

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara kepada narasumber yaitu Ibu Ira Sulistiana yang bekerja sebagai pengelola media informasi pada karyawan Dinas Kesehatan Kota Semarang pada tanggal 8 April 2021 pukul 14.00 WIB. Hasil wawancara didapatkan data komunikasi tentang pencegahan penularan COVID-19 sehingga untuk menganalisis proses komunikasi.

4.1. Gambaran Umum

Dinas Kesehatan Kota Semarang merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah di Kota Semarang yang memiliki tanggung jawab menjalankan kebijakan Pemerintah Kota Semarang dalam bidang kesehatan. DKK Semarang ini memiliki visi terwujudnya Masyarakat Kota Semarang yang mandiri untuk Hidup Sehat, serta misi meningkatkan pelayanan kesehatan yang berkualitas dan Memberdayakan masyarakat untuk memiliki kemauan dan kemampuan hidup sehat.

Dinas Kesehatan Kota Semarang merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah di Kota Semarang yang memiliki tanggung jawab menjalankan kebijakan Pemerintah Kota Semarang dalam bidang kesehatan. Dinas Kesehatan dipimpin oleh seorang kepala dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Walikota Kepala Daerah melalui Sekretaris Daerah. Kepala Dinas Kesehatan diangkat dan diberhentikan oleh Walikota dengan peraturan dan

perundang-undangan yang berlaku. Visi Dinas Kesehatan Kota Semarang memiliki adalah “Terwujudnya Pelayanan Kesehatan Masyarakat Kota Semarang Yang terbaik se-Jawa Tengah Tahun 2021” dengan misi:

1. Meningkatkan pelayanan kesehatan dengan sumber daya manusia kesehatan yang handal & berprestasi.
2. Meningkatkan upaya pencegahan penyakit dan promosi kesehatan.
3. Mengembangkan kemitraan dan menggerakkan masyarakat untuk hidup sehat.
4. Mengembangkan keunggulan teknologi informasi.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 26 Tahun 2008 tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Dinas Kesehatan Kota Semarang, dimana 60 Dinas Kesehatan mempunyai tugas membantu Walikota dalam melaksanakan otonomi daerah di bidang kesehatan. Untuk melaksanakan tugas tersebut, Dinas Kesehatan mempunyai fungsi, sebagai berikut:

- a.) Perumusan kebijakan teknis pelaksanaan dan pengendalian di bidang pelayanan kesehatan, pencegahan pemberantasan penyakit, promosi kesehatan dan pemberdayaan masyarakat, kesehatan lingkungan, kesehatan keluarga.
- b.) Penyusunan rencana program dan kerja anggaran Dinas Kesehatan.
- c.) Pengkoordinasian pelaksanaan tugas Dinas Kesehatan.

- d.) Penyelenggaraan urusan pemerintahan & pelayan umum di bidang pelayanan kesehatan, pencegahan pemberantasan penyakit, promosi kesehatan pemberdayaan & kesehatan lingkungan serta kesehatan keluarga.
- e.) Pembinaan umum bidang kesehatan meliputi pendekatan promotif, preventif, kuratif, rehabilitatif berdasarkan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh gubernur Jawa Tengah.
- f.) Pembinaan, pengendalian teknis di bidang upaya pelayanan kesehatan dasar & upaya kesehatan rujukan, promosi kesehatan berdasarkan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh gubernur Jawa Tengah.
- g.) Penetapan angka kredit tenaga fungsional kesehatan.
- h.) Pelaksanaan pertanggungjawaban kajian teknis/rekomendasi perijinan dan/atau non perijinan di bidang kesehatan.
- i.) Pelaksanaan pembinaan, pemantauan, pengawasan pengendalian, monitoring, evaluasi & pelaporan terhadap Unit Pelaksana Teknis Dinas Kesehatan.
- j.) Pengelolaan urusan kesekretariatan Dinas Kesehatan.
- k.) Pelaksanaan pembinaan, pemantauan, pengawasan dan pengendalian, monitoring, evaluasi pelaporan pelaksanaan tugas Dinas Kesehatan.
- l.) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan Walikota sesuai bidang tugasnya.

4.2. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi masa merupakan sebuah komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan sebuah informasi tentang COVID-19 dengan menggunakan media baru seperti menggunakan media instagram. Hal ini dikarenakan media informasi seperti instagram merupakan sebuah informasi yang sering digunakan oleh masyarakat dan agar menciptakan sebuah informasi yang aktual serta memberikan informasi secara luas agar persebaran informasi yang disampaikan lebih cepat.

