

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Harold D. Laswell dalam (Moerdijati, 2016, pp. 91–92) mengemukakan mengenai cara menjawab komunikasi yang baik yaitu bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan “*Who Say What In Which Channel To Whom With What Effect?*”. Jika diartikan Siapa, Mengatakan Apa, Melalui Saluran Apa, Untuk Siapa dan Efek Seperti Apa. Teori tersebut ingin menyampaikan bahwa suatu proses komunikasi dilakukan oleh komunikator melalui media sehingga bisa sampai kepada komunikan dan diakhiri dengan efek yang diterimanya. Laswell menurunkan *five element of communication* yang saling berhubungan. *Source* (Sumber atau komunikator), *Message* (Pesan), *Channel* (Medium), *Receiver* (Penerima atau Komunikan), dan *Effect* (Efek) (Mulyana, 2019, p. 69). Dikaitkan dengan penelitian ini adalah yang ingin disampaikan oleh komunikator yaitu pengaruh pemberitaan “*Pro-kontra Vaksiansi COVID-19*”. Pesan tersebut disampaikan melalui berita *online* untuk komunikan (pembaca berita *online*). Lalu efek apa yang akan diterima oleh komunikan setelah membaca berita *online* tersebut.

Media massa atau medium selain sarana untuk banyak khalayak juga terdapat sarana politik yang mampu mempu menjangkau khalayak luas. Penggunaan dari salura media massa juga mempunyai target kekuasaan dimana yang akan dijangkau. Media massa juga mempunyai kekuatan dalam mempengaruhi banyak orang. Karena fungsi media massa juga sumber

pengetahuan, informasi serta solusi yang sedang dialami masyarakat pada saat ini (Prasetyo, 2016). Pembentukan opini publik tidak berlangsung begitu saja melainkan (perantara), tidak ada opini yang dibentuk melalui *face to face*, tapi ada media yang menjadi perantara pembentukan opini publik. Hal itu hanya bisa dilakukan media massa (Tamburaka, 2012, p. 100).

Fenomena pada penelitian ini berfokus pada dua portal situs berita online yaitu Kompas.com dan Tribunnews. Alasan memilih kedua situs tersebut karena menurut *Similarweb*, kedua situs tersebut memiliki skala pembaca terbanyak di Indonesia. Dalam (Hayati & Yoedjadi, 2020) menyatakan bahwa dalam pembawaan berita mengenai COVID-19 Tribunnews tidak bisa berempati pada situasi pandemik saat ini dan sering sekali fakta yang diungkapkan kepada publik kurang tepat. Sementara situs Kompas.com menyampaikan pemberitaan yang baik mengenai hal-hal yang disampaikan pemerintah untuk masyarakat dan juga sering memberika edukasi untuk pembacanya. Adanya fenomena tersebut membuat peneliti ingin mencari tau mengenai hasil pengaruh pemberitaan pro dan kontra vaksinasi COVID-19 dari opini masyarakat Surabaya.

Pemberitaan di media massa juga bisa membuat masyarakat mempunyai pemikiran lain atau pembentukan dari opini. Salah satu pembentukan opini dari media massa adalah berita, yang memungkinkan masyarakat terus mengingat apa yang sedang terjadi saat itu (Aldilal et al., 2020). Dengan adanya pernyataan ini semakin kuat bahwa dengan adanya berita juga bisa tercipta yang kita sebut dengan opini publik.

Media power is generally symbolic and persuasive, in the sense that media primarily have the potential to control to some extent the minds of readers or viewers, but not directly their action (Dinesh et al., 2017, p. 5).

