

KOMUNIKASI INTERNAL BANK SYARIAH INDONESIA DALAM MENDORONG KARYAWAN UNTUK MENGIKUTI PROGRAM VAKSINASI

Nanang Wahyudi¹, Dewi Sahda², Rifandi Adi Yudha Tama³
^{1,2,3}LSPR Communication & Business Institute

Naskah diterima tanggal 08-12-2021, direvisi tanggal 26-01-2022, disetujui tanggal 31-01-2022

Abstrak. Penyebaran virus Covid-19 telah membuat pembatasan kegiatan yang terjadi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Namun secara perlahan, virus mulai mereda seiring dengan kebijakan vaksinasi yang sudah diberlakukan. Vaksinasi telah menjadi syarat bagi perusahaan untuk beroperasi. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan perusahaan perbankan yang menerapkan vaksinasi bagi karyawannya. Penelitian ini adalah kajian untuk membahas upaya komunikasi yang dilakukan untuk mendorong karyawan BSI melakukan vaksinasi. Penelitian ini menggunakan metode *mixed-method* dengan desain *sequential exploratory* yaitu penelitian kualitatif terlebih dahulu dan diikuti dengan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam berformat *open-ended question*. Sementara pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan pengisian kuisioner yang dirancang dengan *theory of planned behavior* untuk mengukur minat karyawan dalam mengikuti vaksinasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa BSI melakukan berbagai upaya komunikasi seperti melalui email, grup *WhatsApp*, hingga melakukan pendataan bagi karyawan yang sudah dan belum divaksin. BSI juga memantau aktivitas karyawan dengan pendataan aktivitas karyawan secara konsisten untuk mencegah penularan covid-19. Keberhasilan komunikasi internal BSI juga tidak lepas dari faktor-faktor eksternal seperti harus divaksinasi untuk pergi ke tempat umum, himbauan pemerintah dan saran para ulama untuk divaksinasi, serta aturan dari perusahaan BSI sendiri. Hal ini juga dibenarkan dalam analisis kuantitatif, *subjective norms* merupakan faktor yang paling berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat melakukan vaksinasi. Faktor *attitude* dan *perceived behavioral control* juga berpengaruh positif dan signifikan, meskipun tidak sebesar faktor *subjective norms*. Maka, di samping kesadaran karyawan akan manfaat vaksinasi, keberhasilan komunikasi BSI untuk menumbuhkan minat vaksinasi tidak lepas dari tekanan sosial yang mengharuskan karyawan bersedia untuk divaksin.

Kata kunci: vaksinasi, BSI, *theory of planned behavior*, komunikasi.

Abstract. The Covid-19 virus has made activities in various countries, including Indonesia. But gradually, the virus began to subside along with the program policies implemented. Vaccination has become a requirement for companies to operate. Bank Syariah Indonesia (BSI) is a banking company that implements vaccinations for its employees. This study is a study to discuss the communication efforts made to encourage BSI employees to vaccinate. This research uses mixed methods with sequential exploration design, namely qualitative research first followed by quantitative research. Qualitative data was collected using in-depth interviews in the open-question format. Meanwhile, quantitative data collection was carried out by filling out questionnaires designed with the theory of planned behavior to measure employees' interest in vaccination. The study results stated that BSI made various communication efforts, such as via email and WhatsApp groups, to collect data for employees who had and had not been vaccinated. BSI also integrates employee activities with data collection on employee activities consistently to prevent the transmission of COVID-19. The success of BSI's internal communication also cannot be separated from external factors such as having to be vaccinated to go to public places, government advice and suggestions from scholars to be vaccinated, and regulations from the BSI company itself. Also, this is justified in a quantitative analysis where the subjective norm factor is the most positive and significant factor influencing vaccination. Attitude and perceived behavioral control also have a positive and significant effect, although

not as big as the subjective norm factor. Thus, in addition to employees' awareness of the benefits of vaccination, the success of BSI's communication to foster interest in vaccination cannot be separated from social pressures that require employees to be vaccinated.

Keywords: vaccination, BSI, theory of planned behavior, communication.

PENDAHULUAN

Saat ini seluruh dunia sedang mengalami masalah, terkait penyebaran Virus Covid-19. Merebaknya virus tersebut, membuat seluruh kegiatan dibatasi, bahkan banyak negara yang melarang warganya beraktivitas di luar rumah. Virus ini mulai merebak di Indonesia sejak bulan Maret 2020 dan hingga saat ini masih belum terselesaikan. Dimensi kehidupan manusia secara keseluruhan terkena imbas dari pandemi ini. Contohnya dalam bidang kesehatan, pendidikan, perekonomian, sosial, pekerjaan formal maupun informal, dan lain sebagainya (Yanuar & Ekayanthi, 2020). Namun perlahan penyebaran virus mulai mereda seiring dengan kebijakan vaksinasi yang diterapkan pemerintah untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Pemerintah mewajibkan vaksinasi untuk syarat bepergian ke tempat umum (Kurniawan et al., 2021; Ulya & Jatmiko, 2021). Vaksinasi juga menjadi syarat untuk melakukan aktivitas usaha serta perkantoran di beberapa tempat. Selain itu pemerintah juga mewajibkan masyarakat menggunakan masker dan tidak berkerumun. Perusahaan juga menerapkan hal yang sama untuk para karyawan. Karyawan diwajibkan menggunakan masker, menjaga jarak, tes suhu tubuh, dan tentunya vaksinasi. Tujuannya adalah untuk mencegah penularan virus Covid-19 di lingkungan perusahaan. Salah satu perusahaan yang para pekerjanya langsung datang ke kantor (tidak *work from home*) dan menerapkan protokol kesehatan yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank merupakan tempat umum yang dapat diakses oleh banyak orang sehingga menjadi tempat transaksi yang paling riskan terjadi penularan virus, baik dari sisi uang yang dipegang, interaksi antara nasabah dengan pegawai, ruangan yang ber AC dan tertutup tentu dapat mempermudah penyebaran virus.

Dengan demikian, perusahaan menghimbau karyawan untuk bersedia divaksinasi sehingga penularan dalam lingkungan kantor bisa diminimalisir. Namun, himbauan dan kebijakan terkait vaksinasi menuai beraneka ragam opini. Ada yang proaktif, ada yang peduli, dan ada pula yang setuju tetapi disertai rasa khawatir. Berita hoax yang tersebar dengan cepat tentang vaksin Covid-19 seperti komposisi vaksin yang mengandung bahan berbahaya seperti boarx, formatin, sel vero, dan vaksin yang dibuat dari janin bayi laki-laki. Vaksin pun disebut menimbulkan efek samping seperti kematian, kemandulan, memperbesar alat vital pria, serta memodifikasi DNA manusia (Pratiwi et al., 2021). Rasa tidak percaya terhadap vaksinasi juga tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga di berbagai belahan dunia. World Health Organization (WHO) menyebut hal ini sebagai *vaccine hesitancy* atau keraguan terhadap vaksin sehingga menunjukkan adanya penundaan ataupun penolakan terhadap vaksinasi. Skeptisisme terhadap vaksin pun memiliki hubungan terhadap rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan hal ini berlaku juga di Indonesia (Dewi, 2021). Orang-orang yang tidak percaya kepada vaksinasi kebanyakan mereka yang kurang mendukung peraturan pemerintah, dan kurang menunjukkan keterlibatan sosial dan tidak menerapkan *social distancing* (Christina, 2020). Berdasarkan fakta bahwa masih banyak orang yang tidak percaya atau ragu dengan vaksin Covid-19, memberikan pemahaman bahwa penting untuk menelaah komunikasi-komunikasi yang sedang berlangsung terkait himbauan untuk bersedia divaksinasi. Jika masih banyak kendala yang belum terselesaikan terkait komunikasi yang mengajak masyarakat bersedia divaksin, maka target untuk mencapai *herd immunity* juga akan terhambat. Apalagi hoax tentang vaksinasi yang bisa mengganggu proses komunikasi untuk mendorong masyarakat dalam melakukan vaksinasi.

