



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

Masyarakat membutuhkan media dalam memperoleh informasi kesehatan. Penggunaan media massa juga mendorong kampanye kesehatan dalam ranah inisiatif kebijakan sosial atau publik. Beberapa peneliti juga membuktikan bahwa media dapat mempromosikan isu kesehatan dengan hasil yang positif (Bryant & Oliver, 2009, p. 469). Media menjadi sarana yang tepat dalam mempromosikan kesehatan kepada khalayak. Promosi kesehatan merupakan proses untuk mendorong masyarakat dalam memelihara dan meningkatkan kualitas kesehatan mereka (Leonita & Jalinus, 2018, p. 26).

Pada akhir tahun 2019, munculah sebuah virus baru dari Kota Wuhan, China yang menyebabkan pandemi COVID-19 menyebar di seluruh dunia. Pemberitaan mengenai COVID-19 selalu disorot media di berbagai dunia. Pesatnya persebaran kasus COVID-19 membuat para ahli medis untuk meluncurkan gerakan vaksinasi di akhir tahun 2020. Secara berkala media massa pun memproduksi berita mengenai perkembangan vaksin COVID-19 sebagai salah satu gerakan promosi kesehatan. Peran media massa diharapkan dapat menggiring perilaku masyarakat untuk bijak dalam bertindak dan menyikapi pandemi. Hal ini dikarenakan media massa sangat diperlukan sebagai langkah solutif dalam penyelesaian dari dampak yang ditimbulkan COVID-19 (Nur,

2021, p. 63). Pemberitaan seputar vaksinasi memiliki tujuan agar khalayak mengetahui tentang vaksin, termasuk efektivitasnya.

Promosi kesehatan merupakan bentuk dari isi pesan yang dapat mengedukasi masyarakat. Menurut studi yang berjudul “*The Role of News Consumption and Trust in Public Health Leadership in Shaping COVID-19 Knowledge and Prejudice*”, pendekatan melalui penyebaran informasi mengenai COVID-19 kepada khalayak dan sumber lainnya sangat berpotensi memengaruhi bagaimana pengetahuan dan sikap yang dikembangkan (Dhanani & Franz, 2020, p. 2). Promosi kesehatan yang dibentuk media-media selama pandemi memiliki peran dalam akumulasi pengetahuan khalayak. Selain itu, seluruh pesan media yang terkekspos ke khalayak berperan sangat penting dalam membentuk persepsi dan tanggapan mereka terhadap krisis sosial atau masalah sosial lainnya (Schmidt, Zollo, Scala, Betsch, & Quattrociochi, 2018). Hal inilah yang menjadi penyebab banyaknya informasi bernada positif mengenai vaksin COVID-19 di media daring.

Ada banyak sekali pemberitaan mengenai vaksin COVID-19, salah satunya mengenai efektivitas dari vaksin tersebut. Hal ini juga merujuk pada banyaknya informasi mengenai penularan COVID-19 yang cepat, hasil infeksi, dan mutasi baru dari virus tersebut serta perkembangan vaksin yang pesat, menunjukkan adanya keraguan khalayak terhadap vaksin COVID-19 dengan beberapa karakteristik (Freeman, et al, 2020, p. 14). Banyaknya informasi mengenai vaksin COVID-19 justru mengarahkan khalayak pada banyak ambiguitas. Adanya keunikan tersebut menunjukkan bahwa jenis baru pada komunikasi kesehatan masyarakat akan menjadi hal yang penting dalam keputusan pengambilan vaksinasi (WHO, 2020).

