

# **Pengaruh Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin dan Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19**

**Nadin Khairun Nisa, Agus Naryoso, Djoko Setyabudi**

[nadinkhairunnisa@gmail.com](mailto:nadinkhairunnisa@gmail.com)

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, 50276, Indonesia Telepon (024) 746407**

**Faksimile (024) 746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

## ***ABSTRACT***

The increase in coronavirus cases in Indonesia increases the urgency of achieving herd immunity. In pursuit of this, the Indonesian government launched the National Vaccination Program. However, in some areas such as Semarang City, the vaccination target has not been achieved. In addition, confusing information related to vaccination continues to spread among the public, Kominfo noted that there are 1,979 findings of hoax news about COVID-19 vaccination, which is feared to deter people from vaccinating against COVID-19. Therefore, this study aims to determine the effect of exposure to vaccine effect hoaxes and the frequency of communication with reference groups on the decision to vaccinate against COVID-19.

The theory used in this study is the mass communication effect theory and reference-group theory. This study used non-probability sampling techniques and took a total of 100 samples. The criteria for this research sample are domiciled in Semarang City, aged 18-60 years, actively accessing social media / having experience of being exposed to hoaxes. The results of the study with simple linear regression data analysis show that exposure to vaccine hoaxes has an influence on the decision to vaccinate against COVID-19 with a significance value of  $0.00 \leq 0.01$  or highly significant and an R Square of 0.149 or an influence value of 14.9 percent. Furthermore, the Frequency of Communication with Referral Groups has an influence on the Decision to Vaccinate COVID-19 with a significance value of  $0.00 \leq 0.01$  or very significant with an R Square of 0.173 or an influence value of 17.3 percent.

**Keywords: Hoax Exposure, Communication Frequency, Referral Group, COVID-19 Vaccination.**

## ABSTRAK

Kenaikan kasus *coronavirus* di Indonesia meningkatkan urgensi tercapainya *herd immunity*. Dalam mengupayakan hal ini, Pemerintah Indonesia meluncurkan Program Vaksinasi Nasional. Namun pada beberapa daerah seperti Kota Semarang, target capaian vaksinasi masih belum tercapai. Selain itu, informasi simpang siur terkait vaksinasi terus menyebar di kalangan masyarakat, Kominfo mencatat terdapat 1.979 temuan berita hoaks seputar vaksinasi COVID-19, hal dikhawatirkan dapat menghalangi masyarakat untuk melakukan vaksinasi COVID-19. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh terpaan hoaks efek vaksin dan frekuensi komunikasi dengan kelompok rujukan terhadap keputusan melakukan vaksinasi COVID-19.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efek komunikasi massa dan teori kelompok rujukan. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* serta mengambil sejumlah 100 sampel. Kriteria dari sampel penelitian ini berdomisili di Kota Semarang, berusia 18-60 tahun, aktif mengakses sosial media/memiliki pengalaman terkena terpaan hoaks. Hasil penelitian dengan analisis data regresi linier sederhana menunjukkan bahwa Terpaan Hoaks Efek Vaksin memiliki pengaruh terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 \leq 0,01$  atau sangat signifikan dan R Square sebesar 0,149 atau nilai pengaruh sebesar 14,9 persen. Selanjutnya Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 \leq 0,01$  atau sangat signifikan dengan R Square sebesar 0,173 atau nilai pengaruh sebesar 17,3 persen.

**Kata Kunci : Terpaan Hoaks, Frekuensi Komunikasi, Kelompok Rujukan, Vaksinasi COVID-19.**

## PENDAHULUAN

Kasus *coronavirus* di Indonesia terus bertambah hingga kini mencapai lebih dari 5,4 juta kasus. Kondisi ini menyebabkan kesulitan di berbagai lini kehidupan masyarakat. Pemerintah Indonesia terus mengeluarkan berbagai kebijakan dengan mempertimbangkan bermacam-macam aspek kondisi untuk mengupayakan adanya perbaikan situasi.

Di awal tahun 2021, Pemerintah mengeluarkan kebijakan baru yaitu Program Vaksin Nasional COVID-19 yang ditujukan untuk memunculkan *herd immunity* atau adanya kekebalan kelompok. *Herd immunity* atau *population immunity* adalah proteksi tidak langsung dari paparan penyakit infeksius yang dapat terjadi apabila sebagian besar anggota populasi telah mencapai kondisi imun yang disebabkan oleh vaksinasi maupun infeksi penyakit terdahulu. WHO mendukung tercapainya *herd immunity* melalui vaksinasi bukan melalui penyebaran virus dalam populasi yang menyebabkan peningkatan kasus positif juga kematian (*Coronavirus Disease (COVID-19): Herd Immunity, Lockdowns and COVID-19, 2020*). Pemerintah melaksanakan Program Vaksin Nasional COVID-19 melalui dua tahapan yaitu tahap penyuntikan vaksin dosis pertama lalu diikuti tahap penyuntikan vaksin dosis kedua, kemudian pada 12 Januari 2022 dikeluarkan kebijakan tambahan yaitu vaksinasi tahap tiga atau vaksinasi *booster* yang ditujukan kepada masyarakat berusia 18 tahun keatas dengan prioritas lansia dan penderita imunokompromi yang telah mendapatkan dosis vaksin satu dan dua minimal 6 bulan sebelumnya. Dilansir dari laman *Our World in Data*, diketahui bahwa hingga kini total jumlah warga Indonesia yang telah mendapatkan vaksin dosis pertama telah mencapai 72,7 persen dari populasi atau sebanyak 198 juta jiwa sedangkan untuk dosis kedua telah mencapai 59,9 persen dari populasi atau setara dengan 163 juta jiwa, kemudian untuk vaksinasi *booster* barulah mencapai 12,8 persen dari

populasi atau sekitar 35 juta jiwa (*Coronavirus (COVID-19) Vaccinations, 2022*). Persentase ini belum dapat diketahui untuk terbilang aman dalam mencapai *herd immunity* karena berdasarkan data-data terdahulu, besaran persentase yang diperlukan mencapai terwujudnya kekebalan kelompok dapat bervariasi untuk setiap penyakit, sebagai contoh, bagi penyakit campak dibutuhkan 96 persen populasi tervaksinasi hingga dapat memproteksi 5 persen sisa populasi lalu untuk polio dibutuhkan ambang batas sekitar 80 persen dari populasi. Hal ini diperkuat dengan keterangan dari WHO yang menyatakan bahwa proporsi populasi yang harus tervaksinasi untuk mencapai *herd immunity* COVID-19 saat ini masih belum diketahui (*Coronavirus Disease (COVID-19): Herd Immunity, Lockdowns and COVID-19, 2020*).

Indonesia dikhawatirkan mengalami fenomena *vaccine hesitancy*. Survei Kementerian Kesehatan (Kemenkes) bersama *Indonesia Advisory Group on Immunization (ITAGI)*, WHO serta UNICEF menemukan bahwa terdapat kemerosotan presentase penerimaan vaksin dari yang sebelumnya dapat mencapai 65 persen pada September 2020, kini hanya mencapai 30 persen pada Desember 2020 (Haldini & Efendi, 2021). WHO menempatkan *vaccine hesitancy* sebagai salah satu ancaman kesehatan global yang perlu dibenahi. (*The Guide to Tailoring Immunization Programmes (TIP): Increasing Coverage of Infant and Child Vaccination in the WHO European Region, 2013*). WHO mendefinisikan *vaccine hesitancy* sebagai suatu fenomena yang merujuk pada penundaan menerima atau penolakan upaya vaksinasi meskipun tersedianya pelayanan vaksinasi. *Vaccine hesitancy* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang mana salah satunya merupakan faktor kepercayaan (*Coronavirus Disease (COVID-19): Herd Immunity, Lockdowns and COVID-19, 2020*). Berdasarkan data yang dimuat dari *www.liputan6.com*, Lembaga Survei Indonesia (LSI) menemukan bahwa 42,4

persen warga tidak memiliki kepercayaan terhadap program vaksin yang dijalankan pemerintah. Alasan dari ketidakpercayaan ini cukup beragam, salah satunya adalah pengetahuan yang keliru karena berita hoaks dan takut akan efek samping dari vaksin (Rozie, 2021). Per tanggal 16 Agustus 2021, Kominfo mencatat terdapat 1.979 temuan berita hoaks seputar vaksinasi COVID-19 yang dikemas dalam konten digital dan bebas beredar di media sosial (Rizkinaswara, 2021b), hoaks didefinisikan oleh McDougall sebagai ketidakbenaran yang sengaja dikarang untuk menyembunyikan kebenaran. Hoaks merupakan informasi yang tidak memiliki dasar fakta (Utami, 2018). Beberapa contoh hoax yang dapat seringkali ditemui di kalangan masyarakat adalah vaksin COVID-19 mengandung *microchip* magnetis, vaksin dapat mengubah DNA, dan vaksin memiliki kandungan DNA babi. Banyaknya hoaks tentang vaksin yang beredar di tengah masyarakat membawa akibat yang buruk terhadap capaian angka vaksinasi. Faktor yang menyebabkan hoax bertahan adalah penyebar hoaks yang terkadang merupakan bagian dari kelompok rujukan, Herbert H. Hyman (1942) mendefinisikan kelompok rujukan sebagai sekelompok orang yang mempunyai keterkaitan tinggi terhadap perilaku suatu individu dalam melakukan evaluasi, menyatakan aspirasi, serta pengambilan tindakan, sehingga hoaks yang disebarkan oleh kelompok rujukan dapat memberikan pengaruh yang lebih signifikan kepada individu. Dalam penjelasan lebih lanjut, kelompok rujukan terbagi menjadi dua jenis, jenis pertama, *primary membership group*, dimana individu merupakan anggota dari kelompok rujukan dan jenis kedua, *nonmembership reference other*, dimana individu berada di luar kelompok referensi. *Primary membership group* memiliki karakteristik adanya keintiman dan interaksi tatap muka yang intensif antaranggota seperti pada *peer group*, keluarga dan kelompok kerja sedangkan *nonmembership reference other* merujuk pada kelompok yang dicita-citakan atau

dijadikan sebagai standar sikap dan evaluasi bagi individu (Szmigin & Piacentini, 2015, p. 272), oleh sebab itu berdasarkan penjelasan ini, komunikasi yang terjalin dalam *primary membership group* dan pesan yang disampaikan oleh *membership reference others* diasumsikan dapat mempengaruhi sikap dan pandangan individu terhadap vaksinasi.

Pada 31 Januari 2022 dengan interval waktu yang tidak begitu jauh semenjak diterbitkannya kebijakan Pemerintah untuk melakukan vaksinasi booster, akun Twitter @Bambangmulyono2 mengunggah potongan video ceramah dari Ustaz Alfian Tanjung yang menyebutkan bahwa vaksin mengandung zat yang berasal dari darah narapidana beserta cuitan yang mempertanyakan kapasitas dari ustaz tersebut (Djaman, 2022). Unggahan ini kemudian menjadi viral diperbincangkan di dunia maya. Narasi antivaksin yang disebarkan di waktu yang krusial ini berbahaya karena dikhawatirkan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk melakukan vaksinasi lanjutan. Di lain sisi, Pemerintah menetapkan target capaian vaksinasi untuk vaksinasi tahap kedua setidaknya mencapai 70 persen pada bulan Mei 2022 mendatang dan target capaian vaksinasi mencakup seluruh warga Indonesia dengan jumlah 208.265.720 jiwa ditargetkan dapat terselesaikan pada Juni 2022 (*Kemendes Target 190 Juta Warga RI Rampung Vaksin Pada Mei 2022*, 2022), sementara per tanggal 24 April 2022 capaian untuk vaksinasi tahap dua masih belum mencapai target karena baru mencapai 59,9 persen atau 163.954.030 jiwa, masih membutuhkan 10,1 persen untuk mencapai target vaksinasi pada bulan Mei mendatang dan masih memerlukan hampir separuh penduduk lagi untuk tervaksinasi untuk mencapai target pada bulan Juni mendatang.

## RUMUSAN MASALAH

Pemerintah Indonesia menargetkan program vaksinasi nasional dapat terselesaikan pada bulan Juni 2022 dimana 208.265.720 warga Indonesia dapat selesai divaksinasi (*Kemenkes Target 190 Juta Warga RI Rampung Vaksin Pada Mei 2022*, 2022), sedangkan untuk Kota Semarang sendiri vaksinasi booster ditargetkan untuk dapat mencapai 70 persen sebelum hari raya Idul Fitri (Babel, 2022). Target ini dibuat sebagai upaya percepatan perolehan capaian vaksinasi guna mendorong tercapainya herd immunity dan perlindungan bagi warga.

Pada kenyataannya, diketahui bahwa di bulan Juli 2022 baru terdapat 167.822.664 warga Indonesia yang divaksinasi setidaknya dua dosis. Sedangkan untuk laju vaksinasi booster di Kota Semarang masih tergolong lamban, berdasarkan keterangan dari Dinas Kesehatan Kota Semarang, diketahui angka target harian vaksinasi booster ada pada kisaran 1000 hingga 2000 jiwa, namun realitasnya, angka vaksinasi hanya mencapai separuh dari target (*Laju Vaksinasi Booster Di Kota Semarang Lamban*, 2022), angka ini baru menyentuh angka 30,9 persen dari target 70 persen populasi yang harus divaksinasi (Babel, 2022). Di samping hal tersebut, ditemukan bahwa sebaran informasi hoaks tentang vaksinasi COVID-19 terus bertambah di lingkup komunikasi sosial masyarakat hingga mencapai 2.164 konten (Rizkinaswara, 2021a).

Berdasarkan pemaparan diatas, diketahui bahwa terjadi ketimpangan antara kondisi ideal dan realitas yang terjadi, adanya kondisi yang timpang serta kenaikan jumlah sebaran informasi hoaks tentang vaksinasi ini dikhawatirkan dapat mengganggu percepatan upaya vaksinasi dan tercapainya herd immunity. Berdasarkan data-data tersebut dirumuskan sebuah permasalahan “Apakah terdapat pengaruh antara Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin dan Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan terhadap Keputusan Melakukan Vaksin COVID-19?”

## **TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan untuk menelaah pengaruh terpaan berita hoaks efek vaksin dan frekuensi komunikasi dengan kelompok rujukan terhadap keputusan melakukan vaksinasi COVID-19.

## **KERANGKA TEORI Terpaan Berita Hoax**

Terpaan didefinisikan oleh Shore sebagai suatu kegiatan melihat, mendengar, serta membaca informasi berupa pesan-pesan yang dimuat pada media massa atau memiliki pengalaman serta perhatian terhadap suatu pesan yang dialami oleh individu maupun kelompok (Kriyantono, 2010, p. 209).