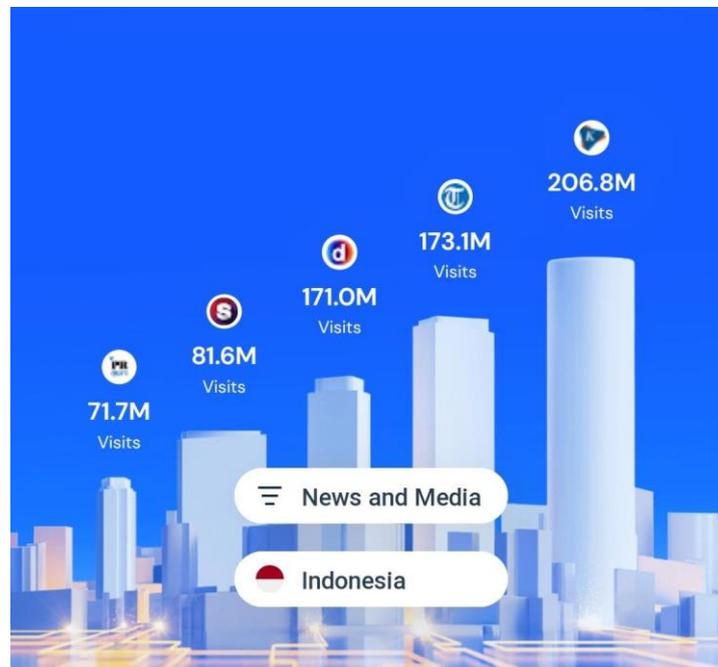
Media mempunyai kendali yang bersifat simbolis dan mampu mempersuasif dan memiliki potensi untuk mengontrol sampai batas tertentu (Dinesh et al., 2017, p. 5)

Menurut Bleyer (1977) mengartikan berita sebagai hal yang menarik perhatian dan baru untuk disajikan (hangat) untuk pembaca dan menurutnya yang paling baik adalah berita yang mampu mengambil perhatian pembaca terbesar (Tamburaka, 2012, p. 135). karena efek dari medium yang terjadi secara instan, cepat dan sedang terjadi biasanya lebih gampang dalam mempengaruhi masyarakat (Macquail dalam (Alamsyah et al., 2018)). Berbicara mengenai sebuah berita, juga dibedakan dari ruang lingkup dan kepentingannya. Jika dilihat dari ruang lingkup yaitu ada berita internasional, nasional dan regional. Namun untuk ruang lingkup juga ada berita keras dan berita lunak (Effendy, 2017, p. 157)

Menurut Iswhara dalam (Hutagalung, 2018, pp. 35–36) dalam pembuatan berita perlu bagi wartawan untuk membuat pembingkai berita yang menarik. Dengan menambah beberapa fakta dan keadaan yang sebenarnya sedang terjadi. Terutama pada berita politik yang bisa saja menjadi berkaitan dengan masyarakat dan media massa sendiri (Amala & Riyantini, 2019).

Gambar I.1. Situs Berita Online Paling Banyak Dikunjungi

Diakses pada 9 September 2021.

