



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

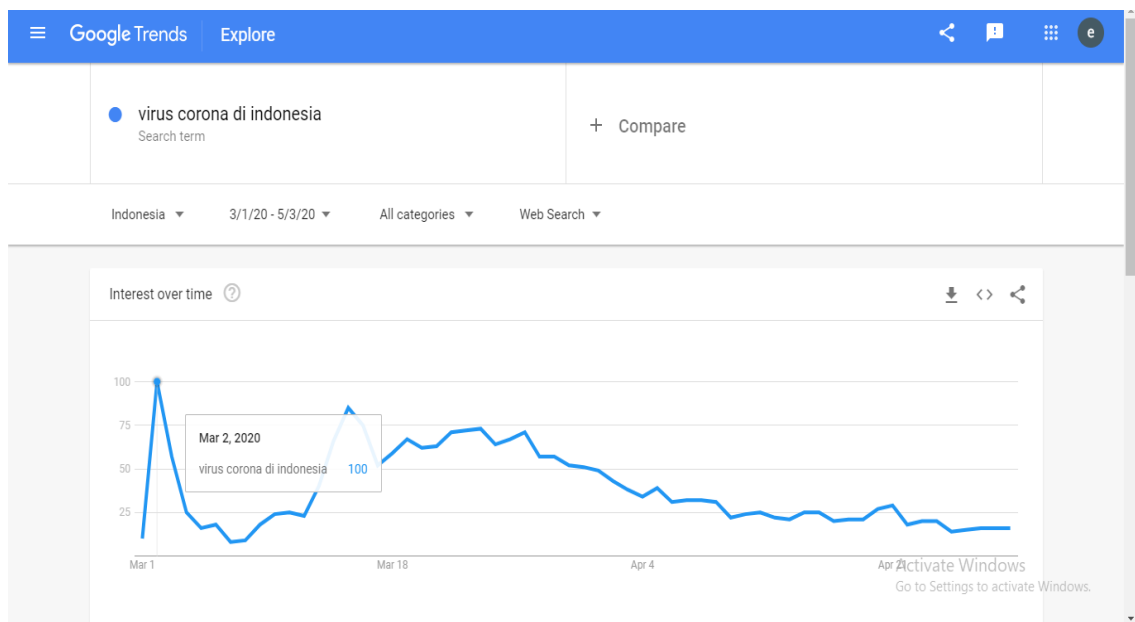
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi kesehatan sudah bukan hal yang sulit untuk didapatkan. Dengan menjamurnya internet, media online dan sumber berita, konsumen atau masyarakat memiliki lebih banyak informasi mengenai kesehatan hanya diujung jari mereka. Begitu banyaknya informasi kesehatan yang disajikan melalui berbagai saluran media, maka sangat penting untuk menilai pemahaman konsumen atau masyarakat dalam memahami informasi kesehatan dari media yang memberitakannya. Hal ini dikarenakan media memiliki potensi untuk memengaruhi persepsi, pengetahuan dan perilaku tentang kesehatan seseorang (Slooten, Friedman, & Tanner, 2013, p. 36).

Gambar 1.1 Google Trends Virus Corona di Indonesia



Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Sumber daya media yang tersedia dengan sangat luas, membuat masyarakat semakin bertanggung jawab atas kesehatan mereka sendiri dan membantu dalam mengambil keputusan penting terkait kesehatan. Dengan adanya penyebaran penyakit secara meluas dan global atau pandemi virus Corona (COVID-19), maka akan semakin mendorong masyarakat untuk mencari informasi terbaru dan bermanfaat melalui berbagai macam media. Dalam gambar 1.1, menampilkan grafik pencarian dengan kata kunci “Virus Corona Indonesia” dan menunjukkan bahwa pencarian tertinggi dan terbanyak ada pada tanggal 2 Maret 2020. Hal ini dikarenakan, pada hari itu Jokowi mengabarkan bahwa ada dua orang Indonesia yang sudah positif COVID-19 dan sedang menjalankan perawatan di RS Sulianti Soeroso (Sukardi, 2020, p. 1).