Gambar 1.1 Contoh Berita Efektivitas Vaksin dalam *Kompas.com*



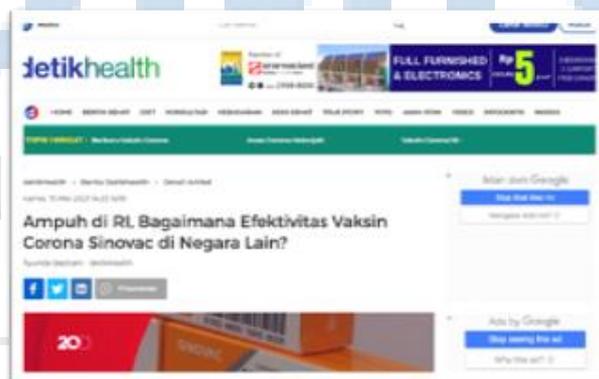
Sumber: *Kompas.com* diunduh pada 19 Juni 2021

Gambar 1.2 Contoh Berita Efektivitas Vaksin dalam *Liputan6.com*



Sumber: *Liputan6.com* diunduh pada 19 Juni 2021

Gambar 1.3 Contoh Berita Efektivitas Vaksin *Detik Health*



Sumber: *Detik Health* diunduh pada 19 Juni 2021

Gambar-gambar di atas menunjukkan banyaknya media daring memproduksi berita efektivitas vaksin COVID-19 di Indonesia. Kendati demikian, masih banyak yang meragukan efektivitas dan kemanjuran vaksin COVID-19. Generasi Z dilaporkan dalam dua survei di mana banyak dari generasinya sebagai pengakses terbesar di internet masih kurang percaya pada kemanjuran vaksin COVID-19 (Anugerah, 2021, para. 10). Di sisi lain, Satuan Tugas Penanganan COVID-19 menilai bahwa memberikan pemahaman masyarakat mengenai efektivitas dan manfaat vaksin COVID-19 merupakan hal yang serius. Hal ini dapat mendorong keinginan masyarakat untuk melakukan vaksin segera sehingga kekebalan imunitas akan dicapai dengan mudah (KPCPEN, 2021). Begitu juga di beberapa wilayah di Indonesia dengan kerentanan penyebaran COVID-19 yang tinggi, salah satunya Kota Tangerang. Kota Tangerang memiliki mobilitas penduduk dan kualitas udara yang buruk (Jatmiko, 2020). Selain itu, wilayah Tangerang Raya bahkan selalu menjadi penyumbang kasus positif tertinggi di provinsi Banten (Ridho, 2021). Perlu bagi masyarakat di sekitarnya untuk tercapai target *herd immunity* melalui vaksinasi.

Laporan akan tingkat keraguan generasi Z tersebut ada di tengah maraknya terpaan berita mengenai vaksin COVID-19 di media daring dan laporan Reuters Institute dalam Digital News Report 2021, di mana kepercayaan terhadap berita daring naik hingga mencapai 50% (Newman, et al., 2021, p. 11). Sifat terpaan sendiri dapat memberikan dampak yang diinginkan ataupun dampak yang tidak diinginkan. Terpaan berita tidak hanya terfokus pada kegiatan mengakses berita. Menurut McQuaill (2010, p. 81) kualitas atas terpaan tersebut dijadikan sebagai pengaruh utama dari perubahan sosial di mana pengaruh tersebut bekerja melalui motivasi dan tindakan yang dilakukan

oleh individu. Oleh karena itu, terpaan dari berita mengenai efektivitas vaksin COVID-19 di media daring disinyalir dapat memiliki kontribusi dan pengaruh dalam tingkat kesediaan 200 khalayak generasi Z di Tangerang dan peneliti ingin mengetahui besaran ukuran dari pengaruh terpaan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, media pada umumnya memiliki efek yang diciptakan melalui terpaan berita. Media massa dianggap berperan dalam beberapa proses dinamika masyarakat termasuk mengenai isu kesehatan. Maka dari itu, rumusan masalah pada penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z mengikuti vaksinasi di Tangerang?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, terdapat beberapa pertanyaan penelitian, antara lain sebagai berikut.

1. Adakah hubungan terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z mengikuti vaksinasi di Tangerang?
2. Adakah pengaruh terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z mengikuti vaksinasi di Tangerang?

