikasi persuasi. Dalam komunikasi persuasi, tujuan yang hendak diutamakan adalah perubahan perilaku pendengar berdasarkan keinginan pembicara. Sunarja (1983: 36) menjelaskan bahwa komunikasi persuasif bertujuan untuk mendorong khalayak mengubah perilaku, keyakinan, dan sikapnya seolah-olah atas kehendak sendiri dan bukan paksaan atau dorongan orang lain. Dengan demikian, jika ditinjau tujuannya, keberadaan persuasi dalam pidato adalah sebuah keharusan.

Secara garis besar, dalam pembacaan pidato, salah satu aspek yang menarik adalah kata kunci. Dalam hal ini, kata kunci berkaitan dengan medium penyampaian pesan. Pembuatan kata kunci dalam pidato mengandung maksud sebagai pengemasan bahasa agar terdengar menarik, unik, dan nikmat didengar. Orang yang berpidato harus memaparkan tiap kata dengan penekanan yang berbeda, khususnya pada kata tertentu atau kata kunci. Dengan kata lain, apabila kata kunci dapat tersampaikan dengan baik dan bahkan dapat menggerakkan hati pendengar maka seseorang yang berpidato dikatakan berhasil. Selain itu, berpidato juga merupakan sebuah seni dalam berbicara sehingga dalam penyusunannya membutuhkan persuasi. Keraf (2007:118) menjelaskan bahwa persuasi adalah suatu seni verbal yang bertujuan untuk meyakinkan seseorang agar melakukan sesuatu yang dikehendaki pembicara pada waktu itu atau pada waktu yang akan datang. Sementara itu, Sumarlan dkk (2003: 19) memaparkan bahwa wacana persuasi merupakan wacana yang isinya bersifat ajakan atau nasihat, bahasanya ringkas dan menarik, serta tujuannya untuk mempengaruhi secara kuat kepada pembaca atau pendengar agar melakukan ajakan atau nasihat tersebut.

Dengan demikian, kehadiran kata kunci dan dikemas dalam bentuk persuasi menjadikan pidato sebagai medium yang tepat digunakan oleh pembicara untuk lebih meyakinkan, mengajak, dan menggerakkan hati pendengar lebih dalam lagi. Lebih jauh lagi, dalam pidato, aspek persuasi menitikberatkan pada salah satu bagian, yakni penyajian isi pesan. Adapun dalam penyajian isi pesan, pembicara fokus pada bagaimana pesan tersebut bisa menyentuh perasaan pendengar hingga terdapat adanya perubahan perilaku yang sudah direncanakan oleh pembicara.

Beberapa waktu lalu, fenomena covid-19 hadir dan menghebohkan banyak negara. Tiap kepala negara berlomba-lomba untuk menghimbau masyarakatnya agar mematuhi protokol kesehatan dan instruksi pemberian vaksin. Instruksi mematuhi protokol kesehatan yang dimaksud terbagi menjadi 5M, yakni memakai masker, mencuci tangan pakai sabun, menjaga jarak, menghindari kerumunan, dan membatasi mobilitas dapat diterima dengan baik namun untuk pemberian vaksin, masih banyak terdapat masyarakat yang belum berpartisipasi sepenuhnya. Padahal, vaksin ditujukan untuk memperkuat imun masyarakat agar penyebaran virus covid-19 bisa dibatasi.

Sementara itu, di Indonesia sendiri pelaksanaan pemberian vaksin covid-19 sudah pada tahapan dosis keempat, termasuk didalamnya vaksin booster. Adapun vaksin *booster* memiliki beberapa keunggulan,



