

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tahun 2020 dunia harus berhadapan dengan virus baru yang menyebabkan pandemi. Virus baru ini mengancam sistem pernafasan manusia dan mampu menyebabkan kematian yang kemudian dikenal dengan Virus Corona SARS-CovV-2 atau Covid-19. Virus tersebut pertama kali teridentifikasi di Kota Wuhan, Hubei, China bulan Desember 2019. Setelah merebaknya kasus penyakit dan kematian akibat virus ini di seluruh dunia, WHO resmi mengklasifikasikan Virus Corona menjadi pandemi global ditanggal 11 Maret 2020. (Putri, 2020)

Pada tanggal 2 Maret 2020, kasus Covid-19 teridentifikasi pertama kali di Indonesia. Perkembangan Covid-19 di Indonesia dapat dikatakan tidak terkendali. Terhitung pada tanggal 2 Februari 2021, Indonesia menduduki peringkat teratas dengan kasus aktif Covid-19 di Asia di angka 175.349 kasus, peringkat ke-4 kasus terjangkau terbanyak di Asia dan 19 di tingkat dunia dengan total 1.089.308 kasus. (Arbar, 2021)

**Tabel 1.1 Perbandingan data live count Covid-19 di Asia**

Now		Yesterday	2 Days Ago	Columns ▾	Search:			
All		Europe	North America	Asia	South America	Africa	Oceania	
#	Country, Other	Total Cases	New Cases	Total Deaths	New Deaths	Total Recovered	Active Cases	Serious, Critical
	Asia	23,333,759	+31,281	376,259	+435	21,793,912	1,163,588	23,181
1	<a href="#">Indonesia</a>	1,123,105	+11,434	31,001	+231	917,306	174,798	
2	<a href="#">India</a>	10,791,123		154,742		10,480,455	155,926	8,944
3	<a href="#">Iran</a>	1,438,286		58,189		1,229,391	150,706	3,838
4	<a href="#">Lebanon</a>	309,162		3,315		188,824	117,023	940
5	<a href="#">Turkey</a>	2,501,079		26,354		2,387,384	87,341	1,523
6	<a href="#">Israel</a>	672,324	+3,450	4,975	+27	589,617	77,732	1,120
7	<a href="#">Malaysia</a>	231,483	+4,571	826	+17	181,886	48,771	308
8	<a href="#">Bangladesh</a>	537,030	+485	8,175	+13	481,917	46,938	

3

*Sumber: worldometers.info*

## Gambar 1 Salah Satu Berita tentang kasus positif Covid-19 Indonesia dari media online

The image shows a screenshot of a news article from CNBC Indonesia. The main headline is "Sah! Kasus Aktif Covid-19 RI Tertinggi di Asia, Lampau India". Below the headline, it says "TECH - Thea Fathanah Arbar, CNBC Indonesia | 02 February 2021 15:53". There are social media share icons for Facebook and Twitter. The main image shows a group of people, some wearing masks, standing on a grassy field. Below the image, there is a caption: "Foto: Pasien OTG Covid-19 ikuti senam pagi di Stadion Patriot Chandrabhaga, Bekasi. AP/Achmad Ibrahim". At the bottom of the article, it says "Jakarta, CNBC Indonesia - Indonesia kini menduduki peringkat pertama dengan kasus aktif". To the right of the article, there is a "TERPOPULER" section with several article thumbnails and titles, including "Heboh Uninstall Shopee di Twitter, Begini Asal Muasalnya", "Elon Musk: Otak Manusia Bisa Ditanam Chip Komputer Tahun Ini", "Pesaing WhatsApp Menurut Zuckerberg, Bukan Telegram & Signal", "Begini Asal Muasal Penyebab Xi Jinping Murka Kepada Jack Ma", and "Kasus Aktif Covid RI Tertinggi di Asia & Penanganan nan Buruk".

*Sumber: cncbindonesia.com*

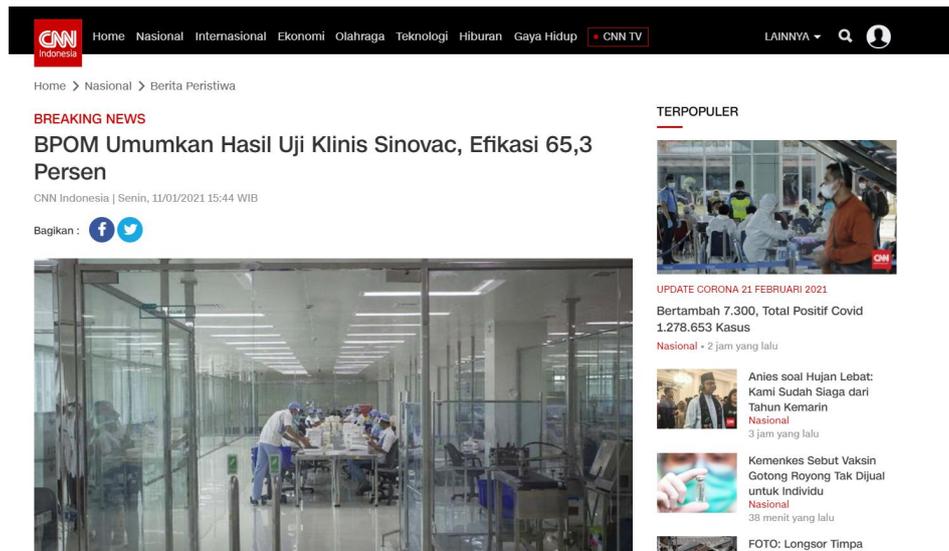
Berbagai usaha telah dilakukan untuk menanggulangi pandemi ini. Salah satu dari upaya untuk mengatasi pandemi ini adalah dengan mempercepat penemuan vaksin Covid-19. Penelitian dan uji coba terus dilakukan untuk menemukan vaksin yang aman bagi masyarakat. Pemerintah Republik Indonesia dalam upaya penanganan Covid-19, mengambil langkah cepat dengan membeli Vaksin Sinovac buatan Sinovac Biotech, China, dan menjadi vaksin pertama yang digunakan oleh Pemerintah Republik Indonesia. Selain Sinovac, beberapa vaksin yang nantinya akan beredar di Indonesia antara lain vaksin ciptaan *Bio Farma*, *Sinopharm*, *Astra Zeneca*, *Moderna*, serta *Pfizer* (Arnani, 2021).

