

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menginjak tahun 2022, *Coronavirus disease* atau yang biasa disebut Covid-19 masih menjadi momok bagi masyarakat Indonesia bahkan dunia. Meskipun penyebarannya sempat mereda pada tahun 2021 silam, jenis virus yang pertama kali diidentifikasi pada akhir tahun 2019 di Wuhan, Ibukota Provinsi Hubei China ini masih belum berakhir. Seiring dengan perkembangan kasus terinfeksi di Indonesia, pemerintah terus gencar dalam upaya penanggulangan penyebaran Covid-19. Salah satunya adalah melancarkan program vaksinasi Covid-19 yang hingga saat ini masih terus dikampanyekan oleh pemerintah. Dewasa ini, pemberitaan vaksinasi Covid-19 masih menjadi topik hangat di kalangan masyarakat, bagaimana tidak peraturan pelaksanaan vaksinasi Covid-19 ini tentunya mampu mendorong rasa ingin tahu masyarakat terhadap informasi terkait vaksinasi.

Dalam sebuah penelitian pada tahun 2017 menunjukkan, jumlah pembaca media *online* mencapai 6 juta orang dan terus mengalami peningkatan. Apabila dibandingkan dengan jumlah pembaca media cetak sangat terpaut jauh, yakni sebanyak 4,5 juta orang (Katherina dalam Supriyatna, 2020). Kebutuhan masyarakat akan informasi saat ini telah begitu difasilitasi dengan kehadiran media *online* yang dapat diakses dengan mudah, kapan saja dan dimana saja. Media *online* yang saat ini memiliki posisi penting sebagai wadah dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat berperan sebagai garda terdepan dalam membangun opini publik, begitu pula halnya dengan pemberitaan vaksinasi Covid-19. Arus informasi terkait vaksinasi yang saat ini begitu pesat, tentunya juga sangat berpengaruh pada persepsi dan sikap masyarakat. Karena wacana yang dalam hal ini pemberitaan vaksinasi Covid-19, merupakan cara wartawan dalam memperbincangkan ide atau objek dengan terbuka kepada publik atau khalayak guna menimbulkan pemahaman tertentu.

Program vaksinasi diwacanakan sebagai upaya strategis dalam memutus rantai penularan Covid-19 di Indonesia. Kampanye tak henti digaungkan pemerintah dalam menghimbau masyarakat untuk bersedia berkontribusi dalam program vaksinasi Covid-19 tersebut. Tidak hanya melalui kampanye, pemerintah juga menerapkan kebijakan wajib vaksin yang dapat menunjang proses birokrasi serta mobilitas masyarakat dengan

menggunakan bukti kepemilikan sertifikat tanda telah melakukan vaksinasi Covid-19. Program vaksinasi Covid-19 kala ini, diwacanakan sebagai langkah utama yang harus dipenuhi demi tercapainya *herd immunity* atau kekebalan kelompok, yang diprediksi berpengaruh signifikan terhadap penurunan angka korban terinfeksi Covid-19 di Indonesia. Bukan hanya pemerintah, berbagai media juga berperan aktif dalam menghimbau masyarakat untuk bersedia berkontribusi dalam program vaksinasi. Informasi terkait vaksin Covid-19 telah tersebar secara masif dan dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat, mulai dari manfaat vaksin hingga lokasi vaksinasi terdekat.

Pemberitaan positif terkait program vaksinasi Covid-19 tentunya sangat berpengaruh pada persepsi masyarakat dalam menilai wacana tersebut. Hasil riset yang berjudul "*Pengaruh Terpaan Berita Vaksin Covid-19 di Kompas.com terhadap Persepsi Vaksinasi di Kalangan Generasi Z*", menjelaskan bahwa terpaan berita vaksin Covid-19 di kompas.com memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsi generasi Z terkait vaksinasi dengan nilai sebesar 84%. Melalui penelitian ini dapat kita lihat bahwa pemberitaan positif vaksinasi yang dipublikasikan oleh media yang marak diakses seperti media *online* kompas.com, mampu mempengaruhi pandangan khalayak dalam menilai objek pemberitaan itu sendiri (Anisa & Retor, 2022).