Komunikasi massa memainkan peran vital dalam pandemi COVID-19 yang telah dinyatakan sebagai pandemi global oleh Organisasi Kesehatan Dunia, World Health Organization (WHO). Khusus di Indonesia, berbagai ahli memprediksi wabah tersebut tidak akan berakhir dalam waktu dekat. Oleh karena itu, dalam menghadapi wabah ini, diperlukan cara komunikasi yang efektif dan efisien agar masyarakat mengetahui cara menghadapi wabah ini.

Komunikasi adalah suatu bentuk kata yang diterjemahkan dari bahasa Inggris Communication. Menurut sejarahnya, kata ini mulai berkembang di Amerika Serikat, berasal dari unsur surat kabar, yaitu berita. Pengertian komunikasi dalam pengertian sederhana yang dijelaskan oleh Harold D. Lasswell adalah bahwa dalam suatu tindakan yang dilakukan seseorang untuk menjelaskan suatu pesan, dapat diselesaikan atau diterjemahkan untuk menjawab pertanyaan, siapa yang menyampaikan, dan apa yang dikomunikasikan.

Di masa pandemi COVID-19, komunikasi merupakan langkah penting dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh individu atau masyarakat. Selain itu, komunikasi menjadi point of interest lain dalam menghadapi COVID-19.

Dengan adanya kebijakan pembatasan sosial, komunikasi massa menjadi salah satu pilihan penyampaian informasi kepada masyarakat. Menyikapi berbagai permasalahan yang timbul akibat pandemi COVID-19, komunikasi publik menjadi pilihan terbaik selama interaksi sosial yang harus tetap berjalan selama pandemi. Pengertian komunikasi publik telah menjadi salah satu kebutuhan utama dan komunikasi dilakukan di depan banyak orang atau publik. Komunikasi publik adalah proses penyampaian informasi dalam bentuk informasi. Sarana yang diperlukan dalam proses komunikasi publik dapat melalui media massa, antara lain cetak, elektronik, dan internet. Proses komunikasi publik dibagi menjadi dua jenis, yaitu komunikasi lisan dan komunikasi tertulis.

Media massa adalah sebuah kata kecil dengan justifikasi yang sangat luas. Ini memiliki kakinya mulai dari surat kabar hingga televisi hingga media sosial. Hampir seluruh penduduk negara manapun tergantung pada media massa dan dengan demikian dipengaruhi olehnya. Pengaruhnya tidak selalu positif tetapi berpengaruh pada pikiran orang, terutama para pemuda di banyak salah cara juga. Obyektifikasi manusia di sini pada dasarnya menunjukkan untuk mendefinisikan manusia sempurna berdasarkan fisik karakteristik. Fokus berlebihan yang diberikan pada penampilan memang memaksa pikiran kita untuk menganggapnya sebagai fakta bahwa ada manusia sempurna, yang salah. Seseorang seharusnya tidak ditentukan dengan penampilannya. Instance sebagai promosi dari produk dengan model menarik, kontes kecantikan, promosi pusat kebugaran dan operasi kosmetik telah menyebabkan ini.

Media adalah sumber informasi utama dan memainkan peran penting dalam mendidik massa. Namun, ketika sumber yang terlalu bersemangat menyebarkan informasi tanpa verifikasi yang tepat, tidak hanya dapat berbahaya tetapi juga dapat memiliki konsekuensi yang tidak diinginkan. Contoh *hydroxychloroquine* (HCQ) sesuai dengan skenario. HCQ, agen *lyso-somatotropic*, adalah obat yang disetujui untuk mengobati malaria dan beberapa penyakit autoimun. Kecenderungannya untuk melawan virus tertentu dijelaskan oleh perannya dalam menghalangi fungsi lisosom. Dipostulasikan bahwa pada pH asam, virus tertentu, setelah diinternalisasi melalui membran plasma sel, dapat berfusi dengan membran lisosom, sehingga memasuki sel dan bereplikasi. Klorokuin menjadi basa lemah, masuk ke dalam lisosom dan meningkatkan pH lisosom.

