

## PEMBERITAAN tentang VAKSIN COVID-19 dan KEPUTUSAN VAKSINASI COVID-19

Herta A. Soemardjo<sup>1</sup>, Chendi Liana<sup>2</sup>, A. Harif Siswanto<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid,

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid

hertaasw@yahoo.co.id

### ABSTRAK

Studi ini dilatarbelakangi dengan maraknya pemberitaan dan perbincangan tentang vaksin dan vaksinasi COVID-19 di media massa, media sosial, maupun non media, pada saat masa pandemi COVID-19. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui terpaan pemberitaan tentang vaksin COVID-19 dan keputusan vaksinasi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan menyebar angket kepada responden yang merupakan di peserta pelatihan "Pengemasan, Pemberian Merek, dan Promosi Produk." di Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan, bulan Januari 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan berita tentang vaksin COVID-19 pada responden adalah tinggi, dan media yang paling banyak menjadi sumber berita tentang vaksin bagi responden adalah televisi. Media kedua yang menjadi sumber berita tentang vaksin bagi responden adalah grup whatsapp, kemudian instagram. Hasil penelitian tentang keputusan vaksinasi menunjukkan bahwa mayoritas responden menjalani vaksinasi COVID-19 karena ingin terhindar dari COVID-19. Alasan lain adalah karena keharusan dari tempat bekerja, serta kebutuhan untuk bepergian. Kesimpulan studi ini ialah bahwa terpaan pemberitaan tentang vaksin Covid-19 lebih banyak diperoleh melalui media massa dibanding melalui media sosial maupun percakapan langsung, sedangkan keputusan vaksinasi sesuai dengan fungsinya yakni agar terhindar dari COVID-19. Saran kepada pemerintah adalah agar untuk informasi-informasi yang menyangkut kepentingan masyarakat banyak, senantiasa menggunakan media yang cenderung banyak digunakan khalayak sasaran, dan penyampaianya menggunakan komunikator yang dipercaya khalayak

**Kata kunci: Terpaan, Berita, Vaksin, Sikap**

### ABSTRACT

*The background of this study is the rise of news and discussion about vaccines and COVID-19 vaccinations in the mass media, social media, and non-media, during the COVID-19 pandemic. The purpose of this study was to find out news exposure about the COVID-19 vaccine and the decision to vaccinate COVID-19. This study used a quantitative descriptive method by distributing questionnaires to respondents who were participants in the training "Packaging, Branding and Product Promotion." in Tebet District, Jakarta South, January 2021. The results of the study showed that respondents were exposed to news about the COVID-19 vaccine high, and television was the most common source of news about vaccines for respondents. The second media which is the source of news about vaccines for respondents is the WhatsApp group, then Instagram. The results of the research on vaccination decisions show that the majority of respondents underwent the COVID-19 vaccination because they wanted to avoid COVID-19. Another reason is because of the necessity of work, as well as the need to travel. The conclusion of this study is that more exposure to the news about the Covid-19 vaccine is obtained through the mass media than through social media or direct conversations, while vaccination decisions are in accordance with their function, namely to avoid COVID-19. Advice to the government is that for information that concerns the interests of the general public, always use media that tends to be widely used by the target audience, and convey it using communicators who are trusted by the public.*

**Keywords: Exposure, News, Vaccine, Attitude**

## PENDAHULUAN

Sejak World Health Organization (WHO) menetapkan Coronavirus Disease 2019 atau COVID-19 sebagai sebuah ancaman pandemi, dunia melakukan berbagai penelitian dan perkembangan vaksin untuk melawan perkembangan penyakit ini. Penelitian dan pemantauan tidak hanya terbatas pada manfaat dan kemanjuran dari vaksinasi melainkan juga terhadap keamanan, dan efek samping dari vaksinasi dan berbagai merek vaksin yang beredar. Dalam rangka menumpas perkembangan penyakit ini, pemerintah mengajak masyarakat untuk bersedia menjalani vaksinasi COVID-19 melalui tayangan berita-berita tentang vaksin dan vaksinasi COVID-19 di berbagai media, antara lain media massa (televisi) maupun media sosial. Namun berita tentang vaksin dan vaksinasi COVID-19 saat itu tidak hanya berasal dari pemerintah ataupun satgas COVID-19. Banyak berita yang beredar dari berbagai sumber-sumber lain, yang sangat beragam dan menunjukkan pro dan kontra terhadap vaksin dan vaksinasi COVID-19. Selain marak di media massa dan media sosial, isu vaksin dan vaksinasi juga ramai diperbincangkan dalam percakapan antar keluarga, teman maupun kenalan.