Kewajiban untuk menunjukkan bukti sudah divaksinasi Covid-19 telah menjadi hal yang penting di DKI Jakarta. Pemprov DKI telah membuat pelaksanaan vaksinasi dengan menerbitkan aturan bagi masyarakat untuk menunjukkan bukti sudah divaksin apabila di ruang publik. Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi, dan Energi (Disnakertransgi) DKI Jakarta telah mengeluarkan aturan baru tentang operasional perusahaan sektor esensial dan kritikal di Jakarta selama masa perpanjangan PPKM Level 4 yaitu perusahaan pada kedua sektor tersebut hanya dapat

memperkerjakan pegawai yang sudah menerima vaksinasi Covid-19 (Rezkiari et al., 2021). Artinya, kebijakan ini sudah merupakan aturan yang harus ditaati oleh kantor dan tidak hanya sampai pada pembuatan aturan saja. Perlu ada peran aktif masyarakat, termasuk karyawan yang bekerja di perusahaan sektor esensial dan kritical dalam menyukseskan program vaksinasi yang sudah berlaku di berbagai wilayah. Masyarakat sebagai kelompok sasaran kebijakan harus menyambut baik program ini agar implementasi berjalan dengan baik (Riris et al., 2021). Dengan demikian, dalam rangka mengetahui apakah himbuan dan aturan vaksinasi sudah tergolong baik dalam mendorong masyarakat bersedia divaksin, perlu dilakukan riset untuk mengetahuinya. Riset untuk memahami komunikasi yang sedang berlangsung tentang vaksinasi sangat diperlukan. Hal ini selaras dengan definisi dari komunikasi yaitu proses menyampaikan ide dari sumber kepada penerima yang dapat menghasilkan perubahan perilaku (Cangara, 2009). Artinya, apabila komunikasi tentang vaksinasi tidak dapat mengubah perilaku yang dalam hal ini adalah melakukan vaksinasi, maka komunikasi tersebut dapat dinyatakan tidak efektif. Penting untuk menerapkan komunikasi yang efektif di mana mampu mempengaruhi perilaku penerima pesan.

Dalam rangka terjadinya perubahan perilaku, pesan yang disampaikan dalam komunikasi harus dapat dipahami. Maka perlu untuk memperhatikan apakah suatu informasi yang dikomunikasikan dapat dipahami atau tidak (Kuswarno, 2001). Perubahan perilaku yang dikehendaki oleh pemberi informasi dapat terjadi apabila penerima informasi memahami apa yang disampaikan. Komunikasi yang berisi himbuan atau dorongan untuk bersedia divaksin yang baik berpotensi menimbulkan minat untuk mengikuti arahan yaitu bersedia divaksin. Minat dapat dipahami sebagai sikap positif yang timbul setelah menerima rangsangan ketika melihat suatu hal tertentu (Wicaksono, 2017). Minat dapat berarti keinginan yang kuat dalam memotivasi seseorang untuk bertindak (Ramadhan et al., 2015). Maka orang yang memiliki minat untuk melakukan sesuatu, ia akan berpotensi untuk melaksanakan hal yang diminati itu. Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori perilaku berencana. Teori ini terdiri dari tiga komponen yaitu sikap terhadap suatu perilaku, norma subjektif, dan kontrol terhadap perilaku. Sikap terhadap suatu perilaku adalah keyakinan fungsional mengenai konsekuensi dari suatu perilaku, disebut juga sebagai keyakinan perilaku (Ajzen, 2005). Definisi dari keyakinan perilaku merupakan kemungkinan subjektif dari individu mengenai hasil dari melakukan suatu tindakan tertentu. Contohnya, menggunakan monitor jantung (perilaku) dapat mendeteksi aritmia jantung atau pengalaman ketidaknyamanan. Keyakinan perilaku dapat memberikan sikap positif maupun negatif. Sementara norma subjektif adalah keyakinan normatif mengenai apakah orang lain menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tertentu. Tekanan sosial dari luar dapat mendorong seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2020). Sementara persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan tentang kapasitas individu atau tingkat kemudahan untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Dengan demikian, minat individu, menurut teori ini dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu sikap terhadap suatu perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Teori perilaku berencana telah diterapkan dalam berbagai penelitian untuk mengetahui minat dalam melakukan sesuatu. Contohnya pada penelitian yang mempelajari pengaruh minat investasi di pasar modal. Teori perilaku berencana dilakukan dan hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan norma subjektif tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi. Namun, persepsi kontrol perilaku memiliki efek positif terhadap minat berinvestasi di pasar modal (Salisa, 2021). Teori perilaku berencana juga digunakan sebagai kerangka teoretis untuk mencari pengaruh elektronik *word of mouth* terhadap minat berkunjung pada tempat wisata Halal di Kabupaten Jombang. Penelitian ini menyatakan bahwa elektronik *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap perilaku, norma subjektif, maupun persepsi kontrol perilaku. Kemudian, penelitian ini juga menyatakan bahwa sikap dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat berkunjung. Hanya saja norma subjektif tidak mempengaruhi karena wisata religi lebih kepada upaya pengunjung dalam mencari ketenangan batin melalui doa dan mengenang perjuangan tokoh agama. Oleh sebab itu, pandangan dari teman atau keluarga tentang tempat wisata yang indah dari segi estetika tidak mempengaruhi minat (Purwanto & Rofiah, 2020). Penelitian lain juga menggunakan teori perilaku berencana

untuk mempelajari minat mahasiswa perguruan tinggi swasta dalam menjadi seorang akuntan. Penelitian ini menyatakan bahwa norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku yang dimediasi oleh variabel minat menjadi akuntan memiliki hubungan yang lemah. Hanya variabel sikap terhadap perilaku yang memiliki hubungan yang cukup kuat (Lukman & Winata, 2017). Teori perilaku berencana dapat menjadi kerangka teoretis untuk memahami minat dalam melakukan suatu perilaku. Dengan demikian, teori perilaku berencana ini menjadi pemikiran teoretis yang akan digunakan pada penelitian ini.

Namun, selain mencari pengaruh antara sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat melakukan vaksinasi, penelitian ini akan meninjau proses komunikasi yang sudah terjalin di Bank Syariah Indonesia (BSI) mengenai himbauan maupun kebijakan tentang vaksinasi. Kajian dalam penelitian ini juga akan mempelajari persepsi para karyawan Bank Syariah Indonesia mengenai vaksinasi maupun kebijakan pemerintah dan kantor mengenai dorongan melakukan vaksinasi. Penelitian ini akan mencakup pemahaman tentang apakah komunikasi yang sudah berlangsung berjalan dengan baik atau tidak. Dalam melakukan komunikasi, penting untuk memahami level dari orang-orang yang ditujukan untuk menerima pesan. Komunikasi yang baik dapat terjalin apabila pesan yang diberikan kepada penerima sesuai dengan tingkatan pemahaman penerima sehingga dapat dipahami (Budi, 2017). Maka, riset pada komunikasi yang berisi himbauan vaksinasi diperlukan untuk memahami apakah penerima pesan dapat memahami atau tidak. Penelitian ini juga akan mencakup pemahaman dari segi persepsi karyawan Bank Syariah Indonesia terhadap himbauan dan kebijakan vaksinasi yang dilakukan pemerintah maupun kantor Bank Syariah Indonesia. Minat karyawan dalam melakukan vaksinasi juga akan ditinjau menggunakan teori perilaku berencana. Di samping itu, persepsi dan pemahaman karyawan Bank Syariah Indonesia tentang himbauan dan kebijakan vaksinasi juga dipelajari. Penelitian ini hendak menjawab bagaimana proses komunikasi internal Bank Syariah Indonesia (BSI) terkait himbauan vaksinasi, persepsi karyawan terhadap himbauan tersebut, serta bagaimana minat mereka dalam mengikuti vaksinasi. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana proses komunikasi internal Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berisi himbauan vaksinasi yang sudah terjalin, persepsi dari karyawan mengenai himbauan dan kebijakan vaksinasi, serta kaitannya terhadap minat terhadap mendukung program vaksinasi dan ketersediaan diri untuk mau divaksin.

