



ANALISIS WACANA KRITIS KAMPANYE VAKSINASI COVID-19 DALAM KOMIK DARING #dukungvaksinitukeren DI INSTAGRAM

Salsabila¹, Tantri Puspita Yazid^{*2}

¹ Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, ofcsalsabila@gmail.com, Universitas Riau

^{*2} Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, tantri.yazid@lecturer.unri.ac.id, Universitas Riau

ABSTRACT

Problems in handling COVID-19 vaccinations related to receiving and unclear information in the community are a serious matter as well as the reason for the vaccination campaign with a comic strip competition organized by Bank BRI with the hashtag #dukungvaksinitukeren on Instagram. This study aims to find out the discourse on the COVID-19 vaccination campaign by looking at the levels offered by critical discourse analysis in the online comic #dukungvaksinitukeren on Instagram. This research done with qualitative research with Norman Fairclough's critical discourse analysis method. The data collected by using and analyzing three online comics #dukungvaksinitukeren which had been selected based on the most likes among the contest participants. The data analysis technique was carried out with three levels of analysis on the micro, meso, and macro structures which were then discussed to see the development of online comic discourse in social media in particular. #dukungvaksinitukeren covering the microstructural, mesostructural, and macrostructural levels, it shows the use of language, discourse practices, and socio-cultural issues related to the situation during the COVID-19 pandemic and vaccination is displayed in a hyperrealistic way to put forward the whom striving COVID-19 vaccination in society. It also found how the development of media in the production of online comic discourse is considered the closest medium and an effective form of discourse in instilling power or domination along with its interests.

Keywords: *critical discourse analysis, covid-19 vaccination campaign, online comic.*

Abstrak

Permasalahan penanganan vaksinasi COVID-19 terkait penerimaan dan ketidakjelasan informasi di masyarakat menjadi hal yang serius sekaligus menjadi alasan kampanye vaksinasi dengan lomba komik strip yang diselenggarakan oleh Bank BRI dengan hastag #dukungvaksinitukeren di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wacana kampanye vaksinasi COVID-19 dengan melihat tingkatan-tingkatan yang ditawarkan oleh analisis wacana kritis dalam komik online #dukungvaksinitukeren di Instagram. Penelitian ini dilakukan dengan penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dan menganalisis tiga komik online #dukungvaksinitukeren yang dipilih berdasarkan like terbanyak di antara peserta kontes. Teknik analisis data dilakukan dengan tiga tingkatan analisis pada struktur mikro, meso, dan makro yang kemudian dibahas untuk melihat perkembangan wacana komik daring di media sosial pada khususnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam wacana komik daring #dukungvaksinitukeren meliputi tataran mikrostruktur, mesostruktural, dan makrostruktur, menampilkan penggunaan bahasa, praktik wacana, dan isu sosial budaya terkait situasi selama pandemi COVID-19 dan vaksinasi ditampilkan secara hiperrealistik untuk mengedepankan orang tersebut atau pihak yang mengupayakan vaksinasi COVID-19 di masyarakat. Ditemukan pula bagaimana perkembangan media dalam produksi wacana komik online dianggap sebagai media yang paling dekat dan bentuk wacana yang efektif dalam menanamkan kekuasaan atau dominasi beserta kepentingannya.

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, Kampanye Vaksinasi COVID-19, Komik Daring

1. PENDAHULUAN

Kampanye vaksinasi COVID-19 dicanangkan pemerintah di Indonesia sebagai upaya pencegahan terpapar virus COVID-19 di masyarakat. Vaksinasi ini merupakan upaya oleh pemerintah yang dilakukan untuk mewujudkan pencegahan terjangkit virus COVID-19 (Buku Saku, 2021). Di Indonesia, upaya awal pemerintah telah melalui kampanye dan sosialisasi mengenai vaksinasi COVID-19. Tetapi dalam pelaksanaannya, penyebaran informasi mengenai kampanye vaksinasi COVID-19 ini tidak lepas dari hambatan. Hal ini ditinjau dari survey oleh lembaga Charta Politika yang menemukan adanya sejumlah kendala di masyarakat dalam melaksanakan . Didapati angka sebesar 29,4% bahwasanya kendala yang terbesar ialah ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi COVID-19. Angka tersebut merupakan angka tertinggi dalam kategorisasi kendala vaksinasi yang disurvei pada masyarakat. Sementara kendala lainnya dikategorikan bahwa masyarakat tidak mempercayai virus corona (COVID-19), distribusi vaksin yang tidak merata di masyarakat, fasilitas kesehatan yang terbatas dan tenaga kesehatan yang terlalu sedikit (Charta Politika, 2021). Berdasarkan hasil survey tersebut dapat ditarik bahwasanya adanya hambatan komunikasi berupa ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi COVID-19 dikalangan masyarakat menjadi masalah yang mendesak untuk diselesaikan.

Desakan ini semakin genting mengingat pentingnya upaya pencegahan penularan di kalangan masyarakat agar dapat sukses dilaksanakan untuk mencapai masyarakat yang sehat dan kebal dari terjangkit virus COVID-19. Adanya keragu-raguan dan kesalahan informasi mengenai vaksin menghadirkan hambatan besar untuk mencapai cakupan dan kekebalan di masyarakat. Cepatnya pengembangan dari isu mengenai vaksin semakin meningkatkan kecemasan publik dan dapat mengganggu penerimaan masyarakat (Astuti et al., 2021). Ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi COVID-19 menyebabkan terhambatnya pelaksanaan vaksinasi karena telah mempengaruhi pemahaman dikalangan masyarakat. Penyebaran informasi yang salah melalui berbagai saluran dapat berdampak besar pada penerimaan masyarakat terkait vaksin COVID-19 (Lushington, 2020). Hal ini diperparah dengan keadaan digitalisasi saat ini dalam penyebaran informasi. Tidak sedikit informasi ataupun berita hoax yang dapat ditemui atas dampak digitalisasi (Bahri, S, 2021) yang kemudian disebarkan oleh individu maupun lembaga yang kredibilitasnya tidak dapat dipertanggung jawabkan. Media saat ini belum bisa memilah informasi terkait benar ataupun salah. Sehingga tidak ada yang dapat mengontrol secara tepat mengenai isu yang beredar khususnya terkait informasi vaksinasi ini sehingga hal tersebut muncul sebagai hambatan komunikasi.

Dalam mengatasi suatu hambatan komunikasi, diperlukan perbaikan melalui suatu upaya komunikasi yang tepat dan efektif untuk mengatasi hambatan tersebut. Suatu hambatan komunikasi dapat diatasi dengan mengedukasi serta membangun pesan yang lebih jelas dengan pengemasan bahasa yang tepat. Upaya edukasi ini dapat dilakukan dengan memperbanyak produksi informasi dalam rangka untuk menepis dan memperbanyak informasi-informasi mengenai vaksinasi agar suatu kejelasan informasi dapat tercapai di kalangan masyarakat. Sehingga upaya membangun pesan mengenai dukungan terhadap vaksinasi dilakukan agar dapat membangun pemahaman masyarakat. Dengan upaya komunikasi yang lebih luas tentang virus corona dengan konsesus ilmiah dikalangan publik dapat membantu kampanye masa depan dari keraguan vaksin COVID-19 ini (Salali, 2020).

Upaya komunikasi yang dapat dilakukan untuk membangun pemahaman masyarakat salah satunya dapat melalui informasi visual. Disebutkan oleh Colin Wave bahwa informasi visual merupakan peran dasar dalam membangun pemahaman (Buckley, C & Nerantzi, C. 2020). Salah satu bentuk informasi visual yang dapat meningkatkan pemahaman di era digital saat ini terhadap vaksinasi dengan produk informasi digital komik vaksinasi. Komik merupakan bentuk karya yang memuat informasi sekaligus produk budaya populer yang sarat dengan ideologis dan berciri khas visualisasi serta bahasa didalamnya.

Digitalisasi telah membawa perkembangan komik saat ini pada era digital kepada suatu bentuk karya yang disebut "komik daring" (Ramadhan, B. S., 2020). Bentuk dari adaptasi komik daring ini diunggah di dalam suatu platform dengan tujuan dapat diakses para target pembaca dan dikonsumsi lewat gawai masing-masing. Dalam karya nya yang berjudul "Komik Media yang Terus bergerak" oleh Rahadian (2021) dijelaskan bahwasanya perkembangan teknologi dibuat untuk memenuhi kebutuhan industri di setiap era nya, termasuk di dalamnya industri komik.

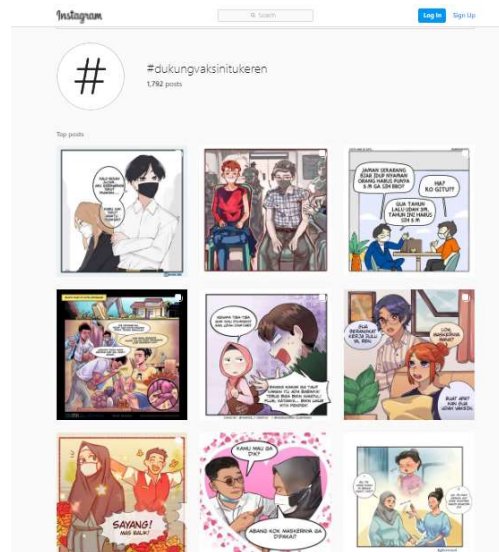
Banyaknya komik daring yang dapat kita temui di media sosial saat ini, sangat beragam akan suguhan informasi. Instansi pemerintahan, organisasi, serta lembaga kesehatan telah menggunakan komik sebagai alat untuk berbagi informasi dan edukasi vaksinasi pada masyarakat lewat media digital. Dalam bidang kesehatan khususnya, komik daring dapat kita temukan dalam media sosial kementerian kesehatan seperti dalam akun Instagram @kemenkes_ri. Selain itu adanya gerakan berupa challenge dengan membuat komik daring dengan memuat pesan mengenai informasi COVID-19 seperti pada #covid19comicsforgood yang dimulai oleh seorang ilustrator singapura di media sosial Instagram telah dimulai sejak maret 2020 lalu. Komik telah banyak terbukti

efektif dalam penyampaian informasi kesehatan dan komik juga telah terbukti komik telah berhasil digunakan dalam komunikasi selama pandemi COVID-19 saat ini (Kearns C & Kearns N. 2020).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang menggunakan visual sebagai alat komunikasi utamanya (YT Huang, 2018). Instagram juga merupakan salah satu dari media sosial dengan pengguna terbanyak dan terdata sebanyak 1.39 Miliar pengguna aktif (Datareportal July, 2021). Dari fitur dan banyaknya pengguna media sosial Instagram, menjadi media atau platform yang tepat bagi produk komik daring. Hal ini diwujudkan dari banyaknya akun-akun serta komik daring yang dapat ditemukan di Instagram. Selanjutnya media sosial Instagram juga mempunyai fitur tagar yang dapat difungsikan untuk memfiltrasi serta menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam sosial media (Permatasari, 2017).

Instagram juga menjadi salah satu media yang digunakan sebagai upaya edukasi terkait vaksinasi COVID-19 dengan ditemukannya banyak informasi memperbanyak informasi-informasi mengenai vaksinasi agar suatu kejelasan informasi dapat tercapai di kalangan masyarakat. Salah satu diantara beragamnya bentuk informasi mengenai vaksinasi yang beredar di instagram, dapat ditemukan diantaranya berupa unggahan berbentuk komik daring dengan pesan komunikasi bertemakan dukungan terhadap vaksinasi COVID-19. Unggahan-unggahan ini mencantumkan tagar *#dukungvaksinitukeren* serta merupakan satu-satunya tagar yang seluruhnya memuat unggahan berupa komik daring bertemakan dukungan terhadap penyelenggaraan vaksinasi COVID-19. Ditemukan bahwasanya terdapat 1.807 unggahan yang berisikan unggahan komik daring dalam tagar tersebut per tanggal 03 Oktober 2021.