Saat pH naik, enzim lisosom gagal berfungsi, dan virus yang membutuhkan pH asam tidak bisa lagi masuk ke dalam sel. Peran produktif klorokuin terhadap SARS-CoV-2 telah dibuktikan secara *in vitro*. Kemanjuran HCQ pada manusia belum ditentukan. Beberapa kematian dilaporkan akibat penyalahgunaan klorokuin, menyusul dukungan Trump terhadap obat ini sebagai "pengubah permainan" [21]. Percobaan pertama dilakukan oleh peneliti Cina, diikuti oleh Perancis, yang menunjukkan kemanjuran obat dalam durasi gejala, gambaran radiologis, dan tinggal di rumah sakit. Uji coba ini terbatas, tidak acak, dan dilakukan dalam skala kecil. Berdasarkan uji coba terbatas ini, ICMR (Dewan Penelitian Medis India) merekomendasikan penggunaan klorokuin pada petugas kesehatan dan kontak tanpa gejala tanpa data yang signifikan. Namun, panduan

klinis CDC tentang penggunaan klorokuin untuk profilaksis masih kurang karena tidak adanya hasil dari *Randomized Control Trials* (RCTs).

Pandemi COVID-19 yang telah berlangsung sejak bulan Mei 2020 di Indonesia, dan belum dapat diprediksi kapan berakhirnya turut menjadi perhatian bagi bergaai kalangan termasuk masyarakat luas, terlepas dari perbebatan mengenai misteri COVID-19 yang masih belum terpecahkan. Mulai dari cara penularan, apakah vaksinnnya, dan bagaimana cara penanganan yang efektif. Menyikapi hal tersebut, komunikasi massa yang efektif dapat menjadikan salah satu bentuk proteksi dalam hal upaya pencegahan dan penanggulangan dini terhadap semakin menyebarnya virus COVID-19 tersebut. Penanganan COVID-19 dan peran komunikasi massa, menjadi dua hal yang menjadi dalam satu bagian penting sebagaimana teori Muhammad, bahwasanya komunikasi berperan dalam segalaaspek kehidupan. Termasuk dalam hal menjalin interaksi yang berhubungan dengan masyarakat luas mengenai pemberitaan maupun informasi-informasi mengenai Pandemi COVID-19 ini. Sehingga, stakeholder terkait dalam memangani COVID-19 harus memberikan informasi-informasi yang jelas dan mudah dipahami masyarakat luas

Media massa menjadi sebuah saluran yang sederhana dalam kaitannya dengan komunikasi massa, karena dengan media massa suatu wadah yang membawa informasi untuk masyarakat luas akan lebih cepat tersampaikan dengan tingkat sasaran dalam cakupan yang luas. Para pakar komunikasi menyatakan, berkaitan dengan komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa, atau keduanya memiliki hubungan yang saling berkaitan. Media massa merupakan

bagian atau cakupan pengertian dari komunikasi massa, yaitu yang juga dapat diartikan sebagai surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Bahkan, dalam media massa modern, berbagai kecanggihan akses berbagi informasi melalui akses internet yang merupakan produk teknologi modern juga terhitung sebagai media massa. DKK Semarang juga melakukan atau sesuai dengan tujuh karakteristik komunikasi massa yaitu²⁹:

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga :

Proses komunikasi yang dilakukan lewat instagram itu adalah proses. Komunikasi yang berjalan terkait dengan *maintenance* konten di sosmed DKK itu sangat fleksibel. Dari konseptor, *lay outer*, dan atasan, bisa juga saling diskusi untuk menentukan konten harian. Kalau sifatnya infografis yang menampilkan data biasanya meminta persetujuan dari Kadinkes terlebih dahulu dan selalu terjadi diskusi juga. Sumber data yang diperoleh murni dari internal DKK Semarang. Karena pengelolaan data termasuk data Covid yang di *upload* setiap hari adalah data yang dikelola oleh tim IT bidang berkaitan.

2. Komunikan dan komunikasi massa bersifat heterogen:

Dapat dibuktikan dari berbagai macam ras, golongan, etnis, agama, gender (laki-laki dan perempuan) dengan cara melihat foto yang di unggah dalam instagram Dinas Kesehatan Kkota Semarang, kita bisa melihat jumlah like, nama, beserta gendernya.