METODE PENELITIAN

Paradigma pada penelitian ini adalah pragmatisme yang menitik beratkan kepada manfaat dari pengetahuan ketimbang strukturnya (Dardiri, 2007). Paradigma ini memandang bahwa dunia terdiri dari berbagai realitas, tidak bersifat satu realitas absolut. Oleh sebab itu, berbagai pendekatan dapat dilakukan untuk memahami realitas (Sudaryono, 2019). Dengan paradigma ini, peneliti dapat menggunakan berbagai pendekatan, teknik, dan prosedur untuk memahami realitas yang hendak diteliti (Creswell, 2014). Desain dari penelitian ini adalah *sequential exploratory* yaitu penelitian menggunakan metode kualitatif dan dilanjutkan pada metode kuantitatif. Kombinasi pada penelitian ini bersifat menyambung hasil penelitian tahap kualitatif dan tahap kuantitatif. Desain ini menggabungkan metode penelitian kualitatif yang umumnya menghasilkan hipotesis atau teori dengan metode kuantitatif yang bertujuan menguji hipotesis dengan fakta di lapangan (Sugiyono, 2015). Pengambilan data kuantitatif dilakukan dengan membuat kuisioner di mana hasil pengisian kuisioner tersebut diolah dengan perangkat lunak statistik yaitu SPSS 16. Sementara pada data kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara. Format penelitian kualitatif pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan cara mengolah data melalui analisis terhadap faktor-faktor yang berkaitan dengan objek penelitian serta menyajikan data secara mendalam (Aziz et al., 2020). Format wawancara adalah menggunakan format wawancara mendalam dengan pertanyaan *open-ended* yaitu memberikan ruang bagi peneliti untuk memperoleh jawaban yang lebih variatif dari informan (Gunawan, 2017). Wawancara dengan pertanyaan *open-ended* memberikan ruang bagi informan dalam mengekspresikan jawaban mereka (Trisliatanto, 2020).

Data kualitatif diperoleh melalui wawancara secara daring dengan lima narasumber yaitu pihak pimpinan Bank Syariah Indonesia.

HASIL PENELITIAN

Bank Syariah Indonesia telah melakukan berbagai cara untuk menghimbau karyawan dalam mengikuti vaksinasi. Beberapa di antaranya adalah memberikan himbauan di grup *WhatsApp* untuk segera melakukan vaksinasi bagi yang belum. Grup *WhatsApp* juga menjadi sarana untuk saling mengingatkan pengisian rutin harian Covid-19 *Information System* (CIS) di mana karyawan dapat mengisi berbagai data seperti apakah sudah melakukan vaksinasi, berapa jumlah dosis vaksinasinya, termasuk juga di hari Sabtu dan Minggu karyawan diminta mengisi data mengenai bepergian ke mana, menggunakan kendaraan apa, serta melakukan konfirmasi apakah menerapkan protokol kesehatan atau tidak. Pihak HRD sering mengingatkan karyawan untuk melakukan vaksinasi, bahkan langsung menelepon karyawan yang sudah melakukan vaksinasi untuk segera didata oleh perusahaan. Pihak HRD juga memberikan informasi mengenai kegiatan vaksinasi yang dapat diikuti oleh karyawan. Salah satu narasumber yaitu Indra Utama selaku *Staff Community Retail Sales Development* menyatakan “saya ditelepon dari HRD, untuk ditanyakan langsung karena memang, mungkin, dari saya sendiri. Saya tidak tahu cara mengupdate ke perusahaan bagaimana caranya kalau saya sudah vaksin, mau lapor ke mana. Kebetulan setelah saya vaksin, beberapa hari kemudian dapat telepon dari pihak HRD untuk menanyakan terkait vaksinasi.” Ia pun menambahkan “kalau saya mendapat WA grup dari grup saya. Cuma kadang terbaca dan terkadang tidak. Kebetulan mungkin, saya baca itu pas banget pas dikirim dan saya buka tapi kadang-kadang diinformasi tapi tidak terbaca, mungkin terlewat.”

Indra pun menyatakan bahwa ia sudah divaksin sebanyak 2 kali dengan vaksin Sinovac. Ia pun menyatakan bahwa ia sangat setuju dengan kegiatan vaksinasi yang dilaksanakan pemerintah. Ia menuturkan, “vaksin ini langkah pemerintah untuk meminimalisir pandemi yang terjadi di Indonesia, jadi upaya pemerintah. Jadi kita sebagai warga negara yang baik, harus ngikutin arahan dari pemerintah. Bahkan tidak hanya pemerintah, ulama juga menganjurkan untuk mensupport upaya pemerintah ini.” Ia pun menyatakan bahwa ia sangat mendukung upaya BSI dalam memberikan himbauan untuk melakukan vaksinasi. Ia menyatakan “harapannya vaksin ini memberikan efek yang positif dalam arti kebal terhadap covid tersebut.” Ia pun menambahkan “manfaat dari sisi transportasi, saya aktivitas, mau vaksin atau tidak vaksin, saya rutin naik motor. Jadi, dari sisi transportasi, tidak ada efek sama sekali. Cuma dari sisi, untuk kegiatan aktivitas di luar seperti kerja, jalan-jalan ke mall, itu kan ada beberapa persyaratan salah satunya harus divaksin. Itu cukup memudahkan saya untuk beraktivitas.” Baginya, vaksinasi memberikan manfaat selain di aspek kesehatan seperti ketika bepergian ke tempat umum. Indra pun menuturkan “sudah merasa terjamin dan badan kuat” yang berarti ia mengonfirmasi bahwa vaksinasi memberikan perasaan aman bagi dirinya.

Mengenai vaksin booster dosis ketiga, ia menuturkan bahwa ia harus mencari tahu lagi. Ia berkata “saya harus mengikuti anjuran, mempertimbangkan anjuran pemerintah dan ulama. Kalau saya pribadi, patokan saya pemerintah dan ulama. Nah, kedua, apabila keduanya tersebut memang sudah menganjurkan, insha Allah, saya akan ikut. Dengan saya sudah ngerasa yakin di pilihan pertama bahwasannya itu sudah aman.” Ia menunggu himbauan dari pemerintah dan ulama untuk vaksinasi booster dosis ketiga. Indra juga sudah mengunduh aplikasi Peduli Lindungi dan ia mengakui bahwa ia merasa aman bertemu dengan banyak orang setelah melakukan vaksinasi. Mobilitasnya, menurut pengakuannya adalah bertemu dengan banyak orang seminggu kurang lebih sebanyak tiga atau empat kali. Ia pun menuturkan harapannya terkait program vaksinasi yaitu “harapan saya, mudah-mudahan, pertama, pastinya kita berharap pandemi akan segera berakhir, setelah adanya upaya dari pemerintah dalam membuat program-program ataupun pencegahan terkait covid, salah satunya lewat vaksinasi. Harapan saya terhadap BSI, saya harap BSI sebagai perusahaan BUMN, itu bisa mendukung full 100 persen, upaya-upaya pemerintah dalam menanggulangi covid-19 ini. Selain itu, saya harap BSI bisa memberikan masukan atau ide-ide, terkait dengan penanggulangan covid ini kepada pemerintah.” Pertanyaan ini menyatakan bahwa ia mendukung segala upaya

pemerintah terkait himbauan dan kebijakan vaksinasi dalam rangka meminimalisir penyebaran covid-19.