Di tengah ramainya berita tentang vaksin tersebut, vaksinasi COVID-19 menjadi syarat untuk berbagai kegiatan seperti pergi ke tempat kerja, ke tempat-tempat umum, bepergian dengan kendaraan umum, dan lain sebagainya. Hal ini membuat orang yang awalnya belum yakin akan kemampuan vaksinasi COVID-19, akhirnya memutuskan

untuk menjalani vaksinasi atas dasar berbagai tujuan yang bervariasi, seperti untuk memenuhi tuntutan pekerjaan, untuk bisa bepergian ke luar kota, untuk naik kendaraan umum, untuk pergi ke tempat-tempat umum (mal, seminar, dan lain-lain), pergi umroh / haji, dan sebagainya. Maka keputusan seseorang untuk bersedia menjalani vaksinasi selain karena ingin terhindar dari COVID-19, juga karena ingin bisa melakukan berbagai kegiatan yang mensyaratkan vaksinasi COVID-19. Dengan demikian, meskipun banyak pemberitaan yang kontra terhadap vaksinasi, yang mungkin menyebabkan keraguan di sebagian khalayak, orang tetap menjalani vaksinasi karena perlu atau ingin melakukan berbagai kegiatan yang mensyaratkan pelaku untuk divaksin.

Berkaitan dengan keharusan menjalani vaksinasi, demikian pula untuk suatu kegiatan pelatihan yang diselenggarakan tim peneliti pada bulan Januari 2021 - saat COVID-19 belum sepenuhnya mereda - peserta yang hadir saat pelatihan itu harus telah menjalani vaksinasi COVID-19. Maka kami selaku penyelenggara pelatihan tersebut tertarik untuk meneliti apa alasan peserta pelatihan untuk menjalani vaksinasi, serta bagaimana terpaan pemberitaan tentang COVID-19 yang mereka terima. Atas dasar ketertarikan tersebut, perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana terpaan pemberitaan tentang COVID-19 terhadap para peserta “Pelatihan Pengemasan, Pemberian Merek, serta Promosi Produk di Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan, serta apa yang mendasari keputusan mereka untuk menjalani vaksinasi COVID-19.

Berkaitan dengan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana terpaan pemberitaan tentang vaksin COVID-19 terhadap responden serta keputusan responden untuk menjalani vaksinasi COVID-19.

### **Konsep Penelitian**

Konsep yang dibahas dalam penelitian ini adalah konsep terpaan pemberitaan tentang vaksin COVID-19 serta keputusan vaksinasi COVID-19.

Menurut Ardianto (2014) , terpaan ialah keadaan masyarakat yang telah terkena pesan yang disebarluaskan melalui media sosial. Selanjutnya, terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan di media ataupun memberikan perhatian terhadap pesan yang diberikan. Sedangkan menurut Shrimp. Sebagaimana dikutip oleh E. Trihayuningtyas (2018), terpaan media sosial dapat diukur melalui sampai atau tidaknya suatu pesan di media sosial kepada konsumen (khalayak).

### **Vaksin dan Vaksinasi**

Menurut KemenkesRI, vaksin adalah “mikroorganisme atau bagiannya atau zat yang dihasilkannya yang telah diolah sedemikian rupa sehingga aman, yang apabila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan bertambahnya kekebalan tubuh seseorang terhadap suatu virus atau penyakit tertentu sehingga apabila suatu sakit atau hanya mengalami sakit ringan.”

Sedangkan vaksinasi adalah “pemberian vaksin dalam rangka meminimalisir terjadinya

penularan terhadap suatu penyakit” (KemenkesRI, Buku Saku Tanya Jawab Seputar Covid 19, Edisi Pertama, Mei 2021, hal 12 -14).

