

BAB III

TEMUAN PENELITIAN VARIABEL POLA KOMUNIKASI KELUARGA, INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN KEPUTUSAN MELAKUKAN VAKSINASI COVID-19 PADA REMAJA DENGAN RENTANG USIA 12 – 17 TAHUN

Bab ini menyajikan gambaran umum responden dan temuan hasil penelitian terhadap variabel pola komunikasi keluarga, intensitas penggunaan media sosial, dan keputusan melakukan vaksinasi Covid-19 pada remaja. Kriteria responden adalah laki-laki dan perempuan berusia 12 – 17 tahun, berdomisili di Kabupaten Tanah Datar, dan aktif menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *cluster sampling*, sehingga proses yang dilakukan dimulai dengan mengundi secara acak kecamatan dan juga mengundi salah satu SMP yang terdapat di kecamatan tersebut untuk dijadikan sampel penelitian. Dalam proses pengundian, telah terpilih SMP Negeri 1 Pariangan dengan total populasi sebanyak 243 siswa. Penentuan jumlah responden yang akan diambil menggunakan rumus Taro Yamane yang mana diperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{243}{243(0,05^2) + 1}$$

$$n = \frac{243}{0,608 + 1}$$

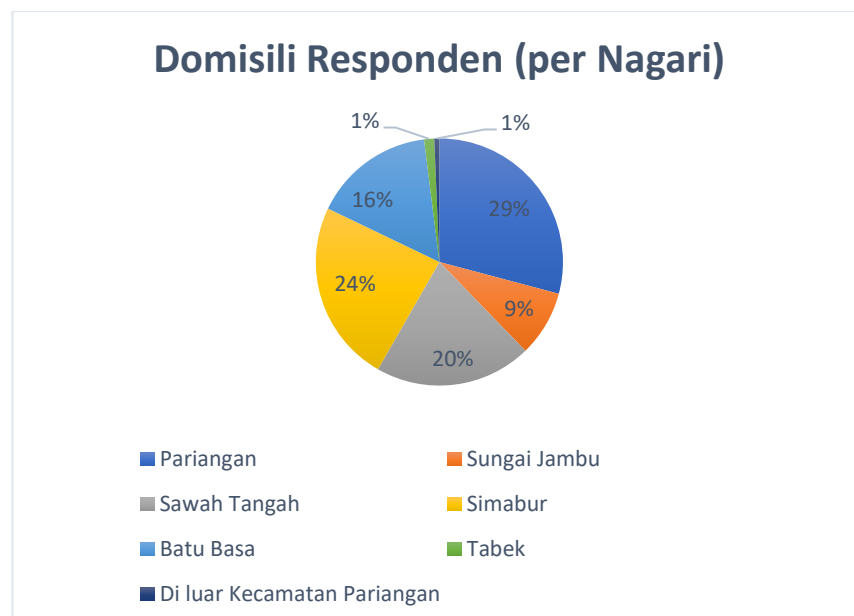
$$n = \frac{243}{1,608}$$

$$n = 151,119 \dots = 151 \text{ siswa}$$

3.1. Gambaran Umum Responden

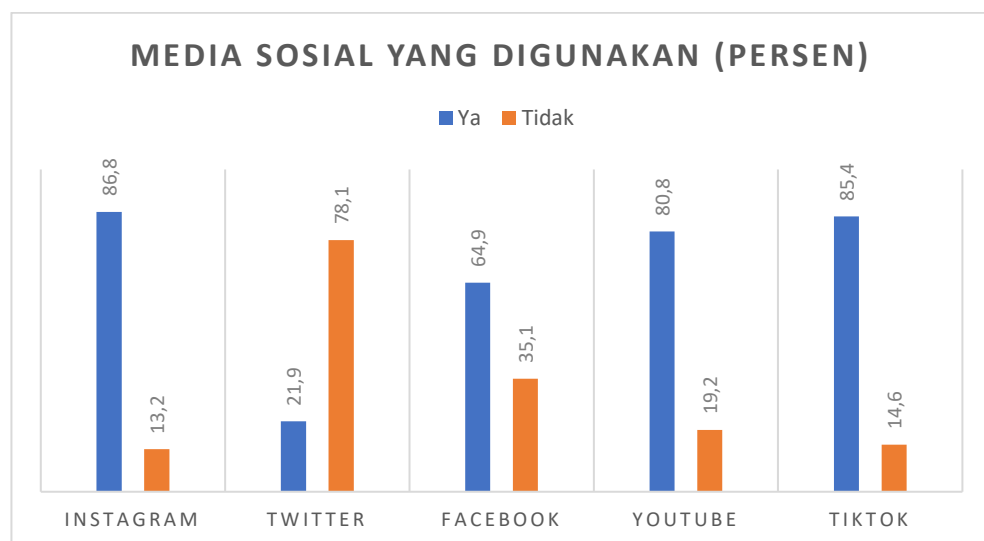
Pada subbab berikut akan disajikan gambaran umum terhadap 151 responden penelitian.