Dalam sudut pandang Indra, bentuk-bentuk komunikasi yang sudah dilakukan Bank Syariah Indonesia adalah dalam bentuk memo yang dibagikan di grup *WhatsApp*. Ia menuturkan *“saya tahu, hanya tahu dari grup WA saja, terkait informasi covid, termasuk informasi vaksin dan sebagainya. Memo yang bisa dibagi dan itu lagi-lagi kadang terbaca kadang engga sama saya.”* Ia pun menambahkan *“sebelum ada himbauan juga, sebenarnya saya tertarik ikut vaksinasi, Cuma memang nyari momen yang pas saja.”* Namun, ia kurang tertarik dengan komunikasi dari grup *WhatsApp*. Indra mengatakan *“kalau secara media, yang saya dapatkan hanya dari WA grup dan dari WA grup tersebut, saya kurang tertarik karena menurut saya itu kurang efektif untuk menyentuh setiap karyawan BSI. Saya sendiri saja kadang baca, kadang tidak. Kalau bisa lewat email karyawan atau email pribadi yang ada di sistem kepegawaian.”* Ia menyatakan bahwa Bank Syariah Indonesia masih belum memberikan informasi yang cukup dan ia memberi usul untuk memberikan email kepada karyawan. Dalam pandangan Indra, ada beberapa karyawan yang saling mengajak karyawan lain juga untuk melakukan vaksinasi. *“Kalau secara keseluruhan, ada sih beberapa yang mengingatkan, cuma tidak banyak, kalau dipresentase kecil yang mengingatkan.”* Ia pun mengetahui adanya *covid ranger* dari Bank Syariah Indonesia. *“Covid ranger ada dan kebetulan di grup saya memang diingatkan rutin pas weekend. Kalau Senin sampai Jum’at kadang-kadang sih diingatin. Cuman kalau weekend, beliau mikir, ini sangat rawan karena kita aktivitas bisa kemana-mana kalau weekend. Biasa yang inten itu Sabtu-Minggu kalau diingatkan sama covid ranger.”*

Sudut pandang Indra Utama yang menyatakan tidak ada email berbeda dengan narasumber dari Bank Syariah Indonesia lainnya yaitu Dwi Januar Luqmansyah. Beliau sebagai *Loyalty, Benefit and Merchant Relation Manager* di Bank Syariah Indonesia. Luqman mengurus nasabah prioritas dan bekerja di kantor pusat. Luqman mengatakan *“ada dua yaitu WA blast melalui sekretaris. Kemudian sekretaris akan menginformasikan jadwalnya termasuk ada link yang harus didaftarkan. Kemudian (yang kedua) ada juga email memang. Di email itu, tapi untuk email biasanya lebih ke terkait edukasi bahwa vaksin itu aman, langkah-langkahnya seperti apa saja untuk menghindari dari penyakit covid-19 sendiri, termasuk adalah mengikuti vaksin di dalamnya.”* Penuturan Luqman ini menjadi bantahan bahwa sesungguhnya pemberitahuan lewat email bagi karyawan sudah dilakukan. Namun, penuturan Indra Utama menjadi bukti bahwa belum semua karyawan yang mengetahui ataupun mengecek adanya pemberitahuan tentang vaksinasi yang diberikan lewat email. *“Saya kebetulan waktu itu baru masuk setelah dimerger. Saya justru sangat tertarik ya, karena saya memikirkan setiap pagi itu ada ikrar zero covid-19 di mana poin ketiga kita diingatkan terus, jaga diri, jaga keluarga, jaga BSI dari bahaya covid-19. Justru saya ingin segera ikut, waktu itu nama saya belum keluar waktu jadwal pertama. Jadi saya langsung daftar. Kemudian saya langsung mengikuti yang di Istora Senayan dan setelah itu alhamdulillah jadwalnya cukup tepat waktu disediakan dengan baik, diakomodir dengan baik oleh perusahaan dan alhamdulillah dari situ keluarga saya juga diberi undangan untuk vaksin di atas 12 tahun sehingga menurut saya ini cukup baik koordinasi untuk sosialisasi vaksinasinya.”* Ia menyatakan bahwa dirinya sudah ingin mendaftarkan sejak jadwal vaksinasi pertama dan mengapresiasi koordinasi dan sosialisasi dari perusahaan.

Ia pun mengonfirmasi bahwa perusahaan BSI tidak memberikan sanksi tetapi sering memberikan himbauan bagi karyawan yang mangkir dari vaksinasi. *“Kalau yang saya lihat sepertinya, sanksi tidak ada, tapi himbauan berkali-kali, terus dilakukan. Dari pihak sekretaris, selalu terus mendata, dia update terus ya. Misalnya siapa yang sudah vaksin, siapa yang belum. Nanti akan diingatkan kembali, ayo untuk siapa yang belum vaksin. Menurut saya yang paling efektif adalah ketika pemerintah saat ini memberlakukan berbagai macam aplikasi, kan ada Peduli Lindungi. Jadi kalau misalnya masuk ke mall, misalnya mau menggunakan sarana kereta api atau angkutan publik, mereka harus menunjukkan kartu vaksinasi atau cek in di aplikasi Peduli Lindungi. Itulah kadang, kalau saya pikir yang membuat orang tertarik, termotivasi untuk segera vaksin. Jadi, bagus juga sih menurut saya. Jadi bukan karena menghindari penyakit tetapi karena ada kebutuhan dengan menggunakan angkutan umum atau juga harus ke mall atau tempat-tempat lain.”* Luqman mengonfirmasi bahwa ada faktor-faktor

eksternal seperti perlu menunjukkan kartu vaksinasi dan cek in di aplikasi Peduli Lindungi. Luqman menambahkan bahwa kondisi tersebut sangat lah efektif. *“itu sih sangat efektif menurut saya karena hampir, semua orang aware harus vaksin.”*

Luqman menyebutkan ada sosialisasi dari tim *Business Continuity Management (BCM)* Bank Syariah Indonesia, koordinasi dilakukan oleh sekretaris lewat grup. *“Untuk di BSI sendiri ada sosialisasi terutama dari BCM. Mereka itu akan mengajak vaksinasi biasa lewat dari sekretaris. Sekretaris masing-masing grup, kalau untuk di kantor pusat lewat grup ya, karena kalau di kantor pusat kebetulan di Jakarta semua ya, jadi lebih terstruktur khusus di Jakarta terutama. Mereka akan menginformasikan kapan jadwal vaksin kemudian nama-nama pegawai yang akan dimasukkan ke jadwal hari apa untuk vaksinnya. Kemudian setelah dilakukan untuk pegawai, ada juga pegawai jujur saja yang mangkir itu istilahnya. Jadi mereka baru vaksin sekarang-sekarang ini karena kan sebenarnya ini sudah dilakukan sejak sekitar, sebelum bulan puasa yaitu sekitar bulan April. Nah ternyata baru ada pegawai yang juga sekarang-sekarang karena memang mungkin faktor-faktor eksternal di luar juga, kan ada juga isu vaksin itu seperti ini, A, B, C, D. Mungkin juga mereka terpengaruh. Pada akhirnya mereka juga mau vaksin. Termasuk untuk keluarga diakomodir juga oleh kantor. Jadi setelah pegawai, setelah pelaksanaan vaksin, kesempatan untuk keluarga juga diberikan oleh kantor.”*