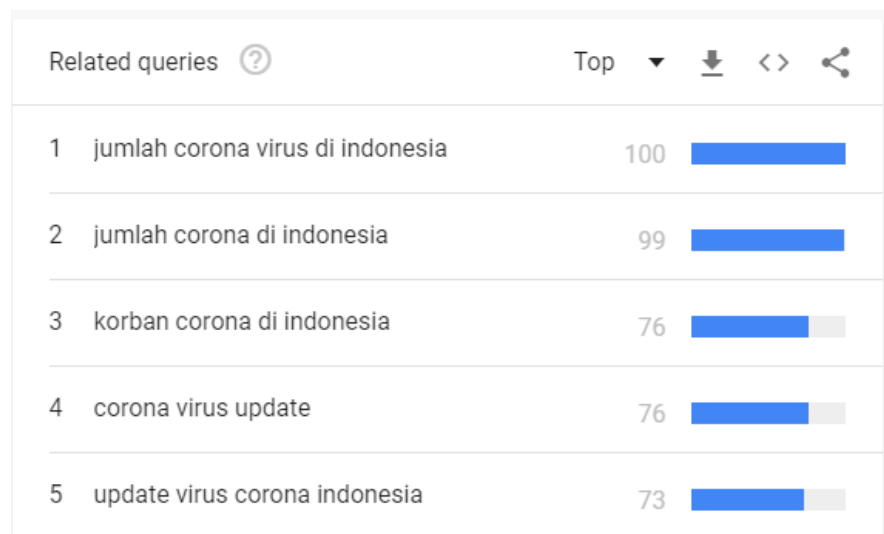
Misalnya saja seperti media online *Okezone.com* yang pada tanggal 2 Maret itu memproduksi berita harian dalam rubrik kesehatan hingga 71 berita. Di hari-hari sebelumnya, *Okezone.com* hanya memproduksi 40 sampai 50 berita setiap harinya dalam rubrik kesehatan. Namun ketika ada informasi terkait dua orang yang sudah positif COVID-19 di Indonesia, produksi beritanya menjadi meningkat hampir dua kali lipat dari biasanya (Olahan peneliti, 2020).

Sebelum tanggal 2 Maret, banyak sekali isu yang mengatakan kalau virus Corona tidak akan masuk ke Indonesia karena adanya cuaca panas yang diklaim membuat virus tidak dapat bermutasi (Fikri, 2020). Tentunya ini membuat masyarakat menyepelekan adanya virus Corona yang diinformasikan sudah menyebar ke beberapa negara. Kemudian di tanggal 12 Maret, WHO menetapkan COVID-19 menjadi pandemi. Ini dilakukan setelah mengetahui bahwa virus ini

sudah menyebar hingga ke 114 negara di dunia, termasuk di Indonesia (Rizky, 2020).

Hal ini membuat masyarakat menjadi semakin waspada dan mencari tahu informasi terkait virus Corona. Rentang pencarian mulai dari gejala COVID-19, bagaimana penyebarannya, pencegahan, hingga kabar terkini seputar situasi penyebarannya di Indonesia. Puncak minat pencarian pada bulan Maret ditemukan dengan pencarian pertanyaan “bagaimana cara mencegah virus Corona”. Kemudian “bagaimana penyebaran virus Corona”, “gejala awal Coronavirus” dan “update virus Corona di Indonesia” (Hidayat M. W., 2020).

Gambar 1.2 Pertanyaan Terkait Virus Corona



Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Dalam gambar 1.2 menunjukkan pencarian terkait virus Corona di Indonesia periode 1 Maret hingga 1 Mei 2020. Menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia paling banyak mencari informasi dengan kata kunci “jumlah Corona virus di Indonesia”. Kemudian paling banyak kedua “jumlah Corona di Indonesia” dan yang ketiga ialah “korban Corona di Indonesia” dan yang paling banyak keempat

ialah “Corona virus update”. “update virus Corona di Indonesia” menjadi topik yang paling banyak dicari kelima. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia beberapa bulan terakhir ini terus mencari tahu mengenai virus Corona dan perkembangannya seperti apa.

Diterapkannya WFH (*Work From Home*) atau bekerja dari rumah dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) membuat masyarakat mempunyai waktu luang yang lebih banyak dibandingkan hari biasanya. Oleh karena itu, penggunaan internet menjadi melonjak (CNNIndonesia, 2020). Banyak pekerja yang memanfaatkan internet agar dapat bekerja, begitupun sekolah yang memanfaatkan sejumlah aplikasi sebagai alternatif belajar konvensional. Selain itu, penggunaan internet juga dimanfaatkan untuk mencari informasi-informasi terbaru mengenai COVID-19.

Masyarakat biasanya mencari informasi terbaru mengenai COVID-19 melalui berbagai macam media, seperti misalnya *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com*. Ketiga media ini merupakan portal berita online yang masuk ke dalam ranking teratas menurut Alexa.com. *Okezone.com* merupakan *website* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia, kemudian *Google.com*, *Tribunnews.com*, *Youtube.com*, *Grid.id* dan *Kompas.com* (Alexa, 2020).

