

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penulisan sebuah penelitian sangat membutuhkan sebuah acuan berupa referensi artikel untuk memperkaya isi dari teori dan konsep yang digunakan. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan topik penelitian dengan rangkuman sebagai berikut.

Penelitian terdahulu pertama yang peneliti gunakan sebagai acuan berjudul *People's Trust in Health News Disseminated by Mass Media in Tehran* yang ditulis oleh Sima Nedjat, Saharnaz Nedjat, Reza Majdzadeh, dan Mojgan Farshadi pada tahun 2014 (Nedjat et al, 2014). Berbicara mengenai berita atau informasi terkait kesehatan, masyarakat lebih tertarik untuk menerima informasi mengenai penyakit, cara pencegahannya, obat-obatan, dan faktor penentu kesehatan lainnya (Nedjat et al., 2014). Nedjat et al. beranggapan bahwa dalam beragam kasus berkaitan dengan pengetahuan kesehatan, penyebaran informasi atau berita yang akurat akan menjadi sangat penting. Media merupakan sebuah alat penting dalam menciptakan perubahan perilaku termasuk kepercayaan terkait dengan sumber informasi kesehatan masyarakat.

Kepercayaan sendiri merupakan salah satu domain utama modal sosial, dan modal sosial sendiri merupakan salah satu faktor penentu kesehatan itu sendiri (Grootaert & Bastelaer, 2001, p. 24, dalam Nedjat et al., 2014). Selain itu, tingkat dan kualitas kepercayaan pada berita kesehatan salah satu hal yang penting. Karena tidak ada organisasi yang mengawasi berita kesehatan dan iklan yang disebarluaskan melalui saluran internet dan satelit (Nedjat et al., 2014). Hasil yang diperoleh dari penelitian oleh Nedjat et al., tingkat kepercayaan tertinggi menunjukkan pada IRIB, dan kepercayaan terendah pada berita satelit. IRIB dianggap memiliki lebih banyak penguasaan atas informasi yang disampaikan

daripada yang ada di saluran satelit. Peneliti menggunakan penelitian milik Nedjat et al karena pada penelitian ini membahas mengenai *news trust* yang mana mengacu pada berita kesehatan. Peneliti melihat konsep *news trust* yang menjadi acuan peneliti dalam membahas kepercayaan berita. Namun yang membedakan dengan penelitian milik peneliti adalah peneliti membahas kepercayaan berita kesehatan dengan topik vaksin HPV secara spesifik pada generasi Z dan Y dengan dua kelompok media berita.

Penelitian terdahulu kedua yang peneliti jadikan acuan berjudul *The Relationship Between Trust in Mass Media and The Healthcare System and Individual Health: Evidence From The Asia Barometer Survey* yang ditulis oleh Yasuharu Tokuda, Seiji Fujii, Masamin Jimba, dan Takashi Inoguchi pada tahun 2008 (Tokuda et al., 2008). Saat ini kepercayaan telah muncul sebagai sarana utama untuk mencapai kerjasama dalam hubungan antar organisasi dan individu (Petrou & Kupek, 2003, dalam Tokuda et al., 2009). Menurut Gilson (2003, dalam Tokuda et al., 2009) adanya kepercayaan berarti mencerminkan adanya harapan terhadap sesuatu bahwa seorang individu atau suatu lembaga dapat bertindak dengan kompeten, adil, terbuka, dan dengan perhatian. Para peneliti mengatakan bahwa selain sistem kesehatan, media massa juga dianggap sebagai salah satu lembaga publik yang paling penting dan memiliki efek yang cukup besar pada kesehatan masyarakat melalui tingkat kepercayaan khalayak pada institusi ini. Menurut Tokuda dkk, kepercayaan media harus ditingkatkan untuk membuat masyarakat yang lebih sehat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kepercayaan institusional yang tinggi terhadap media massa dan kesehatan yang baik. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa individu dengan kepercayaan yang tinggi terhadap media massa memiliki kesehatan yang lebih baik. Informasi dan konten yang dimiliki oleh media massa dapat berkontribusi terhadap kesehatan yang lebih baik, terutama di antara orang-orang yang memiliki kepercayaan pada media massa. Karena media massa memiliki peran sosial yang sangat penting dalam

