

**PENGARUH TERPAAN PEMBERITAAN KEHALALAN VAKSIN
COVID-19 DI MEDIA MASSA TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN
PEDAGANG PUSAT PERBELANJAAN PASA ATAH BUKITTINGGI
PADA VAKSINASI DENGAN FAKTOR INDIVIDU DAN FAKTOR
SOSIAL SEBAGAI VARIABEL KONTROL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas**

Oleh:

**Sari Andriani
1710863005**



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2022

ABSTRAK

Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kehalalan Vaksin Covid-19 di Media Massa terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang Pusat Perbelanjaan Pasa Ateh Bukittinggi pada Vaksinasi dengan Faktor Individu dan Faktor Sosial sebagai Variabel Kontrol

Oleh:
Sari Andriani (1710863005)

Pembimbing:
Vitania Yulia, S.Sos, A.MA & Novia Erian S.P, M.Si

Kehalalan vaksin Covid-19 merupakan isu penting di Indonesia, karena mayoritas penduduknya beragama Islam dan ini dapat memengaruhi keberhasilan program vaksinasi. Syarat penggunaan vaksin di Indonesia harus memenuhi aspek safety, khasiat, mutu, serta halal. Sebelum dapat diedarkan dan dikonsumsi oleh masyarakat vaksin tersebut harus mendapatkan izin dari BPOM-MUI. Penelitian ini berjudul Pengaruh Terpaan Pemberitaan Kehalalan Vaksin Covid-19 di Media Massa terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang Pusat Perbelanjaan Pasa Ateh Bukittinggi pada Vaksinasi dengan Faktor Individu dan Faktor Sosial sebagai Variabel Kontrol. Peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan. Penelitian ini menganalisa terpaan pemberitaan melalui indikator atensi, durasi, dan intensitas. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dengan memanfaatkan software SPSS dalam pengolahan datanya.

Peneliti menggunakan teori efek moderat untuk melihat bagaimana pengaruh terpaan pemberitaan kehalalan vaksin Covid-19 di media massa terhadap tingkat kepercayaan pedagang pusat perbelanjaan Pasa Ateh Bukittinggi pada vaksinasi dengan faktor individu dan faktor sosial sebagai variabel kontrol. Di dalam teori ini terjadinya pengaruh tetapi tidak terlalu besar. Hasil dari analisis data menunjukkan, terpaan pemberitaan kehalalan vaksin Covid-19 di media massa memengaruhi tingkat kepercayaan pedagang pusat perbelanjaan Pasa Ateh Bukittinggi pada vaksinasi hanya 20%. Dengan kata lain sebesar 80% sisanya tingkat kepercayaan pedagang pusat perbelanjaan Pasa Ateh Bukittinggi pada vaksinasi ditentukan oleh faktor lain di luar terpaan pemberitaan. Faktor tersebut yaitu faktor individu dan faktor sosial. Faktor-faktor tersebut menyumbang sebesar 18,9% dalam penelitian ini, sehingga terdapat 61,1% faktor lain yang tidak disebutkan dan tidak diujikan pada penelitian ini. Besarnya hubungan terpaan pemberitaan kehalalan vaksin Covid-19 di media massa terhadap tingkat kepercayaan pedagang pusat perbelanjaan Pasa Ateh Bukittinggi pada vaksinasi yaitu sebesar 0,458. Hubungan tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang cukup atau sedang.

Kata Kunci: Kehalalan Vaksin Covid-19, Terpaan Pemberitaan, Tingkat Kepercayaan, Vaksinasi

ABSTRACT

The Effect of Exposure to Halal News on Covid-19 Vaccines in the Mass Media towards the Trust Level of Pasa Ateh Shopping Center Traders at Bukittinggi in Vaccination with Individual Factors and Social Factors as Control Variable

By:
Sari Andriani (1710863005)

Supervisor:
Vitania Yulia, S.Sos, A.MA & Novia Elian S.P, M.Si

*The halal assurance of the Covid-19 vaccine is an important issue in Indonesia, as the majority of the population is Muslim and this could affect the success of the vaccination programme. The terms of vaccine use in Indonesia must fulfil safety, efficacy, quality and halal aspects. Before it can be distributed and consumed by the public, a vaccine must be authorized by BPOM-MUI. This study is entitled *The Effect of Exposure to Halal News on Covid-19 Vaccines in the Mass Media towards the Trust Level of Pasa Ateh Shopping Center Traders at Bukittinggi in Vaccination with Individual Factors and Social Factors as Control Variable*. The researcher wanted to see the magnitude of the impact. This study analyzed exposure to news through indicators of attention, duration, and intensity. This is a type of quantitative research using SPSS software in data processing.*

The researcher used the moderate effect theory to see how halal coverage of the Covid-19 vaccine in the mass media towards the trust level of Pasa Ateh shopping center traders at Bukittinggi in vaccination with Individual Factors and Social Factors as Control Variable. According to this theory, the effect is not too big. The results of data analysis show that news exposure about the halalness of the Covid-19 vaccine in the mass media affects the trust level of Pasa Ateh shopping center traders at Bukittinggi in vaccination by only 20%. In other words, for the remaining 80%, the trust level of Pasa Ateh shopping center traders at Bukittinggi in vaccination is determined by factors other than news exposure. These factors are individual factors and social factors. These factors accounted for 18.9% in this study, so there were 61.1% other factors that were not mentioned and not tested in this study. The magnitude of the relationship between the exposure to the Halal news of Covid-19 vaccine in the mass media and the trust level of Pasa Ateh shopping center traders at Bukittinggi in vaccination is 0.458. The Relationship is included in the category of moderate or moderate relationship.

Keywords: *Exposure, The Halal Assurance of the Covid-19 Vaccine, , Trust Level, Vaccination*