Lebih lanjut, penggunaan tagar ini adalah sebagai persyaratan sayembara komik strip oleh Bank BRI (Bank Rakyat Indonesia). Adapun sayembara ini dalam rangka kampanye mendukung program pemerintah dan mengedukasi masyarakat tentang akselerasi penanganan COVID-19 (detikedu, 2021). Sayembara yang diadakan berupa lomba komik daring untuk mendukung vaksinasi dengan jargon “Dukung Vaksin Itu Keren”. Sayembara ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan dari bulan Mei hingga akhir pengumpulan karya pada tanggal 25 Juli 2021. Adapun tema sayembara yang disyaratkan adalah; vaksin aman dan halal, tetap 5M setelah vaksin, dan vaksin melindungi diri dan orang sekitar (Handbook Lomba Komik Strip BRI, 2021).



Gambar 1. komik daring dalam tagar *#dukungvaksinitukeren* di Instagram

Komik daring dengan tagar *#dukungvaksinitukeren* di Instagram menunjukkan adanya upaya penyebaran pesan kampanye vaksinasi COVID-19 di Indonesia melalui produk media berupa komik daring yang dapat ditemukan dalam media sosial Instagram khususnya pada masa ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi yang terjadi sebelumnya. Dari banyaknya unggahan komik daring *#dukungvaksinitukeren* kemudian dipilih beberapa unit analisis dengan mempertimbangkan jumlah like dan comment yang dapat menjadi pertimbangan

ketenaran dan penyebaran produk komik daring dengan tagar #dukungvaksinitukeren ini diterima oleh pengguna instagram. Penelusuran ini kemudian di sajikan dari urutan like terbanyak dalam tabel berikut:

Tabel 1. unggahan komik daring #dukungvaksinitukeren berdasarkan like terbanyak
Sumber: Olahan Peneliti, 2021

No	Nama Akun	Per tanggal 03 Oktober 2021		
		Like	Comment	Followers
1	@jonbrayy	7305	249	175k
2	@nanglanang	3017	40	14.2k
3	@betyal_4	2951	122	71k

alam salah satu unggahan komik daring oleh akun @jonbrayy berisikan elemen visual yang merepresentasikan kondisi masyarakat yang santai menanggapi virus COVID-19 dan vaksin. Hal tersebut digambarkan oleh virus melalui dialog “santai” dan kegiatannya yang sedang mengisi teka-teki silang yang disebut kan dalam komik sebagai “te te es”. Selanjutnya juga divisualkan manusia sebagai individu sedang melakukan kegiatan penyuntikan vaksin yang digambarkan dengan munculnya penerima vaksin dan petugas kesehatan. Dilihat dari balon teks dalam komik tersebut, petugas kesehatan terlebih dahulu memaparkan vaksin aman kemudian disertai dialog penerima vaksin yang menanyakan sakit atau tidak setelah di vaksin. Hal ini seolah-olah menandakan bahwa petugas berusaha meyakinkan terlebih dahulu si penerima vaksin. Representasi-representasi lain yang akan ditemui lebih lanjut nantinya perlu melalui suatu metode penelusuran ilmiah yang digunakan untuk mengeksplorasi pesan dalam komik.

Cukup banyak respon dari pembaca terhadap unggahan komik daring pada akun @jonbrayy tersebut. Respon-respon tersebut berupa komentar menanggapi humor sendal kebalik yang ditampilkan dalam komik, menanggapi perihal upaya vaksin, menanggapi bagaimana virus yang ditampilkan dibuat menyeramkan dan dikaitkan dengan tidak adanya pembelaan terhadap virus. Komentar-komentar tersebut dapat menjelaskan wacana vaksinasi di masyarakat saat ini.

Adanya komik daring ini menunjukkan bahwa adanya upaya penyebaran pesan kampanye vaksinasi COVID-19 di Indonesia melalui produk media berupa komik daring yang dapat ditemukan dalam media sosial Instagram khususnya pada masa ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi yang terjadi sebelumnya. nilai sebagai salah satu cara untuk menerpa masyarakat media khususnya di Instagram dengan informasi mengenai vaksinasi COVID-19.

Terciptanya unggahan tersebut didasari atas suatu kepentingan sayembara sehingga dapat dipastikan adanya keberpihakan komikus. Namun meskipun demikian, komikus pasti menampilkan keterampilan pengetahuannya mengenai vaksinasi dalam menggambarkan, mendeskripsikan, ataupun memengaruhi mengenai kampanye vaksinasi ke pembacanya. Apa yang mendasari serta dominasi yang digambarkan komikus dalam komik daring tersebut dapat ditinjau secara kritis atas wacananya. Adapun peninjauan ini telah diatur secara ilmiah dengan metode analisis wacana kritis. Analisis ini digunakan atas wacana sebagai bentuk interaksi simbolis yang dapat berupa pembicaraan, tulisan, gambar, film atau musik (Haryatmoko, 2016). Metode analisis wacana kritis ini berkembang dari analisis dalam wilayah kebahasaan, yang diadopsi oleh aliran kritis dalam menelaah ideologi yang tersembunyi dalam suatu proses komunikasi melalui pesan media (Yazid, 2014). Metode analisis wacana kritis yang dapat diaplikasikan pada produk-produk media untuk melihat efek yang ditampilkan dari produk media (Yazid, 2014; Yazid, 2022).

Oleh karena itu pada penelitian ini nantinya akan menggunakan metode Analisis Wacana Kritis untuk menelusuri kampanye vaksinasi dalam komik daring #dukungvaksinitukeren. Penelitian ini menggunakan model Analisis Wacana Kritis oleh Norman Fairclough. Model oleh Norman Fairclough ini menggambarkan hubungan teks dan konteks masyarakat dengan bahasa yang membawa nilai ideologis. Model analisis Fairclough terbuka terhadap perkembangan teori sosial praktik serta metodenya yang sistematis dalam penerapannya (Haryatmoko, 2016). Model analisa Fairclough ini membagi dimensi wacana dengan penjabaran yakni; dimensi teks (mikrostruktural), dimensi praktik kewacanaan (mesostruktural), dan dimensi praktik sosio kultural (makrostruktural) yang dapat dengan lengkap menggambarkan representasi atas suatu produk teks dan wacana. (Fauzan, U. 2014).

Komik didefinisikan Scott McCloud (1993) adalah gambar yang disandingkan dan gambar lainnya dalam urutan yang disengaja. Gambar dalam komik dikatakan sebagai teks dengan kekayaan elemennya dan memuat tekstur, genre, wacana, gaya, hal, serta tatanan wacana (McCloud, S. 1993). Oleh karena itu model analisa Fairclough dinilai tepat untuk digunakan dalam menganalisa komik daring yang memiliki kesatuan wacana yang utuh. Objek dengan muatan unsur tersebut dapat diterapkan untuk membentuk makna dan interaksi menunjukkan bahwa orang menggunakan bahasa untuk membangun versi dunia sosialnya (Haryatmoko, 2015). Model analisis wacana kritis oleh Norman Fairclough juga dibahas dalam penelitian yang menganalisa dan meneliti suatu wacana yang ada dalam karya komik daring. Model analisa Fairclough dinilai tepat untuk digunakan dalam menganalisa komik daring yang memiliki kesatuan wacana yang utuh. Dengan melibatkan model analisa Fairclough ini membagi dimensi wacana dengan penjabaran yakni; dimensi teks (mikrostruktural), dimensi praktik kewacanaan (mesostruktural), dan dimensi praktik sosio kultural (makrostruktural) yang dapat dengan lengkap menggambarkan representasi atas suatu produk teks dan wacana (Fauzan, U. 2014).

Wacana mengenai vaksinasi sampai saat ini masih menjadi perbincangan di masyarakat baik dilingkungan sosial dan di media mengenai ketidakjelasan informasi serta perbedaan pandangan atas penerimaan vaksinasi COVID-19 di masyarakat. Adanya upaya dalam penyebaran pesan kampanye vaksinasi COVID-19 melalui suatu sayembara komik daring ini dapat dipahami bahwa wacana-wacana yang terbentuk oleh peserta akan terpengaruhi oleh lingkungan dan sosial masyarakatnya dalam pengemasan pesan komik daring. Tidak tertutup kemungkinan bahwa kita dapat menemukan bagaimana ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi COVID-19 dikalangan masyarakat serta pihak-pihak mana yang ditonjolkan dalam upaya kampanye vaksinasi COVID-19 sebelumnya yang mana hal ini akan menjadi menarik untuk dibahas secara kritis.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Wacana adalah praksis sosial dengan bentuk interaksi simbolis yang dapat diungkap dari proses semiotik merepresentasikan dunia sosial (Haryatmoko, 2016). Wacana sangat erat dengan bahasa. Wacana dapat dilihat sebagai semacam 'objek' dengan seperangkat hubungan yang kompleks yang mencakup hubungan komunikasi antara orang-orang yang berbicara, menulis, dan berkomunikasi satu sama lain ataupun hubungan antara perangkat komunikatif lainnya (Fairclough, 2010). Bahasa dapat mendefinisikan serta menghasilkan pengetahuan dan erat hubungannya dengan aktivitas. Hubungan antara wacana dan bahasa melibatkan hubungan kekuasaan dan institusi, yang merupakan elemen yang saling berhubungan dalam aktivitas atau praksis sosial (Fairclough, 2010). Hubungan antara bahasa dan kekuasaan ini menempatkan analisis wacana dalam ranah kritis.

Analisis Wacana Kritis adalah bentuk analisis transdisipliner yang mengacu pada 'dialog' yang terjadi antara disiplin ilmu, teori, dan kerangka kerja saat melakukan analisis (Fairclough N, 2010). Analisis wacana kritis melibatkan upaya atau proses penguraian untuk memberi penjelasan dari sebuah teks sebagai suatu wacana oleh seseorang atau kelompok dengan kecenderungannya bertujuan untuk memperoleh apa yang diinginkan. Teks dalam konteks bahasa sebagai alat yang dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu termasuk praktik ideologi. Ideologi dalam konteks ini dinilai Fairclough (2010) sebagai sarana kunci yang mendukung hubungan-hubungan kekuasaan dan dominasi. Analisis wacana kritis melihat bagaimana pemakaian bahasa adalah dasar atas praktik sosial dengan adanya kekuasaan, kebenaran dan pengetahuan dibaliknya (Haryatmoko, J. 2015). Praktik sosial dalam analisis wacana kritis dipandang menyebabkan hubungan dialektis antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial. Analisis wacana kritis berorientasi pada masalah sosial yang diperlihatkan melalui wacana yang mengandung ideologi dan kekuasaan yang dapat diperiksa melalui proses penelitian.