Diagram 3. 1



Penelitian ini dilakukan di wilayah kecamatan terpilih yaitu Kecamatan Pariangan. Kecamatan Pariangan memiliki Nagari (setingkat Kelurahan) sebanyak 6 Nagari, yaitu Nagari Pariangan, Simabur, Sungai Jambu, Batu Basa, Sawah Tengah, dan Tabek. Domisili responden digunakan untuk melihat persebaran Nagari mana yang memiliki penduduk remaja usia 12 – 17 tahun terbanyak. Berdasarkan diagram 3.1 dapat dilihat bahwa responden terbanyak berdomisili di Nagari Pariangan (29%). Selanjutnya diikuti oleh responden yang berdomisili di Nagari Simabur, Sawah Tengah, dan Batu Basa.

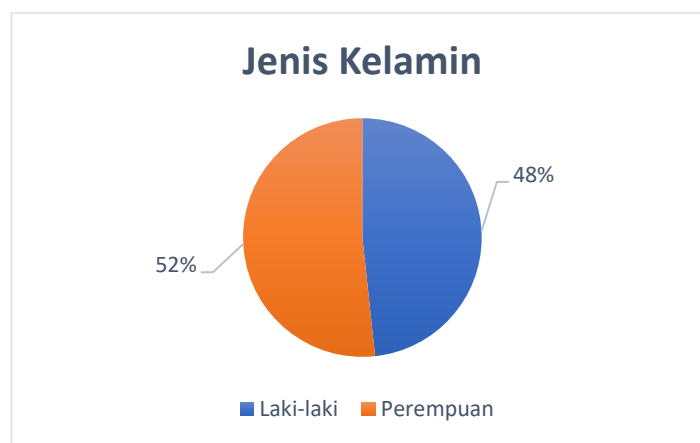
Diagram 3. 2



Selanjutnya, penelitian ini melihat media sosial apa yang digunakan oleh responden. Mayoritas responden adalah pengguna Instagram (86%) dan TikTok (85,4%), dan hanya sebagian kecil responden saja yang tidak menggunakan kedua media sosial tersebut. Hal ini sejalan dengan laporan dari datareportal.com bahwa Instagram dan Tiktok merupakan dua media

sosial yang saat ini paling didominasi sebagai media sosial yang digunakan di Indonesia. Diketahui remaja dengan kisaran usia 13 – 17 tahun merupakan kelompok usia dengan pengguna Instagram dan TikTok terbanyak ketiga di Indonesia. Data tersebut dirujuk dari laman web Statista dan ginee.com. Meskipun bukan menjadi kelompok terbanyak, namun perlu diperhatikan bahwa remaja belum memiliki kematangan berpikir dalam menentukan pilihan yang baik atau buruk untuk dirinya sendiri dan akan meniru segala sesuatu yang membuatnya tertarik tanpa memikirkan resikonya.