yakni dapat digunakan oleh masyarakat dengan kondisi komertid atau kelompok masyarakat rentan, dan para orang tua. Dengan kata lain, pemerintah sudah berusaha menyiapkan dan mendistribusikan vaksin covid-19 dengan maksimal serta menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Dilansir dari laman <https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>, vaksin dosis pertama mencapai 86,85%, vaksin kedua mencapai 74,51%, vaksis dosis ketiga mencapai 29,84%, dan vaksin dosis keempat mencapai 1,18%. Adapun data tersebut merupakan data terbaru per tanggal 4 Maret 2023. Berdasarkan data tersebut, distribusi vaksin covid-19 mulai dari dosis pertama sampai keempat belum merata menjangkau seluruh masyarakat. Terdapat beberapa faktor penyebab terjadinya proses distribusi vaksin covid-19 yang belum merata menjangkau masyarakat, yaitu informasi mengenai pemberian vaksin belum diketahui oleh masyarakat secara luas dan tersirat kabar hoax mengenai hal negatif tentang vaksin. Dilansir dari website resmi kominfo <https://aptika.kominfo.go.id/2021/11/kominfo-temukan-2-164-sebaran-hoaks-vaksin-covid-19-di-facebook/> setidaknya terdapat 2164 konten hoax terkait vaksin covid-19.

Lebih jauh lagi, pemberian informasi mengenai distribusi vaksin gencar dilakukan oleh para pimpinan negara. Pemerintah pusat mengeluarkan kebijakan bahwa vaksin covid-19 dosis keempat merupakan syarat utama bagi seseorang yang hendak bepergian khususnya penggunaan transportasi umum, baik bepergian antardaerah maupun antarprovinsi. Hal tersebut juga didukung dengan dirilisnya sebuah aplikasi *Peduli Lindungi* yang memuat riwayat berupa data perjalanan dan keikutsertaan dalam pemberian vaksin. Dengan kata lain proses distribusi vaksin pertama sampai dosis keempat akan terpantau dan membatasi masyarakat yang belum vaksin sehingga menjadikan vaksin covid-19 sebagai filter terakhir yang harus dilakukan terlebih dahulu sebelum seseorang bepergian.

Kemudian proses distribusi vaksin covid-19 djuga dibantu oleh seluruh elemen pemerintahan, baik daerah, pusat, dan Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo juga turut berperan. Melalui laman resmi kepresidenan, khususnya *channel* youtube dan beberapa sumber lain, Joko Widodo senantiasa memberikan pidato betapa pentingnya vaksin di era pandemi covid-19 sehingga proses distribusi informasi mengenai vaksin covid-19 dapat diakses dan menjangkau seluruh masyarakat. Kemudian dari proses tersebut, diharapkan pula jumlah masyarakat yang divaksin bisa meningkat secara signifikan hingga dosis keempat.

Berdasarkan fenomena belum maksimalnya pendistribusian vaksin covid-19, penelitian ini akan menitikberatkan pada pidato ajakan vaksin covid-19 yang dibawakan oleh pemimpin negara khususnya aspek persuasif yang direpresentasikan oleh penyajian isi pesan. Sebab dengan adanya pidato persuasi yang tepat, proses distribusi informasi mengenai vaksin covid-19 hingga dosis keempat bisa lebih maksimal lagi dan angka penerima vaksin covid-19 bisa meningkat. Dalam hal ini, penyajian isi pesan terbagi mencakup tiga hal, yakni imbauan informasional, emosional, dan motivasional. Effendi (2003: 70) menjelaskan bahwa imbauan informasional adalah isi pesan yang menekankan pada penyajian fakta, pengetahuan, dan persuasi yang bersifat logis. Sementara itu, Ia juga menjelaskan lebih lanjut bahwa imbauan emosional adalah isi pesan yang menggunakan daya tarik psikologis (*psychological appeal*) seperti rasa takut dan cinta untuk menyentuh rasa. Selanjutnya, Rakhmat (2008:301) menjelaskan bahwa imbauan motivasional adalah isi pesan yang disusun untuk menumbuhkan pengaruh internal psikologis khalayak, sehingga mereka bersedia mengikuti pesan yang disampaikan.