hal kesehatan masyarakat. Peneliti menggunakan penelitian ini sebagai acuan berpikir dalam mengukur tingkat kepercayaan berita kesehatan yang disajikan oleh media berita. Penelitian ini peneliti gunakan sebagai acuan dalam memahami konsep news trust sendiri dan pentingnya sebuah kepercayaan khalayak pada berita kesehatan bagi media dan pemerintah.

Penelitian terdahulu ketiga yang peneliti jadikan acuan berjudul *Trust in Information Sources During The COVID-19 Pandemic. A Romanian Case Study* yang ditulis oleh Raluca Buturoiu, Nicoleta Corbu, Denisa-Adriana Oprea dan Mădălina Boțan tahun 2020 (Buturoiu et al., 2020). Pertengahan 2020, hampir seluruh media, yaitu media sosial dan media konvensional secara eksklusif berfokus pada topik yang berkaitan dengan pandemi COVID-19 (Ferraresi, 2020, dalam Buturoiu et al., 2020). Bengterter (2014, dalam Buturoiu et al., 2020), mencatat bahwa masyarakat menjadi semakin skeptis mengenai risiko yang terkait dengan penyakit menular yang muncul. Ketidakpercayaan pada berita di media pun menjadi semakin memburuk sejak saat itu. Semakin banyak orang melihat bahwa organisasi kesehatan masyarakat, lembaga pemerintah, dan media sebagai rekan dalam menyebarkan informasi dianggap memanfaatkan keadaan untuk mendapatkan keuntungan.

Bersamaan dengan banyaknya ketidakpastian seputar informasi COVID-19 pada saat itu, membuat pemerintah dan media untuk memahami situasi dan mengembangkan solusi yang layak. Karena media secara tidak langsung akan membentuk persepsi dan perilaku seseorang dalam memutuskan sesuatu. Penelitian ini bertujuan untuk menyoroti lebih jauh bagaimana kepercayaan pada media memengaruhi penyaringan atau pemrosesan informasi terkait COVID-19 pada masing-masing individu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa selama periode penelitian, situs web pemerintah merupakan sumber informasi yang paling dipercaya. Kepercayaan terhadap suatu sumber informasi berkorelasi dengan konsumsi berita terkait COVID-19 dari sumber tersebut, pengecekan fakta, dan persepsi diri mengenai kemunculan berita bohong terkait COVID-19. Peneliti

menggunakan penelitian dari Buturoiu et al (2020) sebagai acuan dalam memahami konsep *news trust* dan pentingnya dalam mencari tingkat kepercayaan berita kesehatan pada sebuah media atau suatu lembaga dan pemerintah. Hal ini berkaitan dengan sebuah solusi yang diberikan kepada masyarakat terkait informasi kesehatan yang diterima dan dibutuhkan.

Selanjutnya penelitian terdahulu keempat yang peneliti jadikan acuan berjudul *In Media We Trust? A Comparative Analysis of News Trust in New Zealand and Other Western Media Markets* yang ditulis oleh Merja Myllylahti dan Greg Treadwell pada tahun 2022 (Myllylahti & Treadwell, 2022). Di era misinformasi, banyak perusahaan media atau organisasi berita sempat mengalami kesulitan di era pandemi belakangan. Maka untuk mempertahankan kelangsungan keuangan mereka, kepercayaan terhadap konten berita mereka menjadi faktor terpenting dalam mempertahankan pendapatan mereka untuk dapat tetap berdiri (Myllylahti & Treadwell, 2022). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa khalayak lebih bersedia membayar atau berlangganan berita media yang sudah terpercaya. Namun, Laporan Berita Digital Reuters (2019 dalam Myllylahti & Treadwell, 2022), menemukan bahwa meskipun orang tampaknya bersedia membayar untuk suatu organisasi media yang terpercaya, sebagian besar orang juga tidak bersedia membayar untuk media (Newman et al.2019).