3. Pesannya bersifat umum:

²⁹ Nurudin, M.S.I. 2009, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Berdasarkan observasi peneliti pesan-pesan yang di unggah di instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang ditujukan kepada semua masyarakat kota Semarang tanpa terecuali. Lalu dari analitik insight yang di dapatkan DKK Kota Semarang pengakses dan *followers* instagram DKK itu adalah masyarakat umum dengan rata-rata berusia 18-55 tahun. Mereka yang mengakses instagram DKK juga aktif melakukan interaksi melalui komen unggahan instagram ataupun DM (*Direct Message*). Rata-rata perharinya admin Dinas Kesehatan Kota Semarang menerima 50-70 DM yang masuk.

4. Komunikasi berlangsung satu arah:

Berdasarkan observasi peneliti, diketahui bahwa komunikasi Dinas Kesehatan Kota Semarang berlangsung 2 arah. Hal ini dapat diketahui karena berdasarkan unggahan instagram dapat di komentari oleh masyarakat dapat dibalas oleh pihak Dinas Kesehatan Kota Semarang itu sendiri.

5. Komunikasi masa menimbulkan keserempakan:

Komunikasi massa ada keserempakan di dalam proses penyebaran pesan-pesanya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut secara bersamaan. Contohnya ketika instagram DKK mengunggah gambar semua masyarakat yang mempunyai instagram DKK dapat melihat unggahan tersebut.

6. Media masa mengandalkan peralatan teknis:

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya dan sangat membutuhkan peralatan teknis. Peralatan teknis yang diaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik),

lalu di kantor DKK sendiri terdapat ruangan khusus kendali Covid dan terdapat juga mini studio untuk *podcast* atau instagram.

7. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper:

Gatekeeper atau yang sering disebut penepis informasi/palang pintu/penjaga gawang adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. Dalam hal ini, DKK Kota Semarang juga memiliki *gatekeeper* yaitu orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebar lebih mudah untuk dipahami. Dalam hal ini adalah admin Dinas Kesehatan Kota Semarang yang menjalankan aplikasi instagram lalu tugas lain dari admin Dinas Kesehatan Kota Semarang adalah membuat *planning content* mingguan, lalu mengupload *content* dan menjawab pertanyaan *followers*.

4.3. Proses Penentuan Topik Instagram

1. N : Mengapa Dinkes itu memilih isu mengenai COVID-19 yang di masukan ke dalam instagramnya?

I : Sebenarnya kalau isu itu tidak hanya soal covid saja yang dimasukan ke instagram, kita semua isu kita masukan ke social media, hanya sekarang memang sedang trend nya semua orang lagi banyak mencari informasi terkait COVID-19 , jadi kita juga harus mengikuti kebutuhan masyarakat itu apa sih tentang informasi yang dibutuhkan Dinas Kesehatan. Maka dari itu kita fokusnya untuk setahun ini adalah mengenai COVID-19 , ya kita membuat konten yang informasinya seputar COVID-19 . Tetapi tidak menutup kemungkinan ketika kita misalnya dibutuhkan

informasi terkait penyakit tidak menular/penyakit kesehatan lainnya, ya kita akan membuat konten tersebut juga. Jadi kita mengikuti trend dengan kebutuhan masyarakat itu apa, jadi yang dibutuhkan dari Dinas Kesehatan itulah yang kita buat konten.

N: Bagaimana proses pembuatan gambar-gambar dan konten yang ada di instagram?

I : Prosesnya kita jadi di pengelolaan sosial media. Jadi kita mempunyai beberapa tim, jadi memang ada tim khusus yang dia mendesain layout gitu, jadi memang ada yang mengkonsep, kalau alurnya sih kita tidak secara baku tetapi yang pasti ketika misalnya dalam bulan September atau dari bulan Maret ke Desember kemarin kan mulai pandemi ya, jadi kita fokuskan informasinya terkait COVID-19, kita juga menganalisa dari masyarakat, yang sedang dicari oleh masyarakat itu apa? Misalnya alur penanganan COVID-19 seperti apa? Jadi biar masyarakat itu ketika ada yang membutuhkan informasi itu mereka tidak kebingungan, jadi solusinya kita membuat konten tersebut. Lalu nanti dari konseptor akan diteruskan ke *layouter*, nanti dari situ kita bikin desain layer nya setelah jadi nanti baru kita ajukan ke atasan, setelah dari atasan sudah acc ya langsung kita up di instagram.

N : Siapa yang bertugas membuat konten tersebut?