Luqman menyatakan bahwa pihak manajemen sering mengingatkan bagi orang-orang yang belum mengisi *Covid-19 Information System (CIS)* terkait beberapa hal seperti apakah keluar rumah atau tidak, memakai kendaraan apa, tujuan ke mana, apakah sudah mengikuti protokol kesehatan. *“Setiap hari itu, bahkan di hari libur pun, kita harus mengupdate apa yang kita lakukan gitu ya. Kalau di hari kerja, kita harus mengupdate, kita melakukan WFH atau WFO dan kita ada pengaturan untuk split dari jam kerja, karena supaya membatasi dari kapasitas tentunya. Kemudian, di hari weekend kita harus melaporkan aktivitas kita, apakah kita keluar rumah atau tidak. Kalau keluar rumah, menggunakan kendaraan apa, ataupun tujuan ke mana, apakah sudah mengikuti protokol kesehatan, menggunakan masker, hand sanitizer dan lain-lain, lengkap disediakan di situ. Tentunya, ini menjadi concern dari management.”* Luqman juga menambahkan bahwa perhatian dari manajemen sangat luar biasa mengenai vaksinasi dan protokol kesehatan bagi karyawan. *“Kita diingatkan lagi, bahkan melalui Group Head masing-masing untuk segera mengisi dari aplikasi CIS. Bahkan diingatkan di rapat direksi. Concern manajemen sangat luar biasa terhadap awareness covid-19 ini.”* Ia menyatakan bahwa karyawan saling mengajak untuk melakukan vaksinasi. *“Kalau di unit kerja saya sendiri itu saling mengajak. Justru vaksinasi itu is a new trend gitu lho. Kalau misalnya, kadang orang-orang posting sudah vaksin dan mungkin diupdate di IG story ataupun di sosial medianya untuk memotivasi teman-teman yang lain.”* BSI juga membagikan data tentang karyawan yang sudah divaksin maupun yang belum divaksin di grup *WhatsApp*. *“Datanya dishare di grup dan diingatkan oleh GH kami.”* Hal ini dapat mendorong karyawan untuk melakukan vaksinasi. Bahkan Group Head (GH) di *WhatsApp* juga memiliki kesadaran yang cukup tinggi karena pernah positif Covid-19. *“Kebetulan GH kami pernah positif. Jadi secara ga langsung, kesadaran GH juga tinggi karena jangan sampai positif seperti saya (GH tersebut).”*

Informasi lainnya yang disampaikan oleh Luqman juga menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan BSI untuk mendorong kegiatan vaksinasi cukup efektif. *“Saya rasa cukup efektif, karena bagaimanapun karena dishare di grup kan ya. Kemudian, kebetulan GH kami pernah positif dan beliau juga sangat mendorong dan menganjurkan untuk semuanya, agar karyawan itu 100 persen divaksinasi. Apalagi kalau menurut saya, banyak juga GH-GH di grup lain yang terkena ya. Nah biasanya awarenessnya lebih tinggi lagi tuh. Supaya mempreventif karyawan agar tidak terkena atau positif covid-19.”* Dalam wawancara bersama Luqman, ia mengakui bahwa GH yang sebelumnya terkena covid-19 memiliki kesadaran yang lebih terhadap pentingnya vaksinasi. Oleh sebab itu, para GH tersebut sering mendorong karyawan-karyawan yang berada di grup *WhatsApp* untuk melakukan vaksinasi. Wawancara selanjutnya bersama narasumber bernama Arfina Ratna Sari selaku Manager *Trade Sales di Transaction Banking Group*. Ia menyatakan bahwa posisi *Trade Sales di Transaction Banking Group* mengharuskan dirinya untuk bertemu dengan nasabah. *“Saya sendiri ada di Trade Sales dan pekerjaan saya setiap hari akan bertemu dengan banyak orang, dengan nasabah”* Meskipun

dahulu biasanya melakukan kontak melalui Zoom atau Google Meet, bertemu langsung juga dilakukan karena pandemi yang sudah mulai menurun. “Jadi memang kalau kemarin, awal-awal masa pandemi. Jadi kami kontak sama nasabah via Zoom atau via Google Meet atau segala macam.” Ia pun mengklaim bahwa BSI cukup informatif dalam memberikan info seputaran vaksinasi. “Jadi BSI ini cukup, sangat informatif banget ya dan memperhatikan bukan hanya karyawan saja. Tetapi sampai, kalau saya, suami dan anak-anak. Kami baru dapat blast. BSI itu suka ada memo kemudian memo tersebut dikirimkan ke grup-grup masing-masing dan dishare ke grup. Mereka itu memperhatikan kita apakah sudah vaksin atau belum. Bahkan BSI mengadakan vaksin mandiri. Jadi tiap hari sabtu, ayo yang belum vaksin, nanti daftar. Nanti diadakan di salah satu kantor kita. Termasuk hari ini tadi orang tua yang didata, sudah bukan anak dan pasangan.”

Arfina menginformasikan bahwa pendataan BSI cukup baik. “Jadi, kalau dari sampai sekarang hampir sama. Saking perhatiannya BSI kepada karyawannya. Itu sampai nama-namanya pun sampai nama pasangan di data full itu semuanya dan ketahuan kita juga ada sebenarnya, kita bilangnyanya C-19. Itu kita harus input apakah kita sudah vaksin pertama, vaksin kedua. Ketika ternyata belum vaksin, nama kita itu akan terus muncul sampai akhirnya direminder sama BSI. Jadi setiap minggu direminder, ayo ini nama-nama yang belum vaksin. Silahkan masukkan nanti dimasukkan di tempat yang sudah ditentukan oleh BSI dan itu banyak banget peminatnya.” Hal ini serupa dengan informasi yang diberikan oleh narasumber-narasumber sebelumnya bahwa ada aplikasi yang mendata karyawan-karyawan yang sudah divaksin dan belum. Kemudian bagi yang belum vaksin akan diingatkan untuk segera mengikuti kegiatan vaksinasi. Informasi yang disampaikan oleh Arfina bahwa BSI menggunakan memo sebagai media untuk mendorong karyawan melakukan vaksinasi juga dikonfirmasi oleh Billy Angga Edward yang menjabat sebagai *Micro Banking Group Staff* di kantor pusat. “Himbauan selain dari memo, kemudian dari sistem juga, kemudian yang aktif itu kita punya leader. Jadi setiap hari itu ia mengingatkan yang belum vaksin.” Informasi ini selaras dengan narasumber sebelumnya bahwa ada unit seperti *Covid Ranger* yang senantiasa mengingatkan karyawan yang belum melakukan vaksinasi. Billy pun mengonfirmasi bahwa BSI sekarang juga memfokuskan bagi keluarga karyawan yang belum melakukan vaksinasi. “Sisanya, keluarganya yang belum-belum sama didata yang belum yang mana keluarganya.” Ia memberitahukan bahwa sebelumnya ia pernah ragu untuk melakukan vaksinasi dan sertifikasi vaksin menurutnya cukup baik dalam mendorong karyawan untuk bersedia divaksin. “Pertama, saya juga ragu karena ada beberapa case yang menurut saya membuat takut dari sakit hingga meninggal. Mungkin mereka (orang lain) pun begitu juga tapi setelah dicek terlebih dahulu trus efek sampingnya itu seperti apa, semua mau. Sekarang rata-rata naik kereta, rata-rata pakai sertifikasi vaksin jadi mau tidak mau mereka divaksin.” Informasi ini seperti dengan yang dinyatakan oleh Luqman bahwa menurutnya kondisi yang mengharuskan menunjukkan sertifikasi vaksin di beberapa tempat cukup efektif.

Senada dengan beberapa narasumber lainnya, Billy pun menuturkan bahwa ia merasa lebih aman karena sudah divaksin. “Betul, merasa lebih aman karena sudah divaksin.” Ia menyatakan bahwa hingga kini BSI masih mengupayakan karyawan yang belum vaksinasi untuk segera mengikuti vaksinasi. “Setiap hari, kita ada yang namanya C-19. Dari keluarga, transportasi, semua didata. Libur pun WFH itu didata semua dan setiap hari kita harus mengisi itu.” Ia menyatakan bahwa perusahaan sangat peduli dengan karyawannya. Melalui wawancara yang telah dilakukan, ia mengonfirmasi bahwa dirinya merasa lebih aman untuk bertemu dengan nasabah karena sudah divaksinasi. Informasi dari Billy serupa dengan yang disampaikan oleh Loli Norita selaku *Department Head State Owned Enterprise (Dept. Head Institutional Banking for BUMN)* di Bank Syariah Indonesia. “Luar biasa pokoknya kalau di BSI itu sangat ketat terhadap penanganan Covid. Kita punya satgas. Jadi begitu ada yang dinyatakan positif, satgas langsung bergerak atur lock-down, itu awal-awal itu. Tapi setelah ada vaksin memang kita diwajibkan vaksin. Kita setiap pagi dibrainwash. Setiap pagi briefing. Itu kita punya ikrar zero covid. Sangat seriusnya BSI dalam hal untuk menyarankan karyawannya untuk wajib vaksin dan alhamdulillah sekarang sudah 100 persen.” Kepedulian BSI terhadap karyawan membuahkan hasil hingga 100 persen karyawan sekarang sudah divaksinasi. Ia pun