Vaksin Sinovac sebagai vaksin pertama yang didistribusikan di Indonesia dinyatakan aman oleh BPOM setelah melakukan uji klinis ke 3 pada tanggal 8 Januari 2021, dengan menunjukkan efikasi atau kemampuan vaksin senilai 65,3%. Efikasi itu telah memenuhi standarisasi limitasi efikasi vaksin yang ditentukan oleh *World Health Organization* (WHO) yaitu minimal di angka 50 persen. Hasil positif dari uji klinis tersebut membuat Vaksin Sinovac ini resmi diizinkan untuk digunakan di Indonesia setelah mendapat izin genting pemakaian ataupun *Emergency Use Authorization* (EUA) oleh BPOM (Aida, 2021)

Pemerintah Indonesia sendiri telah mengesahkan beberapa aturan hukum yang mengatur tentang penggunaan vaksin, diantaranya Keppres No. 18 Tahun 2020 yang mengatur kebijakan tentang Tim Nasional Percepatan Pengembangan Vaksin Corona Virus

Disease 2019 (COVID-19), Perpres Nomor 99 Tahun 2020 mengenai Pengadaan dan Pelaksanaan Vaksinasi dalam rangka penanggulangan pandemi COVID-19. Pemerintah Republik Indonesia mengespektasikan pemberian vaksin Covid-19 mampu selesai pada kurun 15 bulan dengan target disekitaran 181.5 juta warga Indonesia telah divaksinasi (Purbaya, 2021)

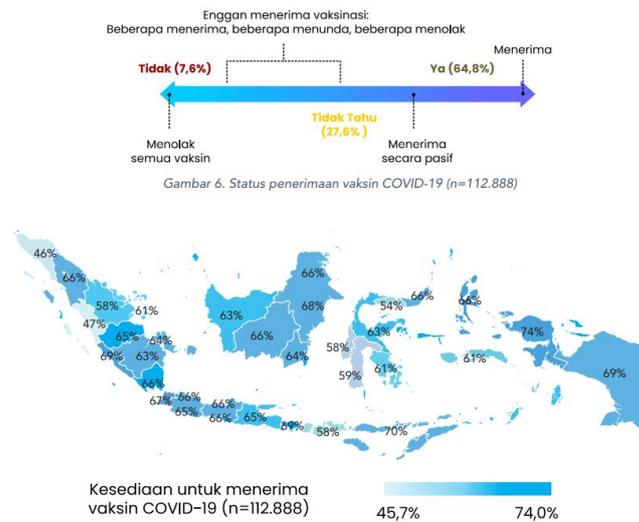
## Gambar 2 Berita Efikasi Vaksin dari Media



Sumber: *cnnindonesia.com*

Berbagai isu dan tanggapan muncul mengenai penggunaan vaksin jenis sinovac ini. Banyak masyarakat yang menyambut baik datangnya vaksin ini, namun juga banyak masyarakat yang merespon negatif serta sikap tidak percaya pada vaksin tersebut. Survei tentang minat atau opini publik mengenai pelaksanaan vaksin Covid-19 telah banyak dilakukan oleh lembaga pemerintah maupun lembaga survei non-pemerintah. Salah satunya, survei yang dilakukan oleh kemenkes pada November 2020 menyebutkan bahwa 65 persen mau menerima vaksin Covid-19, 27 persen ragu, 8 persen menolak untuk divaksin dengan alasan masih khawatir akan keamanan dan efektifitas vaksin, efek samping, alasan agama, juga ketidakpercayaan akan vaksin.

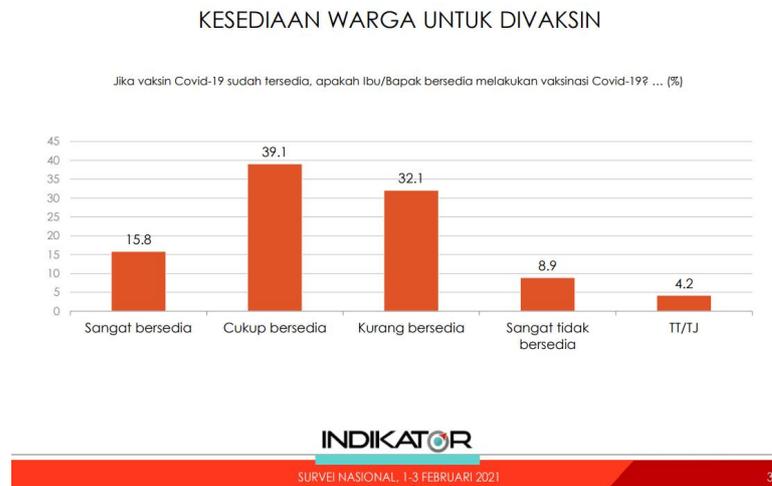
### Gambar 3 Survey vaksinasi Covid-19 Kemenkes 2020