Ramlan (2001: 63) mengemukakan bahwa reduplikasi merupakan pengulangan satuan gramatikal dengan variasi fonem maupun tidak. Hasil pengulangan disebut kata ulang, sedangkan satuan yang diulang merupakan bentuk dasar. Ramlan (2001: 68-75) mengklasifikasikan empat macam bentuk reduplikasi dalam bahasa Indonesia, yakni (1) pengulangan seluruh, (2) pengulangan sebagian, (3) pengulangan yang berkombinasi dengan proses pembubuhan afiks, dan (4) pengulangan dengan perubahan fonem. Pendapat Ramlan inilah yang kemudian menjadi acuan dalam analisis ini dalam proses pembentukan reduplikasi bahasa Indonesia.

Uhlenbeck (1982) membagi reduplikasi bahasa Jawa atau yang biasa disebut dengan *tembung rangkep* menjadi tiga yaitu dwilingga (DL), dwipurwa (DP), dan dwiwasana (DW). Berbeda dengan Uhlenbeck, Poedjosoedarmo (1979: 8) membagi bentuk reduplikasi bahasa Jawa dalam empat bentuk, yaitu pengulangan utuh (dwilingga), pengulangan utuh dengan perubahan bunyi (dwilingga salin suara),



 This work is licensed under
a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

pengulangan awal (dwipurwa), dan pengulangan akhir (dwiwasana). Sementara itu, Mulyana (2011: 32) menilai bahwa proses reduplikasi dalam bahasa Jawa cukup banyak dan variatif. Jenis reduplikasi dalam bahasa Jawa cukup banyak yaitu (1) dwilingga, (2) dwilingga salin swara, (3) trilingga, (4) lingga semu, (5) dwipurwa, (6) dwipurwa salin swara, dan (7) dwiwasana. Pembagian reduplikasi bahasa Jawa yang diungkapkan Mulyana inilah yang sekaligus menjadi pembahasan dalam kajian morfologi ini.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, dalam tulisan ini akan mengkaji proses pembentukan kata melalui kaidah reduplikasi dalam bahasa Inggris, bahasa Indonesia, dan bahasa Jawa, serta dengan analisis kontrasif bentuk reduplikasi dari ketiga bahasa tersebut. Manfaat dari analisis ini secara teoretis diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan linguistik, khususnya reduplikasi sebagai bagian dari morfologi. Secara praktis, penelitian reduplikasi dalam bahasa Inggris, bahasa Indonesia, dan bahasa Jawa ini akan dapat memotivasi para pembaca untuk melakukan penelitian tentang reduplikasi dalam bahasa berbeda. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan untuk para pembaca ataupun juga para mahasiswa yang ingin mengetahui tentang reduplikasi secara mendalam.

METODE

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan analisis isi. Krippendorff (2004: 18) menjelaskan bahwa analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Selain itu, Barelson (1952: 18) menjelaskan bahwa analisis isi sebuah teknik penelitian untuk deskripsi objektif, sistematis, dan kuantitatif dari manifestasi isi sebuah komunikasi. Dengan demikian analisis isi adalah sebuah teknik analisis yang menitikberatkan pada data berupa teks yang merepresentasikan isi sebuah komunikasi dengan memperhatikan konteksnya.

Lebih jauh lagi, data dalam penelitian ini ialah penggalan kalimat dalam pidato ajakan vaksin covid-19 kedua dan ketiga Presiden Jokowi yang teridentifikasi persuasi khususnya penyampaian isi pesan yang mencakup tiga hal yakni, imbauan informasional, emosional, dan motivasional. Sementara itu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dengan cara membuat transkripsi pidato ajakan vaksin covid-19 dosis kedua dan ketiga, mengidentifikasi tiap penggalan kalimat, mencatat, menandai, dan membuat kategorisasi data berdasarkan kebutuhan analisis pada penyampaian isi pesan. Selanjutnya teknik analisis data dalam penelitian ini ialah terlebih dahulu melakukan proses reduksi data atau memilah-milah data berdasarkan kategorisasi penyampaian isi pesan yang terbagi menjadi tiga, yakni, imbauan informasional, emosional, dan motivasional, langkah selanjutnya diinterpretasi secara kritis dengan dibantu oleh tabel analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini diambil dua pidato ajakan vaksin covid-19, yakni dosis kedua dan ketiga. Adapun pidato ajakan vaksin covid-19 tersebut dikemukakan oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo. Adapun kedua pidato ajakan vaksin covid-19 tersebut dirilis oleh *channel youtube* Kompas TV pada 17 Februari 2021 dan Pidato ajakan vaksin covid-19 ketiga dirilis oleh *channel youtube* Sekretariat Presiden pada 30 Mei sehingga kedua pidato yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini memiliki keabsahan yang bisa ditelusuri dan mengacu pada referensi yang jelas.