Menurut Myllylahti & Treadwell (2022), konsep kepercayaan merupakan konsep yang rumit dan menantang untuk diukur dan diteliti. Tujuan penelitian ini adalah membandingkan tingkat kepercayaan terhadap berita di Selandia Baru dengan pasar berita Barat lainnya, secara umum dan *pada platform* media sosial dan *search engines*. Para peneliti menghubungkan kepercayaan terhadap berita dengan kredibilitas media, pesan yang disampaikan, dan narasumber atau pendukung data dalam berita. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah dibandingkan dengan media berbahasa Inggris lainnya (Australia, Inggris, dan AS) kepercayaan masyarakat Selandia Baru terhadap berita secara umum relatif tinggi, dan mereka juga memiliki tingkat kepercayaan tertinggi terhadap berita yang

mereka konsumsi secara pribadi. Warga Selandia Baru cenderung lebih waspada terhadap misinformasi dan disinformasi yang menyebar di internet (Myllylahti & Treadwell, 2022). Penelitian ini juga peneliti gunakan sebagai acuan dalam mengukur tingkat kepercayaan pada berita yang disajikan oleh media. Yang mana juga menyatakan bahwa konsep kepercayaan sendiri merupakan salah satu konsep yang cukup rumit dan menantang untuk diteliti serta diukur.

Penelitian terdahulu kelima yang peneliti jadikan acuan berjudul *Trust in COVID-19 Information Sources and Perceived Risk Among Smokers: A Nationally Representative Survey* yang ditulis oleh Reed M. Reynolds, Scott R. Weaver, Amy L. Nyman, dan Michael P. Eriksen tahun 2021 (Reynolds et al, 2021). Sumber terpercaya terkait kesehatan seperti dokter pribadi, menjadi paling efektif dalam menyampaikan informasi COVID-19 pada khalayak. Salah satu penyebab utama resistensi terhadap langkah kesehatan masyarakat selama pandemi adalah ketidakpercayaan masyarakat terhadap Lembaga publik dan sumber informasi medis tradisional, dan organisasi media. Penelitian ini membahas mengenai kepercayaan perokok terhadap sumber informasi mengenai COVID-19 dan bagaimana kepercayaan dikaitkan dengan persepsi kerentanan dan keparahan COVID-19 di kalangan perokok.

Di tengah situasi pandemi, orang-orang mencari informasi mengenai isu yang relevan dengan tujuan untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan yang seiring berjalannya waktu mengalami perubahan. berbagai sumber telah menyebarkan informasi mengenai penyakit ini, bagaimana cara penularannya, konsekuensi kesehatannya, serta perilaku pribadi dan kebijakan social yang diberikan pemerintah. Pengaruh informasi yang diterima pada keyakinan dan perilaku selanjutnya tidak sepenuhnya ditentukan oleh isi informasi itu sendiri. Melainkan kredibilitas sumber yang memainkan peran penting dalam menentukan apakah informasi tersebut dapat diterima dan kemudian memengaruhi perilaku seseorang.

Penelitian terdahulu keenam yang peneliti jadikan acuan berjudul *Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Berita Pada Media yang Terlibat dalam*

Politik yang ditulis oleh Adek Darmawan, & Hamdani M. Syam tahun 2017 (Darmawan & Syam, 2017). Dalam penelitian ini, para peneliti menggunakan teori *uses and gratifications*. Teori tersebut digunakan sebagai landasan penentu pilihan pesan atau media khalayak. Teori ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana khalayak memilih media yang mereka inginkan. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media yang terlibat dalam politik serta untuk mengetahui apakah masyarakat terpengaruh dalam menonton televisi terhadap media yang terlibat politik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa siaran TV one merupakan siaran televisi yang menjadi kepercayaan masyarakat kecamatan Syiah Kuala dibandingkan dengan Metro dan RCTI. Penelitian milik Darmawan & Syam karena pada penelitian ini membahas mengenai *uses and gratifications theory* yang digunakan sebagai kerangka berpikir dalam melihat kepercayaan berita.

Setelah mempelajari dan mengamati keenam penelitian di atas, dapat dilihat bahwa terkait dengan berita kesehatan, baik berita atau informasi kepercayaan masyarakat terhadap informasi kesehatan yang baik di media sangat berperan penting dan diperlukan baik bagi keperluan institusional atau masyarakat luas. Sehingga kepercayaan berita kesehatan di media menjadi penting untuk diangkat dan dicari seberapa tinggi khalayak memercayai sebuah berita kesehatan pada suatu media. Selain itu, dari keenam penelitian terdahulu yang peneliti gunakan di atas belum ada satu pun yang menggunakan topik berita vaksin HPV dalam penelitiannya. Oleh karena itu, penelitian kedepannya akan mengembangkan penelitian terdahulu yang sudah ada dengan menggunakan konsep kepercayaan berita pada media dan menggunakan berita atau informasi terkait kesehatan secara spesifik dan pada beberapa media yang berbeda. Yakni kepercayaan pada berita Vaksin HPV di media *mainstream* dan media alternatif.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 *Uses and Gratifications Theory*

Teori *uses and gratifications* ini dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch pada 1970-an. Pendekatan *uses and gratifications* sendiri ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu (Littlejohn & Foss, 2009, p. 979). Melalui teori pendekatan *uses and gratifications* ini akan memberikan pandangan bagaimana hubungan antara isi media dan audiens. Karena teori ini meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial. Teori *uses and gratifications* memberi pengertian bahwa penggunaan media diarahkan oleh motif tertentu (Child & Haridakis, 2018). Motif merupakan sekumpulan kepentingan dari individu, oleh karena itu mereka menggunakan media masa untuk memenuhi kepentingan-kepentingan mereka. Selain itu, Child & Haridakis mengatakan bahwa teori *uses and gratifications* mengasumsikan khalayak sebagai individu yang “pintar” di mana mereka hanya mengkonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan yang mereka bawa. Menurut teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media massa) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan. Pengaruh dalam bentuk perilaku atau berkenaan dengan pemilihan tontonan yang dilakukan para audiens (West & Turner, 2010, p. 105).

Menurut Effendy (2003, p.289, dalam Darmawan dan Syam, 2017), model teori ini sebenarnya membandingkan efek dari media, dan khalayak merupakan objek pasif yang hanya menerima apa yang diberikan oleh media. Teori *uses and gratifications* ini secara luas dapat digunakan oleh para peneliti media untuk membuka umpan balik dan dalam mengetahui perilaku individu secara lebih beragam. Efek media dapat diartikan sebagai evaluasi kemampuan media dalam memberi kepuasan sebagai pengetahuan (Rakhmat, 2004, dalam Darmawan dan Syam, 2017). Maka teori ini digunakan sebagai kerangka

berpikir bagaimana masyarakat memutuskan untuk memilih sebuah media untuk memenuhi kebutuhan mereka dan pengaruh apa yang diterima oleh masyarakat dalam sebuah media yang diakses. Dalam hal ini dikaitkan dalam mengukur tingkat kepercayaan khalayak terhadap berita di sebuah media.

2.2.2 Jurnalisme Kesehatan

Jurnalisme kesehatan merupakan sebuah penyebaran informasi kesehatan atau medis dan topik terkait yang disajikan atau diberitakan kepada publik melalui media (Paul et al., 2021, p. 1). Sebagai penyampai informasi, seorang jurnalis kesehatan tidak bersaing dalam kecepatan memberitakan (Paul et al., 2021, p. 1). Namun, lebih pada ketepatan dalam memaparkan fakta. Berita yang cepat, biasanya akan banyak mengorbankan ketepatan yang akan menyesatkan publik serta membahayakan nyawa masyarakat. Menurut Maksimainen & Michaelmas, (2017), jurnalisme kesehatan merupakan salah satu cabang dari *science journalism* yang dibagi menjadi dua jenis, yaitu berita temuan ilmiah dan isu-isu ilmiah dalam konteks khalayak yang lebih luas. Dalam jurnalisme kesehatan, jenis beritanya biasanya mengenai sebuah temuan dalam penelitian baru dan masalah sosial yang lebih luas (Maksimainen & Michaelmas, 2017, p. 9)

Jurnalisme kesehatan akan sangat berfokus pada akurasi ilmiah, maka informasi atau reportase yang mendasarinya adalah *evidence-based information* di mana informasi yang disajikan akan memungkinkan audiens untuk mendapatkan pemahaman serta keputusan yang tepat (Maksimainen, 2017, p. 7).

2.2.3 News Trust

Dalam Kohring & Matthes (2007), kepercayaan dihasilkan dari kredibilitas dan relevansi berita yang disajikan oleh sebuah media (Kohring & Matthes, 2007, p. 232). Kepercayaan merupakan pengalaman yang didapatkan dari sebuah interaksi yang memunculkan sebuah penilaian, sikap, perubahan suasana hati serta emosi dengan orang lain (Jones et al., 2013; Kohring &

Matthes, 2007, p. 238). Menurut Mayer et al. (1995), kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap sesuatu yang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhannya (Mayer et al, 1995, p. 712). Dalam hal ini kebutuhan informasi atau berita. Sedangkan menurut Schurr & Ozanne (1985), kepercayaan merupakan bentuk keyakinan bahwa sesuatu dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhannya (Schurr & Ozanne, 1985, p. 940).

Kepercayaan dianggap sebagai variabel penting dalam melihat efek yang didapatkan untuk sebuah media (Nedjat et al., 2014). Dengan adanya kepercayaan, kita dapat mengetahui bagaimana seseorang dapat menilai sebuah berita di media. Ketika kita ingin mengetahui tingkat kepercayaan seseorang atas sebuah informasi, maka kita harus mencari hal-hal yang menjadi indikator atas kepercayaan atau beliefs itu sendiri (Prochazka & Schweiger, 2019). Menurut Kohring & Matthes, kepercayaan seseorang terhadap suatu berita dapat didasari pada empat dimensi, yaitu *trust in selectivity topics*, *trust in the selectivity of facts*, *trust in the accuracy of depictions*, dan *trust in journalistic assessment* (Kohring & Matthes, 2007, p. 170). Dari keempat dimensi tersebut, berikut penjelasan pada masing-masing dimensi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Percaya pada selektivitas topik (*trust in the selectivity of topics*). Pada dimensi yang pertama ini, kepercayaan berita dikaitkan dengan pemilihan topik yang disajikan. Audiens atau pembaca percaya bahwa berita yang diterima oleh media berita terkait menyajikan beritanya berfokus pada topik dan peristiwa yang relevan bagi mereka.

2. Percaya pada selektivitas fakta (*trust in selectivity of facts*). Pada dimensi kedua, kepercayaan berita dikaitkan dengan pemilihan fakta atau latar belakang informasi yang berkaitan dengan topik yang dipilih oleh media. Yang diartikan sebagai cara suatu peristiwa menjadi relevan dan berhubungan.

3. Percaya pada akurasi penggambaran (*trust in the accuracy of depictions*). Pada dimensi ketiga ini, kepercayaan berita dikaitkan dengan sebuah akurasi yang dapat diverifikasi dan disetujui dari fakta yang

digambarkan pada berita. Sejumlah pengamatan memungkinkan klasifikasi dari “benar” dan “salah” karena itu merupakan pengamatan yang objektif sehingga perlu adanya standarisasi yang dapat diverifikasi.

4. Percaya pada penilaian jurnalistik (*trust in journalistic assessment*). Pada dimensi keempat dan yang terakhir, kepercayaan pada berita didasari oleh peristiwa atau informasi yang telah dipilih oleh media sudah melewati sebuah penilaian jurnalistik seperti solusi dan saran yang disajikan.

Informasi yang salah dan tidak kredibel dapat memiliki dampak yang negatif, karena kepercayaan masyarakat pada media sendiri merupakan pandangan dan harapan yang diberikan pada khalayak terhadap informasi serta konten berita bahwa media dapat menyajikan dengan baik dan memuaskan (Hanitzsch et al., 2018, p. 2). Rasa percaya dan ketidakpercayaan seseorang dapat timbul dari seberapa banyak informasi yang diterima (Schurr & Ozanne, 1985, p. 941). Menurut McKnight et. al (1998), terdapat dua dimensi kepercayaan konsumen, dalam hal ini berita, yaitu *trusting belief*, dan *trusting intention*. *Trusting belief* sendiri merupakan keyakinan seseorang untuk mempercayai orang lain atau sesuatu dalam situasi tertentu (McKnight et al., 1998, p. 7). Di mana seseorang memiliki persepsi percaya terhadap pihak yang dipercaya, dalam hal ini sebuah berita yang disajikan oleh media. *Trusting belief* dapat dibangun dengan *benevolence* atau niat yang baik, *integrity* atau integritas, dan *competence* atau kompetensi yang dimiliki sebuah berita pada suatu media. Sedangkan *trusting intention* sendiri merupakan situasi di mana seseorang bergantung dengan orang lain, atau dapat diartikan sebagai sebuah hubungan yang saling membutuhkan, yaitu antara penerima atau konsumen dan media (McKnight et al., 1998).

Terdapat beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi kepercayaan, yaitu reputasi dan *perceived* (Bachmann & Zaheer, 2006, p. 35). Reputasi sebuah media dapat berpengaruh pada kepercayaan seseorang dalam menerima sebuah berita yang disajikan. Maka penting bagi sebuah media untuk memiliki reputasi yang baik sebagai sumber informasi atau berita

yang disajikan. Sementara itu, *perceived quality* sendiri adalah persepsi atau pandangan seseorang pada kualitas konten, produk maupun pelayanan yang diberikan dari penyedia. Dalam hal ini sebuah berita yang disajikan kepada masyarakat luas (Bachmann & Zaheer, 2006, p. 36). Kepercayaan sendiri sangat penting bagi media itu sendiri, karena hal tersebut sangat memengaruhi bagaimana reputasi mereka dan pada akhirnya untuk mempertahankan media mereka secara ekonomi atau finansial (Hanitzsch et al., 2018, p. 3). Dari konsep yang telah dipaparkan di atas, rasa percaya seseorang dapat meningkat jika informasi atau berita dan sebuah media yang telah pembaca terima dapat dinilai kredibel, dan relevan.

2.2.4 Media *Mainstream*

Media *mainstream* atau media arus utama dapat didefinisikan sebagai sebuah organisasi media berita besar dengan karakteristik yang dimilikinya, seperti struktur organisasinya, dan bagaimana cara menyajikan informasi atau beritanya (Holt et al., 2019, p. 2). Media *mainstream* sendiri seringkali dicirikan atau disebut sebagai media yang hanya mencari keuntungan, dan terorganisir secara hierarki (Reiter & Matthes, 2021, p. 3). Namun, jika dilihat hingga saat ini media arus utama merupakan media berita yang dikenal sebagai media korporat yang terorganisir dan menyajikan berita dan informasi yang kredibel serta sesuai dengan fakta (Asak & Molale, 2020, p. 3).