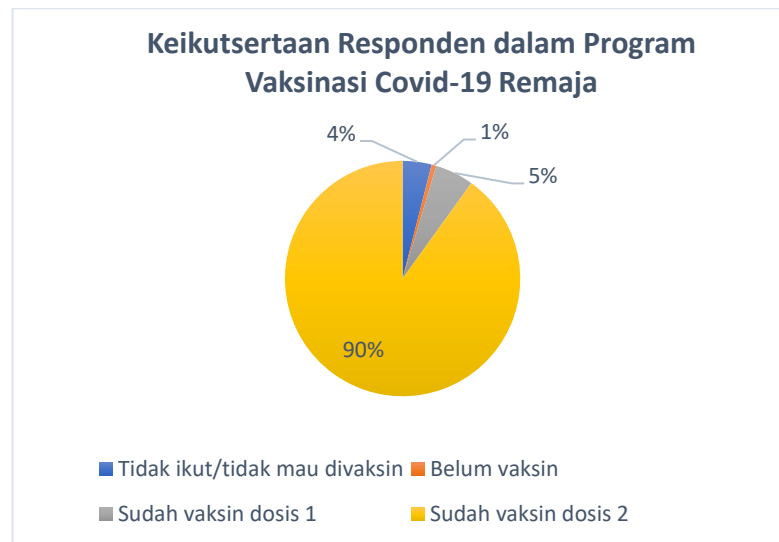
Diagram 3. 3



Penelitian ini lebih dari setengahnya diikuti oleh responden yang berjenis kelamin perempuan (52%). Jenis kelamin diduga memiliki keterkaitan dalam hal intensitas penggunaan media sosial. Hal tersebut disebabkan karena menurut data Statista, remaja dengan usia 13 – 17 tahun berjenis kelamin perempuan lebih aktif menggunakan media sosial dibandingkan dengan remaja laki-laki. Kemudian data dari Databoks

Katadata dan ginee.com juga menemukan bahwa pengguna Instagram dan Tiktok di Indonesia didominasi oleh perempuan.

Diagram 3. 4



Hasil penelitian berikutnya dalam hal keikutsertaan vaksinasi Covid-19 untuk usia remaja, hampir seluruh responden sudah melakukan vaksinasi Covid-19 untuk dosis kedua (90%). Diketahui hal ini disebabkan karena munculnya program Sumdarsin (Sumbar Sadar Vaksin) yang diwajibkan untuk seluruh instansi di Sumbar. Selain itu, dikeluarkannya Surat Edaran dari pemerintah tentang pelaksanaan vaksinasi untuk remaja usia 12 – 17 tahun demi mendorong pelaksanaan kembali pembelajaran tatap muka juga diduga menjadi alasan mengapa mayoritas remaja sudah menerima vaksin Covid-19. Hasil penelitian juga menemukan terdapat 1 orang responden yang belum menerima vaksin sama sekali dan terdapat pula beberapa responden yang tidak ikut/tidak mau divaksin Covid-19 (4%).

3.2. Pola Komunikasi Keluarga

Pola komunikasi keluarga adalah proses komunikasi yang terjadi antara orang tua dan anak-anak sebagai anggota keluarga untuk membentuk realitas bersama terhadap suatu hal (sikap, pemahaman, dan keyakinan yang sama) berdasarkan pada dimensi konformitas dan percakapan. Dimensi percakapan (*conversation*) dan konformitas (*conformity*) kemudian akan membentuk empat jenis pola komunikasi keluarga berdasarkan tingkatan tinggi atau rendahnya kedua dimensi komunikasi tersebut. Skala data variabel penelitian ini adalah skala data nominal dengan variasi nilai terdiri dari empat jenis pola komunikasi keluarga, yaitu *Equality Pattern*, *Balanced Split Pattern*, *Unbalance Split Pattern*, dan *Monopoly Pattern*. Pola komunikasi keluarga diduga dapat memengaruhi seorang remaja dalam mengambil keputusan karena keluarga merupakan tempat pertama seorang anak dalam berkomunikasi. Keluarga berperan dalam membimbing pengembangan perilaku anak yang bermanfaat secara sosial, sehingga perspektif keluarga terhadap vaksin Covid-19 bisa memengaruhi keputusan remaja dalam melakukan vaksinasi Covid-19. Di bawah ini disajikan diagram pola komunikasi keluarga responden penelitian.