Lebih jauh lagi, dalam penelitian ini, imbauan informasional merepresentasikan sebuah peristiwa bagaimana pemerintah berusaha menyajikan fakta mengenai pemberian vaksin covid-19 dan menginformasikan pesan mengenai sasaran atau penerima vaksin covid-19. Sementara itu, imbauan emosional merepresentasikan penggunaan kalimat pengharapan dengan penyajian kalimat yang menyentuh dan berharap pendengar dapat tergerak hatinya sesuai kehendak pembicara. Imbauan motivasional merepresentasikan penggunaan ujaran berupa keberhasilan pelaksanaan vaksinasi covid-19.



This work is licensed under
a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap pidato ajakan vaksin covid-19 dosis kedua ditemukan data sejumlah 189 pilihan kata namun yang teridentifikasi penyajian isi pesan sejumlah 174 data sedangkan 15 pilihan kata tidak teridentifikasi penyajian isi pesan karena merupakan salam pembuka dan penutup. Berikut adalah tabel yang berisikan klasifikasi dalam melakukan analisis data pada penyajian isi pesan di dalam pidato ajakan vaksin covid-19 dosis kedua.

Tabel 1. Deskripsi Penyajian Isi Pesan dalam Pidato Ajakan Vaksin Covid-19 Dosis Kedua

No	Subkategori	Frekuensi Kemunculan	Representasi Pesan	Frekuensi Temuan
1	Imbauan Informasional	81 temuan data dari 174 total data atau 46,6%	1. Penyajian fakta mengenai vaksinasi covid-19	54 temuan data atau 67%
			2. Penyajian sasaran penerima vaksin covid-19	27 temuan data atau 33%
2	Imbauan Emosional	55 temuan data dari 174 total data atau 31,6%	Realitas manfaat vaksin covid-19	55 temuan data atau 100%
3	Imbauan Motivasional	38 temuan data dari total 174 data atau 21,8%	Penyajian keberhasilan pelaksanaan pemberian vaksin covid-19	38 temuan data atau 100%

Berdasarkan data dalam tabel 1 mengenai deskripsi penyajian isi pesan dalam pidato ajakan vaksin covid-19 kedua, temuan imbauan informasional merupakan temuan yang paling banyak frekuensi kemunculannya yaitu sejumlah 81 data dari total 189 data atau 60,2%. Adapun dalam informasional, temuan penyajian fakta mengenai vaksinasi covid-19 adalah sebanyak 54 data sedangkan temuan penyajian sasaran penerima vaksin covid-19 adalah sebanyak 27 data. Selanjutnya imbauan emosional dengan temuan data sebanyak 55 data dari total 189 data data atau 18,2%, dan yang paling sedikit frekuensi kemunculannya adalah imbauan motivasional yaitu sejumlah 38 data dari total 189 temuan data atau 21,6%.

Pertama, imbauan informasional. Dalam imbauan ini, data direpresentasikan dengan pemaparan fakta mengenai pemberian vaksin covid-19, sasaran penerima vaksin covid-19, dan pemaparan persuasi yang bersifat logis terkait pelaksanaan vaksin covid-19. Berikut adalah contoh temuan datanya.

Melanjutkan program vaksinasi yang telah kita mulai di 13 Januari yang lalu. Di tahapan pertama kita telah melakukan vaksinasi terhadap tenaga Kesehatan dan tahapan yang kedua, yang dimulai hari ini, di Pasar Tanah Abang, DKI Jakarta.

