

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan topik penelitian yang akan dirangkum sebagai berikut.

2.1.1 Media Sebagai Sumber Informasi COVID-19

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan virus COVID-19 merupakan sebuah ancaman global yang parah karena menular. Artikel keluaran Nature menunjukkan secara khusus, kasus epidemi COVID-19 yang merupakan penyakit yang menular menunjukkan peran penting dari difusi informasi dari berita. Dalam artikel serupa, istilah infodemik diciptakan dalam menguraikan sebuah fenomena misinformasi selama pengelolaan wabah dari penyakit karena proses epidemi yang cepat (Cinelli et al., 2020).

Media memiliki peran yang sangat penting dalam perputaran informasi mengenai pandemi COVID-19 yang terjadi baik dari secara kebutuhan individu maupun secara luas seperti lingkungan daerah. Akbar (2021) menyatakan bahwa pandemi menjadi hal yang berdimensi kritis dari berbagai lini. Sebagai edukasi dini, penyampaian pesan dalam media komunikasi harus dipilih masyarakat secara hati-hati. Terlebih, revolusi 4.0 yang menciptakan media daring dan berfungsi membagikan berbagai laporan fakta yang diproduksi hingga disebar dengan platform internet (Akbar, 2021).

Berbagai data secara *realtime* dapat diakses oleh masyarakat dengan menggunakan gawai secara perseorangan. Pengguna platform daring cenderung membuat masyarakat memiliki pandangan dari informasi yang diterima saja dan dapat mengabaikan perbedaan dari kelompok lain. Informasi tersebut juga dapat terproses yang jika tingkatannya tinggi mempermudah informasi yang salah untuk dapat berkembang. Beberapa penelitian turut menunjukkan bahwa berita atau informasi yang palsu dan

tidak akurat dapat menyebar dengan lebih cepat dan lebih luas dibandingkan berita berbasis fakta (Cinelli et al., 2020).

Media daring memberikan kemudahan bagi para pengguna, khususnya Generasi Z. Generasi Z yang lahir dan tumbuh di situasi unik yang didasari dari revolusi komputer hingga ledakan internet. Hasil penelitian *Pew Research Center* pada 2019 menunjukkan gambaran mengenai generasi Z yang lahir dengan terhubung dan berkomunikasi melalui gawai dan internet (Dimock, 2019). Hal ini didukung dari data Hootsuite dan We Are Social pada Januari 2021 juga menyajikan rentang usia 18-24 tahun menjadi usia dengan pengaksesan media berita *mainstream* terbanyak (Hootsuite & We Are Social, 2021).

2.1.2 Perilaku Masyarakat Generasi Z Terhadap Informasi di Berita

Berdasarkan artikel jurnal berjudul “Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe” karya Matthew Loveless (2008), ketergantungan media di tengah masyarakat hadir pada situasi kritis atau ketidakstabilan. Hal ini sesuai dari situasi pandemi yang menjadi ancaman global. Tidak hanya untuk mencari informasi tetapi individu juga tunduk atas efek media.

Artikel jurnal karya Dadi Ahmadi dan Adhi I. Sulaeman (2009) menyatakan pula bahwa berita informasi mempengaruhi hingga membentuk opini masyarakat dalam menanggapi pemberitaan media massa. Psikologi individu dapat terbentuk dari interaksi sosial dari membaca atau menyaksikan sebuah pemberitaan di media massa (Ahmadi & Sulaeman, 2009).

Penggunaan media massa menjadi sangat penting dalam mentransformasikan dan memperoleh fakta karena pengetahuan dan wawasan terhadap khalayak luas. Penelitian ini juga melihat berbagai komponen-komponen sikap seperti komponen konsumsi yang berisikan kepercayaan dari seseorang dalam menanggapi atau mengenai suatu hal yang benar bagi objek dari sikap.