Terpaan berita adalah kondisi ketika individu atau kelompok secara tidak sengaja menemukan berita saat sedang melakukan berbagai aktivitas secara online tanpa adanya tujuan utama untuk membaca berita (Yadamsuren & Erdelez, 2017, p. 8)

Sedangkan hoaks didefinisikan sebagai suatu informasi sesat yang mengandung kebohongan dan dengan sengaja dibuat-buat supaya samar dibedakan dengan kebenaran, pada umumnya bagian akhir hoaks memuat ajakan menyebarkan informasi sesat yang telah disebutkan sebelumnya untuk disiarkan kepada khalayak yang lebih luas (Aditiawarman et al., 2019, p. 2). Hoaks merupakan bagian dari publikasi berita yang bersifat menipu dan dapat menimbulkan kesalahpahaman bahkan dapat menjadi berbahaya terutama ketika dipisahkan dari sumber dan konteks aslinya, hoaks memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Dapat berupa pernyataan verbal maupun non-verbal
2. Disebarkan secara publik dengan tujuan untuk menyerang atau mengelabui pendengar atau pembacanya

3. Hoaks mengelabui pembacanya berdasarkan fakta palsu yang menyangkut isu sensitif seperti SARA (Suku, Agama, Ras & Antar-golongan) atau pernyataan manipulatif menyangkut tokoh publik (selebritas, politisi, dll.) atau profil palsu.
4. Hoaks yang disebarakan secara berulang dapat mempengaruhi kepercayaan hingga dianggap sebagai kenyataan karena dapat ditemui di mana-mana (Jumanto, 2019, p. 15).

Hoaks termasuk mencakup disinformasi, misinformasi dan malinformasi. Disinformasi merujuk pada informasi tidak benar yang diciptakan untuk membahayakan suatu pihak tertentu. Misinformasi merujuk pada informasi yang tidak benar namun tanpa didasari adanya maksud untuk membahayakan suatu pihak tertentu. Sedangkan malinformasi merupakan pembocoran informasi yang benar secara fakta namun sebetulnya bersifat privat dan tidak untuk dikonsumsi publik dengan maksud membahayakan suatu pihak tertentu. Apabila telah terlanjur diterima, informasi palsu akan sangat sulit untuk diluruskan kembali dan dapat terus mempengaruhi kepercayaan terkait. Informasi palsu menyebar dan dapat dengan mudah ditemukan pada domain pembahasan produk konsumen, kesehatan dan keuangan (Greifeneder et al., 2021, p. 10)

### **Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan**

Komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses dimana pesan digunakan untuk menciptakan suatu makna. Komunikasi disebut sebagai sebuah proses karena komunikasi bukanlah sebuah produk yang tidak berubah melainkan sebuah pertukaran, sekumpulan perilaku, atau sebuah aktivitas dimana individu ikut berpartisipasi di dalamnya. Salah satu prinsip dari komunikasi adalah melibatkan orang lain, komunikasi dapat terjadi diantara dua orang maupun terjadi dalam suatu kelompok (Pearson et al., 2017, p. 8).

Komunikasi yang terjalin dalam kelompok merupakan proses menggunakan pesan untuk menciptakan makna diantara sekumpulan individu, salah satu karakteristik dari kelompok adalah anggota grup memiliki kesadaran identitas bahwa dirinya merupakan bagian dari kelompok (Devito, 2018, p. 209). Identitas grup merupakan perasaan afinitas dan keinginan untuk terkoneksi dengan suatu grup tertentu. Identitas grup dikonseptualisasikan dengan adanya cakupan kesamaan antara anggota kelompok dan aspirasi atau keinginan untuk menjadi seperti anggota kelompok (Littlejohn et al., 2017, p. 360). Komunikasi dalam kelompok terjadi dalam berbagai lingkaran sosial seperti keluarga, kelompok keagamaan, rekan kerja, maupun kelompok belajar (Pearson et al., 2017, p. 17)

Herbert H. Hyman (1942) mendefinisikan salah satu jenis dari kelompok yaitu kelompok rujukan sebagai sekelompok orang yang mempunyai keterkaitan tinggi terhadap perilaku suatu individu dalam melakukan evaluasi, menyatakan aspirasi, serta pengambilan tindakan, Kelompok rujukan terbagi menjadi dua jenis, jenis pertama yaitu primary membership group merupakan kelompok yang melibatkan individu sebagai anggota dari kelompok rujukan. Kemudian jenis kedua, nonmembership reference other merupakan kelompok yang menempatkan individu di luar kelompok referensi. Primary membership group memiliki karakteristik adanya keintiman dan interaksi tatap muka yang intensif antaranggota seperti pada peer group, keluarga dan kelompok kerja sedangkan nonmembership reference other merujuk pada kelompok yang dicita-citakan atau dijadikan sebagai standar sikap dan evaluasi bagi individu (Szmigin & Piacentini, 2015, p. 272).

Komunikasi dengan individu, kelompok maupun organisasi dapat mempengaruhi gagasan individu-individu yang tergabung maupun saling berinteraksi di dalamnya. Gagasan dipengaruhi oleh kedekatan baik kedekatan secara fisik

maupun kedekatan hubungan serta seberapa sering frekuensi komunikasi yang terjadi di dalamnya (Koutstaal & Binks, 2015, p. 16). Penghitungan frekuensi terikat oleh tingkatan waktu yang didasarkan pada konseptualisasi dikotomis dari ikatan komunikasi dimana individu terlibat atau tidak terlibat. Keterikatan komunikasi dipertimbangkan sebagai frekuensi komunikasi dengan sistem pengukuran waktu tertentu, sebagai contoh dalam waktu hitungan hari dalam satu minggu terakhir (Semetko & Scammel, 2012, p. 247). Semakin sering terjadi pembicaraan antara individu dengan individu atau kelompok lain maka semakin mungkin untuk terjalin hubungan yang lebih intim dan tercipta kepercayaan antara individu atau dalam kelompok tersebut (Lorenzo, 2018, p. 85). Pada tingkat hubungan yang lebih dekat atau intim, akan lebih sering dilakukan komunikasi secara leluasa untuk membahas lebih banyak topik secara personal dengan leluasa (Devito, 2018, p. 173).