3. Seberapa besar pengaruh terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z dalam mengikuti vaksinasi di Tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui arah hubungan terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z mengikuti vaksinasi di Tangerang.
2. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z mengikuti vaksinasi di Tangerang.
3. Mengetahui besaran pengaruh terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z dalam mengikuti vaksinasi di Tangerang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran, fakta, dan data terkait pengaruh terpaan berita efektivitas vaksin COVID-19 terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z dalam mengikuti vaksinasi di Tangerang. Selain itu, hasil pada penelitian ini juga dapat dijadikan referensi penelitian selanjutnya mengenai topik terpaan berita di media daring dan efek media dalam pemberitaan vaksin COVID-19.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran bagi media mengenai bagaimana pengaruh terpaan berita efektivitas COVID-19 di media daring terhadap tingkat kesediaan 200 responden generasi Z di Tangerang. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi evaluasi dari pemberitaan vaksin COVID-19 dalam konteks kampanye kesehatan yang dilakukan media-media tersebut sehingga evaluasi tersebut dapat menilai apakah kontribusi media sudah maksimal atau belum.

3. Kegunaan Sosial

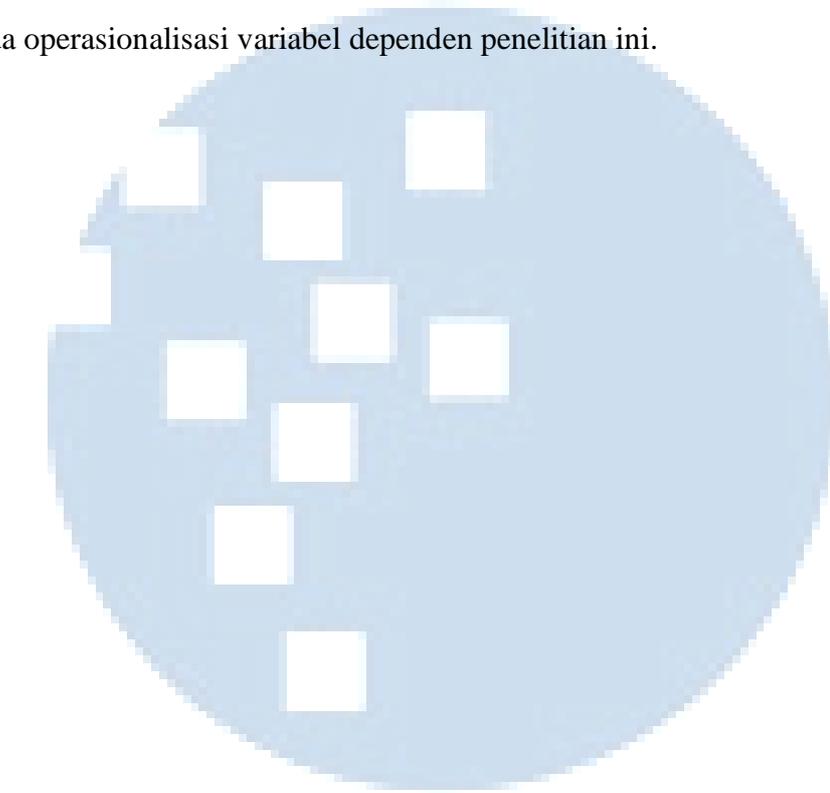
Penelitian ini dapat memberikan gambaran apakah tingkat kesediaan untuk mengikuti vaksinasi pada 200 responden generasi Z sudah cukup tinggi atau belum. Jika hasil menunjukkan tingkat kesediaan tersebut tinggi, maka peran pemegang kebijakan vaksinasi sudah maksimal dan tetap harus dijalankan secara konsisten. Namun, jika hal lain terjadi sebaliknya, maka masih dibutuhkan beberapa faktor yang harus dibenahi agar promosi kesehatan dalam kegiatan vaksinasi dapat dilaksanakan sesuai dengan tujuan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dilalui oleh peneliti, yaitu:

1. Penggalan data primer dilakukan secara daring melalui survei *google form* sehingga kontrol sepenuhnya terhadap responden mengenai survei penelitian yang disebar.kan.
2. Penggalan data pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* di mana hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan.

3. Terdapat kesalahan dalam penafsiran sumber referensi yang peneliti gunakan pada operasionalisasi variabel dependen penelitian ini.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA