

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambara Umum Objek Penelitian

Pada tahun 2020 tepatnya awal tahun media *online* diramaikan dengan satu pemberitaan yang menempa seluruh masyarakat di dunia yakni adanya virus corona (COVID-19) yang telah menjangkiti seluruh negara dalam belahan dunia. Sejak Januari 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan kondisi dunia saat ini sangat darurat virus tersebut. COVID-19 adalah jenis virus korona baru. COVID-19 adalah virus baru yang terkait dengan familia virus yang sama dengan sindrom pernapasan akut parah (SARS) dan banyak jenis lainnya (UNICEF, 2020:2).

Pemberitaan terkini menyatakan bahwa Presiden mengumumkan bahwa vaksin COVID-19 akan diberikan kepada masyarakat dengan gratis, tentunya berita yang tersebar melalui berbagai media tersebut sangat menggembirakan dan dapat meningkatkan cakupan vaksinasi. Namun, walaupun program vaksinasi sudah diberitakan bernilai gratis, memulai program vaksinasi ke masyarakat bukanlah hal yang mudah, dengan berkembangnya berbagai infodemik yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap vaksin COVID-19.

Adanya rekomendasi pendekatan integratif yang dapat dijadikan pertimbangan dalam sebuah negara untuk memotivasi masyarakat untuk melakukan vaksinasi serta mengurangi adanya sikap ragu-ragu di tengah masyarakat akan vaksinasi tersebut. Berikut adalah pendekatan integratif yang disarankan oleh World Health Organization (WHO) :

1. Tahap pendekatan pertama : pemerintah mendengarkan serta memahami suara masyarakat di negaranya mengenai vaksinasi COVID-19.
2. Tahap pendekatan kedua : pemerintah menjamin ketersediaan informasi yang akurat, terpercaya dan transparan mengenai vaksinasi COVID-19. Pada tahap ini terdapat faktor-faktor penting pendukung untuk pemerintah dalam menjamin ketersediaan informasi kepada masyarakat, yakni menjamin lembaga atau orang

yang akan memberikan informasi, isi materi informasi yang diberikan dan media tempat informasi disebarkan kepada masyarakat.

3. Tahap pendekatan ketiga : upaya keras pemerintah dalam membangun kepercayaan masyarakat serta membuat masyarakat menerima adanya kegiatan vaksinasi dengan melibatkan lembaga swadaya masyarakat.
4. Tahap pendekatan keempat : pemerintah menjamin pengetahuan serta pemahaman petugas kesehatan akan vaksin-vaksin yang akan digunakan di negara tersebut.
5. Tahap pendekatan kelima : pemerintah harus menjamin adanya penanggung jawab vaksinasi yang sigap menanggulangi jika terdapat kemungkinan masalah dalam kegiatan vaksinasi (detiknews, 2021 <https://news.detik.com/kolom/d-5306963/memotivasi-vaksinasi-COVID-19>).

Dapat dilihat pada poin kedua pendekatan integratif yang harus dilakukan pemerintah adalah adanya jaminan selalu tersedianya informasi yang benar, terpercaya dan transparan. Keterbukaan informasi publik ini akan bergantung dari tiga faktor, pemberi informasi, materi informasi, dan media informasinya. Hal tersebut sudah dijalankan oleh pemerintah Indonesia dimana adanya akun media sosial Instagram terverifikasi milik Kementerian Kesehatan Indonesia dengan nama akun @kemenkes_ri dengan jumlah pengikut sebesar 2,4 juta *followers* dan jumlah unggahan sebanyak 1.854 *post* menjadikan akun ini sebagai media pemerintah untuk memberikan berita terkini mengenai perkembangan pandemi COVID-19 yang ada di Indonesia



GAMBAR 1. 1 AKUN INSTAGRAM KEMENTERIAN KESEHATAN INDONESIA

Sumber : Instagram @kemenkes_ri (2021)

Banyaknya jumlah media online yang menyajikan berita mengenai perkembangan COVID-19 di Indonesia menjadikan masyarakat kerap memilih dalam menentukan media mana yang tepat untuk menjadi sumber informasi mereka agar mendapatkan berita yang faktual dan isinya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Akun media sosial Instagram milik Kementerian Kesehatan Indonesia ini dianggap masyarakat sebagai akun yang terpercaya akan pemberitaan dan infodemik yang diberikannya dikarenakan akun tersebut dikelola langsung oleh pemerintah dan dianggap bebas dari *hoax*.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan didalam bidang teknologi memberikan pengaruh yang sangat besar bagi umat manusia. Pada era ini teknologi seakan mengelilingi setiap aktivitas manusia, dan tanpa kita sadari teknologi akan terus berkembang setiap harinya. Kemajuan teknologi telah membuat revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat bergantung kepada teknologi untuk memenuhi kebutuhannya, dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan menggunakan teknologi, dan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang paling pesat adalah dibidang teknologi informasi dan komunikasi.