I : ya dari tim media sosial nya , konseptornya. Ya kita konsultasi dengan atasan dahulu sih maksudnya kita riset terlebih dahulu dari masyarakat itu apa. Misalnya kemarin sedang ramai swab test/antigen nah kita akan cari tau informasi tersebut, kita buat konten nya dari jurnal atau kita mengobrol dengan Dokter di kantor. Jadi kita tidak asal membuat kontennya, konten yang kita buat dari based on

jurnal/dokter/dari orang-orang yang ahli dalam bidang tersebut, lalu dari situ baru kita buat konsep, desain, lalu kalau sudah selesai, desain kita ajukan ke atasan, kalau sudah oke baru di up. Atau kemarin lagi ramai soal vaksin. Nah dari situ kita buat juga informasi mengenai vaksin bagaimana? Persiapan alurnya bagaimana? Yang bisa divaksin siapa saja? Dari situ kita buat konsepnya, kemudian baru kita ajukan ke atasan kalau atasan sudah acc baru kita up, kalau ada revisi ya sesuai permintaan dari atasan.

N : Apakah ada yang menyeleksi konten-konten tersebut? Kalau ada siapa?

I : Dari konseptornya juga. Jadi konten itu tidak menutup kemungkinan dari designer juga ya, dari layouter kita, jadi kita nggak dari konseptornya juga sih, dari atasan pun ketika ada perintah misalnya suruh membikin konten ya baru kita buat, kita mencari materi-materinya terlebih dahulu lalu setelah materinya ok, kita turunkan ke tim desain, kalauntim desain sudah jadi, baru kita naikan lagi ke atasan. Kalau sudah ok kita up. Jadi sebenarnya idenya itu tidak harus dari konseptor juga, tetapi dari semuanya juga bisa, dari atasan pun kalau ada ide ya kita mengikuti, kalau dari tim desain ada ide juga ya kami ikuti. Jadi sebenarnya lebih ke fleksibel saja, lebih mengedepankan diskusi dan komunikasi saja tetapi based on nya dari kebutuhan masyarakat saat itu, jadi informasi yang kita bagikan itu sesuai dengan apa yang sedang banyak dicari oleh masyarakat

N : Pertimbangan Dinas Kesehatan membuat instagram tersebut apa?

I : Mengikuti perkembangan trend yang sekarang, informasi yang kita dapat kan tidak bisa disebarakan secara konvensional lagi, kita tidak bisa setiap hari terjun ke lapangan menyaksikan edukasi langsung. Ya memang kita terkadang masih

menggunakan edukasi tetapi tidak bisa kita terus menerus disitu. Karena kita harus mengikuti trend nya sekarang, zaman sekarang semua beralih ke digital, makanya kita buatlah instagram.

N : Bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan dalam mengupload berita-berita yang ada di dalam instagram? Apakah ada komunikasi secara resmi/formal oleh lembaga? Atau apakah ada dari Kementerian Kesehatan? Dan apakah data-datayang di dapat mengenai COVID-19 itu didapat dari lembaga? Misalnya dapat berita covid itu hasilnya di dapatkan melalui IDI atau dari Rumah Sakit atau dari Rumah Sakit ke puskesmas?

I : Proses komunikasi yang berjalan terkait *maintenance* konten di sosial media Dinas Kesehatan sangat *fleksible*. Dari *konseptor*, *layouter* dan atasan pun bisa saling berdiskusi untuk menentukan pembuatan konten harian. Kalau sifatnya infografis, yang menampilkan data kita biasanya meminta acc dari Kadinkes terlebih dahulu dan selalu terjadi diskusi juga. Sumber data yang kami peroleh murni dari internal kami karena pengelolaan data nya termasuk data COVID-19 yang di upload setiap hari adalah data yang dikelola oleh tim IT dan bidang yang berpengalaman.

N : Menurut Ibu Ira yang melihat postingan di Instagram Dinas Kesehatan itu siapa saja? Apakah sifatnya untuk orang umum?

I : Dari analitik insight yang kami dapatkan, pengakses dan followers instagram Dinas Kesehatan yang melihat postingan tersebut adalah masyarakat umum dengan rata-rata usia 18-55 tahun. Mereka juga aktif melakukan interaksi melalui komen di

postingan ataupun di *Direct Message*. Rata-rata perhari nya admin Dinas Kesehatan tersebut menerima 50-70 *Direct Message* yang masuk

N : Tugas Admin di kantor Dinas Kesehatan Kota Semarang seperti apa?

