

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam perkembangan ilmu komunikasi, media merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, yang memiliki umpan balik (*feedback*) yang saat ini dapat dilakukan secara langsung, melalui acara interaktif televisi atau media *online*. (M, 2012) Media massa adalah bagian dari komunikasi manusia. Media merupakan perpanjangan tangan dan lidah masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manusia dalam kehidupan sosialnya.

Media adalah pintu masuk bagi banyaknya informasi yang ada di seluruh dunia. Media memiliki pekerjaan yang sukses seperti memulai. Menciptakan, mengubah dan mengakhiri sebuah *trend* dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan media massa kini sangat membantu masyarakat juga dalam hal menciptakan sebuah karya. Media juga memiliki peran besar dan kehidupan seseorang.

Media massa merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak umum, dalam jumlah yang banyak, dan dapat menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat baik melalui media cetak atau media elektronik (Kurniawan et al., 2021). Media massa merupakan salah satu unsur komunikasi di tempat, dimana proses komunikasi berlangsung. Seiring dengan perkembangan teknologi, situs- situs berita online mulai bermunculan dengan beragam konten yang dimiliki dan lebih unggul dalam

penyajianya karena menggunakan internet dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat secara cepat dan aktual (Santoso, 2021).

Media online telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir ini dan menjadi pemenuhan informasi bagi masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi membawa banyak perubahan pada media-media yang telah ada sebelumnya. Perkembangan teknologi ini sendiri melahirkan dan menciptakan media baru. Perkembangan teknologi juga telah melenyapkan batasan dalam memproduksi berita seperti hal batasan ruang dan waktu.

Media online telah menjadi bagian dari kehidupan manusia masa kini. perkembangan internet sendiri telah membawa dampak dan perubahan pada media konvensional. Pemberian informasi atau penyajian artikel dilakukan melalui internet, dengan format berita bisa merupakan foto, teks, video atau suara. Dalam kehidupan sehari-hari, berita merupakan sebuah pusat informasi bagi masyarakat, tempat dimana publik dapat mengkonsumsi kebutuhan akan arus informasi yang tersaji melalui televisi (E.B, 2012).

Penyebaran virus tersebut sangat cepat hampir seluruh negara di penjuru dunia. WHO menyebutkan covid 19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Pada bulan Desember 2019 dunia digemparkan dengan munculnya virus baru yang berasal dari kota Wuhan, China. Penyebaran virus tersebut sangat cepat hampir seluruh negara di penjuru dunia. Kasus Covid-19 yang semakin meluas inilah yang

menyebabkan dunia mengalami pandemi (Triana & Fauzi, 2020) .

Fungsi dari media tidak terlepas dari yang namanya komunikasi kesehatan. Dalam hal kesehatan, media memberikan informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat serta menyajikan fakta-fakta seputar kesehatan (Dwiputra, 2021). Selama pandemi Covid 19, media memiliki peranan penting terkait penyebaran dan pemenuhan informasi terkait pandemi untuk masyarakat.

Pada masa pandemi ini, teknologi mempunyai peran penting dalam mengendalikan krisis yang disebabkan oleh pandemi Covid 19. Media memiliki peran penting dalam mengkonstruksi opini publik karena media massa memiliki peran yang krusial di tengah pandemi Covid 19. Komunikasi massa sangat cocok untuk menangani penyebaran Informasi agar bisa dijangkau oleh seluruh masyarakat.

Indonesia menjadi salah satu negara dengan kasus corona virus mencapai 1,27 juta kasus, sesuai yang terdata dalam data statistik tentang kasus covid 19 di Indonesia. Pemerintah Indonesia kemudian pertama kali mengumumkan adanya kasus corona ini di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020.

Pandemi Covid 19 menyebabkan banyak masalah bagi banyak negara termasuk Indonesia. Dampak Pandemi Covid 19 dirasakan secara sosial maupun ekonomi. Meski bekerja untuk memenuhi tuntutan ekonomi, semua karyawan dipastikan harus bekerja di rumah dan hanya yang

memiliki alasan yang jelas yang bisa tetap bekerja di luar rumah. Keputusan tentang WFH juga dipengaruhi oleh kehidupan karyawan yang sudah terbiasa dengan teknologi dan bisa tetap melakukan komunikasi dengan efektif (Setyawan & Lestari, 2020).