Seiring dengan kemajuan zaman yang pesat, penggunaan internet atau media online sebagai sarana memperoleh informasi di kalangan masyarakat umum semakin menjamur. Media online memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu sangat cepat dalam menyajikan berita atau informasi, praktis dan fleksibel karena dapat diakses dari mana saja, kapan saja kita mau, serta lebih hemat dalam soal biaya. Media online juga mampu memberikan informasi dalam skala besar dengan waktu yang sangat cepat. Dengan begitu banyak masyarakat yang dulunya pengguna media konvensional mulai beralih secara perlahan kedalam media online.

Tiap-tiap individu tentu membutuhkan asupan berita atau informasi, baik berupa informasi yang sifatnya cenderung serius seperti bisnis, hukum, ekonomi, hingga informasi ringan seperti berita mengenai dunia hiburan dan lifestyle. Saat ini sudah banyak cara yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk mencari dan mendapatkan suatu informasi. Sumber informasi tersebut dapat diterima melalui surat kabar, majalah, televisi, radio, atau bahkan media online sekalipun yang dapat diakses di mana dan kapan saja tanpa batasan jarak dan waktu.

Dapat dilihat dari banyaknya media massa berbentuk digital atau online yang ada di Indonesia baik melalui laman berita online maupun akun-akun berita terverifikasi di sosial media seperti Instagram, Facebook dan Twitter menandakan bahwa media massa membawa pengaruh bagi kehidupan masyarakat karena bukan hanya sebagai hiburan namun menjadi suatu sarana komunikasi bagi manusia untuk memperoleh informasi melalui koran, media berita dan media sosial lainnya. Media tersebut sudah berubah menjadi salah satu sumber terpenting bagi masyarakat dalam menjalankan kehidupan karena banyak informasi yang diperoleh dari media tersebut. Media massa saat ini telah menjadi kebutuhan hidup di tengah-tengah masyarakat karena mudah diakses oleh masyarakat setiap harinya sehingga pengaruh media banyak membawa pengaruh bagi kehidupan masyarakat. Peran media massa mampu membentuk berbagai persepsi di kalangan masyarakat dan sudah membawa pengaruh yang dalam bagi kehidupan bermasyarakat.

Banyak faktor yang mempengaruhi dampak media massa terutama yang diberitakan di media sosial terhadap masyarakat. Yang pertama adalah elemen komunitas (komunitas dalam hal ini adalah masyarakat) yang merupakan elemen utama dalam menyaring informasi dari media. Media digital itu sendiri, harus mengambil tanggung jawab moral dalam mengkomunikasikan pesan tersebut kepada publik. Namun tidak semua orang memiliki tingkat kecerdasan yang-setara dan kekuasaan yang signifikan atas pesan yang disampaikan oleh media (Holilah, 2017:110).

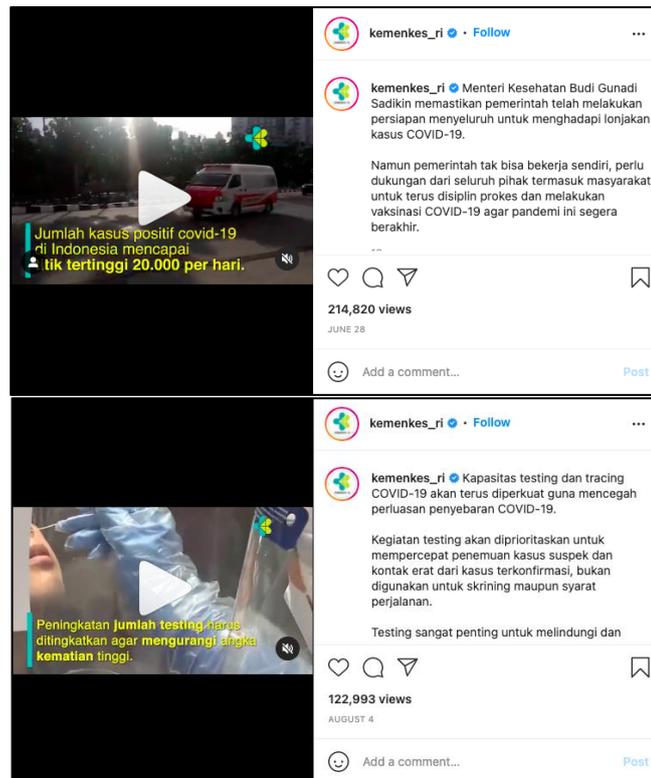
Beberapa bulan terakhir menurut Rahmi (2021:11) banyak media massa memberitakan tentang COVID-19 yang cukup menarik atensi masyarakat, dari