Portal berita online yang dipilih oleh masyarakat ini tentunya memberikan informasi mengenai COVID-19 yang sedang menjadi penyebaran penyakit secara meluas dan global. Saat kondisi seperti ini, berita atau informasi tentang virus Corona bergerak dengan sangat cepat. Sejalan pula dengan istilah-istilah baru atau jargon kesehatan yang sering kali muncul di pemberitaan beberapa media online.

Jargon adalah variasi bahasa berupa kosakata khas yang hanya digunakan oleh kelompok-kelompok sosial tertentu secara terbatas. Ungkapan yang digunakan tidak bersifat rahasia namun seringkali tidak dipahami oleh masyarakat di luar kelompok tersebut (Chaer & Agustina, 2004, p. 68). Misalkan “jargon komputer” berarti istilah-istilah yang berhubungan dengan komputer secara khusus dan hanya dipahami oleh orang-orang yang berhubungan dengan bidang tersebut. Seperti dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jargon diartikan dengan kosakata khusus yang digunakan dalam bidang kehidupan (lingkungan) tertentu.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa jargon merupakan istilah khusus yang diciptakan dan dipakai dalam bidang keilmuan, profesi, kegiatan atau kelompok tertentu. Tiap profesi dan bidang keilmuan (kedokteran, ekonomi, geologi, dan sebagainya) memiliki jargon sendiri yang hanya dipahami oleh pelaku profesi dan pengkaji ilmu bersangkutan. Dalam penggunaannya, jargon memang digunakan oleh komunitas atau kelompok-kelompok tertentu. Jargon para pedagang, petani atau penambang tentu berbeda dari jargon yang digunakan oleh para pendidik, bahkan pelajar dari tingkat yang paling dasar, menengah hingga tingkat perguruan tinggi pun memiliki jargon tersendiri. Penggunaan jargon tidak hanya diamati melalui komunikasi lisan, tetapi dapat diamati pula dalam bahasa tulis (Wulandari A. , 2016, p. 61).

Fenomena penggunaan jargon dalam suatu kelompok tertentu hingga saat ini masih menjadi hal yang menarik untuk dibicarakan atau bahkan diteliti. Hal ini dikarenakan jargon yang digunakan oleh suatu kelompok memiliki keunikan tersendiri yang berbeda. Penelitian ini difokuskan pada penggunaan jargon melalui

bahasa tulis. Hal ini dikarenakan bahasa tulis lebih mudah untuk dicari dan ditemukan melalui teks tertulis dalam media apa pun. Dalam penelitian ini, jargon bahasa tulis yang dianalisis ialah jargon kesehatan yang ada di dalam berita mengenai COVID-19 di rubrik kesehatan *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com*.

Jargon kesehatan menyebar dengan sangat luas, terutama di masa-masa seperti ini dikarenakan media biasanya mengutip begitu saja. Para wartawan mendengar kata-kata dari sumber berita misalnya pejabat, polisi, dokter, ilmuwan, dan langsung menulis ulang. Tanpa mereka sadari, kata-kata itu tidak dipahami oleh pembaca awam. Bahkan yang lebih fatal, ketika wartawannya tidak tahu makna sebenarnya dari istilah tersebut. Dalam pemberitaan seperti ini, dimana seluruh kalangan masyarakat pun ikut membacanya, maka sangat penting untuk mengurangi atau menghilangkan jargon agar tidak terjadi kesalahpahaman oleh pembaca. Bahkan termasuk dokter sekalipun, belum tentu mengerti jargon yang ada di luar bidangnya.

Terkadang jargon atau istilah medis tertentu tidak dapat dihindari dalam sebuah penulisan berita. Namun, sangat diperlukan penjelasan dengan bahasa awam. Kata “inflasi” misalnya, dalam ekonomi dapat dijelaskan kepada pedagang pasar dengan “naiknya harga” (Tarigan, 2020, p. 2). Seperti dalam 3 media yang diteliti, masih ada beberapa jargon kesehatan dalam penulisan beritanya. Setelah dilakukan pre riset dengan membandingkan isi berita dari ketiga media tersebut menggunakan topik yang sama, maka ditemukan rata-rata penggunaan jargon kesehatan dalam penulisan berita di media tersebut. Dalam *Okezone.com* rata-rata terdapat 4 jargon

kesehatan dalam setiap beritanya, sedangkan dalam *Tribunnews.com* ada sekitar 3 jargon kesehatan dan dalam *Kompas.com* hanya ada kurang lebih sekitar 2 jargon kesehatan dalam setiap beritanya.