Lalu ada komponen afeksi, yang menyangkut permasalahan emosional subjektif dari seseorang atau masyarakat dalam menanggapi sebuah objek dari sikap hingga disamakan dengan perasaan yang dimiliki oleh manusia atau individu terhadap sesuatu hal. Terakhir, konasi dimana komponen ini menunjukkan terhadap perilaku atau kecenderungan dari masyarakat dalam berperilaku yang berkaitan dengan objek sikap dengan ketergantungan dari kepercayaan hingga perasaan yang selaras sehingga konsisten dalam membentuk sikap dari masyarakat itu sendiri (Ahmadi & Adhi, 2009).

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized globe icon above the letters 'UMMN'.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Teori-Konsep	Metode	Hasil Penelitian
Matteo Cinelli, dkk	The COVID-19 Social Media Infodemic	Media Sosial	Analisis komparatif	Individu dapat menerima dan menolak informasi sesuai pandangan masing-masing dengan kemudahan dan kecepatan pengaksesan informasi di platform daring. Tingkat polarisasi yang membentuk kelompok dapat mempermudah informasi untuk tersebar secara luas. Hasil penelitian menunjukkan informasi tidak akurat dapat menyebar lebih cepat dan luas dibandingkan informasi berbasis fakta.
Syarifuddin Akbar (2021)	Media Komunikasi dalam Mendukung Penyebarluasan Informasi Penanggulangan Pandemi COVID-19	Komunikasi Massa	-	Terciptanya media daring pada revolusi 4.0 memberi kemudahan pengaksesan informasi secara cepat melalui internet. Berbagai data secara <i>realtime</i> dapat diakses oleh masyarakat secara perseorangan dengan menggunakan gawai yang terhubung dengan internet.
Michael Dimock (2019)	Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins”	-	-	Menjelaskan bagaimana mereka (para peneliti) dari <i>Pew Research Riset</i> menentukan titik potong antara generasi Milenial dan generasi selanjutnya, yaitu Gen Z. Klasifikasi Gen Z sendiri diputuskan pada individu dengan tahun kelahiran 1997 sampai tahun 2012 dengan kemampuan Gen-Z dalam menggunakan teknologi dan internet.

Matthew Loveless (2008)	Media Dependency: Mass Media as Sources of Information in the Democratizing Countries of Central and Eastern Europe	Teori dependensi media	Survei	Ketergantungan media hadir di tengah masyarakat pada situasi kritis atau ketidakstabilan yang sesuai dari situasi pandemi yang menjadi ancaman global. Media juga memberi efek secara individu dalam perolehan informasi yang diterima.
Dadi Ahmadi dan Adhi I. Sulaeman (2009)	Sikap Masyarakat terhadap Pemberitaan Bahaya Flu Babi di Media Massa	Teori dependensi efek komunikasi massa	Survei	Masyarakat modern tergantung dengan media massa, terlebih televisi karena dinilai sebagai sumber informasi dan pengetahuan mengenai hal yang terjadi di tengah masyarakat dengan mempengaruhi komponen kognisi, afeksi, dan konasi masyarakat dalam bertindak.

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

2.2 Teori

2.2.1 Teori Ketergantungan Media

Penelitian ini menggunakan teori ketergantungan media atau *media dependency theory*, yang menjadi sebuah pendekatan sistematis dalam mempelajari efek media terhadap masyarakat dengan melihat interaksi yang melibatkan masyarakat atau khalayak, sistem sosial, dan media. Teori ini diperkenalkan oleh peneliti komunikasi asal Amerika, yaitu Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach pada 1976.

Teori ketergantungan media memandang bahwa ketergantungan menjadi sebuah penghubung antara pemenuhan tujuan dan kebutuhan satu pihak dengan sumber daya dari pihak lainnya (Melvin & Rokeach, 1976). Hal ini memfokuskan kepada situasi industri dan informasi dimana media menjadi sumber informasi serta khalayak yang cenderung memenuhi kebutuhan informasi. Ketergantungan teori ini menjelaskan perincian yang selaras, seperti.