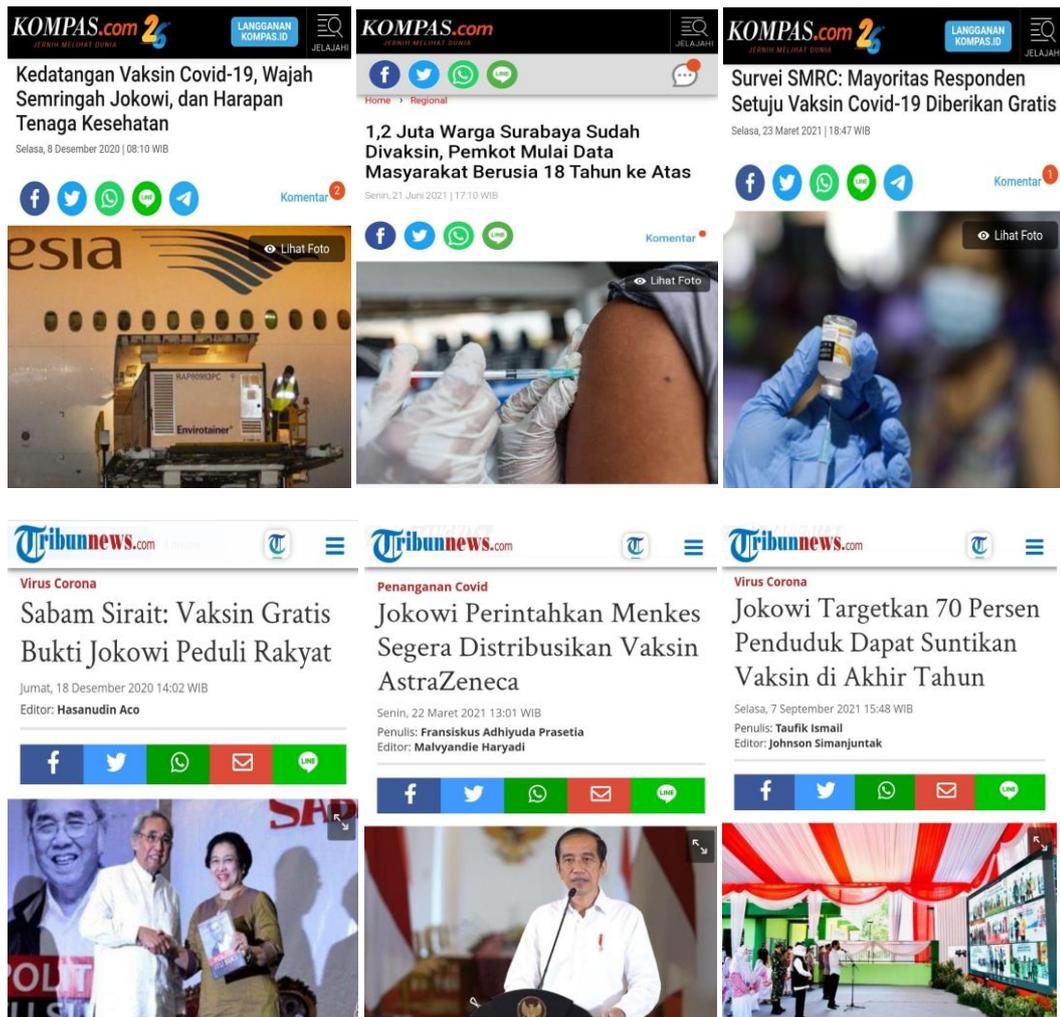


Sumber: SimilarWeb

Transparansi gambar diatas menunjukkan *website* situs berita online yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia sesuai dengan tingkatannya. Kedudukan pertama ditempati oleh situs website Kompas.com, perbulan September 2021 ada 216.27 juta dengan rata-rata membaca selama 5 menit 39 detik. Kedua adalah Tribun News, dengan jumlah pengunjung 177.12 juta dengan rata-rata membaca selama 5 menit 45 detik. Ketiga adalah Detik.com, dengan jumlah pengunjung sebanyak 180.82 juta dan rata-rata membaca selama 5 menit 47 detik. Kemudian ada Suara.com dengan 83.25 juta dan situs berita PikiranRakyat.com dengan 73.04 juta.

Gambar I.2. Berita Kesiapan Masyarakat Terkait Vaksin COVID-19 (PRO).

Diakses pada 10 Oktober 2021



Sumber: *Kompas.com* dan *Tribunnews.com*

Banyaknya pemberitaan yang positif dan opini yang baik demi keselamatan Bersama, ternyata warga Surabaya mulai terbuka dengan vaksin. Adanya akses gratis vaksin untuk beberapa kelompok masyarakat tertentu, dikarekan juga merupakan kebutuhan pengobatan selama pandemik ini (Covid19.go.id).

Dijelaskan juga dari Kompas TV berdasarkan laporan berita mengenai tanggapan vaksinasi COVID-19, mulai dari tenaga kerja hingga lansia. Berikut hasil opini masyarakat Bali saat wawancara pada 18 Januari 2021 (*Youtube: Kompas TV*):

Pertama, Dede Facrosi mengatakan “Kalo saya tidak terlalu antusias tapi berharap dengan adanya vaksinasi ini semua berjalan kembali normal. Kalo gratis saya langsung mau tapi kalau bayar saya pikir dua kali”, kemudian Anastasia mengatakan Saya antusias, kalau tidak bayar saya mau. Tapi kalau bayar... yaa gimana ya”, setelah itu Ida Bagus Gede mengatakan “Kalau divaksin saya mau aja, apalagi Pak Jokowi sudah vaksin duluan” dan terakhir ada Sugeng mengatakan “Kalau itu dianjurkan untuk masyarakat dan kebaikan bersama saya pasti mau, kalau bisa jangan berbayar dan gratis”.

Gambar I.3. Berita Penolakan Masyarakat Dengan Vaksinasi COVID-19 (KONTRA).