Sampai saat ini media berita arus utama merupakan saluran atau sumber informasi utama bagi masyarakat dengan jurnalis atau wartawan profesional terlatih yang secara eksklusif menyebarkan berita dan informasi (Salaudeen & Onyechi, 2020). Jika dahulu media *mainstream* sendiri memiliki beragam jenis yaitu media cetak, siaran radio, televisi, dan layanan publik lainnya, di era digital sekarang ini media *mainstream* telah beradaptasi dengan menghadirkan layanannya secara *online* dan lebih praktis (Franklin, 2014, p. 254).

Selama pandemi di beberapa tahun belakangan ini, tren konsumsi media *mainstream* meningkat dengan pesat (Widiantara, 2020). Hal ini terjadi karena

publik yang sudah mulai jenuh dengan informasi serta berita bohong terkait kesehatan dan COVID-19 yang dengan mudah beredar di media (Widiantara, 2020, p. 67). Berita bohong kini telah menjadi masalah yang sempat membuat kredibilitas media serta dunia jurnalistik terpuruk (Mudjiyanto & Dunan, 2020, p. 22). Pandemi COVID-19 pun menjadi tantangan besar bagi media arus utama dalam memberikan informasi terkait informasi kesehatan yang kredibel, sehat, dan tidak menyesatkan publik. Karena segala informasi kesehatan sangat diperlukan masyarakat dalam menghadapi situasi pandemi hingga saat ini (Widiantara, 2020).

Di sisi lain, media *mainstream* bisa dikatakan telah menjadi salah satu media berita yang paling banyak digunakan dan dipercaya oleh masyarakat sejak lama (Asak & Molale, 2020, p. 2). Orang-orang memercayai struktur media *mainstream* karena mereka merasa seorang jurnalis atau wartawan merupakan pekerjaan profesional yang terlatih dalam memproduksi dan melakukan penyebaran berita (Asak & Molale, 2020). Penelitian ini salah satunya berfokus pada pemberitaan kesehatan pada media *mainstream* (*Kompas.com*), yaitu terkait berita Vaksin HPV.

2.2.5 Media Alternatif

Munculnya *platform* media digital alternatif semakin menarik perhatian masyarakat (Holt et al., 2019, p. 2). Media alternatif merupakan sebuah tantangan bagi media arus utama dalam bentuk produksi media, struktur media, konten, serta distribusinya (Fuchs, 2010, p. 178). Hal ini dikarenakan media alternatif sengaja dibangun dengan tujuan untuk mengatasi dominasi dan otoritas dari media arus utama dalam menyuarakan kelompok tertentu, seperti kelompok orang yang kurang terwakili, dikucilkan, atau terpinggirkan di sisi media arus utama (Holt et al., 2019).

Meskipun mayoritas pekerja (jurnalis atau wartawan) pada media alternatif memiliki latar belakang profesional, namun mayoritas dari mereka juga merupakan non-profesional seperti individu dari komunitas yang

terpinggirkan, yaitu jurnalis atau warga (Reiter & Matthes, 2021, p. 6). Selain itu, organisasi media alternatif biasanya sebagian besar memproduksi dengan modal yang rendah dan tidak terorganisir secara hierarki serta mendistribusikan kontennya melalui jejaring sosial untuk dapat terlibat langsung dengan audiens (Holt et al., 2019). Media alternatif pun kerap mengalami beberapa kendala terutama dalam ekonomi atau modal (Yoedtadi, 2021). Hal ini dikarenakan sebagian dari media alternatif dibangun dengan isi konten yang *non-commercial* (Fuchs, 2010). Namun, perkembangan era digital saat ini telah sedikit mengatasi kendala tersebut, karena internet sangat mempermudah kerja media dalam melakukan distribusi konten (Yoedtadi, 2021).