berbagai pemberitaan tersebut dijelaskan mengenai jumlah orang yang terpapar COVID-19, orang dalam pemantauan, pasien dalam pengawasan, jumlah orang yang sembuh maupun meninggal karena virus dan motivasi mengenai ikut serta dalam program vaksinasi di Indonesia.

Media memiliki pengaruh yang sangat berdampak bagi kehidupan masyarakat untuk mencari informasi. Media juga memiliki fungsi sebagai kontrol sosial yang mampu mengubah pandangan dan perilaku seseorang. COVID-19 sampai saat ini masih menjadi pemberitaan nomor satu di seluruh media. Media terus memberikan informasi baik dari pusat ataupun daerah. Banyak media yang meliput masih kurangnya kesadaran masyarakat akan bahaya dari virus COVID-19 ini dan menghiraukan pentingnya protokol kesehatan dari pemerintah untuk mencegah penularan COVID-19 ini semakin meluas.

Karena pada dasarnya menurut Kuwando (2020) terpaan berita yang mereka terima bisa saja mempengaruhi tindakan atau kepanikan yang akan mereka lakukan di masa yang akan datang, terlebih lagi jika terpaan media tersebut berlangsung berulang kali dan dalam jangka waktu yang lama maka dari itu pemberitaan yang ada dapat mempengaruhi tindakan dan persepsi bagi siapa saja yang menerima dan mencernanya.

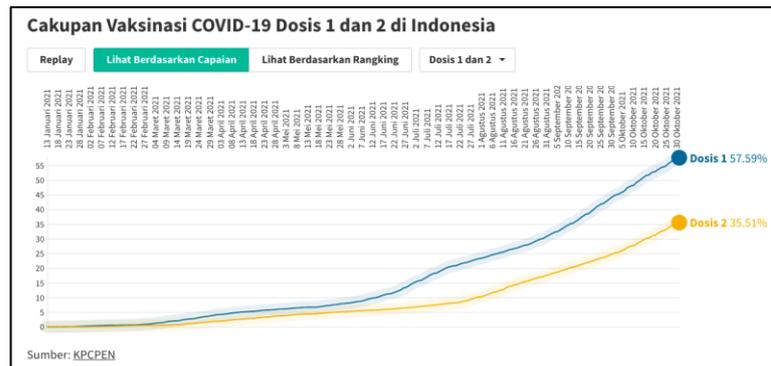
Akun @kemenkes_ri di Instagram selalu mengunggah berita berbentuk foto, video maupun infografis melalui fitur *post* dan *instastory* setiap harinya untuk memberikan masyarakat asupan informasi terbaru dan terpercaya mengenai perkembangan pandemi COVID-19 di Indonesia maupun ajakan untuk mengikuti program vaksinasi COVID-19 yang diadakan oleh pemerintah. Berikut merupakan bentuk-bentuk berita yang diunggah Kementerian Kesehatan Indonesia di media sosial instagram:



GAMBAR 1. 2 PEMBERITAAN LONJAKAN KASUS COVID-19 OLEH AKUN @KEMENKES_RI

Sumber : Instagram @kemenkes_ri (2021)