Dalam imbauan informasional, penyajian data berupa fakta mengenai pemberian vaksin covid-19 dapat dilihat pada kalimat di atas. Berdasarkan pada penggalan kalimat di atas, Jokowi memberikan informasi mengenai pemberian vaksin covid-19 dosis pertama difokuskan pada tenaga kesehatan. Penjelasan ini memberikan keterangan bahwa tenaga kesehatan merupakan garda terdepan dan dituntut untuk sigap menjaga masyarakat dari ancaman covid-19. Selain itu, Jokowi juga memberikan informasi bahwa pelaksanaan pemberian vaksin covid-19 dimulai dan dilakukan di Tanah Abang, DKI Jakarta. Pemberian informasi tersebut diharapkan menjadi sebuah pemberitahuan agar masyarakat sekitar dan



tempat lain bisa berpartisipasi dalam pemberian vaksin covid-19 dosis kedua.

Kita memulai vaksinasi untuk pelayan publik dan pekerja publik, yang di dalam kalkulasi kami ada 16,9 juta yang nanti akan divaksin di tahapan kedua yang kita kerjakan.

Kemudian temuan dalam penyajian sasaran penerima vaksin covid-19 dapat dilihat dari penggalan kalimat di atas. Adapun pada penggalan kalimat di atas, Jokowi juga turut memetakan siapa saja calon penerima vaksin covid-19 dosis kedua. Dalam pidatonya, Jokowi menyebutkan angka *16,9 juta* merupakan jumlah penerima vaksin covid-19. Angka tersebut relatif tinggi dan merupakan acuan pemerintah untuk meningkatkan lagi jumlah penerima vaksin covid-19 di tengah keadaan covid-19 yang sudah menyebar.

Kedua, imbauan emosional. Dalam imbauan ini, data direpresentasikan dengan pernyataan yang bersifat menyentuh hati dan perasaan pendengarnya. Berikut adalah contoh temuan datanya.

Dan terakhir jangan lupa, tetap selalu saya sampaikan 3M, memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan. Jangan kita lupakan. Terima kasih.

Pada penggalan kalimat di atas, istilah “3M” merupakan sebuah pengingat yang senantiasa diujarkan agar seluruh masyarakat saling menjaga dari bahayanya covid-19. Penjelasan mengenai “3M” mengandung ajakan yang sangat mendalam dan emosional mengingat covid-19 bisa kapan saja datang dan menyebabkan kematian.

Ketiga, imbauan motivasional. Dalam imbauan ini, data direpresentasikan dengan pernyataan yang disusun untuk mempengaruhi psikologis pendengar sehingga mereka tergerak untuk mengikuti pesan yang disampaikan oleh pembicara. Berikut adalah temuan datanya.

Dan ini akan berjalan setelah di provinsi DKI Jakarta, di provinsi-provinsi yang lain sehingga kita harapkan nanti jumlah yang divaksin setiap hari akan naik secara drastis

Dalam konteks pemberian vaksin covid-19, imbauan motivasioanal digunakan sebagai teknik penyusunan pesan agar pesan yang diujarkan dapat menumbuhkan pengaruh psikologis sehingga para pendengar dapat mengikuti pesan yang dibawakan oleh seseorang yang berpidato. Pada penggalan kalimat di atas, Jokowi menjelaskan agar setiap daerah mampu melakukan pemberian vaksin covid-19 sehingga jumlah masyarakat yang mendapatkan vaksin covid-19 terus bertambah. Selain untuk meningkatkan jumlah penerima vaksin covid-19, pemberian vaksin covid-19 juga ditujukan untuk meningkatkan agar imun masyarakat Indonesia sehingga angka penderita covid-19 bisa ditekan.