### **Keputusan Melakukan Vaksinasi**

Vaksinasi merupakan suatu upaya memproduksi imunitas melalui penyuntikan vaksin. Vaksinasi menciptakan memori imunitas yang menyerupai infeksi natural tanpa risiko terkena tertular penyakit secara langsung (Atkinson, 2000, p. xviii). Keputusan melakukan vaksinasi merupakan suatu hal yang kompleks dan multidimensional. Keputusan melakukan vaksinasi mencakup keputusan untuk melakukan atau penerimaan vaksin dan keputusan untuk tidak melakukan atau penolakan vaksin. Proses menentukan keputusan melakukan vaksinasi dapat dipengaruhi oleh berbagai vaktor seperti pengalaman sebelumnya dengan penyedia layanan kesehatan, riwayat keluarga, perasaan kontrol, percakapan dengan teman, dsb (Dube & MacDonald, 2016, p. 508).

Proses pengambilan keputusan mengasumsikan bahwa individu akan melakukan usaha untuk mencari cara menyelesaikan suatu permasalahan atau

melakukan usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Terdapat perbedaan-perbedaan yang signifikan dalam memunculkan suatu keputusan terkait dengan pilihan dan perilaku untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Szmigin & Piacentini, 2015, p. 80), dalam konteks ini permasalahan yang dialami individu adalah terkait vaksinasi. Untuk memunculkan suatu keputusan yang kompleks individu akan lebih berhati-hati, individu akan melewati proses pembelajaran, mempelajari dan memikirkan dengan matang mengenai hal-hal terkait keputusan yang akan diambil. Proses pengambilan keputusan terjadi dalam tahapan berikut:

1. Identifikasi Permasalahan Tahapan pengambilan keputusan dimulai dengan individu menyadari permasalahan atau kebutuhan yang dihadapi oleh individu tersebut. Hal ini bisa dimunculkan oleh stimulus internal maupun stimulus eksternal.
2. Pencarian Informasi Individu yang memiliki ketertarikan terhadap sesuatu hal dapat berusaha atau tidak berusaha untuk mencari lebih banyak informasi, apabila keinginan individu tersebut kuat dan tersedia suatu produk untuk memuaskan permasalahan individu tersebut, maka individu kemungkinan akan mengambil keputusan terkait produk tersebut. Individu dapat memperoleh informasi melalui beragam sumber seperti sumber personal (keluarga, teman, tetangga, dll.), sumber publik (media massa, sosial media, pencarian online, dll.)
3. Evaluasi Alternatif Individu akan memproses informasi untuk mengevaluasi alternatif pilihan-pilihan yang ada untuk mendapatkan penyelesaian dari permasalahan yang dialaminya.

4. Keputusan  
Individu akan membuat keputusan yang paling dipilih atau disukai, namun terdapat faktor sikap orang lain dan faktor situasi tidak terduga. Faktor sikap orang lain merupakan faktor pertimbangan pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh orang lain yang dianggap penting oleh individu terlibat dan faktor situasi tidak terduga merupakan faktor eksternal yang tidak diantisipasi oleh individu seperti : adanya kabar kekecewaan dari teman dekat tentang produk, adanya ketersediaan pilihan lebih baik secara riba-iba, dll.
5. Perilaku Setelahnya  
Setelah menentukan keputusan, individu dapat mengalami kepuasan atau ketidakpuasan. Hal ini terkait dengan ekspektasi individu dan kinerja produk yang dirasakan. (Kotler & Armstrong, 2018, p. 175).

### **Teori Efek Komunikasi Massa**

Pengaruh terpaan berita hoaks dan keputusan melakukan vaksinasi dalam penelitian ini dijelaskan melalui Teori Efek Komunikasi Massa. Teori efek komunikasi massa menjelaskan bagaimana media massa memiliki efek terhadap audiens melalui perubahan sikap serta perilaku (Littlejohn et al., 2017, p. 158). Diperjelas oleh Klapper (1960), disebutkan bahwa salah satu tipe efek media massa adalah perubahan perilaku pada individu (McQuail, 2009, p. 1376). Media massa juga memiliki kemungkinan untuk dapat menjadi lebih berpengaruh di masa-masa krisis karena pada masa dimana terdapat banyak perubahan serta ketidakpastian masyarakat akan lebih dependen pada media sebagai sumber informasi (McQuail, 2009, p. 1369), dalam konteks penelitian ini masa-masa kritis tersebut adalah situasi pandemi COVID-19 yang merupakan kondisi merebaknya suatu

penyakit baru yang belum pernah dikenali sebelumnya.