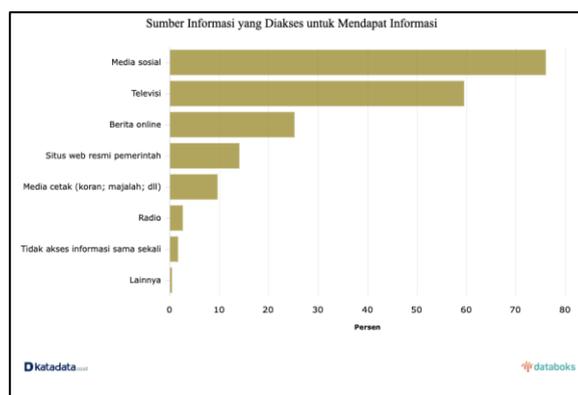
Dari penggambaran berita yang ditampilkan oleh akun @kemenkes_ri di Instagram yang berusaha untuk membentuk persepsi masyarakat mengenai bahaya COVID-19 dan pentingnya melakukan vaksinasi diikuti dengan semakin tingginya jumlah masyarakat yang mengikuti program vaksinasi COVID-19 dari pemerintah. Kementerian Kesehatan juga mengumumkan hasil laporan survei terkait tingkat kesediaan masyarakat Indonesia dalam mengikuti program vaksinasi COVID-19 yang menggambarkan bahwa persentase keraguan masyarakat untuk mendapatkan vaksin sudah turun. Artinya adalah semakin tinggi masyarakat yang bersedia untuk menerima vaksin COVID-19 di Indonesia yakni sebanyak 80,8% (Oscar, 2021 dikutip dari Kompas.tv).



GAMBAR 1. 3 PERKEMBANGAN VAKSINASI COVID-19 DI INDONESIA

Sumber : *vaksin.kemendes.go.id* (diakses pada 2 November 2021 pukul 18.17)

Meningkatnya jumlah masyarakat yang melakukan vaksinasi COVID-19 di Indonesia yang diikuti dengan masifnya pemberitaan yang berisikan informasi mengenai keutamaan melakukan vaksinasi oleh Kementerian Kesehatan Indonesia melalui media sosial Instagram menandakan bahwa tindakan dan persepsi masyarakat mengenai vaksinasi COVID-19 dipengaruhi oleh informasi-informasi melalui pemberitaan yang terpercaya. Tindakan yang dilakukan oleh Kemenkes RI dengan membuat akun Instagram @kemenkes_ri sebagai media online pemberitaan COVID-19 di Indonesia merupakan langkah yang tepat dikarenakan menurut data yang dilansir melalui Katadata Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia paling banyak mengakses informasi melalui media sosial, di bawah ini merupakan grafik yang dibuat oleh Katadata mengenai hal tersebut :



GAMBAR 1. 4 SUMBER YANG DIAKSES MASYARAKAT INDONESIA UNTUK MENDAPAT INFORMASI

Sumber: *Katadata, Databoks (2021)*

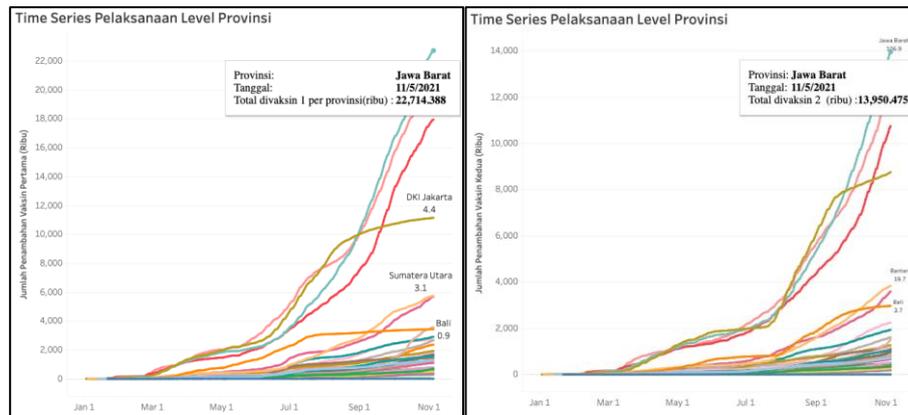
Suksesnya peningkatan motivasi masyarakat untuk melakukan vaksinasi COVID-19 di Indonesia selaras dengan adanya pemberitaan yang diunggah oleh Kementerian Kesehatan Indonesia melalui akun Instagram @kemenkes_ri dimana Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit Amerika Serikat, Centers for Disease Control and Prevention (CDC) menetapkan Indonesia sebagai negara dengan tingkat penularan COVID-19 rendah atau Level 1 per Senin, 25/10. Penetapan ini merupakan motivasi yang memberikan semangat baru bagi Indonesia agar lekas bebas dari pandemi COVID-19 dan adanya pemberitaan yang diunggah mengenai keberhasilan peningkatan jumlah vaksinasi dosis satu maupun dosis dua di Indonesia.