Untuk melengkapi masyarakat dengan informasi seputar Vaksin Covid 19, Keputusan pemerintah mengenai Vaksinasi mandiri mendapat menimbulkan respon dari berbagai pihak. Penerimaan masyarakat terhadap vaksinasi Covid 19 didukung dengan adanya informasi mengenai vaksin yang tersebar luas. Pemberitaan mengenai pandemi Covid 19 tersebar begitu banyak di internet. Semua media, salah satunya media massa Kompas juga memberitakan mengenai pandemi virus Corona ini. Media memberikan semua informasi terkait pandemi baik dari perkembangan virus hingga kita pemerintah untuk mengurangi atau mengatasi pandemi.

Vaksin adalah salah satu cara yang diprediksi ahli kesehatan seluruh dunia yang dapat menjadi cara ampuh untuk menangani penyebaran Corona virus. Dr Siti Tarmizi selaku juru bicara vaksin Covid 19 menyampaikan jika ada 2 skema tentang program vaksinasi di Indonesia. Yang pertama adalah Skema Subsidi atau gratis, dimana fokus vaksinasi ada pada tenaga kesehatan yang berada di garda terdepan, pemberi layanan publik dan kelompok masyarakat rentan lainnya. Yang kedua merupakan program vaksinasi mandiri, dimana masyarakat dikategorikan mampu akan membayar atau akan dikenai biaya jika ingin melakukan vaksinasi covid 19.

Adapun rancangan vaksinasi berbayar tersebut dilayani oleh PT Kimia Farma (Persero) dengan menggunakan vaksin jenis Sinopharm yang diimpor dari China. Namun, seiring diskusi di ruang publik mengenai Vaksin berbayar mencuat, kebijakan terkait vaksinasi berbayar tersebut menimbulkan polemik dari berbagai pihak. Pasalnya, vaksinasi berbayar dinilai tidak etis karena kesehatan rakyat adalah tanggung jawab pemerintah, sedangkan vaksinasi berbayar dipandang beberapa pihak sebagai bisnis pemangku kepentingan di tengah-tengah kondisi krisis. Alih-alih sebagai upaya percepatan perluasan cakupan vaksinasi untuk menekan angka Covid-19, vaksinasi berbayar digadang-gadang hanya menguntungkan pihak tertentu dan menimbulkan keresahan bagi masyarakat.

Di tengah polemik yang bergulir mengenai pengadaan vaksinasi berbayar, media massa memiliki peran yang sentral dan krusial sebagai sumber informasi yang diharapkan mampu mengurangi segala ketidakpastian bagi masyarakat. Media massa, tidak terkecuali media berita online, memiliki peranan yang strategis dalam menanggapi berbagai persoalan termasuk menjadi salah satu bentuk edukasi dini yang langsung menasar terhadap masyarakat luas dengan efektif dan efisien. (Janesia, 2022)

Polemik adanya vaksin covid 19 masih menjadi pro dan kontra di kalangan masyarakat. Ada masyarakat yang mendukung hadirnya program

vaksin, namun ada juga yang menolak dengan beberapa alasan terkait. Adanya beredar berita dan kasus vaksin masih palsu menjadi salah satu alasan mengapa adanya kekhawatiran yang timbul mengenai vaksin covid 19. Hal ini juga membuat masyarakat meyakini akan adanya komersialisasi untuk penanganan Covid 19. Hal ini menjadi sesuatu yang dipercaya oleh orang-orang yang menolak hadirnya vaksin covid 19. (Ariesanti et al., 2021)

**Gambar 1.1**

**Berita Pro Kontra Penanganan Covid 19**



**Sumber: Kompas.Com**

Gambar diatas merupakan cover sebuah berita yang membahas mengenai Komersialisasi Penanganan Covid 19 pada salah satu acara show di youtube media Kompas, Rosi. Pembahasan mengenai komersialisasi penanganan covid 19 ini kemudian dimuat dalam suatu artikel berita dengan pembahasan yang sama, yakni memperdebatkan mengenai pro dan kontra komersialisasi penanganan covid 19.