membenarkan bahwa BSI selalu mengingatkan setiap karyawan untuk melakukan vaksinasi. *"Pimpinan unit kerja masing-masing selalu harus mengingatkan karyawan yang belum vaksin untuk segera vaksin karena setiap hari kita diingatkan, kita dan keluarga."* Loli pun tidak perlu berpikir panjang untuk melakukan vaksinasi. *"Kalau saya sih, tertarik. Saya pinginnya aman. Rata-rata semuanya, rasanya, teman-teman, satu pemikiran dengan saya, semua, insan-insan BSI."* Ia pun mengonfirmasi bahwa BSI memiliki *form Covid-19 Information System (CIS)* yang harus diisi. *"Itu ada form CIS. Itu setiap hari kita diminta untuk mengisi kegiatan kita. Kalau keluar rumah, kita diingatkan apakah suhu badan Anda, misalnya berapa. Trus menggunakan jaket, menggunakan masker dan selalu harus kita isi. Sampai pulang rumah, kita harus mengisi jam berapa."* Loli mengungkapkan kepedulian BSI dan komunikasi melalui *form Covid-19 Information System (CIS)* sebagai alat untuk memantau aktivitas para karyawan.

Ia menyatakan bahwa mengisi form tersebut dengan senang hati. *"Kita dengan senang hati mengisi karena memang itu sebagai monitor kita juga."* BSI selalu mengingatkan karyawannya untuk segera mengisi form tersebut. *"Jadi setiap sabtu-minggu ada satgasnya yang mengingatkan kita di WA grup."* Namun, BSI tidak melakukan pemaksaan bagi para karyawan yang belum bisa melakukan vaksinasi. *"Kalau hukuman sih, saya rasa engga. Cuma kan memang ada teman-teman yang sudah pernah terkena Covid. Mereka harus menunggu dulu, 3 bulan. Setelah itu mereka didaftarkan lagi untuk vaksin. Saya rasa belum ada sih orang yang menolak untuk divaksin."* Informasi yang disampaikan oleh Loli Norita bahwa menurutnya tidak ada dari karyawan yang menolak vaksin dan semua teman-teman karyawan yang juga tertarik berbeda dengan informasi dari para narasumber yang lain. Beberapa narasumber yang sudah diwawancarai menyatakan bahwa ada karyawan-karyawan yang semula masih ragu untuk divaksinasi. Apabila mengacu kepada informasi dari Billy Angga Edward, selaku salah satu narasumber, semua karyawan yang semula ragu akhirnya bersedia setelah mencari informasi tentang Covid. Upaya manusia dalam mengurangi ketidakpastian adalah mencari informasi (Yusmami, 2019). Hal ini juga dilakukan oleh karyawan BSI yang semula ragu terhadap vaksinasi. Komunikasi merupakan pertukaran informasi untuk saling memahami dan memiliki hasil yaitu dapat mempengaruhi perilaku penerima pesan (Littlejohn & Foss, 2009; Mardiana, 2013). Hasil dari komunikasi yang dilakukan BSI berdasarkan penuturan semua narasumber berhasil dalam mempengaruhi perilaku karyawan BSI, hingga terbukti 100 persen karyawan BSI di kantor pusat sudah divaksinasi. Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh BSI adalah semua karyawan telah divaksinasi. Ikrar Zero Covid dan komunikasi yang selalu mengajak karyawan untuk mengisi formulir *Covid-19 Information System (CIS)* merupakan bukti dari betapa giatnya BSI dalam mendorong vaksinasi. Komunikasi yang baik dapat membantu perusahaan mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan (Feriyanto & Triana, 2020). BSI adalah perusahaan yang membuktikan bahwa komunikasi yang baik telah berhasil membuat perusahaan mencapai tujuan yaitu vaksinasi bagi seluruh karyawannya.

Berdasarkan penuturan seluruh narasumber, dapat dinyatakan bahwa BSI memiliki komunikasi internal yang cukup baik, proses komunikasi yang mendorong karyawan untuk selalu mengisi formulir untuk memantau aktivitas agar dapat mengurangi peluang terjangkit Covid, serta pendataan bagi yang belum dan sudah divaksin, termasuk upaya perusahaan yang memfasilitasi karyawan hingga keluarga agar divaksinasi. Upaya mendorong vaksinasi melalui komunikasi internal dengan email, WA grup, dan formulir yang harus diisi telah berhasil membuat seluruh karyawan kantor pusat untuk melakukan vaksinasi. Dengan demikian, penelitian ini hendak mengukur bagaimana pengaruh dari komunikasi yang telah dilakukan BSI dalam memberikan minat bagi karyawan untuk mengikuti program vaksinasi. Prosedur pengukuran ini dilakukan dengan kuisioner yang diisi oleh 109 karyawan BSI kantor pusat. Berdasarkan data pengisian responden, 67 responden berdomisili di DKI Jakarta, 24 di Jawa Barat, dan 18 responden dari Banten. Terdapat 64 responden laki-laki dan 45 responden perempuan. Jenjang jabatan responden adalah 11 orang pelaksana, 45 orang *officer*, 39 orang manajer dan 14 orang *department head*. Bidang pekerjaan terdiri dari 80 orang di bidang bisnis dan 29 *support*. Umur semua responden terdiri dari 3 orang di bawah 25 tahun, 58 orang sekitar 26-35 tahun, 35 orang di umur 36-45 tahun, dan 13 orang di umur 46-55 tahun. Pengujian kuisioner kuantitatif ini menggunakan *theory of planned behavior* selaku teori yang

bertujuan untuk mengukur minat. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *attitude toward a behavior*, *subjective norms*, *perceived behavioural control* sebagai tiga variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu variabel minat.

Kuisisioner penelitian merupakan instrumen penelitian yang digunakan. Dengan demikian, kuisisioner penelitian ini diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas adalah untuk memahami bahwa instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015). Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui seberapa konsisten suatu alat ukur atau instrumen penelitian dalam melakukan pengukuran (Siregar, 2020). Uji validitas dilakukan dengan meninjau apabila nilai R hitung lebih besar dari R tabel, maka kuisisioner tersebut tergolong valid (Alfian & Putra, 2017). Uji validitas di sini menggunakan korelasi pearson. Sementara uji reliabilitas memakai *Cronbach Alpha Coefficient*. Kuisisioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha Coefficient* ≥ 0.7 (Budiman & Riyanto, 2013). Berikut ini adalah hasil uji validitas kuisisioner pada penelitian ini:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Nomor	Korelasi Pearson	Keterangan	
1	Kuisisioner Variabel Attitude Toward a Behavior (X1)	0.873	Valid
		0.917	Valid
		0.882	Valid
		0.876	Valid
2	Kuisisioner Variabel Subjective Norms (X2)	0.788	Valid
		0.796	Valid
		0.746	Valid
		0.741	Valid
		0.734	Valid
3	Kuisisioner Variabel Perceived Behavioral Control (X3)	0.808	Valid
		0.807	Valid
		0.826	Valid
4	Kuisisioner Variabel Minat (Y)	0.766	Valid
		0.849	Valid
		0.821	Valid
		0.777	Valid
		0.621	Valid
		0.803	Valid
		0.772	Valid
		0.759	Valid