Fairclough membuat suatu model yang mengintegrasikan secara bersama-sama analisis wacana yang didasarkan pada linguistik, pemahaman sosial dan politik, dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial. Oleh karena itu, model yang dikemukakan Fairclough ini sering juga disebut model perubahan sosial (social change). Fairclough memusatkan perhatian wacana pada bahasa, Fairclough menggunakan wacana untuk menunjuk pada pemakaian bahasa sebagai praktik sosial, lebih daripada aktivitas individu untuk merefleksikan sesuatu. Model penelusuran wacana ini kemudian dibagi Fairclough meliputi tiga tingkatan mikro, meso, dan makro. Bahasa sebagai praktik sosial mengandung implikasi. Pertama, wacana adalah bentuk dari tindakan, seseorang menggunakan bahasa sebagai suatu tindakan pada dunia dan khususnya sebagai bentuk representasi ketika melihat dunia realita, pandangan ini tentu saja menolak pandangan bahasa sebagai bentuk individu. Kedua,

model ini mengimplikasikan adanya hubungan timbal balik antara wacana dengan struktur sosial, kelas, dan relasi sosial lain yang dihubungkan dengan relasi spesifik dan institusi tertentu pada buku, pendidikan, sosial dan klasifikasi. Eksplorasi wacana dilihat dari dimensi teks, dimensi interpretasi, dan dimensi eksplanasi (Fairclough N, 2010) yang diterapkan secara sistematis. Sehingga analisis wacana kritis dapat menjabarkan secara terstruktur mengenai bagaimana wacana dapat dilahirkan.

2.2. Representasi

Istilah representasi menunjuk pada bagaimana seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan (Eriyanto, 2009). Dapat dikatakan, melalui representasi, satu kelompok tertentu dapat mengunggulkan diri dan memarjinalkan kelompok lain dalam suatu media. Secara sederhana, representasi berarti sesuatu yang tampil mewakili atau menunjuk sesuatu yang lain. Pengertian representasi merujuk pada bagaimana seseorang, kelompok, gagasan, institusi sosial atau bahkan pendapat ditampilkan dalam wacana. Penggambaran itu tidak hanya berkenaan dengan tampilan fisik, melainkan juga terkait dengan makna yang ada di balik tampilan fisik. Representasi juga berarti penghadiran kembali sesuatu bukan dalam gagasan asli atau objek fisik asli, melainkan sebuah versi baru yang dibangun darinya (Burton dalam Whisnu, 2012).

Representasi adalah mengenai memahami bagaimana dunia ini dikonstruksi secara sosial kepada dan oleh kita. Dengan representasi praktik signifikansi mewakili (to stand for) atau menguraikan objek atau praktik lain di dunia nyata. Ini mengharuskan kita mengeksplorasi pembentukan makna tekstual serta cara dihasilkannya makna pada beragam konteks. Representasi dan makna kultural memiliki materialitas tertentu, melekat pada bunyi, prasasti, objek, citra, buku, majalah dan program televisi. Mereka diproduksi, ditampilkan, digunakan dan dipahami dalam konteks sosial tertentu. Oleh karena itu representasi akan dapat membentuk makna, pengetahuan dan dapat berkembang menjadi budaya.

Dalam penelitian ini, wacana yang terepresentasi dalam komik daring #dukungvaksinitukeren memuat suatu upaya kampanye yang menyiratkan pesan atas pengetahuan dan realita yang mempengaruhi produksi komik tersebut. Dengan memahami wacana melalui representasi, berarti kita telah berusaha memasuki buah pikiran bagaimana wacana tersebut diproduksi melalui bentuk produk media komik daring yang mengusung nilai-nilai tertentu..

2.3. Kampanye Vaksinasi COVID-19

Kampanye merupakan rangkaian kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dengan tujuan menghasilkan efek atau dampak tertentu. Kampanye secara eksplisit didefinisikan dalam Salsabila (2020) oleh Rogers dan Storey dikalangan ilmuwan komunikasi sebagai suatu jenis tindakan komunikasi, dan alasan kedua adalah bahwa definisi tersebut dapat mencakup seluruh proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi di lapangan (Widiastuti, 2020).

Aktivitas kampanye komunikasi mengandung empat hal, yaitu tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir. Kampanye juga memiliki karakteristik lain, seperti sumber yang jelas, siapa penggagas, perancang, pemancar, dan penanggung jawab suatu produk kampanye, sehingga setiap individu yang menerima pesan kampanye dapat mengidentifikasi dan bahkan mengevaluasi kredibilitas sumber pesan setiap saat (Widiastuti, 2020).

Individu sebagai penerima pesan kampanye akan mengkonstruksi pesan dalam pemahamannya sehingga akan melahirkan sikap individu atas pesan yang diterima. Berkaitan dengan adanya ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi COVID-19 yang telah menyebabkan keraguan dan kecemasan publik dikalangan masyarakat saat ini menyebabkan pelaksanaan vaksinasi COVID-19 terhambat (Astuti et al., 2021; Lushington, 2020). Sehingga upaya mengenai kampanye vaksinasi COVID-19 diperbanyak melalui produksi pesan-pesan mengenai vaksinasi COVID-19 salah satunya di media sosial. Pesan-pesan kampanye juga terbuka untuk didiskusikan, bahkan gagasan-gagasan pokok yang melatarbelakangi diselenggarakannya kampanye dapat dikritisi. Hal ini dimungkinkan karena gagasan dan tujuan kampanye umumnya bermanfaat bagi publik. Semua tindakan dalam kegiatan kampanye didasarkan pada prinsip persuasi, yaitu mengajak dan mendorong masyarakat untuk menerima atau melakukan sesuatu yang dianjurkan secara sukarela (Widiastuti N, 2020).

Vaksinasi adalah pemberian produk biologi berupa vaksin (antigen) pada manusia yang dapat merangsang pembentukan imunitas (antibodi) sistem imun di dalam tubuh. Vaksin, yang juga sering disebut imunisasi, mengambil keuntungan dari fungsi unik yang dimiliki tubuh dalam mempelajari dan melawan kuman-kuman penyebab penyakit. Vaksin membantu menciptakan kekebalan tubuh untuk melindungi diri dari infeksi tanpa mengakibatkan efek samping yang membahayakan (Iskak et al., 2021). Atas suatu bencana pandemi, vaksin merupakan salah satu cara terpenting dan tepat untuk menghentikan pandemi guna mencegah penyebaran atau

tertular penyakit dan menjaga kondisi tubuh. Selama berabad-abad, vaksin telah ditunjukkan sebagai cara yang efektif untuk memerangi wabah dan satu-satunya metode yang efisien dan andal untuk pencegahan penyakit (Dhama et al., 2021).

Pandemi COVID-19 yang dihadapi dunia saat ini juga menerapkan upaya vaksinasi dalam upaya menghentikannya. Pandemi ini diumumkan pada awal tahun 2020 lalu oleh adanya Virus COVID-19. Vaksinasi yang saat ini dicanangkan atas upaya pencegahan roses penularan COVID-19 kepada manusia harus diperantarai oleh reservoir kunci yaitu alpha coronavirus dan betacoronavirus yang memiliki kemampuan menginfeksi manusia. Kontak yang erat dengan pasien terinfeksi COVID-19 akan mempermudah proses penularan COVID-19 antara manusia. Proses penularan COVID-19 disebabkan oleh pengeluaran droplet yang mengandung virus SARS-CoV-2 ke udara oleh pasien terinfeksi pada saat batuk ataupun bersin. Droplet di udara selanjutnya dapat terhirup oleh manusia lain di dekatnya yang tidak terinfeksi COVID-19 melalui hidung ataupun mulut (Shereen et al., 2020). Penyerangan Virus COVID-19 ini terhadap imun tubuh disolusikan dengan produk biologi vaksin.

Pihak pemerintah menjelaskan bahwa vaksinasi merupakan upaya yang dilakukan untuk mewujudkan pencegahan terjangkit virus COVID-19 (Buku Saku, 2021). Namun dalam upaya nya baik lokal dan negara luar, tidak berjalan dengan mulus. Hambatan-hambatan yang banyak ditemukan dalam penelitian adalah keraguan terhadap vaksinasi ini. Penundaan dalam penerimaan atau penolakan vaksinasi dapat bervariasi dalam bentuk dan intensitas berdasarkan kapan dan dimana vaksin itu muncul dan vaksin apa yang digunakan (Luz, Brown, and Struchiner 2019).

Beberapa penelitian memaparkan bahwa keraguan akan disebabkan karena ketidakjelasan informasi dan ketidakpercayaan masyarakat. Hal ini berasal dari ketakutan, kemarahan, dan emosi negatif lainnya sambil menekankan informasi yang diperoleh mengenai standar keamanan dan kemanjuran yang ketat dari proses pengembangan vaksin COVID-19. Bahkan sebelum pandemi COVID-19 merebak, vaksinasi telah lama menjadi isu emosional di banyak komunitas (Chou & Budenz, 2020). Keraguan akan vaksinasi ini sampai disebut sebagai fenomena global. Perilaku keragu-raguan terhadap vaksin, tidak dibatasi atau dibatasi pada negara, komunitas, atau agama tertentu. Tidak semua orang ingin dan enggan divaksinasi dan dapat menunda atau mengabaikan sepenuhnya (Dhama et al., 2021).

Atas adanya hambatan keragu-raguan terhadap vaksinasi COVID-19, dinamika vaksinasi ini berlanjut pada upaya untuk mematahkan keraguan dilakukan untuk kepentingan menjaga dan mempertahankan kesehatan global di tengah krisis saat ini akibat pandemi yang sedang berlangsung. Di antara berbagai upaya untuk mengatasi keraguan vaksin dan menumbuhkan kepercayaan vaksinasi, strategi komunikasi dilakukan dengan melihat peluang untuk mempertimbangkan peran emosi dalam upaya komunikasi (Chou & Budenz, 2020). Kampanye vaksinasi COVID-19 harus berfokus pada penyediaan informasi dan sumber daya yang dibutuhkan penyedia ini untuk mendidik dan mempersiapkan masyarakat dengan benar ketika vaksin COVID-19 tersedia (Zizzo, 2021).

2.4. Instagram

Instagram didefinisikan secara sederhana sebagai aplikasi yang berbasis iOS, Android, dan Windows Phone, dimana dalam aplikasinya pengguna aplikasinya dapat membidik, meng-edit, mem-posting foto atau video ke halaman utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010 dan saat ini telah diakuisisi oleh perusahaan facebook. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah, Instagram merupakan singkatan dari kata instan dan telegram. maka Instagram dapat disimpulkan yaitu sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. (Herlina, 2017).

Instagram dan komik daring dalam penelitian ini saling berkaitan satu sama lain. Komik daring sebagai suatu produk digital membutuhkan media atau platform sebagai tempat penyebarannya. Pemilihan dalam menggunakan "which" media dalam penyebaran karya digital ini bertujuan agar dapat dikonsumsi serta diminati banyak khalayak. Perlunya pemilihan media yang mendukung produk komik daring yang banyak digunakan

masyarakat akan menjadi tonggak efektivitas sebuah karya komik daring di produksi. Visualisasi yang menjadi andalan dan kunci dari karya komik, memerlukan media yang mendukung produk visual dari komik digital.