**Gambar 1.2**  
**Potongan artikel yang diambil dari youtube Rosi,**  
**tentang pro kontra komersialisasi penanganan covid 19**



**Sumber: Kompas.Com**

Dalam berita Pro Kontra Penangan Covid 19 di Kompas , Poltak Hotradero selaku pegiat media sosial dan pendukung vaksin mandiri mengatakan jika komersialisasi merupakan hal yang sah-sah saja selama komersialisasi dilakukan secara terbuka atau transparan. sementara profesor Sulfikar Amir yang merupakan penggagas vaksin covid gratis menyebutkan jika komersialisasi penangan Covid 19 ini akan memperburuk keadaan pandemi di Indonesia. Kedua potongan berita ini yang menjadi pesan utama yang ingin peneliti sampaikan pada penelitian ini.

Komersialisasi sendiri dijelaskan dalam buku *The Political economy of Communication* Mosco (2009) menjelaskan komersialisasi sebagai tindakan yang dilakukan oleh negara dalam bentuk regulasi yang

dibuat berdasarkan kepentingan publik, pelayanan publik dan standar terbaik

Menurut poltak, tidak ada yang salah dengan komersialisme jika rakyat sendiri mau membayar untuk mendapatkan vaksinasi. Kontra vaksin mandiri adalah terjadinya ketimpangan sosial dalam hal pelayanan kesehatan. Dalam UUD 1945, tanggal 11 agustus 2002, MPR telah mengamanatkan tentang hak pelayanan kesehatan yang bertujuan untuk menempatkan kesehatan sebagai bagian dari kesejahteraan rakyat dan harus terbagi merata (Adisasmito, 2016).

Kontra vaksin lainnya datang dari Konfederasi Serikat Pekerja Indonesia (KSPI) menolak dengan tegas adanya vaksinasi mandiri atau berbayar. Hal ini dikarenakan faktor kekhawatiran dimana perusahaan yang membelakukan vaksinasi berbayar ini tidak memiliki dana yang cukup sehingga akan dibebankan kepada karyawan.

Dalam Komunikasi Massa, khalayak dibagi menjadi dua jenis khalayak yakni khalayak aktif dan pasif. Khalayak sendiri memiliki kebebasan untuk menciptakan makna dan mengambil tindakan atau bertindak sesuai dengan makna yang telah mereka ciptakan sendiri (Purnamasari, N.I, 2018:958-974). Ada beberapa respon terkait Pro Kontra Komersialisasi Covid 19 yang diambil oleh peneliti pada pemberitaan mengenai Komersialisasi vaksin Covid 19 untuk mengetahui respon khalayak:

- **Edi Barat:** “Setuju. Korporasi swasta beli vaksin untuk karyawan secara mandiri ke biofarma/kimiafarma yang sudah lulus BPOM”
- **Budi susilo:** “maksud vaksin mandiri itu baik. kalau begitu mau sampai kapan tunggu pemerintah tuntaskan 270 juta orangx 2 dosis? Come on, kita mestibantu pemerintah juga
- **”yuan Pramayuda:** “artinya pemerintah lepas tangan soal pemberian gratis vaksinasi. Padahal masyarakat bayar pajak”
- **Vin tr selamanya:** “mahal. Kayaknya gw gk bakalandi vaksin”
- **Ciptadiadi hidayat:** “kok berdebat masalah gratisatau bayar. Yang gratis saja belum tentu mau divaksin.”

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk melihat bagaimana respon khalayak terkait berita yang diterbitkan oleh media massa online Kompas tentang Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19. Dapat diketahui tidak setiap orang menerima atau memiliki pendapat yang sama terkait dengan vaksinasi mandiri yang menimbulkan menimbulkan pro dan kontra karena dinilai menjadi peluang akan komersialisasi. Berdasarkan respon yang peneliti ambil dari media massa *online* Kompas, pemerintah

perlu melakukan sosialisasi secara formal dimana sosialisasi tentang vaksin dilakukan oleh lembaga yang berwenang dan dalam negara, seperti departemen kesehatan juga pemerintah (Doembana et al., 2017).