Diagram 3. 5

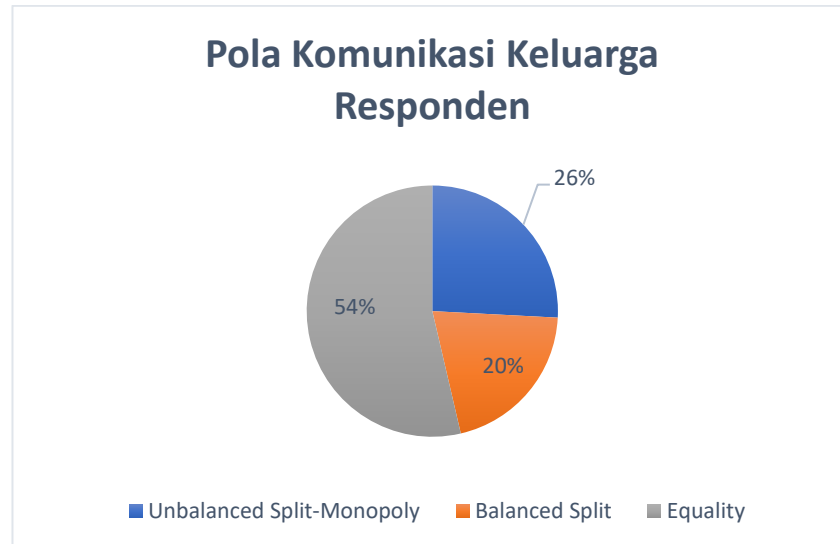
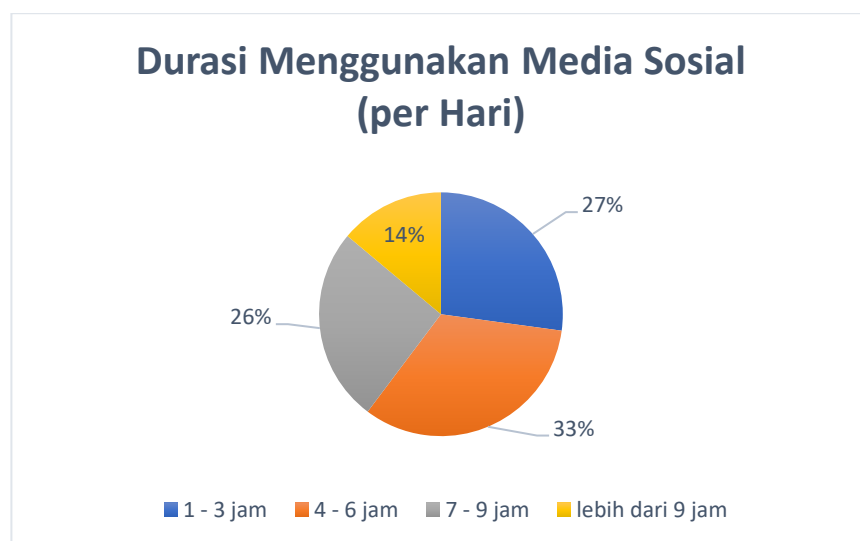


Diagram di atas menunjukkan bahwa responden berasal dari keluarga dengan pola komunikasi *Equality* (54%). Selanjutnya, responden berasal dari keluarga dengan pola komunikasi *Unbalanced Split-Monopoly* (26%). Sisanya, responden berasal dari keluarga yang memiliki pola komunikasi *Balanced Split* (20%). Pola komunikasi keluarga *Equality* menunjukkan bahwa remaja di Kabupaten Tanah Datar berasal dari keluarga yang memiliki kebebasan kepada anggota keluarganya untuk berbicara dan berpendapat, memiliki peran dalam pengambilan keputusan, terbuka dengan berbagai sudut pandang dan bebas dalam menilai suatu masalah, serta menghargai setiap perbedaan pendapat dalam lingkungan keluarga.

3.3. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial adalah tingkatan aktivitas dalam hal penggunaan media sosial yang dilakukan seseorang dan ditentukan dalam satu periode tertentu, yang dapat ditinjau dari durasi penggunaan, frekuensi penggunaan, dan pengetahuan yang dihasilkan dari informasi yang diperoleh melalui media sosial. Skala data pada variabel ini adalah skala ordinal yang diukur dengan indikator frekuensi dan durasi penggunaan media sosial. Media sosial diasumsikan dapat memengaruhi pengambilan keputusan pada remaja. Menurut Mergel (2020) media sosial saat ini memiliki peran dalam penyebaran informasi (*social-sharing*). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sudah menjadi sebuah media baru yang digunakan sebagai media memperoleh dan berbagi informasi serta sebagai alat validasi berita dan informasi sehingga hal tersebut dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan sesuatu.