Media sosial dengan fitur visual yang menjadi keunggulannya adalah media sosial Instagram. Hal ini diwujudkan dari banyaknya akun-akun serta komik daring yang dapat ditemukan di media sosial Instagram

2.5. Komik Daring

Komik didefinisikan sebagai kumpulan gambar dan lambang-lambang lain yang disusun secara berdekatan sehingga membentuk urutan tertentu, dengan tujuan untuk menyampaikan cerita atau mendapatkan tanggapan estesis dari pembacanya (McCloud, 1993). Komik juga berfungsi sebagai situs pengetahuan – disampaikan oleh Foucault sebagai 'arsip' yang memungkinkan representasi tertentu dengan penyampaian yang tak terduga (Cunningham, 2020). Dengan menganalisisnya meningkatkan pemahaman kita tentang pesan-pesan yang terkandung didalamnya. Luasnya pengertian dan fungsi komik menempatkan pengertiannya yang dapat ditemukan sangat beragam. Hal ini rata-rata di artikan dalam bahasa, fungsi dan kritis. Namun, produk komik tidak lepas dari kreatifitas dengan kekayaan elemen dimilikinya yang seluruhnya memuat makna yang beragam. Kompleksnya komik ini dilihat dari dapatnya dilakukan penggambaran yang abstrak. Semakin abstrak penggambarannya akan semakin besar pula persepsi (Mc Cloud, 1993).

Komik merupakan media populer sekaligus produk budaya yang sarat dengan perjuangan ideologis. Sebagai produk budaya, perkembangan komik tidak bisa dilepaskan dari wacana kemajuan teknologi, sosial, dan budaya itu sendiri. Komik menjadi menarik untuk dilakukan penelitian karena sebagai situs kebudayaan yang sarat akan berbagai macam wacana di dalamnya. Komik adalah bentuk kreatifitas dalam penyampaian pesan yang harus dikemas secara sederhana tetapi mewakili banyak makna (Emmanuel Lemaire, 2021). Komik dikatakan sebagai media propaganda untuk menyalurkan ide, pendapat, dan ideologi. Dalam melihat pembuatan komik sebagai praktik komunikatif melibatkan penggunaan bahasa, dan dari penggunaan komunikatif dapat dibentuk suatu pendekatan baru dan dapat ditelusuri dengan kerangka kerja kritis (Paul 2019)

Komik daring merupakan perkembangan bentuk karya komik di era digital (Ramadhan, B. S., 2020). Komik sendiri didefinisikan sebagai kumpulan gambar dan lambang-lambang lain yang disusun secara berdekatan sehingga membentuk urutan tertentu, dengan tujuan untuk menyampaikan cerita atau mendapatkan tanggapan estesis dari pembacanya (McCloud, 1993). Komik merupakan media komunikasi yang memiliki keunikan yaitu pada kelebihanannya memadukan elemen verbal dan visual secara sinergis. Di mana kedua elemen tersebut saling melengkapi. Sebagai produk visual komik kerap digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan sosial kepada pembacanya. Bentuk dari adaptasi daring ini komik diunggah di dalam suatu platform dengan tujuan dapat diakses para target pembaca dan dikonsumsi melalui gawai. Komik digital atau “komik daring” memiliki pengalaman membaca yang segi kepraktisan media bagi penggunaannya (Ramadhan, B. S., 2020). Sehingga komik daring saat ini banyak diminati dan sebagai salah satu karya dimedia yang efektif sebagai media penyampaian pesan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode analisis wacana kritis untuk menggambarkan secara lengkap dan akurat mengenai representasi kampanye vaksinasi COVID-19 dalam sebuah unggahan komik daring. Pendekatan kualitatif adalah sebuah pendekatan yang melibatkan pendeskripsian suatu keadaan tertentu, dengan cara melakukan pengamatan terhadap obyek atau suatu keadaan tersebut. Metode analisis wacana kritis dipilih untuk melihat serta menggambarkan hubungan komik daring sebagai teks dan konteks masyarakat dengan bahasa yang membawa nilai ideologis.

Penelitian ini menganalisa tiga unggahan komik daring yang telah dipilih berdasarkan jumlah like terbanyak diantara 1.807 postingan dengan tagar #dukungvaksinitukeren di Instagram pertanggal 03 Oktober 2021. Tagar ini menjadi satu-satunya yang memuat seluruh postingan bertemakan kampanye vaksinasi COVID-19 yang seluruhnya memuat unggahan berupa komik daring. Adapun tiga unggahan yang dipilih diperoleh dari akun instagram @jonbrayy, @nanglanang, dan @betyal_4.

Pengumpulan data dalam penelitian berasal dari studi dokumentasi berupa dokumenter, berita, catatan, buku serta literatur yang dapat memberikan informasi berkaitan dengan objek yang diteliti khususnya mengenai kampanye vaksinasi COVID-19. Peneliti juga fokus dalam mengikuti perkembangan komik daring di media sosial Instagram agar dapat mengetahui dan mengkaitkan perkembangan komik daring khususnya di Indonesia dengan melibatkan observasi pada aktifitas produksi komik dalam instagram @jonbrayy, @nanglanang, dan @betyal_4 dan perkembangan komik daring di instagram dengan tagar #dukungvaksinitukeren. Selanjutnya penelitian ini melibatkan keabsahan atas data dan hasil analisa dengan seorang kartunis dan content creator komik

sebagai pihak yang dapat membantu serta memberikan informasi terkait produksi dan perkembangan komik daring.

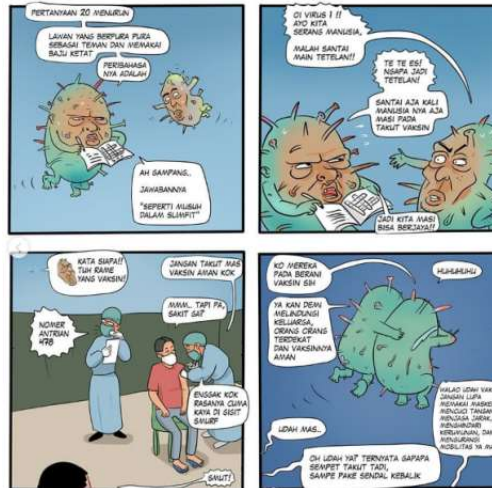
Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan yang mengacu pada dimensi analisis model wacana kritis Fairclough. Pertama adalah mikrostruktural yang menganalisis teks dalam *critical linguistic* oleh Norman Fairclough yang dibagi menjadi tingkat representasi, relasi dan identitas. Selanjutnya pada dimensi mesostruktural menghubungkan teks dengan praktik wacana yang dilakukan. Komik dianalisa dengan menghubungkan dengan bagaimana proses produksi teks dibuat, analisis isi dan bahasa yang dipakai dalam tajuk dihubungkan dengan proses produksi. Dan dimensi makrostruktural untuk mencari penjelasan atas hasil penafsiran pada tahap interpretasi penjelasan itu dapat diperoleh dengan mencoba menghubungkan dengan proses produksi teks dengan praktik sosiokultural.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pon ini membahas analisa komik daring *#dukungvaksinitukeren* yang dengan analisis wacana kritis Norman fairclough memiliki tiga tahap dalam menganalisis. Pertama, Analisis Teks (Mikro), Fairclough beranggapan bahwa teks dianalisis secara linguistik. Teks dilihat dari kosakata, ataupun rangkaian kalimat. Rangkaian kalimat satu dengan yang lain menunjukkan atau membentuk suatu pengertian. Dimensi teks ini berdasarkan representasi yang ingin ditampilkan. Fairclough beranggapan bahwa setiap teks pada dasarnya diuraikan menjadi 3, yaitu (1) Representasi, bagaimana peristiwa atau keadaan yang ditampilkan dan digambarkan dalam teks. (2) Relasi, menggambarkan bagaimana hubungan yang ditampilkan dalam teks. (3) Identitas, menggambarkan identitas dari penulis satire atas apa yang ditampilkan dalam teks. (Eriyanto,2008)). Kedua, Praktik kewacanaan merupakan dimensi yang berhubungan antara proses produksi dengan konsumsi teks. Proses produksi menggambarkan bagaimana teks itu dibuat. Produksi teks terdapat pengaruh dari pihak lain atau tidak. Pada aspek konsumsi teks, dalam hal ini dilihat bagaimana pembaca memaknai dari teks tersebut. Ketiga, Praktik sosiokultural, dalam hal ini berhubungan konteks diluar teks. Konteks disini dapat diartikan pula sebagai pengaruh atau yang mempengaruhi dari lingkungan atau sosial budaya. Praktik-praktik dari kegiatan politik, ekonomi atau fenomena sosial yang mempengaruhi teks

4.1 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Komik Daring Unggahan Akun @jonbrayy

Dalam komik daring unggahan akun @jonbrayy adegannya terlihat tokoh-tokoh yang ada didalamnya berupa dua sosok virus, dua petugas kesehatan, individu yang duduk sedang ditangani petugas, dan satu orang lagi yang ditandai dari separuh kepalanya. Tokoh-tokoh ini digambarkan dengan sosok yang kontras sehingga dalam membaca dan memahami visualnya pembaca dapat menandakan atas sosok yang digambarkan.



Gambar 1. Unit Analisis 1

Sumber : Instagram @jonbrayy

Komik daring unggahan @jonbrayy ini merepresentasikan sifat dan perilaku remeh. Remeh dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah tidak penting; tidak berharga; kecil. Sosok virus, individu dan petugas direpresentasikan dalam komik daring ini dengan sikap mereka yang meremehkan serta santai dalam kondisi pandemi. Tokoh virus dimunculkan paling banyak diantara tokoh-tokoh lainnya hal ini terlihat di panel satu, panel dua, dan panel empat. Sosok virus digambarkan dengan warna hijau, wajah kecoklatan, rambut-rambut yang panjang dan berjarak, hidung yang besar, memiliki bintik di wajah, dan tonjolan-tonjolan di tubuhnya. Tonjolan ini digambarkan menyerupai jerawat. Bintik-bintik di wajah virus digambar menyerupai noda hitam. Memiliki bulu rambut yang berjarak dan tidak beratur menggambarkan ketidak rapihan. Sosok virus ini mendeskripsikan keburukan dari rupa fisik. Hal ini menunjukkan bahwa sosok virus yang tidak good looking sebagai suatu yang jelek. Keburukan fisik sangat diketahui serta sering menjadi masalah ejekan. Keburukan ini juga dapat menggambarkan rasa takut dari perasaan ngeri atas sesuatu yang buruk tersebut. Digambarkannya makna takut ini dapat menjelaskan adanya posisi yang kuat. Ini juga menggambarkan bagaimana realitas dari virus COVID-19 yang menjadi penyebab utama pandemi sebagai virus yang kuat yang memberikan pengaruh jelek atau tidak baik.

Ditingkat mesostruktural ditemukan bahwa komik daring unggahan akun @jonbrayy ini diproduksi dengan mengandalkan teknologi dan secara digital. Hal ini dinilai dari unsur visual komik yang dapat diketahui produksinya yang identik dapat terbentuk dengan menggunakan aplikasi. Hal ini dipengaruhi untuk memenuhi kebutuhan produk digital saat ini khususnya komik daring yang berkualitas dengan aplikasi tertentu sehingga memenuhi standar akan identitas komik daring saat ini. Pada halaman profil akun @jonbrayy berisikan unggahan-unggahan komik daring lainnya yang . Akun ini diikuti 177 ribu pengikut serta berisikan unggahan komik-komik lainnya yang diunggah secara berkala. Keterangan yang terdapat dalam profil akun @jonbrayy antara lain berkategori author, nama Patrick Jonbray, dan bisnis email. Dilihat dari aktifitasnya akun @jonbrayy merupakan salah satu akun yang khusus mengunggah komik-komik daring karya Patrick Jonbray di Instagram.