Beberapa riset lain oleh lembaga survei non-pemerintah juga telah banyak dilakukan, antara lain:

1. Lembaga Riset Indikator Politik

#### Diagram 1.1 Diagram survei Vaksin Covid-19 oleh lembaga INDIKATOR 2021



Sumber: detik.com

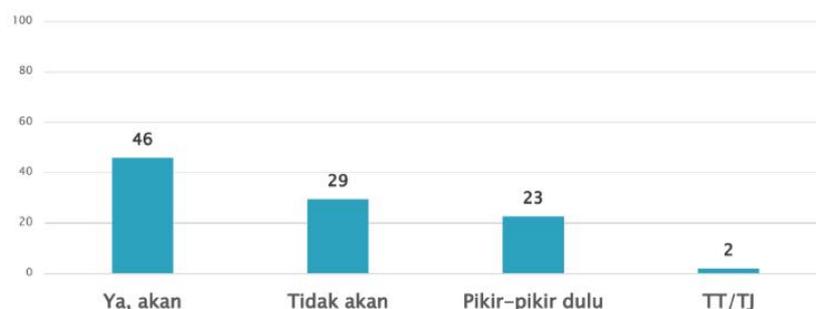
Survey nasional oleh Lembaga Riset Indikator Politik Indonesia, merilis hasil survei kesiadaan warga untuk divaksinasi Covid-19 tanggal 21 Februari 2021 yang menyebutkan bahwa 15,8% sangat bersedia untuk divaksin, 39,1% cukup bersedia, 32,1 kurang bersedia, 8,9% sangat tidak bersedia. (Madrim, 2021)

## 2. Survei SMRC (Saiful Mujani Research & Consulting)

**Diagram 1.2 Survei Vaksin Covid-19 oleh lembaga SMRC tahun 2021**

### Jika Vaksin sudah Tersedia, Apakah akan Melakukan Vaksinasi Covid-19?

Jika vaksin sudah tersedia, apakah Ibu/Bapak akan melakukan vaksinasi Covid-19? ... (%)



Sangat banyak warga, 29%, yang tidak mau divaksin. Hanya 46% warga yang mantap mau divaksin. Selebihnya ada 23% yang pikir-pikir dulu/ragu, dan 2% tidak menjawab .

SAIFULMUJANI  
RESEARCH & CONSULTING

Survei Nasional Feb-Mar 2021 27

*Sumber: voaindonesia.com*

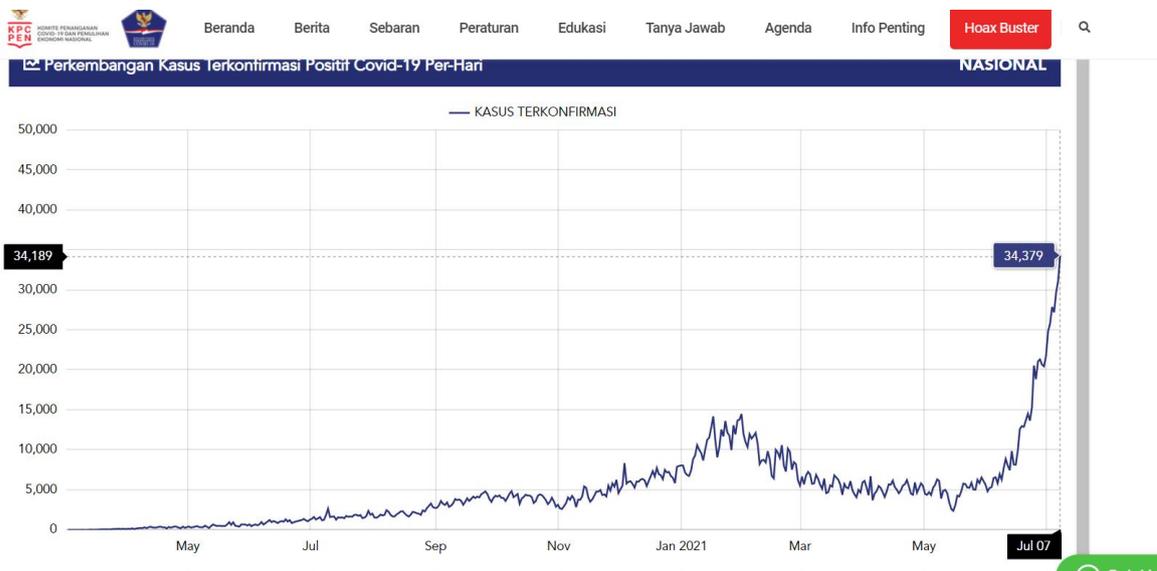
Survey nasional oleh lembaga SMRC (Saiful Mujani Research & Consulting) pada Februari – Maret 2021 yang menyebutkan bahwa 46% masyarakat yakin untuk melakukan vaksinasi, 29% menolak, dan 23% sisanya masih masih ragu-ragu (Hana, 2021)

Melihat banyaknya warga yang masih menolak vaksin covid-19, upaya demi upaya dilakukan pemerintah untuk mengatasi hal tersebut. Salah satunya yaitu dengan melakukan siaran langsung proses vaksinasi perdana ditanggal 13 Januari 2021 di Istana Merdeka, Jakarta. Sejumlah pejabat, pemuka agama, dan perwakilan masyarakat dipilih sebagai perwakilan atau contoh untuk divaksin pedana dengan harapan dapat meningkatkan kepercayaan publik tentang keamanan vaksis Covid-19. Bebearapa tokoh yang diberi vaksin perdana tersebut antara lain Presiden Joko Widodo, Menteri kesehatan Budi Gunadi Sadikin, Sekjen MUI Amirsyah Tambunan, Raffi Ahmad sebagai perwakilan seniman, juga perwakilan dari golongan lainnya hingga buruh dan pedagang.