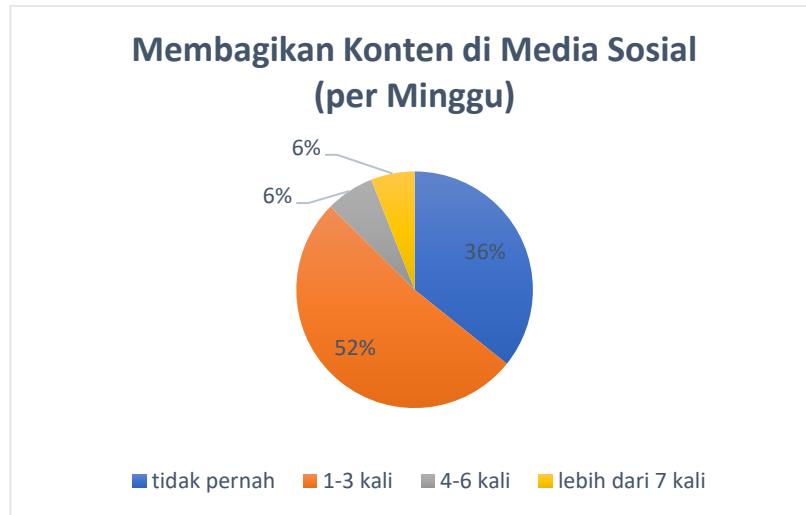
Diagram 3. 6



Indikator pertama dalam menemukan intensitas penggunaan media sosial dilakukan dengan melihat waktu yang digunakan responden untuk mengakses media sosial. Diagram diatas menunjukkan bahwa responden paling banyak menghabiskan waktu menggunakan media sosial selama 4 – 6 jam per hari (33%). Kemudian disusul oleh responden yang menggunakan media sosial selama 1 – 3 jam (27%), 7 – 9 jam (26%), dan sisanya lebih dari 9 jam per hari.

Hasil penelitian yang menunjukkan responden menggunakan waktu mereka untuk menggunakan media sosial 4 – 6 jam sehari mengindikasikan adanya perilaku kecanduan media sosial pada remaja di Kabupaten Tanah Datar. Mereka menggunakan waktu untuk mengakses media sosial dengan waktu yang hampir sama dengan yang digunakan untuk belajar di sekolah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aprilia, Sriati, dan Hendrawati pada 2020, kecanduan media sosial sendiri bisa disebabkan karena adanya perasaan terobesesi dengan informasi-informasi terbaru tanpa harus merasa tertinggal dari yang lain, sehingga informasi tersebut pun bisa diketahui tanpa adanya batasan tempat dan waktu. Selain itu, perasaan untuk tetap terhubung di media sosial, sebagai media hiburan saat mengalami masalah, serta menjadi media yang lebih disukai untuk berinteraksi dan mengungkapkan diri dibandingkan di kehidupan nyata juga menjadi salah satu faktor remaja kecanduan media sosial (Aprilia, Sriati, & Hendrawati, 2020: 49).