Vaksin dan vaksinasi yang menjadi bahasan penelitian ini ialah vaksin dan vaksinasi COVID-19,. Sebagaimana diuraikan di atas, pemberitaan mengenai vaksin dan vaksinasi COVID-19 bervariasi antara yang pro, kontra ataupun netral, sehingga informasi yang diterima seseorang tentang vaksin dan vaksinasi COVID-19 bisa menjadi pertimbangannya untuk menjalani dan mendukung vaksinasi atau tidak. Namun selain pertimbangan berdasarkan informasi dan pengetahuan yang diterima seseorang untuk menjalani vaksinasi COVID-19, seseorang mengambil keputusan untuk melakukan sesuatu juga dipengaruhi oleh motivasi yang ada dalam dirinya. Dalam hal ini, seseorang yang mengambil keputusan untuk menjalani vaksinasi, bisa dipengaruhi oleh motivasi atau tujuan yang ingin dicapai dari vaksinasi tersebut.

Teori yang digunakan untuk menjelaskan terpaan media dalam penelitian ini adalah Teori Efek Terbatas dari Media Massa. Sedangkan untuk menjelaskan pengambilan keputusan vaksinasi digunakan Teori Hierarki Motivasi menurut Maslow. Berdasarkan teori Keterbatasan Efek Media Massa, publik yang terkena terpaan informasi atau berita dari media massa bisa terpengaruh dan bisa tidak terpengaruh oleh pemberitaan atau informasi yang diterimanya tersebut.. Dalam hal ini, responden yang terkena terpaan pemberitaan dan / atau himbuan tentang vaksin tidak serta

merta menjadikan pengetahuan yang diperolehnya dari informasi tersebut sebagai dasar pengambilan keputusan vaksinasi. Adakalanya seseorang melakukan sesuatu karena alasan-alasan tertentu sesuai motivasi atau tujuannya melakukan hal tersebut.

Menurut teori Motivasi / Kebutuhan Maslow, kegiatan manusia berlandaskan kebutuhan yang ingin dipenuhinya, yang berdasarkan peringkat kebutuhannya adalah (1) kebutuhan fisiologis, (2) kebutuhan akan keamanan, (3) kebutuhan sosial, (4) kebutuhan akan harga diri, dan (5) kebutuhan akan aktualisasi diri (Uno, 2014)

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, di mana tim peneliti mendeskripsikan terpaan pemberitaan tentang vaksin dan vaksinasi COVID-19 terhadap peserta kegiatan PKM Fikom Usahid berjudul “Pelatihan Pengemasan, Pemberian Merek, dan Promosi Produk” serta keputusan mereka untuk menjalani vaksinasi.

Populasi penelitian ini ialah peserta pelatihan Pengemasan, Pemberian Merek serta Promosi Produk di Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan, pada tanggal 24 Januari 2021, yang berjumlah

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil penelitian tentang data responden, diperoleh data bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 19 orang (86,36%). Hal tersebut bisa diduga karena pesertanya adalah mereka yang

24 orang. Tehnik penarikan sampel dilakukan secara *total sampling*, yakni seluruh populasi dijadikan sampel penelitian.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan angket kepada para peserta pelatihan di akhir acara pelatihan yang diselenggarakan pada tanggal 24 Januari 2021 secara luring, Lokasi penelitian bertempat di lokasi penyelenggaraan pelatihan, yakni Auditorium Kantor Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan. Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan masalah penelitian, yakni terpaan pemberitaan tentang COVID-19 terhadap responden, serta keputusan responden menjalani vaksinasi.

## **Penyajian dan Analisa Data**

Dari jumlah peserta pelatihan yang berjumlah 24 orang, berhasil dikumpulkan 24 jawaban angket, namun dua angket diannulir karena tidak diisi secara lengkap, sehingga data yang terkumpul adalah sebanyak 22 jawaban. Data hasil penyebaran angket dimasukkan ke dalam *coding sheet* lalu disajikan ke dalam tabel-tabel tunggal yang menunjukkan hasil penelitian tentang data responden serta konsep penelitian. Berdasarkan data yang tersaji dalam tabel-tabel tersebut, hasil penelitian dianalisis.

menjalankan usaha sampingan atau yang berencana membuka usaha baru, di mana warga laki-laki (kepala rumah tangga) kebanyakan sedang bekerja pada saat pelatihan diselenggarakan.