Hal ini juga dapat dilihat melalui hasil survei yang dilakukan oleh peneliti dari *Johns Hopkins Center for Communication Programs (JHCCP)*, yang mendapati hanya 34% warga Indonesia yang masih belum bersedia divaksinasi Covid-19 (Santoso, 2021). Douglas Storey dari JHCCP menjelaskan, survei sudah dilakukan pada 14 juta responden sejak bulan Mei 2021 melalui media sosial Facebook. Dikutip dari pemberitaan website resmi Kominfo, Menteri Kesehatan (Menkes), Budi Gunadi Sadikin, menjelaskan terkait capaian vaksinasi Covid-19 di Indonesia yang telah mencapai lebih dari 280 juta dosis. Hal tersebut mengantarkan Indonesia naik menjadi peringkat empat dunia dari sisi jumlah rakyat yang telah mendapat suntikan vaksin, melampaui Brasil. Dari data di atas, dapat dilihat bahwa terdapat dominan masyarakat yang bersedia di vaksin dibandingkan yang tidak. Melalui hal tersebut, dapat dikatakan bahwa wacana yang dibangun terkait isu vaksinasi mampu mempengaruhi masyarakat untuk bersedia berkontribusi dalam program vaksinasi Covid-19.

Program vaksinasi yang dinilai sebagai langkah penting dalam upaya menyudahi pandemi Covid-19, tentunya mendapat banyak perhatian dan tidak luput dari pemberitaan berbagai media. Hal utama dalam memahami media menurut paradigma kritis adalah bagaimana media tersebut melakukan politik pemaknaan. Media massa pada dasarnya menentukan realitas melalui pemakaian kata-kata yang terpilih, bukan hanya sekedar mereproduksi suatu gagasan dalam pemberitaan. Setiap pihak berusaha menonjolkan basis penafsiran, klaim dan argumentasi masing-masing, agar pandangannya lebih diterima oleh publik. Hingga pada akhirnya kelompok dominanlah yang lebih menguasai pembicaraan dan arena wacana.

Dibalik gencarnya pemberitaan positif terkait vaksinasi Covid-19 tentunya tidak dapat menutup fakta bahwa pendapat mengenai program vaksinasi merupakan langkah strategis dalam menyudahi pandemi Covid-19 bukanlah merupakan pendapat tunggal, melainkan terdapat wacana yang berbeda terkait hal tersebut. Hanya saja tidak memiliki ruang dan akses yang lebih besar untuk diketahui khalayak. Perbedaan akses informasi yang diperoleh masyarakat ini, setidaknya menunjukkan bahwa terdapat wacana dominan dan wacana yang terpinggirkan atau terpendam disisi lain. Pandangan kritis yang menjadi cara berpikir pada kajian ini menilai, media bukan sekedar alat dari pihak dominan, akan tetapi media juga menunjang kelompok dominan dalam menyebarkan gagasan melalui produksi pemberitaan. Media disini juga berperan dalam mengontrol khalayak dengan upaya pembentukan konsensus melalui wacana yang disebar. Melalui medialah, ideologi dominan mengenai apa yang baik dan buruk dimapankan. Media bukan merupakan saluran yang bebas, namun subjek yang mampu mengkonstruksi realitas, lengkap dengan bias dan pemihakannya. Media sejatinya tidak berperan netral menampilkan kekuatan dan kelompok dalam masyarakat dengan apa adanya, tetapi kelompok dan ideologi dominanlah yang akan tampil dalam pemberitaan (Eriyanto, 2011: 36).

