

Resepsi Khalayak tentang Berita Vaksin Corona di CNBCIndonesia.com

Wildan Raditya Muhammad, Nila Nurlimah

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

wildpage27@gmail.com, nurlimahnila@gmail.com

Abstract— This research is based on the increasing number of online media milling around in the internet world. The amount of news about the manufacture and development of the corona vaccine in online media can help the public to get a variety of information about the extent to which this vaccine has been made. The purpose of this study was to determine the reception and mortgage position of the people in Bandung Regency regarding the news of the Corona Vaccine on CNBCIndonesia.com. This study used a qualitative methodology with the Stuart Hall interpretation reception analysis approach. Coverage of the corona vaccine on CNBCIndonesia.com is considered factual and quite balanced for readers, besides that in this study there are two mortgage positions filled by informants, namely the dominant position and the negotiating position.

Keywords— *Online Media, News, Corona Virus, Corona Vaccine, Reception Analysis, CNBCIndonesia.com*

Abstrak—, Penelitian ini didasari oleh semakin banyaknya media online yang berseliweran di dunia internet. Banyaknya berita mengenai pembuatan dan pengembangan vaksin corona di media online dapat membantu khalayak untuk mendapatkan beragam informasi mengenai sudah sejauh mana pembuatan vaksin ini berjalan. Tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui resepsi dan posisi hipotekal masyarakat di Kabupaten Bandung terhadap berita Vaksin Corona di CNBCIndonesia.com. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi pemaknaan Stuart Hall. Pemberitaan vaksin corona di CNBCIndonesia.com dinilai faktual dan cukup berimbang bagi pembaca, selain itu dalam penelitian ini ada dua posisi hipotekal yang diisi oleh informan yaitu posisi dominan dan posisi negosiasi.

Kata Kunci— *Online Media, News, Corona Virus, Corona Vaccine, Reception Analysis, CNBCIndonesia.com*

I. PENDAHULUAN

Saat ini, seluruh penjuru dunia sedang dilanda sebuah pandemik virus baru yang bernama Corona atau Covid-19 yang berasal dari negara China. Lebih tepatnya, virus ini pertama kali ditemukan di kota Wuhan yang diduga berasal dari sebuah pasar yang menjual daging hewan-hewan tidak biasa untuk dikonsumsi pada bulan Desember 2019. . Virus ini dengan cepat menyebar ke negara-negara

di dunia termasuk Indonesia yang hingga kini kian meningkat jumlah kasus orang-orang yang terinfeksi.

Kewaspadaan dari kebanyakan negara pun menjadi penyebab tersebarnya virus ini, karena pada awal-awal virus ini menyebar tidak sedikit negara yang terkesan meremehkan bahkan tidak peduli karena mengira tidak akan sampai menular ke warga-warga mereka. Meskipun hingga saat ini terus meningkat yang terjangkau hingga yang meninggal, pengembangan vaksinnnya pun terus dilakukan guna menyembuhkan para pasien yang terjangkau dan mencegah meningkatnya orang-orang yang terpapar.

Seiring berjalannya waktu, banyak negara di penjuru dunia, salah satunya Indonesia, yang mulai membuat dan mengembangkan vaksin Covid-19 sebagai langkah awal dalam menghentikan penyebaran virus yang tergolong cepat menyebar dan bereaksi ini. China, Amerika Serikat, Hingga Rusia menjadi negara-negara besar yang sedang gencar-gencarnya menyiptakan juga mengembangkan vaksin ini bahkan beberapa sudah dilakukan uji klinis ke beberapa relawan sebelum disebarkan kepada khalayak banyak. Uji klinis ini sangat penting dilakukan agar para pakar dan peneliti yang mengembangkan vaksin tersebut mengetahui seberapa ampuh dan efek samping apa yang ditimbulkan.

Perkembangan dari pembuatan vaksin-vaksin ini banyak diberitakan di media-media terkhusus media online. Media kini tidak hanya menyebarkan berita berupa fisik, akan tetapi melalui online pula. Dengan begitu, diharapkan masyarakat dapat mengakses berita dimana saja dan kapan saja.

CNBCIndonesia.com merupakan salah satu media yang digunakan sebagai sumber informasi oleh khalayak. Pembaca atau khalayak yang mengakses CNBCIndonesia.com memiliki respon yang aktif, salah satunya adalah beberapa masyarakat di Kabupaten Bandung. Peneliti melakukan pra riset, dan mendapatkan beberapa informan yakni masyarakat di Kabupaten Bandung yang memenuhi kriteria yang peneliti tentukan. Para informan tersebut membaca berita vaksin Corona di CNBCIndonesia.com dengan beragam alasan. Peneliti memilih dua berita dari CNBCIndonesia.com mengenai vaksin Corona karena saat ini sedang marak mengenai perkembangan vaksin untuk menekan angka penyebaran

Covid-19 itu sendiri.