### **Teori Kelompok Rujukan**

Pengaruh antara frekuensi komunikasi dengan kelompok rujukan dan keputusan melakukan vaksin dapat dijelaskan oleh Teori Kelompok Rujukan, teori ini digagas oleh Hyman (1942) kemudian dikembangkan oleh Merton, Shibutani dan Kelley. Dalam menjelaskan teori kelompok rujukan, Merton menyebutkan bahwa anggota kelompok harus memiliki frekuensi komunikasi yang cukup sering untuk membentuk suatu pola (Alderfer, 2011, p. 122), serta kelompok rujukan memiliki fungsi untuk mengevaluasi dan menilai diri dimana individu lain atau kelompok dijadikan sebagai dasar standar perbandingan. (Merton, 1968, p. 288). Shibutani menteorikan bahwa dalam proses ini individu akan menggunakan perspektif kelompok sebagai kerangka acuan persepsinya sendiri, kemudian Kelley menjelaskan lebih lanjut bahwa kelompok rujukan memiliki fungsi normatif yang mendorong standar pada individu, fungsi ini disebut Bourne sebagai kemampuan kelompok untuk mempengaruhi perilaku. (Stafford & Cocanougher, 1977, pp. 363–364), sehingga dalam konteks penelitian ini perilaku yang dipengaruhi adalah keputusan untuk melakukan vaksinasi COVID-19.

### **HIPOTESIS**

H1 : Terdapat pengaruh antara Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin (X1) terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 (Y)

H2 : Terdapat pengaruh antara Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan (X2) terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 (Y)

### **METODA PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian eksplanatori, dimana peneliti

mencari pengaruh atau sebab akibat antara dua variabel yang akan diteliti.

Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang berdomisili di Kota Semarang dengan kriteria berupa laki-laki dan perempuan berusia 18-60 tahun yang aktif mengakses informasi di internet dan sosial media, telah melakukan vaksinasi COVID-19 atau memilih untuk tidak melakukan vaksinasi COVID-19, memiliki pengalaman terkena terpaan informasi hoaks tentang vaksinasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability* atau *nonrandom* dengan proses *purposive sampling* atau teknik pengambilan sampel atas dasar karakteristik yang lebih mengutamakan tujuan penelitian (Bungin, 2017, p. 125).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

### **Pengaruh Terpaan Berita Hoax Efek Vaksin Terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19**

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,01$  atau menunjukkan **sangat signifikan** sehingga terdapat pengaruh antara Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin (X1) terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 (Y) dan **hipotesis diterima**. Arah pengaruh regresi diketahui positif dengan nilai sebesar 0,316. Koefisien determinasi atau *R square* diketahui sebesar 0,149 sehingga dapat diartikan bahwa variabel independen Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin mempengaruhi variabel dependen Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 sebesar 14,9 persen sedangkan 85,1 persen dipengaruhi oleh faktor lain selain Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin.

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, diketahui bahwa Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin memiliki pengaruh terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19. Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin merupakan kegiatan individu dalam

mendengar, melihat serta membaca berita atau informasi hoaks mengenai efek vaksin yang bersumber dari media komunikasi massa terutama media online. Temuan ini sejalan dengan Teori Efek Komunikasi Massa dimana media massa memiliki efek terhadap audiens melalui perubahan sikap serta perilaku (Littlejohn et al., 2017, p. 158). Hal ini diperjelas oleh Klapper (1960) yang menyebutkan bahwa salah satu tipe efek media massa adalah perubahan perilaku pada individu (McQuail, 2009, p. 1376).

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa arah pengaruh Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 adalah positif, sehingga apabila terdapat kenaikan Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin maka juga akan berpengaruh kenaikan terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19. Hal ini dapat dijelaskan dengan Elaboration Likelihood Theory yang dikemukakan oleh Richard Petty dan John Cacioppo, yang menjelaskan bagaimana individu memproses suatu pesan yang diterima. Elaboration Likelihood Theory mengasumsikan bahwa individu akan memproses pesan persuasi dengan dua cara, dengan central route dimana individu melakukan evaluasi berpikir kritis. Cara kedua adalah dengan peripheral route, cara yang lebih sederhana dan kurang kritis. Ketika individu menggunakan central route, individu akan mengevaluasi pesan dengan membandingkan pesan yang diterima dengan pesan terkait lain, menimbang pesan yang diterima secara berhati-hati dan berusaha memverifikasi informasi tersebut (Littlejohn et al., 2017, p. 60). Dalam konteks penelitian ini, berita hoaks efek vaksin dipandang sebagai pesan persuasi negatif untuk tidak melakukan vaksinasi. Ketika responden terkena terpaan pesan persuasi yang merupakan berita hoaks efek vaksin, responden dapat memproses pesan tersebut dengan central route dimana responden melakukan evaluasi serta pemikiran kritis terhadap pesan yang diterima sehingga meskipun individu

terkena terpaan berita hoaks efek vaksin yang tinggi, individu hanya mengalami perubahan pengetahuan dan tidak mempercayai pesan tersebut sehingga individu tetap pada keputusan untuk melakukan vaksinasi COVID-19 sesuai dengan hasil temuan penelitian yang konsisten dimana tidak terjadi penurunan keputusan untuk melakukan vaksinasi COVID-19.

