

Persuasive strategy analysis : a case study of anti-HPV vaccine campaign in twitter = Analisis strategi persuasif : studi kasus terhadap anti vaksin HPV di Twitter

Divina Oryza Rahmatika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20509013&lokasi=lokal>

Abstrak

Vaksin HPV (Human papillomavirus) di klaim dapat melindungi manusia dari kanker serviks. Namun, banyak orang yang terpengaruh oleh kampanye negatif yang disebar oleh kelompok anti vaksin HPV di Twitter. Mereka menuding bahwa perusahaan farmasi atau industri vaksin, praktisi medis, bahkan pejabat negara yang terkait dengan vaksin tersebut memiliki motif tersembunyi untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan vaksin tersebut. Selain itu, mereka juga menuding bahwa menggunakan vaksin HPV adalah tindakan yang salah dalam segi moral karena berpotensi memicu terjadinya pergaulan bebas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi persuasif yang digunakan oleh kelompok anti vaksin HPV dalam meyakinkan masyarakat bahwa vaksin HPV hanyalah untuk keuntungan saja dan tidak sesuai dengan nilai moral atau agama. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah tweets yang berkaitan dengan anti vaksin HPV yang tersebar di Amerika Serikat dan Inggris yang dikumpulkan menggunakan perangkat lunak Keyhole mulai dari 5 Oktober 2018 hingga 5 Oktober 2019. Teori retorika dari Aristoteles, teori disonansi kognitif dari Festinger, dan teori hierarki kebutuhan dari Maslow adalah tiga teori yang digunakan pada penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi persuasif, yang meliputi ethos, pathos, logos, disonansi kognitif, dan kebutuhan akan keamanan, digunakan oleh kelompok anti vaksin HPV untuk mempengaruhi dan meyakinkan beberapa orang agar percaya bahwa vaksin HPV hanya didistribusikan untuk keuntungan dan tidak sesuai dengan ajaran agama serta keyakinan mereka.

.....

The human papillomavirus (HPV) vaccine can protect humans from cervical, anal, oropharyngeal, penile, vulvar, and vaginal cancer. However, many people are influenced by the negative campaign carried out by anti-HPV vaccine activists on Twitter. They accuse pharmaceutical companies or the vaccine industry, medical practitioners, and even state officials associated with the vaccine of having an ulterior motive to gain profit from the vaccine. Moreover, they also claim that taking the HPV vaccine is an act of moral depravity, as it may potentially encourage sexual promiscuity. This research aims to analyze the persuasive strategies used by the anti-HPV vaccine campaign in convincing people that the vaccine is only a matter of profit and does not conform with moral or religious values. The data for this research, which comprises anti-HPV vaccine tweets in United States and United Kingdom, are collected using Keyhole from October 5, 2018 to October 5, 2019. Aristotle's rhetorical strategies, Festinger's cognitive dissonance theory, and Maslow's hierarchy of needs serve as the theoretical frameworks of this study. This research finds that persuasive strategies, which include ethos, pathos, logos, cognitive dissonance, and the need for safety, are used by the anti-HPV vaccine campaign to successfully sway some people into believing that the vaccine is only distributed for monetary gain and incompatible with their beliefs.