1. Individu : media memiliki kemampuan dalam memuaskan khalayak. Hal ini melihat bahwa seseorang akan menjadi tergantung dengan media dalam pemenuhan kebutuhan dengan tingkat ambiguitas.
2. Stabilitas sosial (*social stability*) : masyarakat yang melihat atau menonton mempertimbangkan kembali keyakinan, praktik, dan perilaku mereka ketika perubahan sosial yang dapat memaksa dalam mengevaluasi kembali dan membuat keputusan yang baru.
3. Audiens aktif : proses komunikasi ini memilih ketergantungan media pada kebutuhan individu serta faktor lain seperti kondisi masyarakat, ekonomi, dan budaya. Jika sumber alternatif memenuhi kebutuhan khalayak, maka ketergantungan media secara timbal balik akan berkurang.

Media massa secara besar maupun kecil dapat pula memberi efek terhadap komunikan sebagai penerima pesan. Efek yang melekat pada komunikan khususnya masyarakat berakibat dari adanya perubahan secara psikologis. Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach (1976) dan Effendy

(2003) menyatakan bahwa efek yang dihasilkan dari hubungan khalayak, sistem sosial dengan media mengklasifikasikan tiga efek, yaitu.

1. Efek kognitif

Efek ini berhubungan dengan penalaran atau pemikiran dengan khalayak yang semula tidak mengetahui, tidak mengerti hingga bingung menjadi jelas. Berbagai contoh pesan komunikasi dari media massa yang mampu menimbulkan efek kognitif seperti berita, artikel tajuk rencana dan lainnya.

2. Efek afektif

Efek ini berkaitan erat dengan perasaan dan respons emosional. Konsumsi media, seperti membaca surat kabar atau majalah, menonton acara televisi atau bioskop, hingga mendengarkan radio, menimbulkan perasaan tertentu pada khalayak. Efek afektif sendiri dapat memunculkan berbagai macam perasaan atau respons seperti senang hingga tertawa, takut hingga merinding, sedih hingga menangis dan kemungkinan munculnya perasaan lainnya seperti kesal, marah, kecewa, penasaran, sinis hingga lainnya setelah pengkonsumsian berita tersebut.

3. Efek konatif atau efek *behavioural*.

Efek ini bersangkutan dengan niat, upaya, usaha, tekad yang dapat menjadi sebuah tindakan atau kegiatan. Efek konatif ini biasanya tidak langsung timbul akibat terpaan dari media tetapi didahului oleh efek kognitif atau afektif.

Rahmi Mulyasih dalam artikel Dependensi Media pada Masyarakat Indonesia tahun 2013 menjabarkan berbagai asumsi mengenai teori ketergantungan media terhadap masyarakat yang terbagi menjadi.

1. Jika media dapat mempengaruhi masyarakat, hal tersebut terjadi akibat media yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dari masyarakat, bukan karena fungsi media sebagai pengawasan dari setiap masyarakat.

2. Individu menggunakan media dalam bagian yang besar akan secara tidak langsung menentukan beberapa media yang akan mempengaruhi mereka, seperti semakin seorang tergantung pada informasi dari media maka semakin besar kemungkinan media akan mempengaruhi individu dari segi kepercayaan, sikap, dan tingkah laku.
3. Meningkatnya kompleksitas dari masyarakat modern membuat individu tergantung pada media dalam membantu memahami, membantu, dan membuat keputusan yang memperkenalkan individu dalam kehidupan yang lebih baik.
4. Memiliki kebutuhan yang lebih dari informasi, pelarian hingga fantasi membuat individu akan lebih dipengaruhi oleh media yang memiliki ketergantungan yang lebih besar.

Media massa tidak hanya memenuhi kebutuhan dari segi informasi atau hiburan, tetapi termasuk kebutuhan fantasi dan ilusi melalui saluran komunikasi. Saluran komunikasi dalam bentuk media menjadi salah satu potensial pembentukan kesadaran sosial dalam membentuk persepsi dunia dan tempat tinggal setiap individu. Hal ini membuat media menemukan kekuatan dalam mempengaruhi, mereduksi pengetahuan, hingga pijakan sosial dalam membentuk wawasan manusia mengenai kehidupan.

Sehingga, dari seluruh penjabaran mengenai teori dependensi media, penelitian ini akan memahami keterkaitan apa yang dilakukan media dalam melayani berbagai fungsi informasi. Penelitian ini akan melihat bagaimana informasi di media dapat menimbulkan berbagai efek-efek tertentu seperti efek kognitif, afektif, hingga konatif kepada masyarakat secara individu atau kelompok.