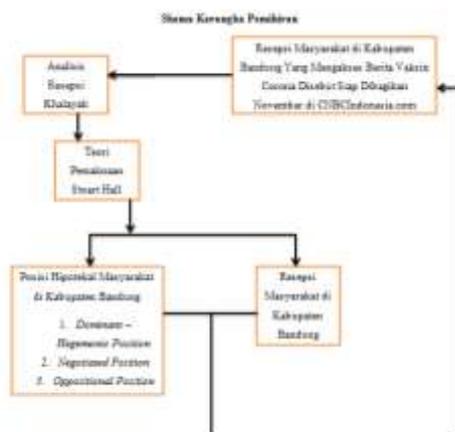
Berdasarkan hasil pra riset peneliti, pemberitaan yang berkaitan dengan vaksin Corona marak diperbincangkan, terkhusus di daerah Kabupaten Bandung. Masyarakat Kabupaten Bandung yang menjadi informan dalam penelitian ini mengaku, bahwa mereka sering membaca berita di internet karena selain mudah diakses, juga karena saat ini segala informasi bisa dengan mudah didapatkan.

Melihat itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis mengenai resepsi dan posisi hipotekal Masyarakat Kabupaten Bandung tentang berita vaksin Corona di CNBCIndonesia.com. Resepsi yang muncul pun akan beragam sehingga posisi hipotekal mereka pun akan berbeda-beda.

II. LANDASAN TEORI

Peneliti menggunakan Teori Pemaknaan dari Stuart Hall. Terdapat tiga tipe utama dari pemaknaan khalayak terhadap teks media yaitu :

1. *Dominant-Hegemonic Position* artinya khalayak yang menjadi penerima pesan menerima pesan-pesan yang diberikan oleh media secara penuh sesuai dengan apa yang diinginkan oleh media tersangkut dan sesuai dengan keyakinan yang khalayak anut dengan tidak menimbulkan suatu tindakan yang mengarah pada penolakan.
2. *Negotiated Position* artinya khalayak sebagai penerima pesan memaknai pesan yang diberikan oleh media tidak semuanya diartikan atau dimaknai sama, dengan artian pesan yang disampaikan oleh media tersangkut bisa dinegosiasikan terlebih dahulu dan bisa saja berujung pada posisi netral.
3. *Oppositional Position* artinya khalayak sebagai penerima pesan sangat menolak dengan pesan yang disampaikan atau diberikan oleh media tersangkut, karena tidak sesuai dengan pengetahuan dan keyakinan yang mereka anut sehingga mereka berakhir pada posisi oposisi (Stuart Hall, 1973: 16).



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena menurut Moleong (2011: 6) penelitian kualitatif adalah “penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi berfokus pada penerima pesan/komunikasikan/pemirsa terhadap pesan komunikasi seperti apa yang dikomunikasikan, dengan penerimaan tersebut tentu berbagai individu akan menyaring pesan komunikasi dengan pemikiran yang berbeda-beda.

Analisis resepsi merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktek wacana dan budaya khalayaknya. Ada tiga elemen pokok dalam metodologi resepsi yang secara eksplisit biasa disebut “*the collection, analysis, and interpretation of reception data*” (Jensen, 1999: 139). Berikut adalah ketiga elemen tersebut :

1. Mengumpulkan data dari khalayak yang bisa diperoleh melalui wawancara mendalam (baik individu maupun kelompok).
2. Menganalisis hasil atau temuan dari wawancara atau rekaman proses jalannya *focus group discussions* (FGD).
3. Peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayaknya (Jensen, 1999: 139).

B. Resepsi Masyarakat Kabupaten Bandung Tentang berita Vaksin Corona di CNBCIndonesia.com

Dewasa ini, internet menjadi salah satu kebutuhan primer bagi seluruh manusia tak terkecuali masyarakat di Kabupaten Bandung guna menggali dan mendapatkan berita dan informasi. *Privilege* yang diberikan internet berupa kemudahan dan kecepatan dalam mengaksesnya sehingga dapat digunakan oleh siapa pun, dimana pun, dan kapan pun.