Foucault dalam (Eriyanto, 2011: 84) menjelaskan, proses dominasi maupun marginalisasi ini memiliki konsekuensi. Pertama, khalayak tidak diberi kesempatan untuk mendapat informasi yang beragam dari berbagai sudut mengenai suatu peristiwa. Disini tidak harus dikatakan bahwa wacana yang terpinggirkan adalah wacana yang benar mengenai suatu peristiwa, tetapi karena tidak banyak ragam perspektif dari suatu wacana maka dimensi peristiwa menjadi tidak lengkap. Kedua, bisa jadi peminggiran wacana menunjukkan praktik ideologi tertentu. Batas-batas

yang tercipta tersebut bukan hanya membatasi pandangan, tetapi juga menyebabkan wacana lain yang tidak dominan menjadi terpinggirkan. Sering kali suatu gagasan menjadi terpinggirkan lewat penciptaan wacana tertentu.

Penelitian analisis wacana kritis tidaklah terfokus pada apa yang sebenarnya terjadi, tetapi melihat bagaimana setiap kelompok, terutama yang berkuasa, memproduksi kebenaran atas suatu wacana. Hal ini membuat kelompok yang didominasi melihat hubungan itu tampak natural dan diterima sebagai kebenaran akibat ideologi yang disebarkan di tengah masyarakat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan diungkap bagaimana strategi tekstual pemberitaan vaksinasi Covid-19 dalam merepresentasikan wacana dominan lewat bahasa. Wacana tertentu dapat menghasilkan kebenaran, dan pengetahuan tertentu yang menimbulkan efek kuasa. Pandangan kita tentang suatu objek dibentuk dengan dibatasi oleh praktik diskursif, dibatasi oleh pandangan yang mendefinisikan sesuatu bahwa ini benar dan yang lain tidak. Benar dan salah sendiri dipengaruhi oleh aspek kekuasaan, akibat kekuasaan muncullah wacana dominan dan wacana terpinggirkan atau terpendam (Eriyanto, 2011: 73).

Keefektifan vaksinasi yang merupakan suatu pandangan yang dominan dewasa ini, menjadikan penulis tertarik untuk menganalisis pengemasan wacana yang dilakukan media terkait pemberitaan vaksinasi tersebut. Pemberitaan positif mengenai program vaksinasi Covid-19 yang lebih mendominasi pemberitaan media, dan dianggap benar sebagai suatu gagasan yang dipublikasikan kepada publik tanpa adanya ruang untuk perspektif yang berbeda, menunjang anggapan bahwa program vaksinasi diterima sebagai konsensus bersama melalui suatu praktik dominasi.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana media disini membangun wacana dominan terkait vaksinasi Covid-19, melalui bahasa dan strategi tekstual yang digunakan. Kemudian juga akan dilihat bagaimana media menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang dominan dan dianggap benar sementara wacana lain dianggap salah, sehingga menjadi suatu gagasan yang diterima sebagai *common sense* oleh masyarakat. Dalam kajian ini akan dipertanyakan apakah media disini berperan sebagai alat dari nilai-nilai wacana yang dipandang dominan tersebut, yang kemudian perlu untuk ditanyakan kembali bias dan keberpihakannya.

Melalui analisis wacana kritis, diharapkan penelitian ini dapat mengungkap realitas dari wacana pemberitaan yang disajikan. Strategi tekstual yang meliputi manipulasi pesan,

pemilihan diksi dan berbagai bentuk permainan bahasa dalam penelitian ini akan menjadi gerbang dalam membongkar ideologi di balik narasi berita vaksinasi Covid-19 pada media online Kompas.com. Pandangan kritis dalam kajian wacana meyakini adanya kekuatan-kekuatan yang berbeda dalam masyarakat yang mampu mengontrol proses komunikasi. Paradigma kritis juga memandang media sebagai sarana dimana kelompok dominan dapat mengontrol kelompok yang tidak dominan dengan menguasai dan mengontrol media.