GAMBAR 1. 5 PEMBERITAAN KEBERHASILAN VAKSINASI COVID-19 DI INDONESIA

Sumber: Instagram @kemenkes_ri (2021)

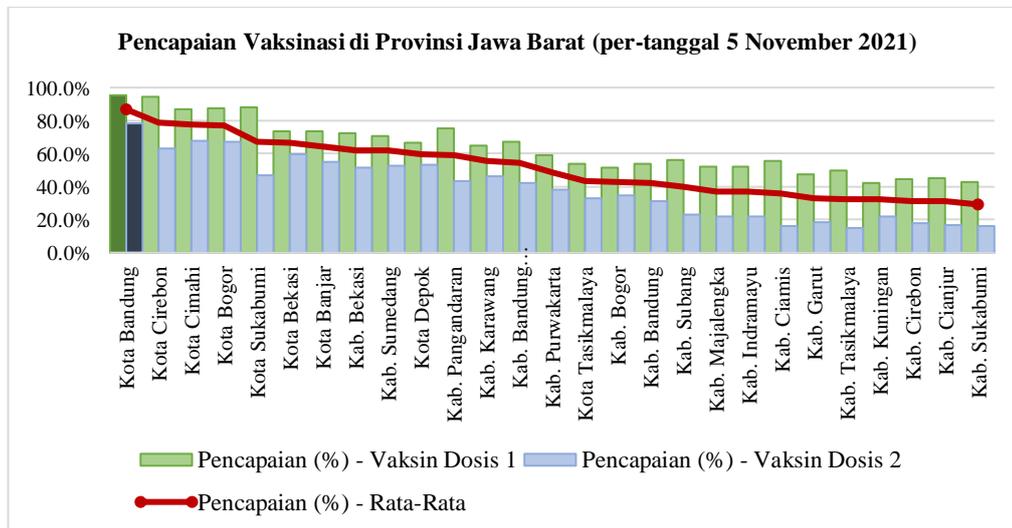
Di Indonesia sendiri untuk tingkat vaksinasi tiap provinsi memiliki jumlah peningkatan yang berbeda-beda, ada yang peningkatannya signifikan dan ada yang lambat. Dilihat dari data *timeseries* yang dirangkum oleh Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPCPEN) pada 5 November 2021, Provinsi Jawa Barat menempati peringkat satu dalam laju peningkatan pemberian vaksinasi COVID-19 di Indonesia.



GAMBAR 1. 6 PELAKSANAAN VAKSINASI LEVEL PROVINSI DI INDONESIA

Sumber : vaksin.kemendes.go.id (diakses pada 2 November 2021 pukul 20.15)

Di Provinsi Jawa Barat sendiri, persentase masyarakat melakukan vaksinasi COVID-19 berbeda-beda di tiap Kota/Kabupatennya, jika dilihat lebih dalam maka dapat diketahui bahwa Kota Bandung merupakan wilayah yang memiliki persentase vaksinasi tertinggi di Provinsi Jawa Barat yakni sebesar 95,3% seperti yang dapat dilihat pada data yang dirangkum oleh Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPCPEN) di bawah ini.



GAMBAR 1. 7 PELAKSANAAN VAKSINASI LEVEL PROVINSI DI INDONESIA

Sumber : KPCPEN data diolah (2021)

Maka dari itu pada penelitian ini Kota Bandung dipilih menjadi lokasi penelitian dikarenakan tingginya pencapaian vaksinasi dibandingkan dengan kota-kota lainnya di Indonesia dan juga menganalisis motivasi masyarakat kota Bandung dalam melakukan vaksinasi COVID-19. Terdapat tiga pendekatan yang dikemukakan oleh Steven M. Chaffee. Pendekatan yang pertama adalah kecenderungan kita dalam melihat efek media massa, baik yang berkaitan dengan pesan, maupun media itu sendiri. Pendekatan yang kedua adalah ketika kita melihat jenis perubahan yang terjadi pada khalayak. Pendekatan stimulus respon beranggapan bahwa tingkah laku sosial dapat dimengerti melalui suatu analisis dari stimulus yang diberikan dan dapat mempengaruhi reaksi yang spesifik. Berdasarkan teori tersebut, maka konsep yang didapatkan adalah pemberitaan berisikan informasi yang terdapat dalam media sosial Instagram yaitu akun @kemenkes_ri yang merupakan stimulan. Organisme yang telah mendapatkan stimulan berupa pemberitaan berisikan informasi COVID-19 dan program vaksinasi COVID-19 dalam akun instagram @kemenkes_ri ini diharapkan akan tergerak dan termotivasi untuk melakukan vaksinasi COVID-19. Motivasi melakukan vaksinasi COVID-19 inilah yang disebut dengan respon.