Vaksinasi perdana tanggal 13 Januari 2021 menjadi langkah pertama pemerintah Indonesia dalam rangka mensukseskan vaksinasi di Indonesia. Berita mengenai vaksinasi covid-19 terus diberitakan di berbagai media. Berita dan isu-isu yang muncul di media massa juga bervariasi dengan isi berita yang positif maupun negatif seperti Nakes yang meninggal pasca divaksinasi Covid-19, Warga Luar Negeri yang meninggal setelah divaksin AstraZeneca, Warga Sulsel meninggal pasca vaksinasi Covid-19.

Seiring berjalannya waktu, berbagai varian baru dari virus Covid-19 ini muncul. Varian delta menjadi varian yang paling parah hingga menyebabkan kenaikan signifikan kasus covid-19 baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Hal ini dapat dilihat dari grafik 1.3, dimana terjadi lonjakan kasus terkonfirmasi Covid-19 di Indonesia akibat varian delta ini.

**Diagram 1.3 Grafik perkembangan kasus Covid varian Delta Indonesia**



Sumber: [vaksin.kemkes.go.id](https://vaksin.kemkes.go.id)

Jika melihat grafik tersebut, laju pertambahan kasus positif di Indonesia mengalami kenaikan drastis pada akhir bulan Juni 2021 juga menjadi rekor kasus positif covid-19 Indonesia terbanyak semenjak awal pandemi terjadi dengan detail sebagai berikut.

29 June 2021: 20.467 kasus baru

30 June 2021: 21.807 kasus baru

1 Juli 2021: 24.836 kasus baru

2 Juli 2021: 25.830 kasus baru

3 Juli 2021: 27.913 kasus baru

4 Juli 2021: 27.233 kasus baru

5 Juli 2021: 29. 745 kasus baru

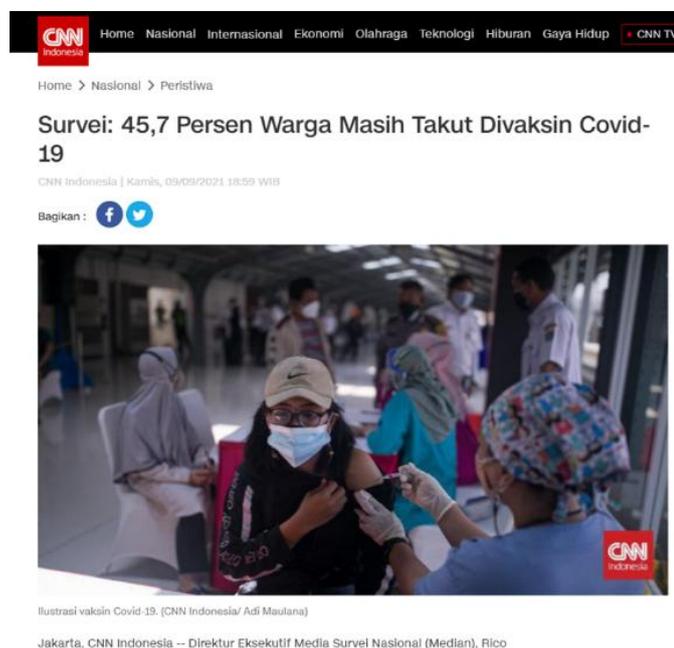
6 Juli 2021: 31.189 kasus baru

7 Juli 2021: 34.379 kasus baru

Meningkatnya kasus positif akibat varian delta ini berbanding lurus dengan meningkatnya angka kematian akibat Covid di Indonesia. Hal ini mengakibatkan Pemerintah Republik Indonesia terpaksa untuk kembali berlakukan pembatasan sosial atau PPKM darurat dari 3-20 Juli 2021 di area Jawa Bali. Banyaknya kasus positif dan meningkatnya jumlah kematian, memunculkan berbagai respon di masyarakat terhadap vaksin (Nurita, 2021)

Salah satu survey yang dilakukan oleh Media Survey Nasional (Median) pada bulan September 2021 menyebutkan bahwa 45,7% masyarakat masih takut divaksin Covid-19. Survey tersebut juga menyebutkan secara rinci daerah mana yang masih menolak divaksin, tertinggi di daerah Sumatera dengan persentase 48,9 persen, Pulau Jawa 44,2 persen, NTB, NTT, Kalimantan, Bali sebesar 42 persen, 50 persen masyarakat di Sulawesi Tengah dan Indonesia Timur masih enggan untuk divaksin (Alfons, 2021). Beberapa alasan warga masih menolak untuk divaksin dalam survey tersebut dijelaskan 10 persen responden takut akan munculnya efek samping vaksin, 8,2% responden masih takut dikarenakan melihat masih adanya orang yang meninggal akibat divaksin, 8 persen responden takut karena masih ada kasus positif Covid walau telah divaksinasi.