Lebih jauh lagi, berdasarkan hasil pengamatan terhadap pidato ajakan vaksin covid-19 dosis ketiga ditemukan data sejumlah 174 pilihan kata namun yang teridentifikasi penyajian isi pesan sejumlah 159 data sedangkan 15 pilihan kata tidak teridentifikasi penyajian isi pesan karena merupakan salam pembuka dan penutup. Dalam pidato ajakan vaksin covid-19 dosis ketiga didominasi oleh kemunculan

Kemunculan data pada pidato ajakan vaksin covid-19 dosis ketiga didominasi oleh imbauan informasional dengan temuan sejumlah 71 data pilihan kata dari total 159 data atau 44,7%. Selanjutnya imbauan emosional dengan 43 temuan data dari 159 data atau 27% dan imbauan motivasional menjadi temuan yang paling sedikit dengan frekuensi kemunculan data sebanyak 45 data dari 159 total data atau 28,3%. Berikut adalah tabel yang berisikan klasifikasi data pada penyajian isi pesan di dalam pidato ajakan vaksin covid-19 dosis ketiga.



Tabel 2. Deskripsi Penyajian Isi Pesan dalam Pidato Ajakan Vaksin Covid-19 Dosis Ketiga

No	Subkategori	Frekuensi Kemunculan	Representasi Pesan	Frekuensi Temuan
1	Imbauan Informasional	71 temuan data dari 159 total data atau 44,7%	1. Penyajian fakta mengenai vaksinasi covid-19	52 temuan data atau 73%
			2. Informasi sasaran atau calon penerima vaksin covid-19	19 temuan data atau 37%
2	Imbauan Emosional	43 temuan data dari 159 total data atau 27%	Merepresentasikan ujaran yang bermuatan pengharapan mengenai vaksinasi covid-19	43 temuan data atau 100%
3	Imbauan Motivasional	45 temuan data dari 159 total data atau 28,3%	Penyajian keberhasilan pelaksanaan pemberian vaksin covid-19	45 temuan data atau 100%

Pertama, imbauan informasional. Dalam imbauan ini, data direpresentasikan dengan pemaparan fakta mengenai pemberian vaksin covid-19, sasaran penerima vaksin covid-19, dan pemaparan persuasi yang bersifat logis terkait pelaksanaan vaksin covid-19. Namun penyajian persuasi yang bersifat logis mengenai pemberian vaksin covid-19 tidak ada temuan data. Berikut adalah contoh temuan datanya.

Data dari kementerian kesehatan menunjukkan vaksinasi booster dapat meningkatkan kekebalan imunitas hingga dua kali lipat dibanding dosis kedua.

Dalam penggalan kalimat yang teridentifikasi imbauan informasional di atas, Jokowi dalam pidatonya memberikan informasi mengenai manfaat vaksin covid-19 dosis ketiga atau vaksin *booster*. Dalam konteks tersebut, vaksin covid-19 ketiga atau *booster* dirilis berdasarkan situasi pandemi covid-19 yang masih belum mereda. Adapun vaksin covid-19 ketiga atau *booster* ditujukan agar kekebalan imunitas dari masyarakat Indonesia semakin meningkat dan angka persebaran covid-19 bisa dibatasi.

Kedua, imbauan emosional. Adapun data dalam imbauan ini direpresentasikan dengan pernyataan yang bersifat menyentuh hati dan perasaan pendengarnya. Berikut adalah temuan datanya.

Saya minta masyarakat agar segera memanfaatkan fasilitas vaksin booster gratis ini dan jangan pilih-pilih jenis vaksin karena semua vaksin manfaatnya sama untuk melindungi kita semua menghadapi pandemic covid-19.

Berdasarkan penggalan kalimat pidato ajakan vaksin covid-19 dosis ketiga atau *booster* di atas, Jokowi berusaha mengajak dan menyentuh hati serta perasaan pendengar dengan berusaha menyentuh emosi pendengar. Dalam hal ini, Beliau memaparkan bahwa ketersediaan vaksin covid-19 ketiga atau *booster* sudah banyak beredar. Namun karena banyak jenis, beliau menghimbau bahwa manfaat dari keseluruhan vaksin covid-19 ketiga atau *booster* yang tersedia sama baiknya. Adapun tujuan dari pemaparan tersebut adalah agar masyarakat tidak bimbang dalam memilih vaksin covid-19 ketiga atau *booster* karena manfaatnya sama baiknya. Kemudian vaksin covid-19 ketiga atau *booster* juga diharapkan semakin membuat kekebalan imunitas masyarakat semakin baik lagi serta siap menghadapi pandemi covid-19.