Mengonsumsi informasi yang terdapat dalam internet secara terus menerus menurut Effendy (1993:178) dapat membuat masyarakat tergerus oleh terpaan pesan-pesan yang terdapat dalam media tersebut. Intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh media inilah yang dimaksudkan dengan terpaan media. Secara detail menurut Sari (2010:29) terpaan media berusaha untuk mencari data audience mengenai penggunaan media seperti frekuensi, durasi atau intensitas, maupun jenis media. Frekuensi penggunaan media berusaha mencari data mengenai seberapa sering seseorang mengakses berita yang ditampilkan media massa. Sementara itu, intensitas penggunaan media dilihat dari beberapa lama khalayak bergabung dengan media yang diukur dengan melihat beberapa jam atau beberapa menit seseorang mengikuti suatu program. Mendapatkan terpaan informasi secara terus menerus dari berbagai media, memungkinkan seseorang terdorong atau termotivasi untuk

melakukan sesuatu, diantaranya termotivasi untuk melakukan vaksinasi COVID-19.

Berdasarkan hasil pra observasi yang dilakukan pada masyarakat Kota Bandung diketahui bahwa masyarakat memiliki motivasi yang tinggi untuk melakukan vaksinasi. Motivasi tersebut muncul melalui pemberitaan yang ada pada media sosial. Pemberitaan-pemberitaan pada media sosial membuat masyarakat tergerak untuk melakukan vaksinasi. Meskipun juga masih terdapat sebagian kecil masyarakat yang tidak peduli terhadap pemberitaan tersebut. Dari penjelasan mengenai fenomena yang terjadi, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Terpaan Pemberitaan Pandemi COVID-19 di Instagram terhadap Motivasi Masyarakat Kota Bandung untuk Melakukan Vaksinasi"**.

1.3 Identifikasi Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis akan melakukan identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu seberapa besar pengaruh terpaan pemberitaan pandemi COVID-19 di Instagram @kemenkes_ri terhadap motivasi masyarakat Kota Bandung untuk melakukan vaksinasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan pemberitaan pandemi COVID-19 di Instagram @kemenkes_ri terhadap motivasi masyarakat Kota Bandung untuk melakukan vaksinasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan informasi dalam menganalisis penelitian ini dengan teori-teori terpaan media massa yang telah dipelajari selama kuliah serta menyajikan teori yang berkaitan dan melihat bagaimana pengaruh terpaan pemberitaan terjadi di lapangan. Selain itu juga sebagai memantapkan pola pikir gambaran dan

yang sesuai logistik. Dan terakhir, sebagai tanggung jawab peneliti sebagai mahasiswa, sebagai suatu sumbangsih pengetahuan kepada lingkungan sosialnya.

b. Bagi Media Pemberitaan

Sebagai masukan bagi media pemberitaan khususnya di media sosial Instagram dan juga sebagai dasar pengambilan kebijakan dalam membagikan konten pemberitaan di media sosial. Sehingga penelitian ini bisa dijadikan referensi media pemberitaan untuk kebijakan yang akan diambil selanjutnya dalam menerbitkan pemberitaan yang dapat memotivas masyarakat secara baik tanpa harus melakukan riset kembali.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi atau acuan untuk memahami terpaan media khususnya pemberitaan dan pengaruhnya terhadap motivasi khalayak yang melihat pemberitaan, khususnya pada lingkup pembahasan yang berfokus pada stimulus terpaan media dan motivasi sebagai respon terpaan. Selain itu bisa juga digunakan untuk referensi dan bahan penelitian berikutnya.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek terpaan pemberitaan di Instagram @kemenkes_ri dengan periode penelitian yang dilakukan selama empat bulan (September 2021 – Agustus 2022).

TABEL 1. 1 WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN

Kegiatan	Bulan											
	Se pt	Ok t	No v	De s	Ja n	Fe b	M ar	Ap r	M ei	Ju n	Jul	Au g
Tahap Justifikasi Masalah												

Pembekalan Skripsi	■	■	■									
Penyusunan Bab I		■	■	■								
Penyusunan Bab II			■	■								
Penyusunan Bab III				■								
Revisi Laporan					■							
Penelitian Lapangan						■	■					
Penyusunan Bab IV dan Bab V							■	■	■	■		
Pemeriksaan Hasil Penelitian											■	■
Pengajuan dan Pelaksanaan Sidang Skripsi												■