## Gambar 4 Survey vaksin bulan September oleh Lembaga Median



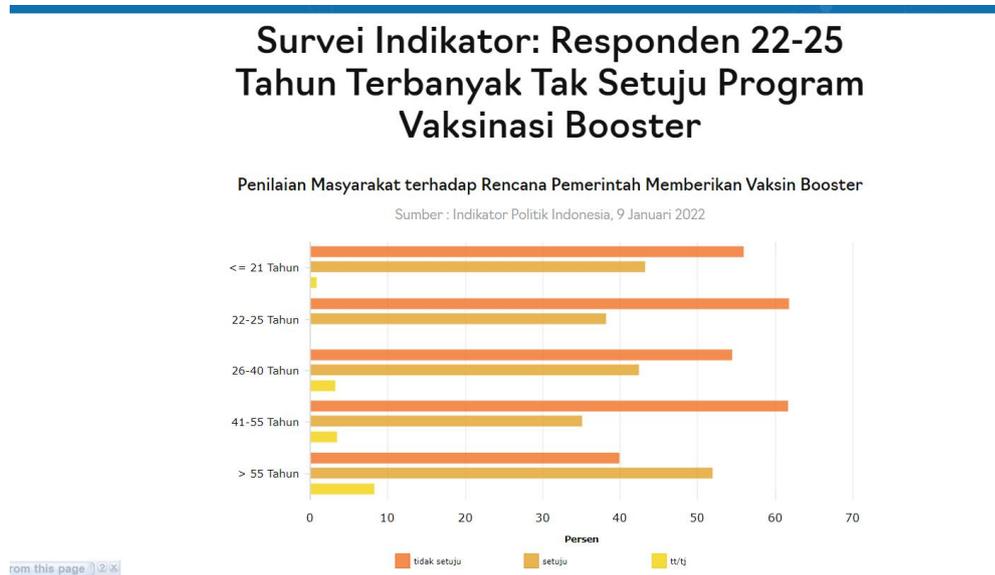
*Sumber: cnnindonesia.com*

Selain itu banyak faktor-faktor lain yang menjadi keresahan di masyarakat akan vaksin covid-19. Salah satu riset yang dilakukan di DKI Jakarta oleh lembaga LaporCovid19, Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, Social Resilience lab, dan NTU menyebutkan sebanyak 10.789 responden baik dari kalangan muslim dan non-muslim khawatir akan kehalalan vaksin Covid-19. Selain itu masih sebesar 34% responden atau 16.102 orang memiliki kekhawatiran akan efektifnya vaksin Covid-19, yang mengindikasikan masih belum yakin bahwa vaksin Covid-19 belum memiliki kapabilitas dalam memberikan perlindungan atas paparan virus SARS-nCov2. Adapun 32% responden atau 14.889 orang masih memiliki ketakutan dengan implikasi vaksin ataupun peristiwa yang mengintai setelah pemberian vaksin (Habibie, 2021)

Tahun 2022 varian baru Covid-19 muncul dengan sebutan Omnicron. Munculnya varian baru tersebut memaksa Pemerintah Indonesia membuat kebijakan untuk Masyarakat Indonesia segera melaksanakan vaksinasi tahap 3 atau vaksin *Booster*. Vaksin *Booster* tahap ke-3 masih pula disambut dengan pro-kontra masyarakat. Survei oleh Lembaga Indikator per 9 Januari 2022, menyebutkan bahwa

usia 22-25 tahun menjadi golongan usia paling banyak menolak program Vaksinasi *Booster* (Dihni, 2021)

**Diagram 1.4 Survei Vaksin *Booster* 2022 oleh lembaga Indikator**



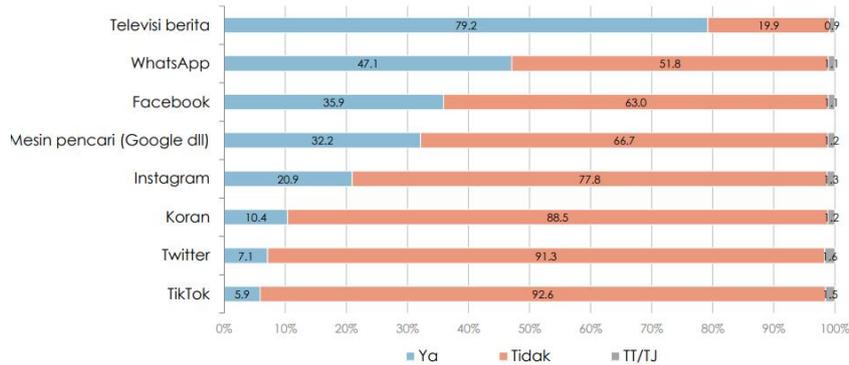
Sumber: [databooks.katadata.co.id](http://databooks.katadata.co.id)

Media Massa menjadi salah satu media informasi utama bagi masyarakat terutama dimasa pandemi. Diambil dari survey oleh lembaga Indikator Politik Indonesia, selama pandemi Covid-19 ini Televisi Berita menjadi sumber informasi paling banyak digunakan sebagai sumber informasi mengenai Covid-19. Selain itu, koran juga menjadi sumber informasi yang cukup digunakan juga oleh masyarakat untuk mendapat Informasi mengenai pandemi Covid-19 (Madrim, 2021)

**Diagram 1.5 Survei Konsumsi Media saat Pandemi**

## SUMBER INFORMASI TENTANG COVID-19

Dalam 7 hari terakhir, apakah Ibu/ Bapak menggunakan berikut ini untuk mencari berita atau informasi mengenai virus corona atau COVID-19? ... (%)