Media *mainstream* dan media alternatif sendiri terkadang bisa saling berhubungan karena dalam kontennya media alternatif sering merujuk atau mengkritik liputan dari media arus utama (Figenschou & Ihlebæk, 2019, p. 4). Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwa dalam hal ini media alternatif merupakan sebuah gerakan perlawanan terhadap dominasi yang dilakukan oleh media arus utama (Maryani & Adiprasetyo, 2018, p. 264). Dalam penelitian yang dilakukan ini objek yang peneliti pilih salah satunya juga berfokus pada pemberitaan kesehatan pada media alternatif (*Magdalene.co*), yaitu terkait berita Vaksin HPV.

2.3 Hipotesis Teoritis

Menurut Creswell, hipotesis merupakan sebuah pernyataan yang dilontarkan sebagai pemikiran yang bersifat sementara dan diajukan sebagai acuan dalam memecahkan suatu masalah (Creswell, 2014, p. 195). Maka pernyataan sementara terhadap suatu masalah tersebut masih bersifat dugaan. Uji hipotesis merupakan sebuah proses yang dilakukan untuk menentukan keputusan dari dua hipotesis yang berlawanan. Hipotesis yang akan membuat salah satu selalu bernilai benar dan salah satunya selalu bernilai salah (Creswell, 2014, p. 196).

- Hipotesis Nol (Ho), merupakan hipotesis yang dinilai (Neuman, 2014, p. 185). Hipotesis nol selalu bernilai salah dan biasa dinyatakan dengan ‘tidak ada hubungan/perbedaan’.

Ho: Tidak terdapat perbedaan pengaruh berita Vaksin HPV di media *online* terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada media *mainstream* dan media alternatif.

- Hipotesis Alternatif (Ha), merupakan hipotesis yang memiliki nilai berbeda dengan hipotesis nol.

Ha: Terdapat perbedaan pengaruh berita Vaksin HPV di media *online* terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada media *mainstream* dan media alternatif.

2.4 Alur Penelitian

Di tengah menurunnya kasus Covid-19 di Indonesia, kini mulai banyak beredar berita mengenai virus, serta penyakit baru. Melihat hal tersebut, pemerintah Indonesia pun semakin waspada dan banyak menyediakan berbagai program kesehatan gratis bagi masyarakat. Jika saat pandemi Covid-19 waktu lalu pemerintah memberi vaksinasi gratis untuk mengurangi lonjakan kasus positif, baru-baru ini dikabarkan pemerintah akan memberikan beberapa program vaksinasi gratis lainnya bagi masyarakat. Salah satunya adalah vaksin HPV untuk perempuan Indonesia. Hoaks yang beredar serta pemahaman masyarakat mengenai vaksin HPV dan penyakit kanker serviks harus menjadi perhatian. Media terpercaya dan informasi yang kredibel sangat diperlukan dalam mencari pemahaman serta pengetahuan terkait hal tersebut. Namun, kepercayaan masyarakat terhadap media pun dapat berubah seiring beredarnya berita hoaks di tengah masyarakat mengenai kesehatan. Media *mainstream* dan media alternatif menjadi salah satu harapan bagi masyarakat dalam menyajikan berita terkait isu dan informasi terkini.

Pada penelitian ini, peneliti mengkaji tingkat kepercayaan masyarakat pada media *mainstream* dan media alternatif yang menyajikan berita kesehatan terkait vaksin HPV dengan menggunakan teori *uses and gratifications theory* serta indikator yang ada pada tingkat kepercayaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode survey eksperimen dengan angket atau kuesioner yang akan disebarluaskan secara daring. Pada angket yang akan disebarluaskan, peneliti memberikan dua berita mengenai Vaksinasi HPV yang disajikan oleh kedua media berbeda, yaitu media *mainstream* (*Kompas.com*) dan media alternatif (*Magdalene.co*).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.1 Bagan Alur Penelitian