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin memiliki pengaruh sebesar 14,9 persen terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19, sehingga diketahui terdapat 85,1 persen faktor lain yang juga mempengaruhi Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19. Penelitian berjudul *Exposure and Order Effects of Misinformation on Health Decisions* oleh Mustafa Abualsaud & Mark D. Smucker pada tahun 2019 menemukan bahwa responden yang terkena lebih banyak terpaan informasi yang tepat akan cenderung lebih membuat keputusan kesehatan yang tepat dan tidak berbahaya daripada responden yang lebih banyak terkena misinformasi/terpaan informasi tidak tepat (Abualsaud, M., & Smucker, 2019, p. 1), sehingga dapat diasumsikan bahwa terpaan informasi yang tepat dapat menjadi faktor pengaruh lain terhadap keputusan melakukan vaksinasi COVID-19 yang belum diperhitungkan dalam penelitian ini.

### **Pengaruh Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19**

Pada pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,01$  atau menunjukkan **sangat signifikan** sehingga terdapat pengaruh antara Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 (Y) sehingga **hipotesis diterima**. Koefisien arah regresi pengaruh Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan adalah positif sebesar 0,240. Nilai R Square sebesar sehingga

dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independen Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan terhadap variabel dependen Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 adalah sebesar 17,3 persen dan 82,7 persen dipengaruhi oleh faktor selain Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan.

Hal ini sejalan dengan Teori Kelompok Rujukan yang digagas oleh Hyman (1942) kemudian dikembangkan oleh Merton, Shibutani dan Kelley. Dalam menjelaskan teori kelompok rujukan, Merton menyebutkan bahwa anggota kelompok harus memiliki frekuensi komunikasi yang cukup sering untuk membentuk suatu pola (Alderfer, 2011, p. 122), serta kelompok rujukan memiliki fungsi untuk mengevaluasi dan menilai diri dimana individu lain atau kelompok dijadikan sebagai dasar standar perbandingan. (Merton, 1968, p. 288). Shibutani menteorikan bahwa dalam proses ini individu akan menggunakan perspektif kelompok sebagai kerangka acuan persepsinya sendiri, kemudian Kelley menjelaskan lebih lanjut bahwa kelompok rujukan memiliki fungsi normatif yang mendorong standar pada individu, fungsi ini disebut Bourne sebagai kemampuan kelompok untuk mempengaruhi perilaku. (Stafford & Cocanougher, 1977, pp. 363–364), sehingga dalam konteks penelitian ini perilaku yang dipengaruhi adalah keputusan untuk melakukan vaksinasi COVID-19.

### **PENUTUP** **Simpulan**

1. Terdapat pengaruh antara Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,01$  atau sangat signifikan sehingga terdapat pengaruh antara variabel Terpaan Berita Hoaks Efek Vaksin (X1) terhadap variabel Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 (Y) dengan arah positif dan pengaruh sebesar 14,9 persen sehingga hipotesis diterima dan

Teori Efek Komunikasi Massa terbukti berlaku pada penelitian ini.

2. Terdapat pengaruh antara Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19, hal ini diketahui berdasarkan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,01$  atau sangat signifikan sehingga terdapat pengaruh antara Frekuensi Komunikasi dengan Kelompok Rujukan (X2) terhadap Keputusan Melakukan Vaksinasi COVID-19 (Y) dengan arah positif dan besar pengaruh 17,3 persen sehingga hipotesis diterima dan Teori Kelompok Rujukan terbukti berlaku pada penelitian ini.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan pertama yang didasarkan atas hasil uji hipotesis X1 terhadap Y, dimana variabel terpaan informasi hoaks efek vaksin sangat signifikan dan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan melakukan vaksinasi COVID-19, peneliti mencurigai terdapat satu atau beberapa variabel intervening lain yang belum diketahui karena tidak tercakup dalam penelitian ini dan dapat dikaji lebih lanjut sebagai pengembangan dari penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan kedua yang didasarkan atas hasil uji hipotesis X2 terhadap Y, dimana frekuensi komunikasi dengan kelompok rujukan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan melakukan vaksinasi COVID-19, peneliti menyarankan bagi tokoh publik, keluarga, teman serta individu atau kelompok yang merupakan bagian dari kelompok rujukan untuk dapat meningkatkan frekuensi komunikasi dengan keanggotaan kelompok membershipnya, karena dapat meningkatkan keputusan untuk melakukan vaksinasi COVID-19. Peneliti juga menyarankan kepada Pemerintah Kota atau Dinas Kesehatan Kota Semarang untuk mempertimbangkan melaksanakan upaya vaksinasi

COVID-19 dengan jenis pendekatan melalui kelompok rujukan karena frekuensi komunikasi dengan kelompok rujukan telah terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk melakukan vaksinasi COVID-19.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abualsaud, M., & Smucker, M. D. (2019). *Exposure and Order Effects of Misinformation on Health Search Decisions*.
- Aditiawarman, M., Rafli, R., Marzona, Y., Kartika, Di., Astuti, A. Y., Syahputra, I., Bin Yulifnan, M. A., Gemilang, R. A., Rahmadani, S. P., & Astuti, W. (2019). *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya*. Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo. <http://library.sastra-unes.com/index.php/LSU/catalog/view/zenodo.3364834/11/60-1>
- Alderfer, C. P. (2011). *The Practice of Organizational Diagnosis Theory and Methods*. Oxford University Press.
- Atkinson, W. L. (2000). *Epidemiology and Prevention of Vaccine-preventable Diseases*. Department of Health & Human Services, Public Health Service, Centers for Disease Control and Prevention.
- Babel, Y. (2022). *Partisipasi Rendah, Capaian Vaksinasi Booster di Semarang Baru 30,9 Persen*. Halosemarang.Id. <https://halosemarang.id/partisipasi-rendah-capaian-vaksinasi-booster-di-semarang-baru-309-persen>
- Bungin, B. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Coronavirus (COVID-19) Vaccinations*. (2022). Our World in Data. <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>
- Coronavirus disease (COVID-19): Herd immunity, lockdowns and COVID-19*.