INDIKATOR

SURVEI NASIONAL, 1-3 FEBRUARI 2021

24

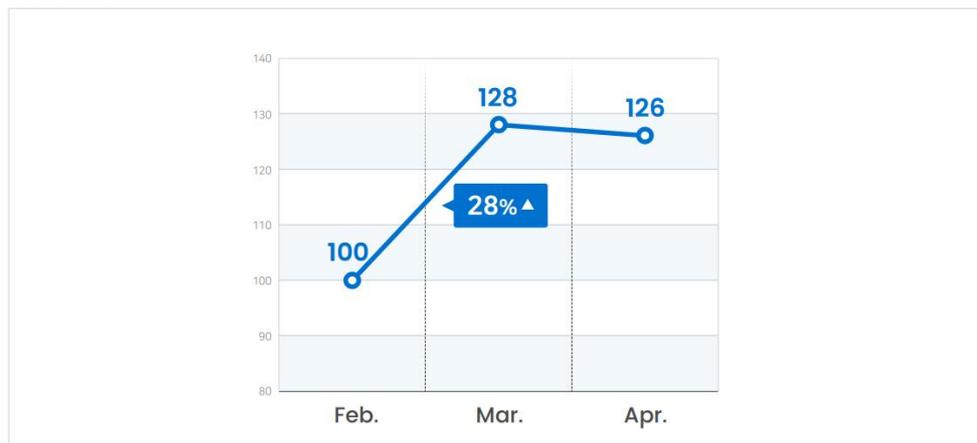
## Increase in Media Consumption due to COVID-19

In March, the total traffic of media consumption increased by 28% since February after the first confirmed case of COVID-19 was announced.

In April still high-level of traffic was maintained with the spread of COVID-19 and the implementation of PSBB.

(feb 2020 =100)

Media Consumption Trend



Laporan dari Dable (2020), menyebutkan bahwa terjadi peningkatan konsumsi media semenjak terkonfirmasi kasus Covid-19 pertama di Indonesia. Survei yang dilakukan oleh Reuters Institute Digital News Report menyebutkan bahwa terjadi perubahan konsumsi media di masyarakat di masyarakat dalam masa pandemi. Terjadi peningkatan dalam penggunaan Media online dan sosmed dalam mengakses berita dan informasi (Maulidia, 2021).

Media tidak hanya membuat, menyalurkan, dan mengirimkan pesan kepada khayalak luas, tetapi juga bagaimana pesan yang berasal dari media itu dapat dicari, digunakan, dimengerti dan pada akhirnya akan mempengaruhi khayalak itu sendiri

(Saragih, 2018). Media massa juga turut berperan dalam mempengaruhi perilaku dan perkembangan tingkah laku dari masyarakat. Hal ini dikarenakan media massa memiliki jaringan yang sangat luas untuk memberitakan pesan sebagai yang diterima oleh banyak orang dan juga mempengaruhi banyak orang dengan keberadaannya yang sangat terlihat di permukaan (Prasetyo, 2016). Penggunaan Media massa sendiri memiliki pengaruh pada sikap penerimaan vaksin di masyarakat. Berdasar penelitian di Amerika Serikat, penggunaan saluran media televisi, radio, koran, dapat berpengaruh dalam tingkat penerimaan vaksinasi, dikarenakan media tersebut memberikan informasi berdasarkan sumber berkualitas, informasi vaksin berbasis fakta terkait dengan data dan pemerintah, layanan kesehatan, akademisi, juga menjadi sumber penting dalam mempromosikan program vaksinasi (Rachael Piltch-Loeb et.al, 2021)

Selain media sebagai sarana informasi, komunikasi dari mulut ke mulut masih berperan penting dalam penyebaran informasi di masyarakat. Riset oleh Nielsen pada tahun 2015 menunjukkan, di kawasan Asia Tenggara komunikasi word of mouth memiliki tingkat kepercayaan tertinggi di kalangan masyarakat. Pada riset ini, Indonesia memiliki kepercayaan pada rekomendasi mulut ke mulut sebesar 89 persen, dibawah Filipina dan Vietnam (Nielsen, 2015)

Word of Mouth (WOM) memiliki peran yang sangat penting dalam mengkomunikasikan produk atau barang kepada konsumen (Joesyiana, 2018). Penggunaan Word of Mouth selain dalam konteks promosi bisnis, Word of mouth juga dapat digunakan sebagai sarana promosi informasi Kesehatan. Pemerintah China memanfaatkan komunikasi Word of Mouth yang disebut 2019-nCov-M, untuk mempromosikan protokol kesehatan agar publik mengetahui gejala penularan COVID-19 sehingga memudahkan tenaga kesehatan dalam menangani dan meminimalisir penyebaran virus (Yasir, et.al., 2020). Penelitian oleh Bhattacharyya, et.al (2015) tentang peran WoM dalam kesukarelaan vaksin menyebutkan bahwa WoM turut berperan dalam menyebarkan cerita tentang ketakutan vaksin, status epidemi, intervensi kesehatan masyarakat, dan berdampak dua arah yaitu positif atau negatif. Prasanti (2018) menjelaskan pula bahwa ada pengaruh pada intensitas Word of Mouth terhadap minat masyarakat untuk melakukan Vaksinasi Kanker Serviks yang menyebutkan semakin tinggi intensitas WoM dilakukan terdapat peningkatan minat masyarakat dalam melakukan vaksinasi. Kurnia (2013:7) juga menyebutkan

bahwa komunikasi mulut ke mulut dapat mempengaruhi orang yang menerimanya dari aspek harapan, persepsi, keinginan, perilaku, dan juga sikap.

## 1.2 Perumusan Masalah

Vaksinasi Covid-19 menjadi isu utama di seluruh dunia termasuk Indonesia. Di Indonesia, tercatat Covid-19 telah menembus angka 1 juta kasus dengan 33 juta orang meninggal dunia. Salah satu langkah untuk mempercepat selesainya pandemi Covid-19 adalah dengan melakukan vaksinasi. Indonesia bisa cepat selesai mengatasi pandemi covid jika terbentuk herd immunity atau sebesar 70 persen target vaksinasi warga telah tercapai.