Tabel 1  
Data Responden : Pekerjaan

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar / Mahasiswa	3	13,6 %
2	Ibu rumah tangga	9	40,9 %
3	Karyawan Swasta	4	18,2 %
4.	Wirausaha	6	27,3 %
Total		22	100%

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah terbanyak responden adalah ibu rumah tangga, dan selanjutnya adalah wirausahawan/wati. Hal ini sesuai dengan karakteristik peserta pelatihan, yakni mereka yang sudah

mempunyai usaha atau yang tertarik untuk memulai suatu usaha, termasuk ibu rumah tangga yang ingin mempunyai tambahan penghasilan dengan berwirausaha.

Tabel 2  
Data Responden : Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	41 ke atas	15	68,2 %
2	31 – 40	6	27,3 %
3.	21 – 30	1	4,5 %
4	20ke bawah	0	0%
Jumlah		22	100%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia 41 tahun ke atas, dan selanjutnya mereka yang termasuk dalam kelompok usia 31 sampai dengan 40 tahun. Hal ini sesuai dengan usia-usia yang status pekerjaan responden yang mayoritas ibu rumah tangga dan

mereka yang sudah bekerja dan / atau memiliki usaha.Selanjutnya, rangkuman hasil penelitian dapat dilihat dari dua tabel tunggal yang mewakili hasil penelitian dari dua konsep inti dari penelitian ini, yakni konsep terpaan pemberitaan tentang vaksin dan vaksinasi COVID-19 dan keputusan vaksinasi.

Tabel 3  
Terpaan Berita Vaksin COVID-19

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	20	91%
Sedang	2	9 %
Rendah	0	0 %
Total	77	100 %

Tabel di atas menunjukkan bahwa terpaan pemberitaan tentang vaksin COVID-19

terhadap mayoritas responden adalah tinggi (91%). Urutan sumber pemberitaan yang paling banyak diterima oleh responden adalah

televisi, kemudian grup whatsapp, keluarga atau kenalan, lalu instagram.

Tabel 4  
Keputusan Vaksinasi

Kategori	Frekuensi	Persentase
Agar terhindar COVID-19	14	64 %
Tuntutan Pekerjaan	4	18 %
Prasyarat ke luar kota	5	23 %
Prasyarat naik kendaraan umum	3	14 %
Prasyarat masuk mal	3	14%
Prasyarat umroh / haji	3	14%
Lain-lain	3	14%

Tabel di atas menunjukkan alasan yang mendasari keputusan responden untuk menjalani vaksinasi. Untuk pertanyaan ini, responden dipersilakan untuk menjawab lebih dari satu pilihan jawaban. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden

(64%) menjalani vaksinasi karena ingin terhindar dari COVID-19. Hal ini dapat menyimpulkan bahwa responden percaya bahwa vaksinasi bisa menjadi penangkal terkena COVID-19

#### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan di atas, kesimpulan dari penelitian ini ialah bahwa terpaan pemberitaan tentang vaksin dan vaksinasi terhadap responden adalah tinggi, dan sumber informasi mengenai vaksin dan vaksinasi diperoleh mayoritas responden melalui televisi, dibandingkan melalui media sosial. Berkaitan keputusan untuk vaksinasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden melakukan vaksinasi untuk mencegah tertular dari Covid-19, tanpa paksaan dari pihak lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana
- Ardianto Elvinaro, Lukiati Kumala, Siti Karlinah. 2014. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifianto, S. 2018. *Praktik Budaya: Media Digital dan Pengaruhnya*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Arifin, Anwar. 2016. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

- \_\_\_\_\_. 2010. *Opini Publik*. Jakarta: Pustaka Grafindo Indonesia.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2017. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Hadiati, Nikmah. 2012. *Opini Publik*. Pasuruan: Lunar Jaya. KemenkesRI, *Buku Saku Tanya Jawab Seputar Covid 19*, Edisi Pertama, Mei 2021, hal 12 -14)
- Kriyantono, Rahmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Morrison. 2013. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa, edisi revisi*. Jakarta: Kencana
- Nasrullah, Rulli. 2018. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Syahputra, Iswandi. 2018. *Opini Publik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.