Sumber data: Hasil Olahan Penulis, 2021

Hasil uji validitas dengan Korelasi Pearson menyatakan bahwa semua kuisisioner valid. Keseluruhan responden berjumlah 109, maka $N = 109$ sehingga nilai R tabel berdasarkan tabel distribusi senilai 0.1865. Semua nilai R hitung lebih besar dari R tabel sehingga tergolong valid. Maka dapat dinyatakan bahwa kuisisioner ini mampu untuk mengukur sesuatu yang harusnya diukur. Selain uji validitas, uji reliabilitas kuisisioner juga dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi dari instrument kuisisioner yang digunakan. Di bawah ini adalah hasil uji reliabilitas dengan *Cronbatch Alpha Coefficient* yaitu sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Nomor		Cronbatch Alpha Coefficient	Keterangan
1	Kuisisioner Variabel Attitude Toward a Behavior (N of items = 4)	0.906	Reliabel
2	Kuisisioner Variabel Subjective Norms (N of items = 5)	0.811	Reliabel
3	Kuisisioner Variabel Perceived Behavioral Control (N of items = 3)	0.832	Reliabel
4	Kuisisioner Variabel Minat (N of items = 8)	0.900	Reliabel

Sumber data: Hasil Olahan Penulis, 2021

Sesuai dengan ketentuan bahwa jika nilai *Cronbatch Alpha* lebih besar dari 0.7, maka kuisisioner tergolong reliabel. Dengan demikian, sesuai dengan hasil pengujian reliabilitas, semua instrumen kuisisioner yang digunakan tergolong reliabel. Di bawah ini adalah hasil uji regresi berganda yaitu sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Berganda

Nomor			X1	X2	X3	Y
1	X1	Pearson Correlation	1.000	0.763	0.738	0.775
		Sig (1-tailed)	.	.000	.000	.000
		N	109	109	109	109
2	X2	Pearson Correlation	0.763	1.000	0.727	0.849
		Sig (1-tailed)	.000	.	.000	.000
		N	109	109	109	109
3	X3	Pearson Correlation	0.738	0.727	1.000	0.799
		Sig (1-tailed)	.000	.000	.	.000
		N	109	109	109	109
4	Y	Pearson Correlation	0.775	0.849	0.799	1.000
		Sig (1-tailed)	.000	.000	.000	.
		N	109	109	109	109

Sumber data: Hasil Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, besar hubungan antara variabel X1 terhadap Y adalah 0.775, variabel X2 terhadap Y sebesar 0.849, variabel X3 terhadap Y adalah 0.799. Maka, variabel X2 merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap Y. Korelasi antara variabel Y terhadap X1, X2, dan X3 adalah sangat nyata karena tingkat signifikansi koefisien korelasinya berada di bawah 0.05. Di bawah ini adalah nilai uji T yang dihasilkan:

Tabel 4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.145	1.703		-1.260	.211
	X1	.320	.146	.162	2.191	.031
	X2	.858	.127	.490	6.733	.000
	X3	.869	.187	.324	4.642	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber data: Hasil Olahan Penulis, 2021

Hasil uji T menyatakan bahwa X1 sebesar 2.191, X2 sebesar 6.733 dan X3 sebesar 4.642. Nilai T tabel berdasarkan nilai df yang diperoleh yaitu $df = 15$ sehingga nilai T tabel adalah 0.67683. Nilai T tabel lebih kecil dari nilai T hitung pada X1, X2 dan X3. Hipotesis yang digunakan adalah H0: Variabel *attitude toward behavior* berpengaruh secara parsial terhadap minat mengikuti vaksinasi. H1: Variabel *subjective norms* berpengaruh secara parsial terhadap minat mengikuti vaksinasi. H2: Variabel *perceived behavioral control* berpengaruh secara parsial terhadap minat mengikuti vaksinasi. Berdasarkan ketentuan bahwa jika nilai t hitung $>$ t tabel yang berarti ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka variabel X1, X2, dan X3 memiliki pengaruh terhadap variabel Y secara parsial. Dengan demikian, hipotesis H0, H1, dan H2, ketiganya dapat diterima. Penelitian ini juga menggunakan hasil uji F untuk mengetahui apakah ketiga variabel (X1, X2, dan X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y. Di bawah ini adalah hasil uji F yang telah diperoleh:

Tabel 5
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3168.978	3	1056.326	140.392	.000 ^b
	Residual	790.031	105	7.524		
	Total	3959.009	108			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber data: Hasil Olahan Penulis, 2021

Hasil uji F pada variabel Y adalah 140.392 dengan nilai signifikansi 0.000. Hipotesis penelitian adalah H3: Variabel *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* berpengaruh simultan terhadap minat mengikuti vaksinasi. Berdasarkan ketentuan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel maka ada pengaruh simultan, maka nilai F hitung 140.392 akan dibandingkan dengan F tabel. Nilai F tabel yang diperoleh adalah dengan rumus $F_{tabel} = (k; n-k)$ di mana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah responden. Hasil perhitungan tersebut memberikan hasil yaitu (3; 106). Maka angka 3 dan 106 menjadi acuan untuk mengecek nilai F tabel. Dengan demikian, berdasarkan tabel distribusi F, nilai F tabel adalah 2.69. Nilai F tabel lebih kecil dari nilai F hitung yang sebesar 140.392, artinya hipotesis H3 diterima. Berdasarkan hasil analisis data secara kuantitatif, variabel *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh baik secara parsial maupun secara bersamaan terhadap variabel minat. Nilai uji T pada X1 adalah 2.191 dengan signifikansi 0.031, X2 senilai 6.733 dengan signifikansi 0.000 dan variabel X3 sebesar 4,642 dengan signifikansi 0.000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 menyatakan bahwa pengaruhnya signifikan. Ketiga variabel bernilai positif yang berarti memiliki pengaruh positif.

Dengan demikian, *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mengikuti vaksinasi.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, variabel *subjective norms* merupakan variabel yang memiliki korelasi terbesar yaitu sebesar 0.849. Nilai uji T parsial pada variabel *subjective norms* juga merupakan nilai terbesar yaitu senilai 6.733. *Subjective norms* adalah persepsi individu tentang apa yang orang lain anggap penting bagi individu tersebut lakukan. Artinya, pengaruh tersebut merupakan pengaruh sosial yang berasal dari orang selain individu tersebut (Makarim & Auliya, 2020). Apabila ditinjau dari hasil wawancara, bahwa faktor dari tekanan sosial dari orang lain sangat efektif dalam mempengaruhi minat karyawan untuk mengikuti vaksinasi. Informasi dari Luqman, salah satu narasumber menyatakan bahwa selain karena himbauan dari perusahaan untuk segera vaksin, juga karena pemerintah memberlakukan harus vaksinasi untuk pergi ke tempat-tempat umum. Salah satu narasumber yaitu Indra juga menyatakan bahwa ia bersedia vaksinasi karena anjuran dari pemerintah dan ulama. Bahkan beberapa karyawan yang baru bersedia melakukan vaksinasi karena menurutnya disebabkan oleh mereka percaya faktor-faktor eksternal seperti isu-isu tentang vaksin. Artinya, bahwa *subjective norms* memainkan peran yang besar dalam mempengaruhi minat melakukan vaksinasi di karyawan BSI. Hasil penelitian kuantitatif yang menyatakan bahwa *subjective norms* merupakan faktor terbesar telah membenarkan pernyataan tersebut. Hasil penelitian kuantitatif ini selaras dengan penelitian yang mengkaji minat konsumen dalam memakai uang elektronik, di mana variabel *subjective norms* memiliki pengaruh terbesar yaitu nilai T hitung sebesar 4.45. Sementara nilai *attitude* sebesar 0.03 dan *perceived behavioral control* sebesar 2.67 (Nugroho et al., 2018). Selain itu, *attitude* dari karyawan BSI juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan di mana selaras dengan informasi dari kelima narasumber. Semua narasumber menyatakan bahwa mereka setuju dengan kebijakan vaksinasi. Bahkan salah satu narasumber menyatakan bahwa ia tertarik dengan vaksinasi dan dengan senang hati mengisi form C19. Artinya, faktor *attitude* juga memiliki pengaruh terhadap minat mereka dan dibenarkan oleh hasil penelitian kuantitatif bahwa *attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Komunikasi yang dilakukan BSI dapat tergolong sukses karena berdasarkan hasil wawancara dinyatakan bahwa karyawan semuanya bersedia divaksinasi dan sekarang seluruh karyawan kantor pusat sudah 100 persen divaksin.