Perjalanan pelaksanaan vaksinasi Covid di Indonesia diisi pro kontra oleh masyarakat. Banyak masyarakat yang mendukung dan banyak pula masyarakat yang ragu bahkan menolak untuk melaksanakan vaksinasi covid-19. Semenjak berjalannya vaksinasi pertama kali sejak Januari 2021 hingga muncul berbagai varian tahun 2022, Pemerintah Indonesia membuat kebijakan bahwa masyarakat wajib divaksin 2 kali dan 1 kali vaksin *booster*. Berbagai survei oleh Lembaga pemerintah dan non-pemerintah selama berjalannya pandemi telah dilakukan, yang menyatakan bahwa masih ada beberapa masyarakat yang ragu dan menolak untuk divaksin terlepas dari kebijakan yang telah ada.

Media massa memiliki peran besar dalam pandemi dalam memberikan informasi mengenai vaksin. Informasi yang beragam tentang vaksin Covid-19 telah disampaikan melalui media massa. Selain melalui media massa, komunikasi Word of Mouth atau mulut ke mulut juga berperan dalam penyebaran informasi mengenai vaksin. Komunikasi WoM yang terjadi baik secara online maupun offline masih banyak terjadi di masyarakat Indonesia. Namun, walau ajakan dan informasi kebermanfaatan vaksin banyak beredar, masih ada masyarakat yang ragu atau menolak untuk segera melaksanakan vaksinasi.

Berdasarkan eksplanasi tersebut, persoalan pada penelitian ini ialah “Adakah hubungan antara Intensitas membaca pemberitaan vaksin Covid-19 dan Intensitas Penerimaan Informasi Word of Mouth dengan Sikap Masyarakat mengenai Vaksin Covid-19?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengetahui hubungan intensitas membaca pemberitaan vaksin covid-19, Intensitas penerimaan informasi *word of mouth* dengan sikap masyarakat mengenai Vaksin Covid-19.

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

Manfaat yang diperoleh pada riset dapat dikategorikan sebagai berikut:

#### **1.4.1 Signifikansi Teoritis**

Penelitian ini mampu dijadikan sebagai acuan, referensi serta pengetahuan tambahan bagi akademisi atau pihak yang memiliki ketertarikan dalam penelitian tentang hubungan Intensitas membaca berita, Efektifitas *worth of mouth* dengan sikap public mengenai Vaksinasi Covid-19 di Indonesia.

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi pemerintah, atau lembaga terkait yang terlibat dalam kegiatan media massa, penyebaran informasi *word of mouth* dan hubungannya dengan sikap publik terhadap vaksin.

#### **1.4.3 Signifikansi Sosial**

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan, serta manfaat bagi masyarakat dalam memperoleh informasi tentang hubungan intensitas membaca berita dan intensitas *word of mouth* dengan sikap masyarakat tentang vaksin Covid-19.

### **1.5 Kerangka Teori**

#### **1.5.1 Paradigma**

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Tujuan paradigma positivism adalah untuk menerangkan hubungan sebab akibat antar variabel yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Sifat ilmu pengetahuan dalam paradigma ini terdiri dari berbagai jawaban sementara atau hipotesis yang nantinya akan diuji kebenarannya hingga mendapat fakta yang dapat diterima. Dalam mencari keterkaitan antar variabel, penelitian ini menggunakan teori yang dianggap sebagai proposisi yang benar. Dalam hal ini, deduksi ilmiah menjadi kerangka berpikir utama penelitian kuantitatif (Bajari, 2015:41).

#### **1.5.2 State of The Art**

Penelitian pertama yang berjudul “*Examining the effect of information channel on COVID-19 vaccine acceptance*” ditulis oleh Rachael Piltch-Loeb dkk (2021) dengan tujuan mengetahui penggunaan berbagai saluran media yang berbeda untuk mendapatkan informasi vaksin COVID-19 dan menentukan hubungan antar saluran informasi dan sikap penerimaan vaksin di masyarakat. Responden penelitian ini adalah masyarakat berusia 18 tahun atau lebih di Amerika Serikat Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menerima informasi mengenai vaksin Covid-19 melalui saluran televisi lokal (61%), diikuti facebook (37,8%), kemudian saluran televisi nasional, youtube, koran, sosial media (Instagram, twitter, tiktok). Penerimaan informasi mengenai vaksin Covid-19 secara mayoritas responden menangkap informasi yang diterima merupakan informasi positif (53,6%), sementara sisanya melihat informasi yang diterima sebagai informasi negatif. Responden mendapat informasi vaksinasi dari media tradisional seperti TV nasional (47,4%), TV lokal (44,6%), surat kabar nasional (54,6%), dan radio (50,8), menunjukkan cenderung untuk menerima untuk divaksinasi dibandingkan yang tidak. Ada perbedaan yang signifikan secara statistik dalam penerimaan vaksin di antara mereka yang secara eksklusif mendapatkan informasi hanya dari media tradisional (46,9%), hanya dari media sosial (29,3%), atau kedua jenis saluran (37,1%). Penggunaan saluran media tradisional seperti televisi, radio, koran, lebih cenderung meningkatkan penerimaan vaksinasi atau *acceptance* di masyarakat, hal itu dikarenakan media tradisional cenderung memberikan informasi berdasar sumber berkualitas, informasi vaksin berbasis fakta yang terkait dengan data dan pemerintah, layanan kesehatan, atau akademisi, juga menjadi sumber penting dalam mempromosikan program vaksinasi. Kemudian walau tidak ada efek spesifik dari penerimaan informasi dari platform media sosial tertentu, hasil penelitian menunjukkan bahwa mereka yang menolak atau ragu untuk divaksin (*vaccine hesitancy*) cenderung menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama mereka. Dari survei tersebut, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa penerimaan informasi melalui saluran tradisional (televisi, berita, koran) dan saluran media baru (sosial media) berpengaruh pada ketersediaan masyarakat untuk divaksinasi.

