

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pesan media massa berpotensi membawa perubahan pada diri audiens, tetapi penelitian lainnya menunjukkan bahwa media massa tidak memiliki kuasa yang kuat untuk mempengaruhi audiens. Hal tersebut didukung oleh dua cara pandang berbeda dalam melihat kecenderungan audiens mengonsumsi pesan media massa. Cara pandang pertama menilai audiens bersikap pasif dalam menerima terpaan media massa. Dalam hal ini, media dipandang sangat kuat sehingga audiens hanya menerima pesan seperti yang dimaksudkan oleh media tanpa mempertanyakan kembali isinya. Cara pandang kedua menilai audiens bersikap aktif karena dengan pengalaman hidup, pendidikan, keluarga, dan pengaruh budaya, audiens dapat mempertanyakan pesan yang mereka dapatkan dan mengembangkan interpretasi dari pesan tersebut. Dalam hal ini, media dipandang tidak mampu mempengaruhi audiens secara langsung, tetapi dapat memperkuat referensi audiens yang sudah ada sebelumnya (Najikh, 2016, p. 27 - 29).

Sebagai contoh, pada Oktober 2021 berbagai media internasional memberitakan kasus Kim Seon Ho, seorang aktor Korea Selatan, yang terkena skandal bahwa ia telah memaksa mantan kekasihnya untuk aborsi. Menanggapi kasus tersebut, banyak audiens yang kecewa dan benci dengan Kim Seon Ho, seperti yang dilansir dari berita “Begini Komentar Para Netizen Korea Menanggapi Pernyataan Resmi Kim Seon Ho terkait Kasus Aborsi” oleh *Warta Sidoarjo* pada 20 Oktober 2021 (Ikromah, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat audiens yang hanya menerima pesan begitu saja. Namun, banyak juga audiens yang tetap mendukung Kim Seon Ho setelah membaca berita terkait pernyataan permohonan maafnya, seperti yang dilansir dari berita

“Pasca Laporan Dispatch, Kim Seon Ho Banjir Dukungan dari Netizen” oleh *Parapuan.co* pada 27 Oktober 2021 (Langit, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat audiens yang menginterpretasikannya secara berbeda.

Salah satu teori yang mempelajari aktivitas audiens dengan lebih dalam adalah pemaknaan khalayak atau resepsi (*encoding-decoding*) oleh Stuart Hall, yaitu teori yang berfokus pada cara khalayak memberi makna terhadap isi pesan media. Dalam teori resepsi, khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan makna dari isi pesan yang disampaikan oleh media. Hal tersebut dapat menciptakan banyak makna potensial yang disebut sebagai polisemi. Meski demikian, Hall menyebut bahwa di dalam polisemi tekstual tetap terdapat satu makna yang memiliki posisi istimewa atau ideologi dominan karena media massa tertanam kuat dalam tatanan sosial kapitalis. Oleh karena itu, secara logis untuk melayani kepentingan hegemonik kelas penguasa, makna yang lebih disukai (*preferred meaning*) adalah makna yang sesuai dengan kepentingan ideologis ini. Menurut Stuart Hall, terdapat tiga posisi pemaknaan khalayak untuk mendekodekan *preferred meaning*, yaitu *dominant reading*, *oppositional reading*, dan *negotiated reading*. Pertama, *dominant reading* di mana audiens akan menyukai dan menyetujui ideologi dari pesan. Kedua, *oppositional reading* di mana audiens sepenuhnya menolak ideologi dari pesan. Ketiga, *negotiated reading* di mana audiens menyetujui secara keseluruhan, tetapi menolak hal-hal yang bertentangan dengan latar belakang mereka (Littlejohn & Foss, 2009, p. 66). Peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait latar belakang apa saja yang dapat mempengaruhi posisi seseorang.

Peneliti memilih berita dengan topik kesehatan sebagai contoh kasus karena kesehatan menjadi aspek yang sangat penting dalam kehidupan seseorang. Hal tersebut menuntut seseorang untuk mencari berbagai macam informasi yang dibutuhkan terkait kesehatan (Prasanti, 2017, p. 150). Penelitian Syamsidar dan Firdayanti (2021, p. 51) menunjukkan bahwa berita kesehatan di media daring sering dikunjungi sebanyak 3 – 5 kali sehari. Isu kesehatan yang peneliti gunakan adalah terkait vaksinasi Covid-19 karena

menyangkut pandemi Covid-19 saat ini dan pelaksanaan program vaksinasi pun menuai pro dan kontra. Peneliti akan menggunakan 2 berita mengenai vaksinasi Covid-19 yang memiliki ideologi dominan yang berbeda untuk mengetahui apakah posisi pemaknaan khalayak akan berubah. Setelah menemukan berita yang ingin digunakan, peneliti akan melakukan analisis *framing* terlebih dahulu untuk mencari tahu ideologi dominan pada kedua berita dan menguji apakah keduanya memiliki ideologi yang berbeda. *Framing* didefinisikan sebagai proses untuk membuat suatu pesan lebih menonjol. Model yang peneliti gunakan adalah model Pan & Kosicki. Model tersebut merupakan salah satu model yang paling populer dan sering digunakan. Menurut Pan & Kosicki, analisis *framing* dapat menjadi alternatif dalam menganalisis teks media di samping analisis isi kuantitatif (Eriyanto, 2002, p. 289 – 290).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, diketahui bahwa berita kesehatan menjadi salah satu berita yang sering dikonsumsi audiens. Dalam mengonsumsi berita, audiens terlibat secara aktif untuk memahami pesan yang disampaikan. Menurut teori resepsi oleh Stuart Hall, terdapat 3 posisi pemaknaan audiens dalam memaknai pesan, yaitu *dominant*, *oppositional*, dan *negotiated*. Maka dari itu, rumusan penelitian ini adalah bagaimana proses pemaknaan khalayak terhadap berita kesehatan?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apa ideologi dominan yang terkandung dalam 2 berita vaksinasi Covid-19?
2. Bagaimana pemaknaan khalayak terhadap berita vaksinasi Covid-19 yang memiliki 2 ideologi dominan berbeda?
3. Latar belakang apa saja yang mempengaruhi pemaknaan khalayak terhadap berita vaksinasi Covid-19 yang memiliki 2 ideologi dominan berbeda?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui ideologi dominan yang terkandung dalam 2 berita vaksinasi Covid-19.
2. Mengetahui pemaknaan khalayak terhadap berita vaksinasi Covid-19 yang memiliki 2 ideologi dominan berbeda.
3. Mengetahui latar belakang yang mempengaruhi pemaknaan khalayak terhadap berita vaksinasi Covid-19 yang memiliki 2 ideologi dominan berbeda.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini memberikan informasi terkait pemaknaan seseorang terhadap suatu pesan dalam kondisi yang dibuat dan latar belakang apa saja yang mempengaruhi posisi pemaknaannya sehingga dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk media daring agar lebih memahami khalayak dengan mempertimbangkan latar belakang yang mempengaruhi posisi pemaknaan khalayak sehingga makna yang ingin disampaikan lewat berita dapat disampaikan dengan lebih baik.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ilmiah baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, tentu memiliki kelebihan dan keterbatasan. Penelitian kualitatif sendiri memiliki beberapa keterbatasan (Queirós et al., 2017, p. 378 - 379). Dari segi studi kasus (*case studies*), tidak bisa digeneralisasi karena informan sedikit. Dari segi wawancara mendalam (*in-depth interviews*), proses verifikasi

jawaban untuk dibandingkan dengan informasi membutuhkan waktu yang lama dan narasumber harus dipilih dengan cermat.