Diakses pada 17 September 2021.





Sumber: *Kompas.com* dan *Tribunnews.com*

Berita dari *Kompas.com* dan *Tribunnews.com* mengenai tenaga medis yang enggan untuk divaksin mengatakan bahwa narasumber melihat banyak berita menakutkan yang disebarakan diberita online dan plaform media massa lainnya. Fenomena seperti demikian bukan hal baru karena kecepatan berita yang tampil dan kemudahan diakses oleh banyak orang membuat oknum tidak bertanggung jawab mengenai pemberitaan Vaksin COVID-19 semakin meningkat. Berita-berita yang mengandung unsur adu domba dan provokatif akan lebih banyak diakses oleh media massa (Adhiarso et al., 2017). Narasumber juga mengatakan *“Minimnya pengetahuan mengenai Vaksin COVID-19 dari pemerintah dan kurangnya edukasi dari efek vaksin. Membuat saya tidak yakin untuk menerima vaksin tersebut”* (*Tribunnews.com*).

Penolakan juga dilakukan oleh anggota DPR RI yaitu Ribka Tjiptaning, video yang sempat viral terjadi pada saat rapat sidang bersama dengan Menteri Kesehatan. Diunggah adanya pernyataan bahwa Vaksin COVID-19 tersebut diperdagangkan oleh pemerintah dan menolak untuk tidak akan pernah menerima

vaksin tersebut seumur hidup. Dengan mengatakan bahwa keseluruhan uang COVID-19 telah dikorupsi oleh beberapa staff DPR dan staff pemerintah lainnya (Suara.com).

Dengan adanya pemberitaan yang menggerus dan munculnya berita hoax yang selalu bertebaran, maka akan selalu ada kelompok masyarakat yang pro dan kontra terhadap kebijak pemerintah yang berusaha mencari penanganan untuk Virus COVID-19 ini. Fenomena penolakan ini juga terjadi karena adanya reaksi dari setelah vaksin. Efeknya tentu berbeda, bergantung pada reaksi tubuh masing-masing individu.

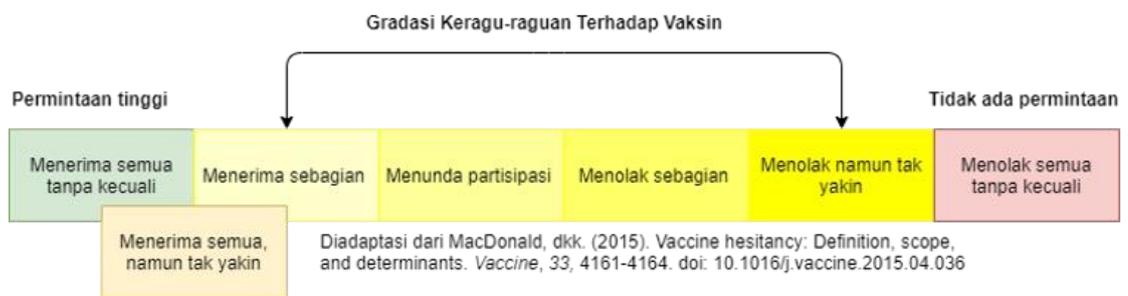
Banyak hal-hal baru yang bisa kita anggap sebagai efek dari pemberitaan atau dengan adanya internet yang mampu mengeluarkan berita-berita terbaru, yang nantinya dari sumber berita tersebut melahirkan suatu pemikiran ataupun inovasi dari setiap masing-masing individu. Adanya berita online segala sesuatu menyebar dengan begitu cepat terutama pengguna media sosial (McQuail, 2011, p. 301). Efek yang akan diterima tersebut akan membentuk opini setelah mereka mendapatkan yang namanya informasi atau ilmu baru entah dalam bentuk apapun. Dalam buku opini publik (Olii & Erlita, 2011, pp. 68–69).

Menurut William Albig dalam (Syahputra, 2019, p. 2) opini merupakan suatu pendapat atas suatu permasalahan yang kontroversial dan itu merupakan salah satu bagian dari proses komunikasi. Opini bisa terjadi karena dua hal salah satunya didukung oleh beberapa fakta yang akhirnya mengeluarkan suatu argumen dari masing-masing individu. Dalam hal ini opini publik juga bisa mengacak perasaan emosi seseorang dengan adanya pemberitaan yang ditampilkan dimedia, dengan

terbentuknya suatu isu atau kejadian yang saat ini juga sedang terjadi (Aldilal et al., 2020).