KESIMPULAN

Komunikasi internal yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah sangat baik yaitu mulai dari himbauan untuk melakukan vaksinasi kepada karyawan melalui media *email*, grup *WhatsApp*, memo, juga pengisian harian formulir pendataan *Covid-19 Information System* (CIS) oleh karyawan yang secara konsisten diingatkan oleh para *Group Head*. BSI juga tidak hanya mendata siapa yang sudah divaksin dan belum divaksin tetapi juga meminta karyawan untuk mengisi informasi terkait aktivitas mereka seperti ke mana mereka pergi, dengan kendaraan apa, mengikuti protokol kesehatan atau tidak, di mana tujuan dari pemantauan tersebut jelas untuk mencegah penularan covid-19. Para *Group Head* yang juga pernah terjangkit Covid-19 memiliki kepedulian yang sangat tinggi agar karyawan yang lain juga tidak mengalami apa yang telah mereka alami sebelumnya. Meskipun salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan yaitu via *email* tidak diketahui oleh semua karyawan seperti penuturan salah satu narasumber, komunikasi internal untuk mendorong vaksinasi yang dilakukan sudah sangat baik. Upaya perusahaan untuk mencegah karyawan terjangkit covid-19 melalui pendataan, himbauan bagi yang belum vaksinasi selaras dengan lkrar *Zero Covid* yang selalu didengungkan mendapat dukungan para karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan memiliki persepsi yang baik terhadap himbauan vaksinasi. Antusiasme karyawan dan kesadaran tentang pentingnya vaksinasi menjadi faktor yang mempengaruhi minat. Hal ini dibenarkan dalam analisis kuantitatif bahwa *attitude* berpengaruh secara positif dan signifikan. Namun, hal ini tidak terlepas dari kondisi yang mengharuskan masyarakat divaksin apabila hendak pergi ke tempat-tempat umum seperti mall dan memakai transportasi umum. Kebijakan pemerintah dan juga fatwa ulama menjadi dorongan bagi karyawan untuk melakukan vaksinasi. Faktor *subjective norms* menjadi aspek yang sangat mempengaruhi minat karyawan untuk

melakukan vaksinasi. Hal ini juga dibenarkan oleh hasil pengukuran secara kuantitatif di mana faktor *subjective norms* merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi minat karyawan BSI untuk melakukan vaksinasi. Maka, dapat dinyatakan bahwa faktor-faktor eksternal seperti tekanan sosial memiliki peran dalam suksesnya komunikasi yang berupaya untuk mendorong dilakukannya suatu perilaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Mc Graw-Hill.
- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Alfian, R., & Putra, P. M. A. (2017). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Medication Adherence Report Scale (Mars) Terhadap Pasien Diabetes Mellitus. *Jurnal Ilmiah Ibnu Sina*, 2(2), 176–183.
- Aziz, K., Nandang, & Ismunandar, D. (2020). Desain Penelitian Kualitatif: Penyebab Permasalahan Belajar Siswa dalam Pembelajaran Matematika di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Matematika Dan Sains*, 8–15.
- Budi, R. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Vol. 2, Issue 2). Kretakupa Print.
- Budiman, & Riyanto, A. (2013). *Kapita Selekta Kuesioner Pengetahuan dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Salemba Medika Press.
- Cangara, H. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Christina, E. (2020). Pandemi Covid-19 adalah 666? Endah Christina. *LOGIA: Jurnal Teologi Pentasoka*, 1(2), 1–23.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dardiri, A. (2007). Implikasi Pandangan Filsafat Pragmatisme Richard Rorty Tentang Epistemologi Dalam Bidang Pendidikan. *Cakrawala Pendidikan*, 2(2), 213–234. <https://doi.org/10.21831/cp.v2i2.8559>
- Dewi, S. A. E. (2021). Komunikasi Publik Terkait Vaksinasi Covid 19. *Health Care: Jurnal Kesehatan*, 10(1), 162–167. <https://doi.org/10.36763/healthcare.v10i1.119>
- Feriyanto, A., & Triana, E. S. (2020). *Komunikasi Bisnis: Strategi Komunikasi dalam Mengelola Bisnis*. Pustaka Baru Press.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Bumi Aksara.
- Kurniawan, C. N., Wahyu, E. E., & Nurbaya, S. (2021). Sertifikat Vaksinasi dan Dampaknya terhadap Pemulihan Pariwisata Melalui Pendekatan Protection Motivation Theory: Sebuah Review Integratif. *SENABISMA: Seminar Nasional Administrasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(9), 39–49.
- Kuswarno, E. (2001). Efektivitas komunikasi organisasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 2(1), 55–61. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/699>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publications, Inc.
- Lukman, H., & Winata, S. (2017). Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik Bagi Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Dengan Pendekatan Theory of Planned Behaviour. *Jurnal Akuntansi*, 21(2), 208–218. <https://doi.org/10.24912/ja.v21i2.195>
- Makarim, & Auliya, Z. F. (2020). Gen Z Smartphone User: The Effect Of Mobile Marketing On Actual Behaviors. *Journal of Business Management Review*, 1(5), 354–372. <https://doi.org/10.47153/jbmr15.692020>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/347/391>
- Nugroho, A., Najib, M., & Simanjuntak, M. (2018). Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Consumer Sciences*, 3(1), 15–27. <https://doi.org/10.29244/jcs.3.1.15-27>
- Pratiwi, T. S., Insani, P., Fitrianti, L., Sari, C. nur indah, Siburian, N., & Wardi, J. (2021). Pengaruh Media Terhadap Opini Milenial Tentang Vaksinasi. *Seminar Nasional Karya*

- Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 60–64.
- Purwanto, N., & Rofiah, C. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dengan Mediasi Theory Of Planned Behavior Pada Obyek Wisata Halal Di Kabupaten Jombang. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 176–191. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14835>
- Ramadhan, A. H., Suharyono, & Kumadji, S. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 1–7.
- Rezkisari, I., Sidebang, F., & A, H. M. (2021, July 29). *DKI Kebut Herd Immunity dengan Aturan Wajib Vaksin | Republika Online*. <https://www.republika.co.id/berita/qx08jh328/dki-kebut-herd-immunity-dengan-aturan-wajib-vaksin>
- Riris, K., Dewi, P., Nyoman, I., & Sunarta. (2021). Evaluation of Policy for Implementing Restriction of Java-Bali Emergency Community Activities (PPKM) in Managing Covid-19 in the City of Denpasar. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunika*, 7(2), 11–20.
- Salisa, N. R. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182–194. <https://doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>
- Siregar, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenadamedia Group.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah*. Penerbit ANDI.
- Ulya, F. N., & Jatmiko, B. P. (2021, August 12). *Syarat Masuk Mal hingga 16 Agustus: Tunjukkan Kartu Vaksin atau Hasil Tes Antigen Halaman all - Kompas.com*. <https://money.kompas.com/read/2021/08/12/083000626/syarat-masuk-mal-hingga-16-agustus-tunjukkan-kartu-vaksin-atau-hasil-tes?page=all>
- Wicaksono, M. A. (2017). Media Social Instagram @Wisatadakwahokura Influence on Followers Intention To Visit. *Jom Fisip*, 4(2), 1–13.
- Yanuar, F., & Ekayanthi, D. (2020). Kajian Sosiologi Komunikasi Kaum Bawah Terkait Pandemi Covid-19 Perspektif Hermeneutika Sosial Oleh Art Tangerang. *Global Komunika*, 4(2), 4–12.
- Yusmami. (2019). Komunikasi Dalam Teori Pengurangan Ketidakpastian. *Jurnal Network Media*, 2(1), 18–31.