Kemudian di tingkat makrostruktural ditemukan bahwa adanya upaya vaksinasi sebagai pencegahan di masa pandemi COVID-19 ini di dukung dengan adanya sayembara komik strip oleh Bank BRI sehingga mempengaruhi kepentingan auhor dalam pembentukan karyanya dengan mengedepankan keadaan di lingkungan kesehatan selama masa pandemi COVID-19.

4.2 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Komik Daring Unggahan Akun @nanglanangg

Dalam komik daring unggahan akun @nanglanangg digambarkan dua tokoh individu yakni lelaki dan perempuan. Terlihat komik daring ini diberi judul “Percaya Siapa?”. Latar yang ditunjukkan dalam adegan-adegan komik ini menggambarkan hanya pada satu tempat yang diperlihatkan dengan sudut pandang yang berbeda di tiap panelnya. Dinilai dari gedung-gedung yang digambarkan adegan ini berlokasi di lingkungan perumahan. Tokoh lelaki ini mengenakan kaus tanpa lengan berwarna kuning bertulisan “freedom”. Tokoh perempuan digambarkan mengenakan masker, memakai jaket berwarna merah, celana panjang berwarna biru dan sepatu berwarna putih.



Gambar 2. Unit Analisis 2

Sumber: Instagram @nanglanangg

Asosiasi makna yang terbentuk dari visual, adegan dan dialog dalam komik daring ini menunjukkan adanya dua pihak yakni pihak yang percaya vaksin dan pihak yang tidak percaya vaksin. Hal ini dianalisa dari interpretasi yang muncul hingga membentuk suatu konstruksi pemahaman dalam membaca komik daring ini. Dua tokoh yang digambarkan menjelaskan dua posisi yakni masyarakat yang percaya vaksin dan masyarakat yang tidak percaya vaksin. Rangkaian kata yang dituliskan sebagai judul komik daring ini juga menjelaskan adanya pihak-pihak tersebut yang digambarkan dari kata “Percaya siapa?”.

Ditingkat mesostruktural ditemukan bahwa komik daring unggahan akun @nanglanangg ini diproduksi dengan mengandalkan teknologi dan secara digital. Hal ini dinilai dari unsur visual komik yang dapat diketahui produksinya yang identik dapat terbentuk dengan menggunakan aplikasi. Akun ini diikuti 15,4 ribu pengikut. Keterangan yang terdapat dalam biografi profil akun ini berisikan informasi berupa: nama mas lanang, visual arts, Children illustrator, tag akun @berkaryaberbagi, email bisnis dan link menuju platform shopee . Dilihat dari unggahan-unggahan pada akun @nanglanangg berisikan unggahan berupa karya-karya ilustrasi digital. Sehingga dapat dipahami bahwa akun ini merupakan akun yang khusus untuk mengunggah karya ilustrasi.

Kemudian di tingkat makrostruktural ditemukan bahwa adanya upaya vaksinasi sebagai pencegahan di masa pandemi COVID-19 ini di dukung dengan adanya sayembara komik strip oleh Bank BRI sehingga mempengaruhi kepentingan dan keberpihakan auhor dalam pembentukan karyanya dengan mengedepankan keadaan lingkungan masyarakat dan tenaga kesehatan di masa pandemi COVID-19.

4.3 Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Komik Daring Unggahan Akun @betyal_4

Dalam komik daring unggahan akun @betyal_4 digambarkan tokoh-tokohnya terdiri dari individu lelaki dan dua petugas kesehatan. Latar yang ditunjukkan dalam adegan-adegan komik ini menggambarkan lokasi rumah sakit. Adegan dan dialog dalam panel pertama menimbulkan interpretasi terhadap tokoh lelaki yang digambarkan akan menerima vaksin melalui alat suntik. Sosok lelaki disini dianalisa dalam adegan dan dialognya bahwa ia benci disuntik serta merasa ketakutan yang timbul melihat alat suntik. Dilihat dari dibuatnya komik daring ini adalah mengenai vaksinasi COVID-19 di masa pandemi, interpretasi yang terbentuk dari jarum suntik ini merujuk pada vaksinasi COVID-19 yang dilakukan melalui suntikan. Sehingga makna yang timbul mengarah pada ketakutan tokoh lelaki untuk disuntik vaksin. Selanjutnya digambarkan adegan dan dialog tokoh lelaki yang sedang mengingat tentang keluarga kecilnya. Hal ini memunculkan interpretasi keluarga nya adalah motivasi serta penyebab ia harus disuntik vaksin. Selanjutnya digambarkan keadaan saat tokoh lelaki divaksinasi.



Gambar 3. Unit Analisis 3

Sumber: Instagram @betyal_4

Asosiasi makna yang terbentuk dari visual, adegan dan dialog dalam komik daring ini menunjukkan adanya keterpaksaan dalam vaksinasi COVID-19. Hal ini dianalisa dari interpretasi yang muncul hingga membentuk suatu konstruksi pemahaman dalam membaca komik daring ini. Konstruksi akan rasa takut serta motivasi tokoh lelaki pada panel sebelumnya mengarahkan adegan dan dialog pada panel tiga menunjukkan keadaan saat tokoh lelaki divaksinasi. Kemudian keadaan tokoh lelaki setelah menerima vaksin dalam adegan dan dialognya digambarkan lemas seolah nyawa yang melayang dan para petugas yang mengkhawatirkan kondisi lelaki setelah disuntik vaksin. Hal ini memunculkan interpretasi perjuangan tokoh lelaki untuk disuntik demi keluarganya dengan melawan rasa takutnya. Diantara tokoh-tokoh yang dimunculkan dalam komik daring ini, tokoh lelaki menjadi tokoh utama yang menjadi pusat cerita dibandingkan dengan tokoh petugas. Hal ini dianalisa dari kemunculan tokoh dalam komik daring ini. Tokoh lelaki disini menjelaskan posisinya sebagai sosok yang menerima vaksin dan petugas berposisi sebagai pemberi vaksin

Ditingkat mesostruktural ditemukan bahwa komik daring unggahan akun @betyal_4 ini diproduksi dengan secara digital. Hal ini dinilai dari unsur visual komik yang dapat diketahui produksinya yang identik dapat terbentuk dengan menggunakan aplikasi. Akun ini diikuti 68,4 ribu pengikut. Keterangan yang terdapat dalam biografi profil akun ini berisikan informasi berupa: nama Bety Ayu Lestari, graphic designer, tag akun @betyal_art, dan link menuju platform shopee. Dilihat dari unggahan-unggahan pada akun @betyal_4 berisikan unggahan berupa karya-karya ilustrasi digital. Sehingga dapat dipahami bahwa akun ini merupakan akun yang khusus untuk mengunggah karya ilustrasi.

Kemudian di tingkat makrostruktural ditemukan bahwa adanya upaya vaksinasi sebagai pencegahan di masa pandemi COVID-19 ini di dukung dengan adanya sayembara komik strip oleh Bank BRI sehingga mempengaruhi kepentingan ahuor dalam pembentukan karyanya dengan mengedepankan keadaan di lingkungan kesehatan selama masa pandemi COVID-19.

Kemudian di tingkat makrostruktural ditemukan bahwa adanya upaya vaksinasi sebagai pencegahan di masa pandemi COVID-19 ini di dukung dengan adanya sayembara komik strip oleh Bank BRI sehingga mempengaruhi kepentingan dan keberpihakan auhor dalam pembentukan karyanya dengan mengedepankan keadaan lingkungan keluarga dan budaya masyarakat di masa pandemi COVID-19.

4.4 Pembahasan

Terbentuknya suatu wacana dianggap sebagai tindakan sosial dengan menggunakan bahasa sehingga dipahami sebagai bentuk representasi dalam melihat realitas (Eriyanto,2008). Begitu pula dengan komik daring *#dukungvaksinitukeren* yang dianggap sebagai suatu wacana atas penggunaan bahasa memperlihatkan realitas di momen vaksinasi COVID-19. Eriyanto (2008) mengatakan bahwa analisis wacana kritis menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Hal ini peneliti kaitkan dengan temuan-temuan dalam penelitian yang dibagi pada tiga tingkatan mikrostruktural, mesostruktural, dan makrostruktural.

Pada tingkat mikrostruktural, peneliti menelusuri teks dengan unsur representasi, relasi serta identitas yang terdapat dalam komik daring. Unsur representasi disebutkan oleh Fairclough (dalam Eriyanto, 2008) menjelaskan bagaimana peristiwa, orang, kelompok, situasi, keadaan, atau apapun ditampilkan dan digambarkan dalam teks. Penggambaran ini diperoleh dari penggunaan kata dalam dialog hingga asosiasi makna atas visual dalam adegan komik yang dapat menimbulkan pemaknaan sendiri dari elemen-elemen komik yang yang timbul atas membaca suatu komik.

Penggunaan kata yang dianalisa dari dialog-dialog dalam komik daring *#dukungvaksinitukeren* menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan dalam wacana kampanye vaksinasi COVID-19 diwarnai dengan kosa kata dan metafora. Representasi dari ketiga unit analisis komik dari ini meliputi tindakan vaksinasi COVID-19 dan pelaku-pelaku yang muncul dalam vaksinasi COVID-19. Tindakan dan pelaku ini digambarkan dengan kosa kata dan metafora yang digunakan dinilai santai dalam dialog komik. Kosa kata yang digunakan dalam menggambarkan peristiwa merujuk pada peristiwa serta ajakan untuk vaksinasi COVID-19. Sementara kosa kata yang menggambarkan pelaku, ditemukan beragam dalam dua peristiwa yakni vaksinasi dan pandemi COVID-19 berupa; penerima vaksin, pemberi vaksin, dan penyebab pandemi. Selanjutnya metafora yang ditemukan adalah humor ringan berupa plesetan-plesetan untuk mewarnai pesan dan keadaan sosial dalam komik-komik daring ini.

Selanjutnya penggunaan visual dan elemen-elemen komik telah dianalisa dan membentuk representasi yang tidak jauh berbeda dalam tindakan dan pelaku di peristiwa vaksinasi COVID-19 pada unsur dialog. Elemen-elemen komik pada dasarnya hanyalah suatu pembagian dari ragam visual yang umum dalam sebuah komik. Sejatinya dalam sebuah komik, visual dapat digambarkan beragam dan luas (McCloud,1993). Elemen-elemen ini di jabarkan McCloud (2008) bahwa komik terdiri dari panel,perspektif, balon kata, bunyi huruf, ilustrasi, garis gerak, dan symbolia. Dalam komik daring *#dukungvaksinitukeren* ini juga memuat elemen-elemen komik dalam konstruksi adegannya serta digunakan untuk mendukung dialog dalam komik sehingga terciptanya suatu komik. Dijelaskan oleh McCloud (1993) bahwa visual dalam komik (seperti gambar dan ikon) adalah suatu makna mewakili gagasan yang tak terlihat sehingga baru akan terbentuk maknanya dengan suatu kemiripan. Kata-kata dalam dialog komik disebut sebagai sesuatu yang abstrak dan sama sekali tidak serupa dengan bentuk aslinya, sehingga posisi visual disini adalah sebagai dukungan bagaimana makna yang dimaksudkan dalam dialog lebih realis. Sehingga dapat ditemukan representasi visual yang juga menggambarkan bagaimana tindakan vaksinasi COVID-19 dan pelaku-pelaku yang muncul dalam vaksinasi COVID-19.