Penggunaan jargon kesehatan dalam isi berita mengenai COVID-19 di media berita online dikhawatirkan dapat menyebabkan pemahaman khlayak terhadap pesan yang disampaikan menjadi rendah. Media yang seharusnya memberikan informasi yang mudah dipahami, malah berperan sebaliknya. Terlebih lagi pembaca media berasal dari semua kalangan. Sangat dibutuhkan dan diperlukan untuk menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Kemampuan memahami ini menjadi bagian penting dalam mengetahui atau mempelajari sesuatu (Putra, 2015, p. 39). Dalam konteks penelitian ini, menjadi sangat penting untuk masyarakat dapat mengetahui atau mempelajari mengenai isu COVID-19 ini. Gambar 1.3 di bawah ini merupakan salah satu contoh jargon yang ada di dalam penulisan isi berita di media online.

Gambar 1.3 Contoh Jargon dalam Isi Berita

Merangkum dari Huffpost, Selasa (28/4/2020), ketika tubuh terpapar infeksi seperti COVID-19, maka secara otomatis tubuh akan memberikan respon peradangan. Ini adalah kondisi dimana sistem kekebalan memompa sel untuk melawan virus.

Menurut Ahli Paru di Kedokteran di Fakultas Kedokteran Universitas Feinberg, Khalilah Gates, COVID-19 akan membuat tubuh beberapa orang memproduksi banyak **respon inflamasi** yang merusak organ-organ penting seperti paru-paru, ginjal dan jantung.

"Terutama di paru-paru, proses penyembuhan ini dapat menyebabkan **jaringan parut ireversibel (Fibrosis)** yang dapat sangat memengaruhi fungsi paru-paru dalam jangka panjang," terang Gates.

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Pada hakikatnya, pemahaman merupakan salah satu bentuk hasil belajar. Pemahaman ini terbentuk akibat dari adanya proses belajar. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemahaman berasal dari kata paham yang berarti mengerti. Pemahaman adalah tingkatan kemampuan yang mengharapkan seseorang mampu memahami arti atau konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya (Purwanto, 2014, p. 44). Terdapat ranah yang sangat erat sekali dan bahkan tidak mungkin dapat dilepaskan dari kegiatan atau proses evaluasi belajar, yaitu aspek kognitif, afektif dan psikomotorik. Dalam jurnal “Taksonomi Bloom-Revisi Ranah Kognitif: Kerangka Landasaan Untuk Pembelajaran, Pengajaran dan Penilaian” (Gunawan & Palupi, 2016, p. 18), dituliskan bahwa Bloom mengemukakan kalau aspek kognitif merupakan pemahaman terhadap materi atau bahan pelajaran yang telah diberikan, sedangkan afektif adalah sikap dan penghayatan, kemudian psikomotorik adalah pengalaman atau keterampilan. Di dalam ranah kognitif dari taksonomi Bloom, menunjukkan tingkatan-tingkatan kemampuan yang dicapai dari yang terendah sampai yang tertinggi. Dapat dikatakan bahwa pemahaman tingkatannya lebih tinggi dari sekedar pengetahuan. Sudijono (2016, p. 50) berpendapat bahwa pemahaman merupakan jenjang kemampuan berpikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan.

Dalam penelitian ini, remaja akhir DKI Jakarta menjadi audiens yang diteliti mengenai tingkat pemahamannya dalam media *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* terkait penggunaan jargon kesehatan dalam penulisan beritanya. Masyarakat DKI Jakarta dipilih karena DKI Jakarta dalam masa COVID-19 ini

merupakan kota yang pertama kali diberlakukan PSBB pada 10 April 2020. Penetapan PSBB ini dilakukan karena jumlah kasus dan atau jumlah kematian akibat penyakit meningkat dan menyebar secara signifikan dan cepat ke beberapa wilayah (Azanella, Kasus COVID-19 di DKI Jakarta dan Penerapan PSBB yang telah Disetujui, 2020). Achmad Yurianto selaku juru bicara pemerintah untuk penanganan COVID-19 dalam *Kompas.com* memaparkan data bahwa DKI Jakarta masih menjadi daerah dengan jumlah penularan tertinggi, yakni 4.687 kasus pasien positif COVID-19 pada tanggal 6 Mei 2020 (Halim, Nugraheny, & Mashabi, 2020).