Fenomena dari penelitian ini yaitu peluang komersialisasi harga vaksinasi berbayar, yang merupakan salah satu bentuk tindakan untuk menangani pandemi Covid 19 dan dianggap dapat mempercepat *herd immunity*. Penerapan vaksin berbayar ini menuai pro dan kontra dari masyarakat dan tokoh publik karena dianggap akan merugikan masyarakat. Beberapa respon pro dan kontra diambil peneliti dari aksi debat mengenai komersialisasi penanganan Covid 19 di media massa *online* Kompas dan respon dari masyarakat pada berita tersebut.

Subyek pada penelitian ini adalah masyarakat surabaya dan media massa *online* Kompas. Pemilihan masyarakat sebagai subyek penelitian sendiri memiliki klasifikasi seperti aktif menggunakan media sosial, klasifikasi pekerjaan dan usia. Sementara itu alasan penggunaan media *massaonline*

Kompas sebagai subyek penelitian adalah, media massa Kompas termasuk media ketiga yang paling aktif dan termasuk situs *online* pertama yang sering di akses oleh seluruh masyarakat Indonesia. Selain itu, alasan peneliti memilih media ini karena peneliti menemukan berita mengenai fenomena pro kontra komersialisasi ada pada media massa Kompas. Pada media massa *online* Kompas, juga dibahas apa saja yang bisa menjadi

alasan mengapa vaksinasi berbayar menimbulkan kekhawatiran seperti terjadinya komersialisasi vaksin.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode *Reception Analysis*, dimana peneliti meneliti khalayak aktif dan khalayak yang memberikan respon sesuai dengan pengalaman atau faktor lingkungannya terkait dengan fenomena di atas. Penelitian tentang resepsi khalayak didominasi oleh pandangan Stuart Hall. Konsep *Encoding/Decoding* Stuart Hall mendorong terjadinya interpretasi beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan penerimaan (Nisa, 2017).

Penelitian komersialisme di bidang kesehatan pernah dilakukan dalam salah satu penelitian milik (Linnarto et al., 2019). Penelitian ini meneliti mengenai peluang Komersialisasi Teh Putih sebagai minuman fungsional untuk gaya hidup sehat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif berupa ulasan intergratif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian Analisis Resepsi.

Penelitian terdahulu lainnya pernah dilakukan oleh Yusuf Dwi Kurniawan, Julyanto Ekantoro dan, Fitria Widiyani Roosinda yang meneliti mengenai pro kontra vaksin Covid 19 dengan judul penelitian “Analisis Framing Pemberitaan Pro dan Kontra Penggunaan Vaksin Astrazeneca Pada Media Online Tirto.Id dan CNBC Indonesia”. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode Analisis Framing. Pada penelitian ini, peneliti membingkai berita mengenai vaksin Covid 19 dari dua media

berbeda. Perbedaan penelitian ini dengan milik Peneliti adalah terletak pada metode yang digunakan yakni Analisis Resepsi pada sebuah berita media massa online Kompas yang berjudul “Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid

## **I.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana resepsi khalayak mengenai pemberitaan Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19 di media massa online Kompas?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fenomena yang diteliti diatas, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana respon khalayak terhadap mengenai pemberitaan Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19 di media massa online Kompas.

## **1.4. Batasan penelitian**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang telah divaksin dan mengikuti pemberitaan mengenai pandemi Covid 19 dan media massa online Kompas, serta respon khalayak mengenai pemberitaan Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19 sebagai obyek penelitian.

## **I.5 Manfaat penelitian**

### **1.5.1 Secara Teoritis,**

penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang sama yakni menggunakan metode penelitian Analisis Resepsi

### **1.5.2 Secara Praktis**

peneliti berharap penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai Pro Kontra Komersialisasi penanganan Covid 19