Sesuai pernyataan diatas bahwa opini juga bisa dibentuk dengan adanya media. Maka pada buku *Jurnalistik Terpaan* (Yunus, 2012, pp. 26–27) dijelaskan bahwa fungsi dari media massa yaitu menampung berbagai aktivitas sosial melalui berita yang akhirnya bisa dijangkau dan dilihat oleh banyak orang. Dan penyampaian informasi juga sebagai sarana bacaan masyarakat atau publik.

Bagan I.1. Level Keragu-raguan Masyarakat Terhadap Penerimaan Vaksin COVID-19.



(Sumber: Kompas.com).

Dalam suatu berita, ketika disajikan untuk khalayak pasti diberi yang namanya “bumbu-bumbu” dan memang benar juga terdapat fakta dan kenyataan didalamnya namun semuanya tetap untuk menarik perhatian masyarakat dengan adanya maksud tertentu untuk kepentingan beberapa pihak juga. Dengan harapan masyarakat akan terpersuasif dengan berita yang disajikan (Ruslan, 2017, pp. 72). Table alur diatas menjelaskan, ada beberapa kelompok masyarakat yang sangat anti terhadap vaksin sehingga mengingkan orang lain juga mendukung pendapatnya, sehingga bisa saja membuat orang lain terpengaruh. Karena banyak faktor juga yang membuat masyarakat ragu, dimulai dari terpengaruhnya berita hoax media

sosial, ikut-ikutan kerabat terdekat, dan kurangnya edukasi mengenai Vaksin COVID-19.

Penelitian yang berjudul “*Pemberitaan Pro-Kontra Vaksinasi COVID-19 pada Situs Berita Online Terhadap Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Vaksinasi COVID-19* (Prasetyo, 2016)” bukan penelitian yang pertama.

Penelitian pertama terdahulu yang dijadikan rujukan oleh penulis adalah “*Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan*”. Pada penelitian tersebut menggunakan indikator dari media massa yaitu frekuensi, durasi, dan isi. Sedangkan penelitian ini menggunakan indikator dari pemberitaan yaitu *timeless, prominence, proximity, human interest* dan *consequence*. Dan juga dari Variabel Y, sebelumnya menggunakan Kredibilitas namun penelitian ini menggunakan opini untuk melihat tanggapan masyarakat Surabaya atas suatu pemberitaan “*Pro Kontra Vaksinasi COVID-19*”.

Penelitian kedua adalah yang meneliti tentang “*Pemberitaan dan Opini tentang Tenaga Kerja China pada Masa Pandemi COVID-19 di Sulawesi Tenggara*” yang diteliti oleh Aldilal (2020). Isi dari penelitian tersebut menjelaskan mengenai objek yang sama yaitu pemberitaan dan opini. Dengan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh antara pemberitaan yang disampaikan media massa mengenai tenaga asing yang akan mengungsi ke daerah Sulawesi Tenggara dengan hasil opini negatif dari masyarakat. Dikarekan masyarakat beranggapan desas desus bahaya dari virus corona. Yang membedakan dengan penelitian ini adalah pendekatan penelitiannya menggunakan mix metode yaitu pencampuran antara kuantitatif dan kualitatif secara garis besar memang data dari kuantitatif namun metode untuk

memperdalam wawancara menggunakan kualitatif karena dibutkan penjelasan langsung dari masyarakat Sulawesi Tenggara atas desas-desus yang dibuat oleh media massa. Namun penelitian ini pure menggunakan pendekatan kuantitatif serta membahas pengobatan dari COVID-19 yang ditawarkan oleh pemerintah sebagai bentuk pengembangan dari penyakit virus ini.