Selanjutnya unsur relasi pada tingkat mikrostruktural ini Fairclough berpandangan bahwa media merupakan suatu arena sosial bagi semua kelomok, golongan, dan khalayak yang ada dalam masyarakat saling berhubungan dan menyampaikan pendapat dan gagasan versinya masing-masing (Eriyanto, 2008). Sehingga ada kategori partisipan utama dalam media dan titik perhatian yang menjadi pembongkaran utama pada unsur relasi adalah bagaimana hubungan antara pembuat teks, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks. Unsur relasi dari komik daring *#dukungvaksinitukeren* ini dilihat dari bagaimana author menggambarkan dan memosisikan partisipan yang ditampilkan dalam teks.

Dari hasil penelitian ini peneliti menemukan beberapa bentuk relasi yang terdapat dalam unit analisis. Relasi ini digambarkan dengan hubungan seperti masyarakat dengan petugas kesehatan dan hubungan petugas kesehatan dengan kebijakan vaksinasi COVID-19 dalam teks. Hubungan ini dikonstruksikan tidak setara antara masyarakat dengan petugas kesehatan. Masyarakat dikonstruksikan dan diposisikan sebagai pihak yang lemah dan tidak

patuh. Sementara petugas kesehatan digambarkan sebagai sosok utama dan yang terdepan dalam upaya vaksinasi COVID-19 ini.

Sosok lemah masyarakat digambarkan dalam adegan berupa takut disuntik dan adegan menolak menerima vaksin. Sosok petugas kesehatan diposisikan lebih tinggi dilihat dari penggambaran dalam dialog dan adegan yang hampir sama di tiap komik daring #dukungvaksinitukeren ini. Ada pula relasi yang digambarkan antara pihak yang percaya vaksin dengan petugas kesehatan memiliki posisi yang setara pada komik daring unit analisis dua. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan posisi yang sangat jelas dalam teks mengenai masyarakat yang sebagai pihak tidak percaya vaksin dan pihak yang percaya vaksin. Sehingga dari penggambaran ini dapat dinilai bahwa petugas kesehatan yang lebih tinggi dan berkuasa dalam wacana vaksinasi COVID-19 memihak masyarakat yang percaya vaksin daripada masyarakat yang tidak percaya vaksin. Hal ini diperoleh dari dialog yang juga menyatakan pihak yang tidak percaya vaksin sebagai penyebab pandemi COVID yang tidak kunjung usai.

Selanjutnya dalam tingkat mikrostruktural, unsur identitas dijelaskan oleh Fairclough yang melihat bagaimana identitas pembuat teks, khalayak, dan partisipan ditampilkan dan digambarkan dalam teks (Eriyanto, 2008). Adapun dari analisa terhadap tiga unit analisis komik daring ini peneliti menemukan identitas author yang seluruhnya memosisikan dirinya sebagai bagian dari pihak yang mengupayakan vaksinasi COVID-19, bukan pihak yang disasarkan atas wacana yang dibentuk. Hal ini dinilai dari cara author menyajikan dialog dan adegan yang lebih memojokkan ataupun menyoroti mengenai ketakutan dan ketidakpatuhan masyarakat dalam upaya vaksinasi COVID-19 dan masa pandemi. Author seolah-olah menempatkan dirinya sebagai sosok dengan posisi menyampaikan pesan mengenai vaksinasi COVID-19 ini diperuntukkan kepada masyarakat yang takut dan tidak patuh.

Selanjutnya pada tingkat mesostruktural, menjelaskan mengenai praktik diskursus yang menentukan bagaimana suatu teks terbentuk ditinjau dari interpretasi hubungan antara proses produksi wacana dan teks. Pada tingkat ini, fokus utama peneliti sebagaimana berpedoman pada pandangan Fairclough untuk melihat dua aspek dari praktik diskursus yakni produksi teks dan konsumsi teks. Eriyanto (2008) menuliskan bahwa Fairclough menjelaskan penelusuran dalam proses produksi sebuah teks berita dilakukan dengan menyelidiki pengaruh-pengaruh yang ada di sekitar pembuat teks, baik itu berupa latarbelakang wartawan itu sendiri, wartawan dalam struktur organisasinya dan hubungannya dengan anggota lain, pola ataupun rutinitas produksi dalam praktik kerjanya.

Produksi wacana kampanye vaksinasi COVID-19 pada komik daring #dukungvaksinitukeren ini ditemukan bahwa pembuatannya dilakukan secara pribadi oleh author. Hal ini dapat dilihat dari aktivitas author dalam akun instagramnya serta ciri khas yang ditonjolkan author dalam karya komik ataupun ilustrasinya yang merupakan ciri khas yang telah dibangun sendiri. Pengamatan langsung peneliti dalam melihat aktifitas serta pola pembuatan komik oleh author yang di ekspos ke media sosial aktivitas dalam pembuatan karya-karya mereka selalu diproduksi sendiri baik itu dimulai dari merancang alur cerita hingga publikasi.

Kegiatan produksi hingga publikasi komik daring di media sosial khususnya di instagram memang dapat dilakukan secara mandiri. Berbeda dengan media-media lainnya, seperti media pemberitaan yang melibatkan wartawan, redaktur hingga pimpinan, dapat mempengaruhi wacana yang dihasilkan. Sedangkan dalam wacana yang berbentuk komik daring ini dapat dengan mantap diketahui pembentukkannya yang langsung dari author itu sendiri dan tidak tercampuri pengaruh-pengaruh orang lain. Hal serupa disampaikan pula oleh seorang komikus influencer, dhany pramata, salah satu komikus yang namanya diketahui nasional hingga saat ini yang ikut serta terlibat dan berselancar dalam perkembangan komik di media digital.

"Kalau untuk komikus pasti di otaknya udah kebaca lah, maksudnya ceritanya itu udah ada diotak, kayak gitu. ya, standar lah kayak yang lain, gambar-gambar juga." (wawancara 02 Juni 2022).

Seorang komikus biasanya telah dapat membentuk cerita atau ide dibenaknya. Pola terbentuknya wacana telah terjadi saat merancang karya komik tersebut.

"Kalau abang biasanya langsung, cerita nya itu udah kebayang gitu di kepala, terus buat sketsa nya dulu, pakai gambar digital pakai Wacom, terus kita buat sketsa yang kasar-kasarnya dulu. Caca pernah coba digital kan ya, kalau abang itu sama kayak inking tapi saturasinya abang turinin, jadi ketika digores itu dia kayak warna-warna pensil gitu loh. Nah abang biasanya prosesnya begitu, abang buat dulu biasanya warnanya warna merah, baru abang inking. Setelah inking, ya standar lah terus coloring baru tambahkan teks." (wawancara 02 Juni 2022).

Proses produksi seperti ini dipengaruhi atas motivasi para komikus-komikus khususnya yang mempublikasikan dan memanfaatkan media sebagai wadah karya-karyanya di Instagram. Hadirnya Instagram telah mempengaruhi individu-individu untuk dapat aktif dan eksis di antara masyarakat lewat media sosial. Hal serupa juga terjadi pada komikus-komikus dan memanfaatkan Instagram sebagai wadah publikasi karya-karyanya.

“kalau abang bisa mengatakan, dimulai di instagram. Abang lebih fokus diinstagram, karena kalau di facebook dia segitu aja, trennya untuk komik gitu-gitu aja. Kalau di instagram itu kayak ada grafik. Pertama, orang pakai instagram untuk makai selfie perilaku sosmednya lah. Terus yang kedua, orang yang suka gambar pengen jadiin instagram sebagai media nya untuk publish karya. Ada grafiknya di 2014-2015 itu semua orang kayaknya rata-rata pede nya naik, kalau dulu kita publish karya itu ngga mau karena ngga pede sama senior, kita buat dirumah cuman simpen dirumah. Kalau 2014-2015 itu semua orang pede. Abang bisa mengatakan itu kebangkitan komik sih, walaupun komik secara luas ya, ada komik cetak, kalau orang ngomongin komik itu sebenarnya lebih ke cetak, terus sekarang yang jadi ke digital jadi orang lain itu jadi tempat publish karya. Bahkan orang yang tidak ada basic menggambar pengen publish karya itu di instagram. Kalau sekarang justru udah pada hilang, tidak seheboh dulu, mungkin karena dulu kesempatan dan peluangnya besar kita bisa di notice orang.” (wawancara 02 Juni 2022).

Selain adanya wadah individu untuk aktif dan eksis, individu atau komikus dapat memproduksi hingga publikasi karya komik nya di media sosial secara mandiri juga dipengaruhi oleh terlepasnya mereka dari sistem kerja atau perusahaan media dan mengutamakan ideologi masing-masing. Sehingga dalam karya-karyanya, individu atau komikus yang seperti ini terlepas dari keterkaitan dengan pihak media. Adanya kebebasan bagi setiap individu untuk berpartisipasi dalam memproduksi karya berupa komik daring ini, akan memerlukan upaya yang lebih kreatif lagi dalam memanfaatkan situasi ini. Digitalisasi telah menyebabkan banyak celah bagi siapa saja untuk dapat berkembang secara mandiri, khususnya bagi para individu ataupun komikus yang ingin membangun atau memikat pembaca atas karya-karyanya. Disamping motivasi, keadaan digital seperti ini juga mengubah pandangan dan perilaku individu untuk menghasilkan lewat karya-karya nya di media sosial.

“Cuman gini, orang yang kerja di dunia seni atau industri kreatif itu dia ada dua, yang pertama dia betul-betul have fun dengan kerjaan dia. Maksudnya dia menghibur, tidak terlalu mengharap bisnis. Ada orang yang mengelolanya dengan baik yang menghasilkan, jadi basicnya industri abis, kayak gitu.” (wawancara 02 Juni 2022).

Pada dasarnya, konsep industri memang ada di kalangan komikus dan media digital saat ini. Tetapi juga berbeda dengan individu-individu yang bekerja sendiri dan membangun minat pembaca atas karyanya di media sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa wacana yang terbentuk dari suatu karya komik daring khususnya di Instagram, pada dasarnya berasal dan dilakukan oleh authornya sendiri. Di sisi konsumsi komik daring ini juga pembaca dapat mempengaruhi serta pembaca dapat mengetahui ciri khas dari author nya secara langsung. Pembaca dapat mengikuti dan menangkap karakter author serta mengkaitkan cerita yang dibuat dengan pengalaman mereka dari karya-karya komik yang dipublikasikan di Instagram.

Pada tingkat mesostruktural ini, author terlepas dari pengaruh apapun dalam proses produksi karya komiknya. Teks yang dibentuk merupakan hasil konstruksi wacana oleh author sendiri. Sehingga dapat dipahami bahwa media komik daring ini dinilai lebih jujur dan dekat dengan pembaca. Sebagai konsumen atas komiknya, pembaca menangkap cerita dan visual yang disajikan kemudian dikaitkan dengan diri mereka. Hal ini menimbulkan kesamaan dan rasa saling terhubung antara pembaca dan author. Dari kesamaan ini lah yang selanjutnya dapat dipahami bagaimana komik dan tindakan sosial adalah suatu hal yang berhubungan.

Pada tingkat makrostruktural, hasil penafsiran pada tahap interpretasi yang diperoleh akan dihubungkan dengan proses produksi teks dengan praktik sosiokultural. Hal ini diperoleh dari analisis penggambaran atas aktivitas sosial yang merupakan hasil dari dialog dari teks dan praktek sosial yang sedang berlaku saat ini. Analisis pada tingkat ini melihat bagaimana konteks sosial yang ada diluar media mempengaruhi bagaimana wacana yang muncul dalam media. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Fairclough bahwasanya praktik sosial dimediasi oleh praktik diskursus yang melibatkan pembuat teks dan khalayak sebagai pengkonsumsi teks (Eriyanto,2008). Dapat dipahami bahwa penelusuran pada tingkat ini melibatkan praktik sosial ataupun realitas sosial yang ada dapat mempengaruhi pembentukan wacana.