Untuk mengetahui resepsi masyarakat Kabupaten Bandung terhadap berita Vaksin Corona di CNBCIndonesia.com, peneliti menelitinya berdasarkan dua hal. Yang pertama berdasarkan unsur keberimbangan yang ada dalam berita yang disampaikan oleh CNBCIndonesia.com. Yang kedua berdasarkan faktualitas dalam berita Vaksin Corona yang disampaikan oleh CNBCIndonesia.com.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para informan, mereka sepakat bahwa berita vaksin Corona yang disebar oleh CNBCIndonesia.com cukup berimbang. Namun, para informan merasa bahwa berita

vaksin Corona yang berjudul “Vaksin Corona Disebut Siap Dibagikan November” yang diunggah CNBCIndonesia.com kurang berimbang karena tidak ada sumber lain.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para informan, mereka merasa CNBCIndonesia.com sebagai salah satu media yang bisa dipercaya untuk mendapatkan informasi dan berita. Namun tidak semua informan menyetujui jika berita ini faktual menurut pendapat mereka masing-masing.

C. Posisi Hipotekal Masyarakat Kabupaten Bandung Terhadap Berita Vaksin Corona di CNBCIndonesia.com

Internet merupakan hal yang kini menjelma menjadi ladang berita dan informasi yang banyak dimanfaatkan oleh media-media di seluruh dunia. CNBCIndonesia.com menjadi salah satu dari media-media tersebut. Namun, sejurus dengan teori perbedaan individu yang dikemukakan oleh Ronald B. Adler dan George Rodman dimana “media massa memberikan pengaruh yang berbeda-beda kepada masing-masing khalayak sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh khalayak tersebut.” (Adler dan Rodman, 2003: 476).

Setelah melakukan wawancara dan *Focus Group Discussion* kepada masyarakat Kabupaten Bandung yang menjadi informan dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil untuk menentukan posisi hipotekal para informan. Posisi hipotekal para informan berubah-ubah setelah dilakukannya wawancara dan *Focus Group Discussion*. Contohnya, beberapa informan awalnya mendapatkan posisi negosiasi setelah melakukan wawancara, namun posisi mereka menjadi berubah setelah diadakannya *Focus Group Discussion*. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan pengaruh yang informan berikan ketika mereka berdiskusi ataupun karena dari diri sendiri. Empat orang menempati posisi negosiasi sedangkan hanya satu orang yang menempati posisi dominan. Empat orang tersebut merasa memahami dengan pesan yang disampaikan oleh CNBCIndonesia.com mengenai vaksin Corona namun mereka memiliki sudut pandang atau tanggapan lain, sedangkan satu orang sisanya memahami dan menerima secara penuh terhadap pesan dari berita tersebut.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti paparkan dan jelaskan di bab empat, peneliti mendapatkan hasil penelitian terkait resepsi masyarakat Kabupaten Bandung yang mengakses berita vaksin Corona di CNBCIndonesia.com dan juga terkait dengan posisi hipotekal mereka dari hasil wawancara dan *Focus Group Discussion*.

Dari hasil wawancara peneliti bersama dengan para informan yang notabene merupakan masyarakat yang tinggal atau asli dari Kabupaten Bandung, peneliti menemukan bahwa berita vaksin Corona di CNBCIndonesia.com faktual dan cukup berimbang. Hal ini

diketahui oleh peneliti karena para informan kebanyakan memahami dengan pesan yang terkandung dalam berita tersebut yang CNBCIndonesia.com coba sampaikan. Kurangnya narasumber yang kredibel dalam berita “Vaksin Corona Disebut Siap Dibagikan November” adalah salah satu alasan beberapa informan menyebutkan bahwa berita vaksin Corona tersebut tidak *cover both side*. Namun pada berita “WHO : Vaksin Corona Tak Akan Hilangkan Pandemi” menurut para informan memiliki keberimbangan yang tepat karena narasumber dalam berita tersebut memiliki narasumber yang kredibel dalam bidangnya.

Setelah melakukan wawancara dan *Focus Group Discussion* kepada masyarakat Kabupaten Bandung yang menjadi informan dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil untuk menentukan posisi hipotekal para informan. Posisi hipotekal para informan berubah-ubah setelah dilakukannya wawancara dan *Focus Group Discussion*. Contohnya, beberapa informan awalnya mendapatkan posisi negosiasi setelah melakukan wawancara, namun posisi mereka menjadi berubah setelah diadakannya *Focus Group Discussion*. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan pengaruh yang informan berikan ketika mereka berdiskusi ataupun karena dari diri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adler, Ronald B. & Rodman, George. 2003. *Understanding Human Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- [2] Hall, Stuart. 2011. *Budaya Media Bahasa: Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979*.
- [3] Jensen, Klaus Bruhn. 1999. “Media Audiences. Reception Analysis; Mass Communication as The Social Production of Meaning”. Dalam Klaus Bruhn Jensen & Nicholas W Jankowski. (eds). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London: Routledge
- [4] Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.