I : Tugas admin membuat planning konten mingguan, mengupload konten dan menjawab prtanyaan-pertanyaan followers.

4.4. Fungsi Media Sosial Instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang

Sesuai dengan teori komunikasi massa McQuail, bahwa dalam media sosial Instagram ini, Dinas Kesehatan Kota Semarang memiliki beberapa fungsi dalam proses penyebaran COVID-19 kepada masyarakat yaitu:

4.4.1. Informasi media

Informasi media artinya melalui media sosial Dinas Kesehatan Kota Semarang ini berfungsi memberikan informasi media kepada masyarakat tentang informasi COVID-19 . Seperti tampak pada gambar berikut ini dimana melalui Instagram @dkksemarang, kita dapat melihat update untuk daerah pesebaran COVID-19 terbaru seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut ini. Karakteristik proses yang dilakukan pada media instagram dengan cara mengupload foto dan gambar tentang tata cara mencegah penularan virus COVID-19 . Pada instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang pada peta persebaran COVID-19 yang sudah dinyatakan positif terkena virus ini yaitu sebesar 544 per bulan, sehingga per hari orang Semarang yang terkena virus COVID-19 ini sebanyak 18 orang per harinya. Selain fungsinya sebagai media informasi hubungan dengan pencegahan

memberikan edukasi kepada masyarakat agar masyarakat itu mengerti akan bahaya dan resiko terhadap penyebaran COVID-19.



Gambar 4.1. Peta Persebaran Covid 19 Positif di Kota Semarang

Sumber: <https://www.instagram.com/dkksemarang/?hl=en>

4.4.2. Fungsi pendidikan

Melalui media sosial Instagramnya, @dkksemarang juga berfungsi mendidik warga nya untuk selalu menaati protokol kesehatan yaitu: menyangkut kepada patuh terhadap protokol kesehatan. Seperti menerapkan 3M mencuci tangan, menjaga jarak, dan menggunakan masker. Mencuci tangan dengan benar dan menggunakan sabun dengan waktu untuk mencuci tangan selama 1 menit sesuai dengan anjuran kesehatan. Kemudian menjaga jarak dengan berjaga jarak dan menghindari kerumunan dengan jarak satu meter satu dengan yang lainnya agar

aman. Terakhir menggunakan masker khusus agar virus tidak bisa masuk melalui udara yang dihirup. Ini adalah konsep dari unggahan berikut ini:



Gambar 4.2. Cara Mencuci Tangan Dengan Baik

Sumber: <https://www.instagram.com/dkksemarang/?hl=en>

4.4.3. Fungsi mempengaruhi

Fungsi ketiga adalah fungsi mempengaruhi yaitu mempengaruhi masyarakat supaya misalnya tidak takut divaksin dan mempengaruhi bahwa vaksin itu aman. Dalam fungsi masyarakat diwajibkan untuk mengikuti aturan pemerintah dengan menyuntikan vaksin agar kebal terhadap virus COVID-19. Hal ini sudah teruji oleh pihak dinas kesehatan bahwa vaksin ini sangatlah aman bagi tubuh dan tidak ada efek samping.



Gambar 4.3. Pemberian vaksin Pertama dan kedua

Sumber : <https://www.instagram.com/dkksemarang/?hl=en>

Jadi konsep dari unggahan tersebut adalah untuk mengajak masyarakat khususnya lansia maupun dewasa yang berusia antara 18-59 tahun untuk mengikuti program vaksinasi dari pemerintah supaya bisa tetap sehat dan mencegah penyebaran virus COVID-19.

Fungsi lainnya adalah Dinas Kesehatan Kota Semarang juga dapat mempengaruhi supaya jaga jarak dan semua orang tetap menerapkan protokol kesehatan sehingga meskipun telah divaksin harus tetap menjaga jarak dan menggunakan masker supaya tidak merasa bebas setelah divaksin kemudian keluar rumah tanpa menggunakan masker. Selain itu dengan adanya unggahan di instagram Dinas Kesehatan Kota Semarang mengenai vaksinasi di berbagai tempat yang sekarang proses vaksinasi bisa di dapat dengan mudah, masyarakat sangat antusias dengan adanya vaksinasi tersebut, itu bisa di lihat dalam setiap unggahan yang ada di instagram Dinas Kesehatan, masyarakat aktif melakukan komen di dalam kolom komentar untuk menanyakan bagaimana syarat mendapatkan vaksin tersebut.