Penelitian ketiga adalah yang meneliti tentang *“Pengaruh Terpaan Media Berita Hoax di Instagram terhadap Opini Masyarakat Millennial Akan Sumber Berita”* yang diteliti oleh Jason Roy dan Ahmad Junaidi (2020). Penelitian ini menggunakan objek penelitian yaitu pengaruh terpaan dan opini publik. Dengan hasil penelitian bahwa masyarakat millennial mudah sekali mempercayai berita yang tidak pasti valid terhadap berita-berita hoax yang ada di Instagram terutama mengenai COVID-19. Perbedaan dengan penelitian ini adalah perbedaan indikator yang digunakan indikator dari opini. Indikator opini yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah (kepercayaan, nilai dan harapan) sedangkan dalam penelitian ini penulis menggunakan (perilaku, perasaan dan nalar).

Penelitian keempat adalah yang meneliti tentang *“Relasi Tingkat Kepercayaan Khalayak Terhadap Pemberitaan di Media Massa dengan Budaya Membandingkan Informasi”* yang diteliti oleh Feri Ferdinan Alamsyah (2018). Isi dari penelitian menggunakan subyek masyarakat Kota Bogor sebagai khalayak dan objek nya mengenai pemberitaan. Dengan hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa masyarakat Kota Bogor dengan hasil persyaratan peneliti menyatakan bahwa 67,9% apabila mendapa informasi berita terbaru responden akan membandingkan dengan informasi lainnya. Dengan tingkat kepercayaan 76,9%

juga setuju melalui media massa responden bisa mengetahui update berita terbaru. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian ingin menggunakan opini atau pemikiran pendapat dari masyarakat sedangkan penelitian sebelumnya berdasarkan persepsi dan lebih kepada hubungan responden dengan memberi pilihan lima media tertentu. Sedangkan penelitian ini memakai seluruh berita online untuk mengetahui opini responden.

Penelitian kelima adalah yang meneliti tentang *“Pengaruh Terpaan Sandiaga Uno di Media Online Terhadap Sikap Masyarakat”* yang diteliti oleh Amala dan Riyantini (2019). Dengan hasil penelitian bahwa tidak terdapat pengaruh antara pemberitaan Sandiaga Uno dengan sikap masyarakat yang menjadi responden pada penelitian sebelumnya. Perbedaan yang terlihat antara penelitian sebelumnya dengan yang ini adalah obyek penelitian sebelumnya pengaruh terpaan dan sikap, sedangkan penelitian ini mengambil subyek pengaruh pemberitaan dan opini publik. Namun dari kesamaan mengambil berita sebagai variabel terikat dan sama-sama ingin mengetahui respon masyarakat atas suatu berita.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Pengaruh Pemberitaan Vaksinasi COVID-19 Pada Situs Berita Online Terhadap Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Vaksinasi COVID-19?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa pengaruh Pemberitaan Vaksinasi COVID-19 Pada Situs Berita Online Terhadap Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Vaksinasi COVID-19.

1.4. Batasan Masalah

Dikarenakan Pengaruh Pemberitaan Vaksinasi COVID-19 Pada Situs Berita Online Terhadap Opini Masyarakat Surabaya Mengenai Vaksinasi COVID-19 sangat luas, maka dibuatkan batasan-batasan peneliti:

- **Objek:** Permasalahan yang diteliti adalah Pengaruh Pemberitaan Vaksinasi COVID-19.
- **Subyek:** Opini masyarakat Surabaya terhadap pemberitaan di situs berita online dengan kategori usia 15 usia tahun sampai dengan 34 tahun.
- Penelitian ini mengambil tempat di Kota Surabaya.
- Penelitian ini mengambil jangka waktu dari Januari – Juli 2021.
- Penelitian ini hanya berfokus pada opini Vaksinasi COVID-19 Aztrazeneca dan Sinovac.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Penelitian Akademik

Peneliti berharap adanya penelitian mengenai pemberitaan Vaksinasi COVID-19 menjadi referensi serta pengetahuan dan wawasan dalam bidang ilmu komunikasi.

b. Penelitian Praktis

Penelitian seperti ini diharapkan untuk berita online bisa memberikan informasi yang lebih rinci sesuai dengan *web* resmi, dikarekan situasi seperti sekarang masyarakat sangat mudah mengalami *panic attack* dalam pandemic COVID-19 dan akan mempercayai berita yang beredar.

Setidaknya menggunakan web resmi dari pemerintah untuk mengakumulasi data yang tepat.