Di tengah masyarakat umumnya terdapat berbagai macam wacana yang berbeda, akan tetapi kekuasaan memilih dan mendukung suatu wacana sehingga wacana tersebut menjadi dominan, sedangkan wacana lainnya menjadi terpinggirkan atau terpendam. Wacana positif mengenai program vaksinasi Covid-19 dapat dikatakan menjadi wacana dominan dikarenakan dipengaruhi oleh efek kuasa yang kemudian memunculkan kebijakan pemerintah terkait hal tersebut. Berbagai media pun memapankan wacana dominan sebagai bentuk kontrol terhadap kebijakan pemerintah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Remotivi.or.id terhadap pemberitaan vaksin pada lima media daring (*Tribunnews.com, Okezone.com, Grid.id, Kompas.com, dan Detik.com*) yang dirilis pada 1-7 November 2020 yang berfokus pada seberapa jauh media menyisakan ruang untuk percakapan ilmiah ketika membicarakan vaksin Covid-19.

Pada penelitian ini, terdapat tujuh kategori topik yang cenderung berulang ketika kelima media *online* tersebut membahas isu vaksin Covid-19. Umumnya, sudut pandang utama yang ditampilkan media dalam pemberitaannya adalah politik atau kebijakan publik. Dari 7 topik yang ada, 4 diantaranya kental akan nuansa kebijakan publik yaitu, “pembelian vaksin”, “peta jalan pengadaan vaksin”, “target waktu pembagian vaksin”, dan “pihak yang diprioritaskan mendapat vaksin”. Keempat topik tersebut mengisi 40,9% pemberitaan dari total 132 berita yang menjadi sampel penelitian ini (Heychael, 2020).

Adapun pada topik-topik yang secara khusus memerlukan keterangan ahli ataupun sumber-sumber ilmiah seperti, “keamanan vaksin bagi kesehatan” ataupun “uji klinis vaksin”, justru melibatkan pejabat Negara sebagai narasumber yang dominan dalam pemberitaan. Data dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa isu vaksin Covid-19 di media sarat akan pemingkakan politik. Pada dasarnya, pemberitaan ilmiah terkait vaksin Covid-19 membutuhkan informasi atau pendapat ahli di bidang medis, biologi, epidemiologi, dan ilmu-ilmu pendukung lainnya, akan tetapi penelitian ini menunjukkan

narasumber paling banyak di media justru adalah pejabat Negara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 67,4% narasumber media adalah pejabat Negara dan Satgas Covid-19 yang juga merupakan bagian dari pemerintah (Heychael, 2020).

Di samping itu, beberapa penelitian lainnya yang dapat menjadi data pendukung pada penelitian ini diantaranya adalah riset yang dilakukan oleh Habib Muhsin, dalam jurnal yang berjudul “*Analisis Framing Pemberitaan Program Vaksinasi Covid-19*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa media online Kompas.com memiliki keberpihakan terhadap kebijakan pemerintah dalam program vaksinasi Covid-19. Dalam penelitian ini, pemberitaan vaksinasi Covid-19 oleh Kompas.com tidak hanya berperan sebagai bentuk dukungan atas kebijakan pemerintah, melainkan juga melakukan kontrol terhadap kebijakan tersebut, dan melancarkan peran sosialisasi program vaksin kepada masyarakat (Muhsin et al., 2021). Selanjutnya adalah penelitian yang berjudul “*Analisis Isi Pemberitaan Penerimaan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia*”, menjelaskan bahwa pemberitaan terkait vaksin Covid-19 di media *online* Kompas.com edisi 25 Februari - 25 Mei 2021 terbilang positif dan pemberitaannya lebih banyak memilih sumber berita dari pemerintah. Hal ini mampu menunjukkan bahwa media *online* Kompas.com dalam pemberitaannya cenderung berfokus pada sosialisasi pemerintah kepada masyarakat, berkaitan dengan pentingnya vaksinasi Covid-19 yang digadang-gadang mampu memutus rantai penularan Covid-19 di Indonesia (Sudrajat & Vidya Kusumawardani, 2021).