- (2020). World Health Organization. <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/herd-immunity-lockdowns-and-covid-19>
- Devito, J. A. (2018). *Human Communication The Basic Course* (14th ed.). Pearson.
- Djaman, F. (2022). *Singgung Zat Vaksin, Pendakwah Alfian Tanjung : Berasal dari Darah Narapidana*. Makassar.Terkini.Id.
- Dube, E., & MacDonald, N. E. (2016). Vaccine Acceptance : Barriers, Perceived Risks, Benefits, and Irrational Beliefs. In B. R. Bloom & P.-H. Lambert (Eds.), *The Vaccine Bppl* (2nd ed., pp. 507–518). Elsevier.
- Greifeneder, R., Jaffe, M., Newman, E., & Schwarz, N. (Eds.). (2021). *The Psychology of Fake News : Accepting, Sharing and Correcting Misinformation*. Routledge.
- Haldini, R., & Efendi, D. A. (2021). *Masyarakat Indonesia Tengah Alami Fenomena Vaccine Hesitancy, Apa Itu?* Suara.Com. <https://www.suara.com/health/2021/02/01/105121/masyarakat-indonesia-tengah-alami-fenomena-vaccine-hesitancy-apa-itu>
- Jumanto, J. (2019). How to Control Hate Speech and Hoaxes : Character Language for Character Citizens. In E. Retnowati, A. Ghufon, Marzuki, Kasiyan, A. C. Pierawan, & Ashadi (Eds.), *Character Education for 21st Century Global Citizen*. CRC Press/Balkena.
- Kemenkes Target 190 Juta Warga RI Rampung Vaksin Pada Mei 2022*. (2022). CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220408154204-20-782284/kemenkes-target-190-juta-warga-ri-rampung-vaksin-pada-mei-2022>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Koutstaal, W., & Binks, J. (2015). *Innovating Minds Rethinking Creativity to Inspire Change*. Oxford University Press.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Group.
- Laju Vaksinasi Booster di Kota Semarang Lamban*. (2022). <https://www.kompas.tv/article/311741/laju-vaksinasi-booster-di-kota-semarang-lamban>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Waveland Press, Inc.
- Lorenzo, D. V. (2018). *The 60 Second Sale : The Ultimate System for Building Lifelong Client Relationships in The Blink of an Eye*. John Wiley & Sons, Inc.
- McQuail, D. (2009). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Merton, R. K. (1968). Contributions to The Theory of Reference Group Behavior. In *Social Theory and Social Structure*. The Free Press.
- Pearson, J. C. P. E. N., Titsworth, S., & Hosek, A. M. (2017). *Human Communication* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Rizkinaswara, L. (2021a). *Kominfo Temukan 2.164 Sebaran Hoaks Vaksin Covid-19 di Facebook*. Kominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/11/kominfo-temukan-2-164-sebaran-hoaks-vaksin-covid-19-di-facebook/>
- Rizkinaswara, L. (2021b). *Kominfo*

*Turunkan 1979 Konten Hoaks  
Seputar Vaksin Covid-19 di Media  
Sosial.* Kominfo.  
[https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/  
kominfo-turunkan-1-979-konten-  
hoaks-seputar-vaksin-covid-19-di-  
media-sosial/](https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/kominfo-turunkan-1-979-konten-hoaks-seputar-vaksin-covid-19-di-media-sosial/)

Rozie, F. (2021). *Survei LSI: 42,4 Persen Masyarakat Tak Percaya Vaksin Covid-19.* Liputan6.Com.  
[https://www.liputan6.com/news/read/  
4489806/survei-lsi-424-persen-  
masyarakat-tak-percaya-vaksin-  
covid-19](https://www.liputan6.com/news/read/4489806/survei-lsi-424-persen-masyarakat-tak-percaya-vaksin-covid-19)

Semetko, H. A., & Scammel, M. (Eds.). (2012). *The SAGE Handbook of Political Communication.* Replika Press Pvt Ltd.

Stafford, J. E., & Cocanougher, A. B. (1977). Reference Group Theory. In *Selected Aspect of Consumer Behavior : A Summary from the Perspective of Different Disciplines : Prepared for National Science Foundation, Directorate for Research Applications, RANN--Research Applied to National Needs.* The Foundation.

Szmigin, I., & Piacentini, M. (2015). *Consumer Behaviour.* Oxford University Press.

*The Guide to Tailoring Immunization Programmes (TIP) : Increasing coverage of infant and child vaccination in the WHO European Region.* (2013). World Health Organization.

Utami, P. (2018). Hoax in Modern Politics : The Meaning of Hoax in Indonesian Politics and Democracy. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2).

Yadamsuren, B., & Erdelez, S. (2017). *No Title.* Morgan & Claypol.