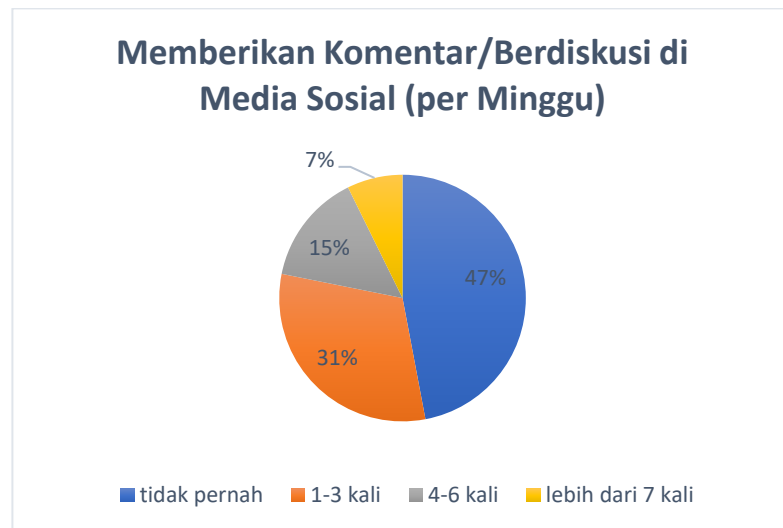
Diagram 3. 7



Selanjutnya, penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden pernah membagikan konten di media sosial sekitar 1-3 kali per minggu (52%). Kemudian di urutan selanjutnya responden memilih tidak pernah membagikan konten di media sosial mereka (36%). Hanya sebagian kecil responden yang aktif membagikan konten di media sosial hingga lebih dari 7 kali (6%). Jenis-jenis konten yang dibagikan di media sosial bisa sangat beragam. Konten tutorial, berita, infografis, promosi penjualan, dan konten *give away* menjadi pilihan konten yang paling diminati para pengguna Instagram (Pikiran Rakyat, 2021). Sementara itu, konten TikTok yang banyak diminati adalah konten masak, konten *hidden gem* atau memberikan informasi terkait suatu tempat, fasilitas, makanan, dan lain-lain yang jarang dibahas oleh banyak orang pada umumnya. Kemudian juga ada konten edukasi, konten komedi, dan konten ragam tips yang

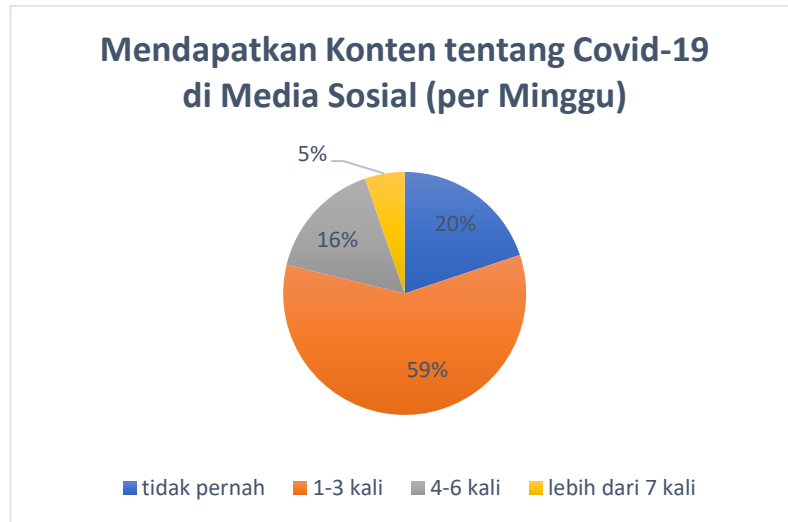
menjadi favorit di TikTok (Tagar.id, 2021). Pemilihan konten mana yang dibagikan tergantung pada ketertarikan atau kesukaan remaja itu sendiri.

Diagram 3. 8



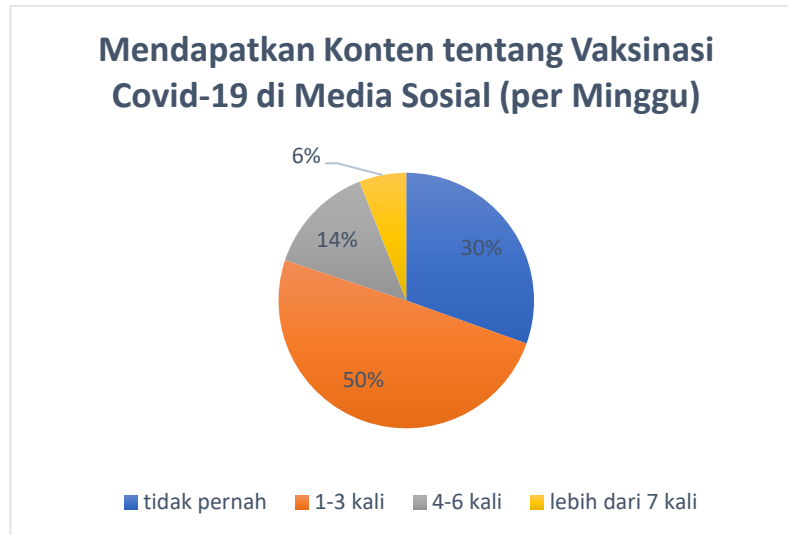
Hasil penelitian berikutnya terlihat mayoritas responden tidak pernah memberikan komentar ataupun berdiskusi di media sosial (47%). Kemudian terlihat pula responden yang pernah memberikan komentar atau berdiskusi di media sosial sekitar 1 – 3 kali per minggu (31%). Mengutip laporan dari laman web Jawa Pos, hasil penelitian “Youth Audience Measurement-Indonesia 2020” terungkap bahwa anak muda saat ini meskipun aktif di media sosial, mereka cenderung jarang bahkan tidak pernah berkomentar di media sosial. Perilaku ini kemudian dikenal dengan istilah *silent user*, diikuti oleh perilaku lainnya seperti jarang mengunggah konten di media sosial.