2.2.2 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil tahu dari manusia mengenai dan mengenal suatu hal (Rachmawati, 2019). Merupakan hasil tahu, pengetahuan terjadi dari individu yang telah melakukan penginderaan perihai sebuah objek

tertentu. Penginderaan tersebut dapat terjadi melewati panca indra dari manusia. Tidak hanya panca indra, pengetahuan juga diperoleh melalui proses berpikir dari tingkat rendah hingga tingkat tinggi (Asi, 2018).

Anderson & Krathwohl (2001) menjelaskan pengetahuan yang merupakan hasil dari sebuah proses berpikir terbagi menjadi empat pengetahuan, seperti.

1. Pengetahuan faktual.

Pengetahuan ini merupakan pengetahuan dalam mengetahui sesuatu yang terjadi dan bersifat konkret. Pengetahuan ini menjadi pengetahuan abstrak dengan tingkat terendah dan sejajar dengan pola pikir tingkat rendah. Pengetahuan faktual juga diartikan sebagai pengetahuan yang dasar dalam menjelaskan serta memahami dan mengorganisasikan komunikasi dari akademis secara sistematis mengenai suatu ilmu. Hal tersebut mengartikan pengetahuan faktual merupakan kumpulan fakta, peristiwa, benda-benda hingga teori.

2. Pengetahuan konseptual.

Pengetahuan ini mencakup mengenai secara kategori dan klasifikasi dari hubungan yang lebih kompleks dan terorganisir. Pengetahuan ini mencakup skema, model, dan teori yang melihat bagaimana bagian yang berbeda dari potongan-potongan informasi yang saling berhubungan dan saling terkait secara lebih sistematis.

3. Pengetahuan prosedural.

Pengetahuan ini dinilai sebagai pengetahuan yang sejajar dengan cara berpikir secara kritis. Pengetahuan prosedural didefinisikan sebagai pengetahuan dalam mengetahui cara melakukan sesuatu. Berbanding dengan pengetahuan faktual, pengetahuan prosedural melibatkan langkah-langkah saat melakukan sesuatu.

4. Pengetahuan metakognitif.

Pengetahuan metakognitif dinilai bersifat abstrak dan menjadi strategi kognitif. Selain itu, pengetahuan metakognitif dicerminkan

pada kontekstual kognisi yang berkaitan dengan situasi yang khusus. Pengetahuan ini tidak menekankan pada kesadaran tapi juga bertanggung jawab dalam pengetahuan dan pemikiran.

Sehingga, dari seluruh penjabaran mengenai konsep dari pengetahuan, penelitian ini akan memahami keterkaitan dari media sebagai ruang transformasi pengetahuan kepada masyarakat atau publik dari informasi yang disampaikan (Priyono, 2022). Tidak hanya itu, kerja jurnalistik berperan sebagai jembatan dalam menyajikan berbagai data, informasi, hingga pengetahuan kepada masyarakat dengan landas kebenaran tanpa sensasi. Sehingga, penelitian ini disusun dalam melihat peran media sebagai sumber pengetahuan dari masyarakat dari berbagai isu atau peristiwa yang tengah terjadi, salah satunya isu vaksin di Indonesia.

2.2.3 Sikap

Sikap merupakan keadaan berpikir dan jiwa yang disiapkan dalam memberikan respons atau tanggapan mengenai sebuah objek dari pengalaman yang mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung dari sebuah tindakan. Sikap diibaratkan kecenderungan individu dalam memberikan sebuah tanggapan dari rangsangan lingkungan baik dalam memulai hingga membimbing dari tingkah laku tersebut.

Menjadi sebuah respons dari individu, sikap yang terjadi akibat stimulus tertentu dapat menimbulkan perasaan memihak, mendukung hingga perasaan tidak mendukung atau memihak dari sebuah objek tertentu.