Tingginya intensitas pemberitaan di *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* berdasarkan ranking menurut Alexa (Alexa, 2020) maka penelitian ini ingin melihat tingkat pemahaman audiens remaja akhir di DKI Jakarta pada ketiga media yang menggunakan jargon kesehatan dalam isi beritanya. Penelitian ini akan menggunakan metode eksperimen *post-test only control group*. Nantinya remaja akhir DKI Jakarta ini akan dikelompokkan ke dalam tiga grup kontrol (*Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com*). Kemudian memberikan beberapa pertanyaan dan akan diberi perlakuan sebelum diberi skor akhir. Metode eksperimen dipilih dalam penelitian ini dikarenakan metode eksperimen dirasa lebih memiliki hasil yang valid karena peneliti dapat mengontrol apa yang terjadi ketika eksperimen tersebut dilakukan. Peneliti dapat melihat bagaimana orang yang mendapatkan perlakuan dan yang tidak mendapat perlakuan hasilnya seperti apa.

Jumlah berita kesehatan yang diambil dari media berita online *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* masing-masing adalah tiga berita yang sudah

dipilih oleh peneliti. Topik berita yang dibandingkan dengan ketiga media tersebut sama. Contohnya di *Okezone.com* menggunakan berita dengan judul “Kabar Baik, Obat Maag Dipercaya Bisa Bantu Sembuhkan COVID-19” dan di *Kompas.com* dengan judul “Obat Maag Diburu Warga Amerika untuk Virus Corona, Ini Kata Ahli” serta di *Tribunnews.com* menggunakan berita dengan judul “Obat Maag Dipercaya Sembuhkan Virus Corona, Warga Amerika Lakukan Penimbunan”.

Oleh karena itu, melalui penelitian ini, peneliti ingin membahas mengenai pengaruh frekuensi penggunaan jargon kesehatan dalam pemberitaan mengenai COVID-19 dalam *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* terhadap kemampuan remaja akhir di DKI Jakarta dalam memahami berita COVID-19.

1.2 Rumusan Masalah

Penulisan berita kesehatan yang ada di berbagai macam media, terutama di *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* masih banyak menggunakan kata jargon kesehatan yang dikhawatirkan dapat menyebabkan pemahaman khalayak terhadap pesan yang disampaikan menjadi rendah. Media yang seharusnya memberikan informasi yang mudah dipahami, malah berperan sebaliknya.

Oleh karena itu, melalui penelitian ini, peneliti ingin membahas mengenai “Apakah ada perbedaan antara kelompok yang diberikan penjelasan dengan yang tidak diberikan penjelasan mengenai jargon kesehatan terhadap tingkat pemahaman berita COVID-19 di *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* pada remaja akhir DKI Jakarta?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa tinggi tingkat pemahaman remaja akhir DKI Jajarta terhadap isu COVID-19 di *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com*?
2. Apakah ada perbedaan antara kelompok yang diberikan penjelasan dengan yang tidak diberikan penjelasan mengenai jargon kesehatan terhadap tingkat pemahaman berita COVID-19 di *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* pada remaja akhir DKI Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat pemahaman remaja akhir DKI Jajarta terhadap isu COVID-19 di *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com*.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara kelompok yang diberikan penjelasan dengan yang tidak diberikan penjelasan mengenai jargon kesehatan terhadap tingkat pemahaman berita COVID-19 di *Okezone.com*, *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* pada remaja akhir DKI Jakarta.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terkait penerapan konsep tingkat pemahaman audiens atau khalayak. Meskipun sebenarnya

konsep tersebut lebih sering digunakan dalam bidang pendidikan. Peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki topik terkait dengan penggunaan jargon dalam sebuah media.

b. Kegunaan Praktis

Apabila hasil dari penelitian ini menyatakan ada perbedaan antara kelompok yang diberikan penjelasan dengan yang tidak diberikan penjelasan mengenai jargon kesehatan, maka peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber rujukan untuk media online dapat mengurangi atau mengganti penggunaan kata jargon dalam penulisan beritanya.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Pada masa pandemi ini, digital eksperimen merupakan metode yang sangat mungkin untuk dilakukan. Sehingga peneliti dalam pengerjannya menggunakan metode eksperimen secara online atau digital yang membuat peneliti tidak dapat mengontrol apakah responden benar-benar membaca berita yang disajikan atau tidak. Sehingga dapat membuat hasil dari data tidak akurat.

Selain itu juga lebih banyak memakan waktu dan tidak efektif dikarenakan ketika melakukan secara virtual atau online tidak semua orang bisa bertemu secara online dalam waktu yang bersamaan.