Data yang telah disajikan di atas mampu menunjang argumentasi bahwa media *online* Kompas.com memiliki kecenderungan dalam mengkonstruksi wacana dominan dalam pemberitaannya. Disini dapat dilihat, bahwa media *online* Kompas.com memiliki arah pemberitaan yang mendukung program pemerintah melalui pemberitaan dan sosialisasi program vaksinasi sesuai dengan wacana yang diangkat pemerintah. Adapun yang menjadi pertimbangan dalam memilih pemberitaan pada media *online* Kompas.com sebagai objek penelitian, didasari pada intensitas kunjungan website yang cukup tinggi. Berdasarkan data yang diperoleh pada Maret 2021 dari situs pemeringkat similarweb.com, media *online* Kompas.com merupakan *website* pemberitaan paling sering dikunjungi di Indonesia mencapai 211.8M *visits* (Sudrajat & Vidya Kusumawardani, 2021). Penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa pemberitaan terkait vaksin Covid-19 memiliki

pengaruh signifikan terhadap persepsi publik. Dengan demikian, pemilihan media *online* Kompas.com sebagai objek penelitian pada kajian ini dinilai sudah tepat.

Adapun pemberitaan yang akan menjadi objek penelitian dalam kajian ini adalah empat berita yang dinilai relevan untuk mewakili tujuan penelitian. Mengingat dalam analisis wacana kritis teks berita akan dianalisis secara detail, bukan hanya dari segi bahasa, namun juga produksi dan konteks sosial, oleh karena itu dibutuhkan pemberitaan yang benar-benar mampu merepresentasikan wacana dominan terkait vaksin Covid-19 yang dibangun oleh media online Kompas.com. Dari berbagai pemberitaan terkait vaksin Covid-19 yang dipublikasikan di media online Kompas.com, penulis memilih empat berita yang dinilai cukup jelas dalam menampilkan wacana dominan. Pertama adalah berita yang berjudul *“Vaksin Covid-19 Turunkan Angka Penularan Penyakit”* yang dirilis pada tanggal 01 Mei 2021, berita kedua berjudul *“3 Manfaat Vaksin Covid-19, Salah Satunya Cegah Gejala yang Parah”* yang dirilis pada tanggal 20 Juni 2021, berita ketiga berjudul *“4 Manfaat Vaksin Covid-19 yang Perlu Dipahami”* yang dirilis pada tanggal 27 Juni 2021, dan yang terakhir adalah berita yang berjudul *“Manfaat Vaksin Covid-19 yang Penting Diketahui”* yang dirilis pada tanggal 25 Juli 2021.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana wacana vaksinasi dikemas dalam pemberitaan vaksin Covid-19 pada media online Kompas.com dengan menggunakan model analisis Teun A. Van Dijk?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis struktur teks pemberitaan vaksin Covid-19 pada media online Kompas.com.
2. Menganalisis kognisi sosial pemberitaan vaksin Covid-19 pada media online Kompas.com.
3. Menganalisis konteks sosial pemberitaan vaksin Covid-19 pada media online Kompas.com.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diperuntukkan guna melengkapi perbendaharaan penelitian dan menjadi pelengkap kajian analisis wacana kritis, terkhusus pada penelitian yang menerapkan model analisis Teun A. Van Dijk. Di samping itu, diharapkan penelitian analisis wacana kritis terhadap pemberitaan vaksin Covid-19 pada media online Kompas.com ini, dapat menjadi kontribusi positif untuk dijadikan bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diupayakan dapat menumbuhkan serta mengasah pola pikir kritis masyarakat dalam menyikapi berbagai pemberitaan di media. Dimana media bukanlah saluran netral yang memberitakan peristiwa apa adanya, melainkan mengandung ideologi tertentu yang menyelusup dalam wacana yang dipublikasikan, sehingga perlu adanya pemahaman maksud dan tujuan pemberitaan tersebut secara mendalam. Di samping itu, penelitian ini diharapkan dapat menyadarkan kita apa yang dianggap sebagai kebenaran dan diterima sebagai *common sense*, ternyata mengandung bias dengan lebih berpihak menyuarakan kelompok dominan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada media agar dapat menghadirkan berbagai perspektif dari suatu objek atau peristiwa, sehingga tercapainya keterbukaan informasi dan pemberitaan yang berimbang.