Rachmawati (2019) menguraikan berbagai bentuk faktor pembentukan sikap seperti pengalaman pribadi, orang lain, kebudayaan, lembaga pendidikan atau agama, faktor emosional hingga media massa. Media massa di sini berperan sebagai sarana komunikasi yang memiliki pengaruh dalam membawa pesan yang berisi sebuah sugesti dalam mengarah pada sebuah opini. Media massa seperti televisi, radio, surat kabar hingga internet dapat mengakibatkan landasan kognisi yang dapat membentuk sikap dari individu.

Sikap juga diuraikan kedalam beberapa tingkatan, seperti:

1. Menerima, yang diartikan individu memiliki keinginan dalam menerima sebuah stimuli yang diberikan.
2. Menanggapi, diartikan individu mampu dalam memberikan sebuah tanggapan atau jawaban dari sebuah objek yang dihadapi.
3. Menghargai, diartikan bahwa individu dapat memberikan sebuah nilai yang baik atau positif dari sebuah objek dengan bentuk tindakan atau pemikiran mengenai masalah.
4. Bertanggung jawab, diartikan bahwa individu dapat mengambil sebuah risiko dengan perbedaan dari setiap tindakan dan pemikiran secara personal atau masing-masing individu.

Sehingga, dari seluruh penjabaran mengenai konsep dari sikap, penelitian ini akan melihat berbagai respons dari individu dengan melihat dari uraian tingkatan setelah sampel diberikan sebuah *treatment* dengan berbagai pilihan berita yang telah disediakan.

2.2.4 Media Daring

Jurnalisme digital telah menjadi salah satu kata kunci multiguna yang diberlakukan dalam kajian secara jurnalistik. Jurnalisme digital diartikan sebagai hasil dari kondisi ekologi yang baru dalam sirkulasi konten pada pemberitaan di tengah masyarakat kontemporer dan pemahaman konvensional mengenai jurnalisme dan berita dengan menghasilkan berbagai macam informasi secara harian dengan skala besar (Waisbord, 2019).

Perkembangan revolusi 4.0 yang melahirkan media daring juga berfungsi dalam membagikan berbagai laporan fakta yang diproduksi hingga disebarkan dengan penggunaan platform internet. Berpindahannya konsumsi berita masyarakat dari media konvensional ke daring terjadi karena akses hingga pemberitaan yang dapat diperoleh tanpa batasan waktu dan tempat. Berita daring tumbuh dalam perkembangan teknologi dan informasi yang menyesuaikan masyarakat Indonesia yang lebih menyukai pemilihan informasi yang cepat, mudah diakses dan berpeluang untuk tidak mengeluarkan uang atau tidak berbayar (Fauziah & Nuraeni, 2017).

Data Dable, sebuah platform *content discovery* yang unggul di Asia, menerbitkan ‘Digital Media Landscape 2021’ dengan menyajikan lanskap media daring serta perilaku pengonsumsi konten. Hasil data tersebut merumuskan “Top 30 Media” yang diperoleh berdasarkan data tadi berbagai perusahaan analisis data global seperti Alexa, Comscore, hingga Red Volcano. “Top 30 Media” ini mengurutkan *Okezone.com* di posisi pertama, diikuti *Tribunnews* di posisi ke dua, *Kompas.com* yang berada di posisi ketiga, dan berbagai media daring lainnya (Dable, 2021).