This work is licensed under

[a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Ketiga, imbauan motivasional. Adapun data direpresentasikan dengan pernyataan yang disusun untuk mempengaruhi psikologis pendengar sehingga mereka tergerak untuk mengikuti pesan yang disampaikan oleh pembicara. Berikut adalah temuan datanya.

Tentunya semua ini berkat keberhasilan kita semua mengendalikan pandemic covid-19 dengan baik. Namun, ingat, kita semua tidak boleh lengah momentum pemulihan ini harus kita jaga untuk itu saya meminta masyarakat agar tetap melakukan vaksinasi covid-19 secara lengkap 2 dosis ditambah vaksinasi booster untuk mencegah penularan.

Berdasarkan penggalan kalimat dalam pidato ajakan vaksin covid-19 dosis ketiga atau *booster* di atas, Jokowi mengucapkan rasa syukur sembari mengingatkan masyarakat agar senantiasa tetap menjaga diri dengan 3M yang sebelumnya pernah disampaikan pada pidato ajakan vaksin covid-19 dosis kedua. Dalam hal tersebut, konteks ajakan vaksin covid-19 ketiga atau *booster* disampaikan karena capaian dosis vaksin covid-19 dosis ketiga relatif kecil, yakni berkisar 30%. Adapun data tersebut berdasarkan laman data yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan (<https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa pidato ajakan vaksin covid-19 didominasi oleh temuan imbauan informasional dengan total temuan sebanyak 81 data dari 174 keseluruhan data pada pidato ajakan vaksin covid-19 dosis kedua dan temuan 71 data dari total 159 data. Hal ini menunjukkan bahwa penyajian fakta mengenai pemberian vaksin covid-19 senantiasa disampaikan agar masyarakat memiliki rasa kepedulian dalam pemberian vaksin covid-19 yang sudah diupayakan oleh pemerintah. Adapun penyajian fakta mengenai pemberian vaksin covid-19 lebih banyak menekankan pada manfaat, pelaksanaan, dan sasaran penerima vaksin sehingga Selain itu, penyajian imbauan emosional dan motivasional juga disisipkan agar semakin menguatkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemberian vaksin covid-19. Adapun kedua imbauan tersebut difungsikan agar Adapun hal tersebut tidak terlepas dari bahaya dari covid-19 yang bisa menyerang siapa saja dan kapan saja serta dapat menyebabkan kematian. Terakhir imbauan motivasional ditujukan agar masyarakat senantiasa menjaga dan mematuhi peraturan serta mengikuti arahan berupa protokol Kesehatan yang dibagikan oleh Kementerian Kesehatan, salah satunya ialah dengan menjaga dan melaksanakan 3M.



This work is licensed under

[a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

REFERENSI

- Barelson, Bernard. 1952. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.
- Gorys, Keraf. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Jaya.
- Efendi, A.2003. Aspek Retorik Bahasa Iklan di Televisi. *Litera*, volume II (No.1), Januari, 67-79.
- Haryadi dan Zamzani. 1997. *Peningkatan Keterampilan Berbahasa*. Jakarta: Depdikbud.
- Krippendorff, Klaus. 1993. *Content Analysis: Introduction to Its Theory and Methodology (Terjemahan Farid Wajidi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Tarigan, Henry Guntur. 2008. *Berbicara sebagai Sebuah Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Angkasa Bandung.
- Saksomo, Dwi. 2009. *Berbicara Monologis (Wicara Individual)*. Malang: Universitas Negeri Malang
- Sunarjo dan Djoenarsih Sunarjo. 1983. *Komunikasi, Persuasi, dan Retorika*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Sumarlam, dkk. 2003. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta: Pustaka Cakra.

Referensi lain

<https://aptika.kominfo.go.id/2021/11/kominfo-temukan-2-164-sebaran-hoaks-vaksin-covid-19-di-facebook/><https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>