Diagram 3. 9



Terkait dengan konten tentang Covid-19, hasil penelitian menemukan bahwa sebagian besar responden pernah mendapatkan konten tentang Covid-19 di media sosial sekitar 1-3 kali dalam seminggu (59%). Pada urutan selanjutnya terlihat responden yang tidak pernah mendapatkan konten tersebut di media sosial (20%). Hanya sedikit responden yang sering mendapatkan konten tentang Covid-19 hingga lebih dari 7 kali (5%).

Diagram 3. 10



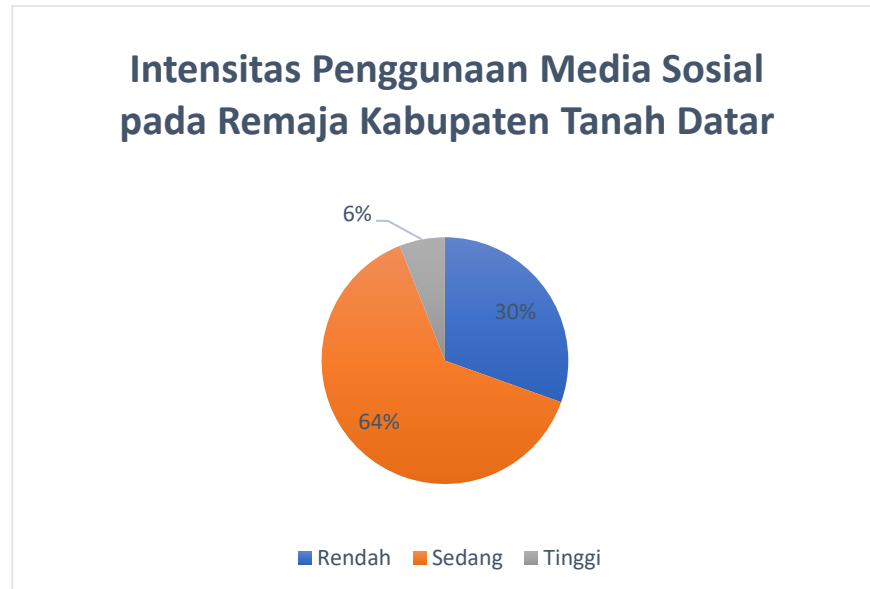
Selain konten tentang Covid-19, penelitian selanjutnya juga melihat apakah remaja di Kabupaten Tanah Datar mendapatkan konten seputar vaksinasi Covid-19. Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat setengah dari total responden pernah mendapatkan konten tentang vaksinasi Covid-19 di media sosial sekitar 1-3 kali dalam seminggu (50%). Kemudian terdapat pula responden yang tidak pernah mendapatkan konten tersebut di media sosial mereka (30%). Hanya sebagian kecil responden yang sering mendapatkan konten tentang vaksinasi Covid-19 hingga lebih dari 7 kali (6%). Cara kerja algoritma juga dapat memengaruhi akun media sosial seseorang. Mengutip dari laman web Media Indonesia, algoritma bekerja dengan cara menyajikan konten yang dianggap relevan dengan kebiasaan masing-masing penggunaanya ketika menggunakan media sosial. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa konten tentang Covid-19 beserta program vaksinasi Covid-19 bukan menjadi pilihan mayoritas

remaja di Kabupaten Tanah Datar untuk dikonsumsi di media sosial, sehingga mereka hanya sesekali mendapat informasi tentang konten-konten tersebut.