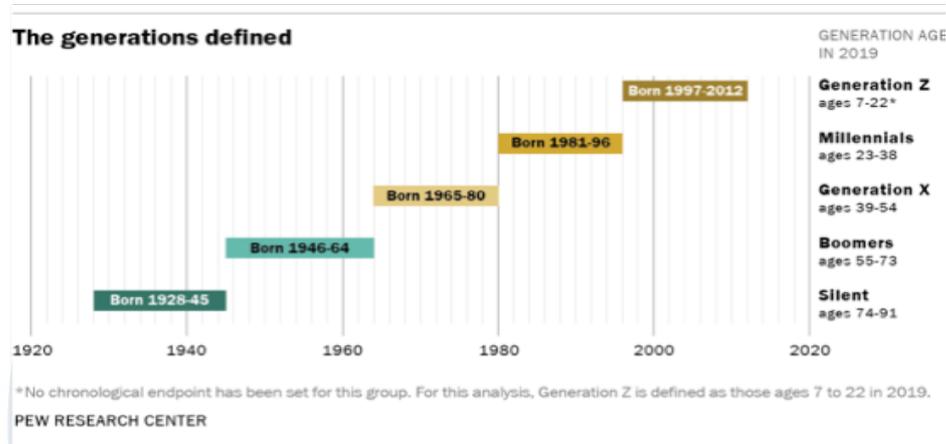
2.2.5 Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok usia yang sangat dekat dengan teknologi dan lebih paham bagaimana media sosial bekerja dari pada kelompok usia generasi X (Dimmock, 2019). Jurnal *Pew Research Riset* menjelaskan bagaimana mereka (para peneliti) menentukan titik potong antara generasi Milenial dan generasi selanjutnya. Pertimbangan dari berbagai macam analisis hingga data baik historis, perilaku, teknologi maupun sikap.

Keunikan satu generasi ke generasi menjadikan *Pew Research Riset* memutuskan menggunakan tahun 1996 sebagai tahun kelahiran terakhir pada generasi Milenial. Tahun kelahiran antara 1981 hingga 1996 (usia 26 sampai 41 tahun pada 2022) dianggap sebagai generasi Milenial dan kelahiran tahun 1997 hingga selanjutnya merupakan generasi baru. Penamaan dari generasi yang sedang naik daun ini pun terbagi menjadi beberapa pilihan nama di antaranya dengan penamaan generasi Z, *iGeneration* dan juga *Homelanders*.

Pada tahun terakhir penelitian *Pew Research Riset*, nama atau panggilan untuk Gen Z telah menguasai banyak bidang diantaranya dalam budaya populer hingga dari bidang jurnalisme. Tidak hanya itu, pencarian pada Google Trends menunjukkan data penyebutan atau penamaan “Generasi Z” melampaui nama-nama lain pada penelusuran informasi.

Gambar 2.1 Grafik Penentuan Generasi oleh *Pew Research Center*



Sumber: *Pew Research Center* (2019)

Gambar 2.1 menjelaskan bahwa kelahiran antara 1997 sampai 2012 berada dalam generasi Z atau Gen-Z. Grafis pada gambar tersebut menyebutkan pula pada 2019, generasi Z berada dalam usia antara 7 sampai 22 tahun. Sehingga, pada 2022 usia individu pada generasi Z berada pada di rentang usia 10 sampai 25 tahun.

Peneliti *Pew Research Riset* juga menambahkan klasifikasi atas riset pada anak muda di Amerika Serikat. Hasil riset tersebut menghasilkan generasi Z yang menggunakan *website* melalui perantara perangkat seluler atau gawai, *WIFI*, bahkan layanan seluler dengan *bandwidth* yang tinggi sebagai cara utama dalam berkomunikasi (Dimmock, 2019).

Data Loka Data tahun 2019 menyebutkan masyarakat dari kategori generasi Z di Indonesia berada dalam kategori tertinggi yaitu mencapai angka sebesar 27 persen atau setara dengan 72,8 juta jiwa jika dibandingkan dengan generasi milenial sebesar 25 persen atau mencapai 66,7 juta jiwa dan generasi X dengan total mencapai 21 persen dari total populasi yang ada. Setahun kemudian, data Kata Data menunjukkan bahwa generasi Z masih menduduki peringkat pertama dari kependudukan Indonesia. Hasil sensus yang diadakan pada 2020 tersebut menjelaskan bahwa generasi Z berada dalam angka sebanyak 27,49 persen dari total 270,2 juta populasi di Indonesia.

Artikel dari Pusat Standar dan Kebijakan Pendidikan Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menuliskan karakter generasi Z yang beragam, bersifat global, hingga mampu memberikan pengaruh dari budaya dan sikap masyarakat (Rakhmah, 2021). Tidak hanya itu, keterbukaan dari generasi ini dalam menerima perbedaan dan keberagaman akan suatu hal. Namun, keterbukaan tersebut akan membentuk identitas diri yang dapat berubah dan mempengaruhi pola pikir dan sikap dari generasi ini.