Temuan dalam penelitian ini, hadirnya wacana berupa komik daring *#dukungvaksinitukeren* ini berasal dari sayembara yang diselenggarakan oleh bank BRI pada tanggal 10 Juni dengan durasi satu bulan hingga 25 Juli 2021. Sayembara ini dilakukan sebagai perpanjangan tangan di media untuk menyebarkan pesan mengenai upaya vaksinasi COVID-19 di masa pandemi. Persoalan utama mengenai penanganan Pandemi Covid-19 atas ketidakjelasan informasi mengenai vaksinasi tentu memerlukan upaya dengan memanfaatkan media yang menjadi kendaraan utama peredaran informasi khususnya di masa pandemi ini yang telah dirasakan mulai dari pemberitaan mengenai adanya kasus pertama virus corona hingga dalam upaya penanggulangan di Negara bahkan dunia.

Peran media sangat terasa pengaruhnya dalam menandakan perkembangan dan isu-isu yang tersebar terkhususnya isu mengenai penanganan COVID-19. Beragamnya isu-isu mengenai vaksin yang tersebar di masyarakat pada saat diberlakukannya upaya vaksinasi COVID-19 menimbulkan masalah dalam penerimaan upaya tersebut dimasyarakat disebabkan oleh ketidakjelasan informasi. Isu mengenai vaksinasi COVID-19 ini menimbulkan pro dan kontra dikalangan masyarakat dan menghambat upaya penanganan COVID-19. Protokol kesehatan hingga keamanan vaksin sangat diperbincangkan dan menjadi perdebatan dimasyarakat. Adanya isu-isu mengenai kandungan yang terdapat dalam vaksin banyak dikabarkan dengan beragam dan menyimpang yang sampai ke masyarakat sehingga masyarakat enggan dan takut untuk di vaksin.

Kondisi ini lah yang juga mempengaruhi teks atau komik daring #dukungvaksinitukeren dalam wacana kampanye vaksinasi COVID-19 dapat terbentuk. Temuan peneliti dalam analisa komik daring ini terdapat beberapa kondisi sosial yang terjadi di masa vaksinasi COVID-19. Hal ini mempengaruhi konstruksi karya serta menggambarkan dalam komik-komik daring ini berupa; lingkungan kesehatan yang memperlihatkan stigma masyarakat yang takut akan jarum suntik, lingkungan sosial khususnya di kalangan remaja yang mulai memerhati serta kritis akan isu-isu yang sedang hangat disekitarnya, serta budaya masyarakat yang memprioritaskan keluarga dan menjadikan sosok kepala keluarga sebagai panutan.

Selain itu, kondisi produksi atau aktifitas author sebagai pelaku media juga dapat mempengaruhi dalam aspek sosialkultural ini. Media pemberitaan pada umumnya yang tidak bisa dilepaskan dari pengaruh ekonomi media (Eriyanto,2008), tetapi media komik ini justru berbeda dan ditemukan lebih longgar akan pengaruh ekonomi media dikarenakan aktifitasnya yang lebih bersifat individual mulai dari produksi hingga publikasi. Sehingga dapat lebih kuat menyandang ideologi serta kepentingan author nya sendiri.

Tema sayembara yang mempersempit author dalam karya komiknya, menimbulkan realitas yang ditampilkan harus mematuhi kepentingan penyelenggara, yang mana dalam penelitian ini melihat kepentingan untuk mendukung program vaksinasi. Adanya hiperealitas yang terpaksa ditampilkan dalam komik, beralawan dengan realitas sosial. Hasil analisa peneliti atas hiperealitas dalam wacana kampanye vaskinasi COVID-19 ini menemukan masyarakat digambarkan manut dan mau menerima vaksinasi COVID-19 yang diberikan lewat jarum suntik. Sementara pada realitas sosial, banyak masyarakat yang enggan dan merasa terpaksa untuk disuntik. Kemudian juga temuan analisa peneliti dari yang digambarkan dalam komik, pihak yang tidak percaya vaksin menjadi setuju dan mengaminkan pihak yang menerima vaksin secara langsung. Sementara dalam keadaan sosial tidaklah mudah untuk mengubah secara langsung atas pandangan seseorang. Komik daring dan fenomenanya di media sosial memanfaatkan keadaan atas perkembangannya yang sedang pesat sebagai kemudi untuk menyebarkan wacana vaksinasi secara hiperealitas.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat ditarik temuan bahwa representasi kampanye vaksinasi COVID-19 dalam komik daring #dukungvaksinitukeren di media sosial instagram ditemukan persamaan dan perbedaan yang diperoleh dari tiga komik daring sebagai unit analisis. Yang pertama, pada tingkat mikrostruktural teks komik daring ini didominasi tujuan mengedepankan sosok atau pihak yang mengupayakan vaksinasi COVID-19. Hal ini dinilai dari cara para author menyajikan dialog dan adegan yang lebih memojokkan ataupun menyoroti mengenai ketakutan dan ketidakpatuhan masyarakat sebagai penyebab masalah dan mengedepankan citra petugas-petugas kesehatan dalam upaya vaksinasi COVID-19 dan masa pandemi.

Pada tingkat mesostruktural, ditemukan penjelasan bagaimana teks komik daring diproduksi dan dikonsumsi. Komik daring di media sosial pada dasarnya dapat berjalan dengan konsep bekerja sendiri sehingga dapat dikatakan bahwa wacana yang terbentuk dari suatu karya komik daring dalam penelitian ini, pada dasarnya berasal dan dilakukan oleh authornya sendiri. Pengaruh terbesar dalam diproduksinya teks komik daring ini paling besar dipengaruhi kepentingan author dalam membuat karyanya. Posisi author sebagai peserta sayembara tentunya harus menunjukkan keberpihakan serta posisi yang sama dengan penyelenggara. Sehingga wacana yang ditampilkan dalam teks tentunya akan terpengaruh untuk menampilkan citra ataupun hiperealitas.

Kemudian pada tingkat makrostruktural, komik daring #dukungvaksinitukeren ini didasari oleh adanya permasalahan dalam penerimaan vaksinasi COVID-19 di masyarakat sebagai upaya dalam kondisi pandemi, serta lingkungan dan budaya masyarakat yang ada. Sehingga terlihat wacana yang disampaikan dari adanya komik daring ini adalah bagaimana masyarakat akan menerima vaksinasi COVID-19 dan memposisikan petugas kesehatan sebagai sosok terpercaya dalam upaya vaksinasi COVID-19.

Sebagai salah satu bentuk wacana, karya berupa komik daring dalam perkembangannya telah menjadikan media sebagai tempat publikasi dan penyebarannya. Media sebagai tempat dan berkembangnya bahasa serta wacana di dunia digital, telah dipengaruhi oleh perilaku masyarakat yang juga beraktifitas dan melakukan tindakan sosialnya yang dibantu teknologi. Sehingga segala sesuatunya yang dalam penelitian ini meliputi isu pandemi dan wacana komik tidak lepas dari pengaruh media sosial. Adanya media sosial telah memberi tempat terbentuknya realitas baru yang disebut dunia atau ruang maya. Ruang maya ini tidak dapat dilihat secara fisik namun kehadirannya dapat dirasakan hingga dampaknya yaitu budaya digital. Komik yang merupakan suatu

produk dari budaya populer juga telah dibantu perkembangannya atas dampak budaya digital. Sehingga kita dapat merasakan bagaimana terpaan-terpaan komik daring yang kita dapati di media saat ini.

Bentuk-bentuk wacana yang dapat kita temukan di media saat ini sangat beragam. Tidak hanya lagi sekedar pemberitaan, bahkan tulisan seseorang di media juga dapat dikatakan sebagai wacana. Komik daring sendiri adalah salah satu bentuk wacana dengan kompleksitas bahasa yang disajikan didalamnya, tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan bentuk wacana-wacana lainnya dan dapat dianalisa dengan cara yang serupa. Komik daring sebagai wacana juga memberikan efek, seperti yang dipahami Fairclough bahwa wacana memberikan andil dan kontribusi dalam mengkonstruksi sistem pengetahuan serta identitas sosial diantara orang-orang (Eriyanto, 2008).

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah paparkan, dapat dipahami bahwa komik merupakan wacana yang sangat dekat dengan manusia, maka komik dapat dikatakan sebagai suatu media yang tak terkalahkan dan efektif. Banyak orang yang dapat memahami komik karena keterkaitan atau pengetahuan yang dimiliki manusia dapat digambarkan didalamnya sehingga konstruksi makna atau informasi akan sangat cepat diterima. Karya komik yang juga memiliki humor dan keelokkannya sendiri dalam memikat pembaca akan menimbulkan kecurigaan yang minim.

Dalam kasus komik daring *#dukungvaksinitukeren* yang diangkat dalam penelitian ini, wacana mengenai kampanye vaksinasi COVID-19 digambarkan dengan memposisikan pihak-pihak yang mendukung vaksinasi COVID-19 diatas daripada pihak lainnya yang diposisikan lebih rendah. Akan tetapi kepentingan yang dibawa dalam wacana ini dengan media komik daring sangat minim untuk dirasakan sebagai pembaca. Tetapi hal ini tentu tetap akan mempengaruhi secara halus konstruksi oleh individu dalam memaknai realitas yang ditampilkan. Hiperealitas yang ditampilkan dalam komik tentu saja dapat diterima dan berpeluang dipercayai masyarakat.

Dari segi produksi komik daring, peneliti juga dapat mengatakan bahwa pembentukan wacana berupa komik akan sangat menguntungkan. Hal ini dilihat dari kepentingan author sebagai pihak yang lebih berkuasa atas ideologinya yang secara tidak langsung pasti akan menempatkan pembaca sehingga dapat menghasilkan cerita yang sangat dekat dengan realitas masyarakat. Author yang juga berkuasa membangun minat pembaca serta pengikut setianya akan menjadi lebih efektif lagi dalam suatu aktifitas media.

Dari penjelasan diatas, peneliti menilai bahwa perkembangan komik daring sendiri akan terus berkembang sejalan dengan perkembangan dan kecanggihan media sosial. Kecanggihan ini lah yang nantinya akan semakin membawa manusia kepada kondisi konsumsi wacana tidak terbandung serta penelusuran mengenai wacana publik di media sosial akan melibatkan kebaruan serta pemanfaatan teknologi nantinya dapat mempengaruhi masyarakat lebih besar lagi. Misalkan masyarakat dalam penggunaan Facebook bukan karena itu adalah suatu media yang baru melainkan sebagai praktik komunikasi kreatif yang mampu mewakili hidup masyarakat (Lee, 2011). Kita tidak dapat memahami wacana dalam media sosial sebagai "produk bahasa teknologi" jika tidak mengamati keadaan sosial, aktivitas dan keyakinan pengguna yang melekat dalam media sosial.

Adanya hiperealitas yang dapat dibuat dan ditampilkan dengan wacana daring berisi narasi kehidupan yang dekat dengan masyarakat dalam media dapat menyebabkan masyarakat yang buta akan wacana aktual. Disisi lain ditemukan juga bagaimana media sosial sebagai tempat dan berkembangnya bahasa di dunia digital, telah dipengaruhi oleh perilaku masyarakat yang juga beraktifitas dan melakukan tindakan sosialnya yang dibantu teknologi. Maka perkembangan media dalam produksi wacana komikdaring dinilai sebagai media yang paling dekat serta bentuk wacana yang efektif dalam menanamkan kekuasaan ataupun dominasi beserta kepentingannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian diatas Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah paparkan, dapat dipahami bahwa komik merupakan wacana yang sangat dekat dengan manusia, maka komik dapat dikatakan sebagai suatu media yang tak terkalahkan dan efektif. Adapun uraian tersebut dirangkum dari temuan pada masing-masing tingkatan analisis wacana kritis Fairclough.

Dalam tingkat mikrostruktural dalam komik daring #dukungvaksinitukeren di media sosial instagram direpresentasikan wacana yang seluruhnya memposisikan dirinya sebagai bagian dari pihak yang mengupayakan vaksinasi COVID-19, bukan pihak yang disasarkan atas wacana yang dibentuk. Hal ini dinilai dari cara author menyajikan dialog dan adegan yang lebih memojokkan ataupun menyoroti mengenai ketakutan dan ketidakpatuhan masyarakat dalam upaya vaksinasi COVID-19 dan masa pandemi. Author seolah-olah menempatkan dirinya sebagai sosok dengan posisi menyampaikan pesan mengenai vaksinasi COVID-19 ini diperuntukkan kepada masyarakat yang takut dan tidak patuh.

Dalam tingkat mesostruktural dalam komik daring #dukungvaksinitukeren di media sosial instagram direpresentasikan bahwa dalam pembuatan wacana dilakukan secara pribadi oleh author. author terlepas dari pengaruh apapun dalam proses produksi karya komiknya. Teks yang dibentuk merupakan hasil konstruksi wacana oleh author sendiri. Sehingga dapat dipahami bahwa media komik daring ini dinilai lebih jujur dan dekat dengan pembaca. Sebagai konsumen atas komiknya, pembaca menangkap cerita dan visual yang disajikan kemudian dikaitkan dengan diri mereka. Hal ini menimbulkan kesamaan dan rasa saling terhubung yang pada proses konsumsinya, pembaca mendapat pengaruh besar dari author. Hal ini dapat ditemukan dari aktivitas author dalam akun instagramnya serta ciri khas yang ditonjolkan author dalam karya komik ataupun ilustrasinya yang merupakan ciri khas yang telah dibangun sendiri dan tidak tercampuri pengaruh-pengaruh atau pihak lain. Prosesnya lebih dipengaruhi atas motivasi para komikus-komikus dalam membuat dan mempublikasikan karya-karyanya.

Dalam tingkat makrostruktural dalam komik daring #dukungvaksinitukeren di media sosial instagram direpresentasikan bahwa kondisi dan keadaan sosial yang secara tidak langsung telah dipengaruhi wacana komik daring berupa permasalahan mengenai upaya penanganan COVID-19 dengan vaksinasi yang tidak diterima masyarakat sehingga adanya inisiatif berupa sayembara komik strip yang diselenggarakan oleh bank BRI di Instagram serta kondisi sosial yang digambarkan dalam komik tersebut yakni, berupa; lingkungan kesehatan yang memperlihatkan stigma masyarakat yang takut akan jarum suntik, lingkungan sosial khususnya di kalangan remaja yang mulai memerhati serta kritis akan isu-isu yang sedang hangat disekitarnya, serta budaya masyarakat yang memprioritaskan keluarga dan menjadikan sosok kepala keluarga sebagai panutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bungin, B . 2011. Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media Group Eriyanto. (2008). Analisis Wacana.
- [2] Pengantar analisis teks media. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta
- [3] Davies, Paul. (2019). Comics as Communication: A Functional Approach. 10.1007/978-3-030-29722-0.
- [4] Fairclough, N. (2010). Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. Edinburg: Longman.
- [5] Haryatmoko. (2016). Critical Discourse Analysis: Landasan, Teori, Metodologi, dan Penerapan. Jakarta: Rajawali
- [6] Press. Logan, R. K. (2010). Understanding new media: extending Marshall McLuhan. Peter Lang. Diakses dari:
https://www.google.co.id/books/edition/Understanding_New_Media/Z8RhVp7B5uAC?hl=en&gbpv=0
- [7] McCloud, S. (1993). Understanding comics: The invisible art (1st HarperPerennial ed.). New York: Harper.
- [8] _____. (2006). Making comics: storytelling secrets of comics, manga and graphic novels. New York: Harper.
- [9] Mulyana, Deddy. (2021). Belajar Komunikasi Lewat Cerita dan Humor. Jakarta:Prenada Rahadian Tri, B. (2021). Komik Media yang Terus Bergerak. Yogyakarta:Jejakpustaka
- [10]Astuti, N. P., Nugroho, E. G. Z., Lattu, J. C., Potempu, I. R., & Swandana, D. A. (2021). Persepsi Masyarakat terhadap Penerimaan : Literature Review. Jurnal Keperawatan, 13(3), 569–580. <https://doi.org/10.32583/keperawatan.v13i3.1363>
- [11] Bahri, S., & Sosial, M. (2021). Literasi Digital Menangkal Hoaks Covid-19 Di Media. 10(1), 16–28.
- [12] Buckley, C., & Nerantzi, C. (2020). Effective Use of Visual Representation in Research and Teaching within Higher Education. International Journal of Management and Applied Research, 7(3), 196–214. <https://doi.org/10.18646/2056.73.20-014>
- [13] Chris Reys-Chikuma (2020): #spirou4rights : a critical perspective on promoting human rights through comics, Modern & Contemporary France, DOI: 10.1080/09639489.2020.1752164
- [14] Chou, W. Y. S., & Budenz, A. (2020). Considering Emotion in COVID-19 Vaccine Communication: Addressing Vaccine Hesitancy and Fostering Vaccine Confidence. Health Communication, 35(14), 1718–1722. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1838096>
- [15] Ciléin Kearns & Nethmi Kearns (2020) The role of comics in public health communication during the COVID-19 pandemi, Journal of Visual Communication in Medicine, 43:3, 139-149, DOI: 10.1080/17453054.2020.1761248
- [16] Cooper-Cunningham, D. (2020). Drawing Fear of Difference: Race, Gender, and National Identity in Ms. Marvel Comics. Millennium: Journal of International Studies, 48(2), 165–197. <https://doi.org/10.1177/0305829819889133>
- [17] Dhama, K., Sharun, K., Tiwari, R., Dhawan, M., Emran, T. Bin, Rabaan, A. A., & Alhumaid, S. (2021). COVID-19 vaccine hesitancy - reasons and solutions to achieve a successful global vaccination campaign to tackle the ongoing pandemi. Human Vaccines & Immunotherapeutics, 17(10), 3495–3499. <https://doi.org/10.1080/21645515.2021.1926183>
- [18] Fauzan, Umar. (2014). Analisis Wacana Kritis dari Model Fairclough hingga Mills. Dalam Jurnal Pendidikan, Vol. 6 (1): 1—15.
- [19] HaenLein, A. K. & M. (2010). User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons.
- [20] Haryatmoko, J. (2015). Kondisi Ideologis Dan Derajat Keteramalan Analisa Wacana Kritis Norman Fairclough.
- [21] Haider, A. S. (2019). Syrian-Lebanese relations: A corpus-based critical discourse analysis of Bashar Al-Assad’s speeches and interviews. Dirasat, Human Social.

- [22] Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jom Fisip*, 4(2), 1–12.
- [23] Huang, Y. T., & Su, S. F. (2018). Motives for Instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(8), 77.
- [24] Iskak, I., Rusydi, M. Z., Hutauruk, R., Chakim, S., & Ahmad, W. R. (2021). Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Vaksinasi Di Masjid Al – Ikhlas, Jakarta Barat. *Jurnal PADMA: Pengabdian [25]Dharma Masyarakat*, 1(3). <https://doi.org/10.32493/jpdm.v1i3.11431>
- [25] Luz, P. M., Brown, H. E., & Struchiner, C. J. (2019). Disgust as an emotional driver of vaccine attitudes and uptake? A mediation analysis. *Epidemiology & Infection*, 147.
- [26] Lushington, G. H. (2020). Perspective on the COVID-19 coronavirus outbreak. *Combinatorial chemistry & high throughput screening*, 23(2), 90-91.
- [27] Masitoh, M. (2020). Pendekatan dalam Analisis Wacana Kritis. *Edukasi Lingua Sastra*, 18(1), 66-76.
- [28] Paramitha, N. P. (2021). Social Domination and Marginalization in Shirley Jackson's *The Lottery*: Critical Discourse Analysis and Appraisal Study. *Journal of English Language Teaching and Linguistics*, 6(1), 111–124.
- [29] Permatasari, N., & Trijayanto, D. (2017). Motif Eksistensi melalui penggunaan tagar (#OOTD) di media sosial instagram. *Jurnal Promedia*, 3(2), 252-73.
- [30] Ramadhan, B. S. (2020). Kajian Industri Komik Daring Indonesia: Studi Komik Tahilalats. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 8(1), 2-18.
- [31] Salali, G. D. (2020). COVID-19 vaccine hesitancy is associated with beliefs on the origin of the novel coronavirus in the UK and Turkey. *i*, 26–28.
- [32] Shereen, M. A., Khan, S., Kazmi, A., Bashir, N., & Siddique, R. (2020). COVID-19 infection: Origin, transmission, and characteristics of human coronaviruses. *Journal of Advanced Research*, 24, 91–98.
- [33] Widiastuti, N. (2020). Strategi Kampanye Public Relations “Di Rumah Aja” Oleh Pemerintah Republik Indonesia Selama Wabah Covid-19. *VISIONER*, 2(2 Desember), 275-287.
- [34] Yazid, T. P. (2014). Representasi Perempuan Minangkabau dalam Jurnal Perempuan. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 3(1), 28-44.
- [35] Yazid, T.P, S., & Nouratama, F. (2022). Women Representation In Polygamy Genre Tv Drama Series. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 6(1), 1-11. doi:10.25077/rk.6.1.1-11.2022
- [36] Zizzo, J. (2021). The Missing Link in the Covid-19 Vaccine Race. *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 17(5), 1326–1328. <https://doi.org/10.1080/21645515.2020.1831859>.
- [37] Charta Politika (2021) Materi Rilis Survei Nasional: Evaluasi Kebijakan & Peta Politik Masa Pandemi. Diakses dari: <http://www.chartapolitika.com/rilis-survei-nasional-evaluasi-kebijakan-peta-politik-masa-pandemi/> (diakses pada 05 Oktober 2021)
- [38] Handbook Lomba komik dukung vaksinasi. Diakses dari : https://bri.co.id/documents/20123/57167/BRI_Hand_Book_Lomba_Komik_dukungvaksin.pdf/830d1235-0a5a-7f69-6a27-ffbcc665a0ea?t=1624241273028 (diakses pada 05 Oktober 2021)
- [39] Emmanuel khant dalam Youtube: "Melawan Plastik" Comic Strip - Coaching and Awarding. Kanal YT CNN INDONESIA, Diakses dari : <https://www.youtube.com/watch?v=b20rwHbBqn8>
- [40] Harbani, R 2021. Bank BRI Gelar Lomba Komik Strip Berhadiah Total Rp 100 Juta, Ini Syaratnya. Diakses dari <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-5619556/bank-bri-gelar-lomba-komik-strip-berhadiah-total-rp-100-juta-ini-syaratnya> (diakses pada 28 April 2022).