Variabel intensitas penggunaan media sosial memiliki 3 variasi nilai, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Intensitas penggunaan media sosial responden diperoleh dengan menghitung jumlah skor dari jawaban 5 indikator pertanyaan sebelumnya, dengan total skor terendah 0 dan total skor tertinggi adalah 16. Hasil perhitungan didapatkan skor dengan kategori sebagai berikut:

1. Skor 0 – 4 untuk kelompok intensitas penggunaan media sosial rendah
2. Skor 5 – 10 untuk kelompok intensitas penggunaan media sosial sedang
3. Skor 11 – 16 untuk kelompok intensitas penggunaan media sosial tinggi

Diagram 3. 11

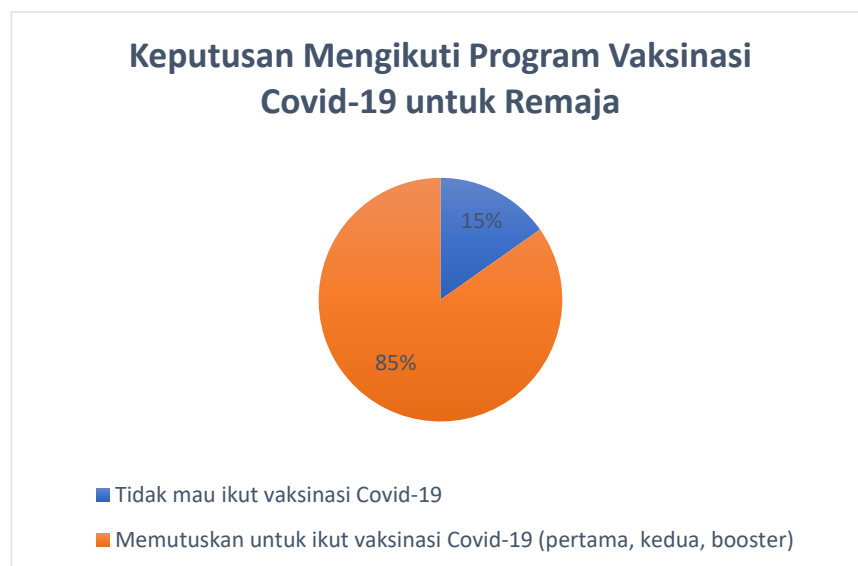


Setelah dilakukan perhitungan total skor dari 5 indikator variabel intensitas, ditemukan bahwa responden memiliki intensitas penggunaan media sosial pada tingkat sedang (64%). Hanya sedikit saja responden yang memiliki intensitas tinggi dalam mengakses media sosial (6%). Temuan ini membantu menunjukkan bahwa dengan tingkat intensitas penggunaan media sosial sedang, remaja di Kabupaten Tanah Datar memperoleh konten tentang Covid-19 dan Vaksinasi Covid-19 sebanyak 1-3 kali dalam seminggu.

3.4. Keputusan Melakukan Vaksinasi Covid-19 pada Remaja dengan Rentang Usia 12 – 17 Tahun

Keputusan melakukan vaksinasi Covid-19 pada remaja dengan rentang usia 12 – 17 tahun adalah tahap penetapan pilihan pada seorang remaja yang telah direncanakan sebelumnya, apakah remaja tersebut akan melakukan vaksinasi Covid-19 atau tidak. Variabel ini menggunakan skala data nominal yang memiliki variasi nilai yaitu memilih untuk ikut melakukan vaksinasi Covid-19 atau tidak ikut melakukan vaksinasi Covid-19. Berikut ditampilkan hasil penelitian variabel keputusan melakukan vaksinasi Covid-19 pada remaja.

Diagram 3. 12



Berdasarkan temuan penelitian di atas, dapat dilihat bahwa hampir seluruh responden memilih untuk memutuskan ikut program vaksinasi Covid-19 lengkap hingga vaksin booster (85%). Sementara itu, hanya

sebagian kecil responden saja yang tidak mau ikut divaksin Covid-19 meskipun sampai dosis ketiga atau booster (15%). Diketahui bahwa masyarakat Sumatera Barat termasuk Kabupaten Tanah Datar mudah percaya dengan berita palsu atau hoaks yang beredar di lingkungan mereka. Hal inilah yang menyebabkan beberapa remaja masih percaya bahwa vaksin Covid-19 tidak bermanfaat dan justru menyebabkan seseorang terserang virus corona sehingga memilih untuk tidak mau ikut divaksin.