Penetapan generasi ini pun juga mempertimbangkan kondisi bagaimana individu dengan rata-rata usia tahun kelahiran 1997 hingga selanjutnya dapat dilihat berdasarkan faktor politik, sosial, hingga ekonomi. Sehingga, konsep dari generasi Z di sini sebagai subjek penelitian dengan kategori umur dari generasi Z yaitu mulai dari usia 9 hingga 24 tahun.

2.3 Hipotesis Teoritis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara yang dirumuskan oleh peneliti terhadap tujuan dari penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dirancang (Sujarweni, 2020). Hipotesis sendiri juga merupakan pernyataan secara tentatif mengenai sebuah hubungan antara dua variabel atau lebih dengan dugaan sementara dalam menjawab rumusan permasalahan dalam penelitian (Sujarweni, 2020, p. 44).

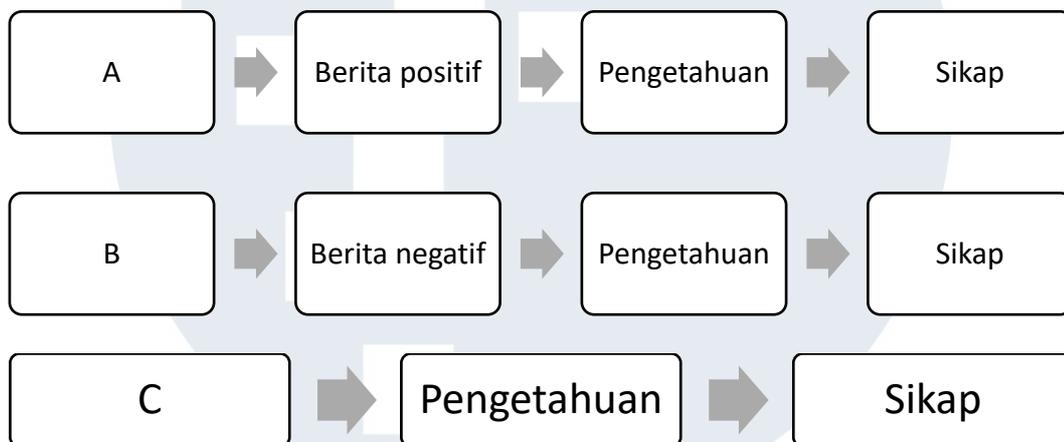
Sehingga berdasarkan konsep dan teori yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut;

- a. H_0 = Tidak terdapat hubungan antara berita efek vaksin COVID-19' pada media daring terhadap pengetahuan dan sikap dari generasi Z
- b. H_1 = Terdapat hubungan antara berita efek vaksin COVID-19' pada media daring terhadap pengetahuan dan sikap dari generasi Z.

2.4 Alur Penelitian

Memiliki tujuan dalam melihat bagaimana pengaruh media yang dapat menjadi sumber pengetahuan serta mempengaruhi sifat dari masyarakat generasi Z, penelitian ini akan berfokus pada hasil akhir dari eksperimen yang dilakukan.

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran dari Penelitian



Sumber : Olahan Peneliti (2022)

Sesuai tabel 2.2, eksperimen ini akan terbagi menjadi ketiga kelompok dengan masing-masing kelompok akan diberikan stimuli atau *treatment* yang berbeda. Perbedaan stimuli pada penelitian ini akan terlihat dari pemberiaan stimuli itu sendiri yang berupa sebuah berita pada kelompok A dengan berita yang berisikan hal positif dari vaksin COVID-19, kelompok B yang akan diberikan sebuah berita yang berisikan hal negatif atau kurang baik dari vaksin COVID-19, dan kelompok C tanpa pemberitaan berita.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh dari berita efek vaksin di media daring terhadap pengetahuan dan sikap dari generasi Z di Jakarta. Menggunakan eksperimen dengan *post-test only*, pengisian kuesioner dari berbagai pernyataan akan disesuaikan pada operasional variabel.