Penelitian kedua mendukung bahwa pengetahuan informasi mempengaruhi terhadap sikap masyarakat dalam menghadapi pandemi. Penelitian dilakukan oleh Sri Handayani Sagala (2020) dengan judul “Hubungan Pengetahuan dan Sikap

Masyarakat Terhadap Covid-19: A Literature Review”. Topik penelitian ini bertujuan untuk membahas pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap COVID-19. Pandemi menunjukkan bahwa COVID-19 tidak hanya mengakibatkan infeksi dalam skala kecil, namun lebih besar ke seluruh dunia. Masyarakat sendiri memiliki peran yang sangat penting untuk mencegah dan menekan angka penyebaran COVID-19. Salah satu lembaga survei di Bandung sendiri melakukan survei dengan metode Road Side Interview dan menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat terhadap COVID-19 masih rendah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode literature review dimana dikumpulkan beberapa sumber seperti buku, jurnal, dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil yang ditelusuri, masyarakat belum cukup mendapatkan informasi yang cukup tentang COVID-19 sehingga sikap yang diambil kurang sesuai dan terbukti masih banyak orang yang terkena infeksi COVID-19.

Penelitian ketiga mendukung bahwa dalam mengakses intensitas berita dan ajakan dari mulut ke mulut (WOM) mempengaruhi masyarakat dalam mengambil sikap. Penelitian ini ditulis oleh Melisa Indriana Putri (2017) dengan judul “Hubungan Antara Pola Konsumsi dan Intensitas Diskusi Berita Korupsi Terhadap Partisipasi Politik Konstituen Pilkada DKI Jakarta 2017”. Kasus korupsi di Indonesia menjadi masalah yang belum klear atau selesai hingga saat ini. Menurut Indonesia Election Survey (INES), 9,48% masyarakat Indonesia merasa belum puas dengan tindakan aparat dalam menegakkan hukum terhadap kasus korupsi. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif yang menjelaskan hubungan-hubungan antar variabel. Hasil menunjukkan bahwa pengaruh intensitas akses berita mengenai kasus korupsi masih terkalahkan dengan informasi dan ajakan dari lingkungan keluarga dalam memilih pasangan paslon. Dengan demikian, variabel intensitas dalam mengakses berita dan ajakan lingkungan sekitar (word of mouth) berpengaruh terhadap sikap publik untuk berpartisipasi dalam pilkada.

Penelitian keempat menjelaskan bahwa intensitas penerimaan informasi Word of Mouth juga berpengaruh dalam mempengaruhi sikap atensi masyarakat untuk melakukan vaksinasi. Penelitian ini ditulis oleh Amelia Devi Prasanti (2018) dengan judul “Pengaruh Awareness Promosi Kesehatan dan Intensitas Word of Mouth Terhadap Minat Melakukan Vaksinasi Kanker Serviks pada Mahasiswi Bidang Kesehatan”. Penelitian ini menggunakan metode non probability sampling berpopulasi perempuan umur 19-22 tahun mahasiswi bidang kesehatan. Hasilnya menunjukkan

adanya signifikansi positif antara *awareness* promosi kesehatan dengan minat melakukan vaksinasi yang berarti tingginya kesadaran promosi kesehatan kanker serviks mengindikasikan tingginya minat vaksinasi kanker serviks pada mahasiswi kesehatan. Hipotesa kedua memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan diantara intensitas word of mouth terhadap minat vaksinasi kanker serviks yang bersignifikansi senilai 0,000 serta koefisien regresi nilai 0,580 yang bermakna tingginya intensitas word of mouth mengindikasikan tingginya minat mahasiswi guna pelaksanaan vaksinasi kanker serviks. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel word of mouth terhadap dimensi sikap behavior atau minat.

### **1.5.3 Intensitas Membaca Pemberitaan Vaksin Covid-19**

Intensitas dalam mengakses suatu berita dapat dilihat dari keteraturan atau seberapa sering seseorang dalam menonton/mendengar/mengakses informasi terkait barang atau informasi yang menggunakan media massa. (Rakhmat, 2005:52)

Menurut Effendy (2003:65), media massa digunakan dalam suatu proses komunikasi apabila berjumlah banyak dan dalam lokasi yang berskala luas. Media massa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari antara lain radio, surat kabar, televivisi, dengan fungsi dalam bidang informasi, edukasi, rekreasi atau hiburan.

Dalam intensitas terdapat frekuensi dan durasi (Ardianto, 2007: 168), sehingga untuk mengukur intensitas seseorang dalam membaca berita, dapat kita ukur dari frekuensi responden dalam membaca, dan durasi atau waktu yang diluangkan responden untuk membaca berita tentang vaksin Covid-19.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas membaca berita adalah keteraturan seseorang melihat, membaca informasi mengenai barang atau suatu informasi di media massa dalam sarana untuk mencari informasi, edukasi, maupun rekreasi.

### **1.5.4 Intensitas Word of Mouth**

Alonso & Oiarzabal (2010:33) mendefinisikan Intensitas dalam aspek komunikasi sebagai keteraturan atau tingkatan terjadinya komunikasi tersebut. Sementara Intensitas menurut Chaplin (2009:253) didefinisikan sebagai respon emosional serta kekuatan yang memberikan dukungan atas argumentasi ataupun sikap

tertentu. Intensitas adalah satu kegiatan yang secara berulang atau lebih dari sekali dengan frekuensi yang semakin lama semakin meningkat.

Komunikasi Word of Mouth ataupun WOM adalah Komunikasi antar individu tentang berita, gosip, atau konten lainnya dalam interaksi kehidupan sehari-hari. (Sissors & Baron, 2010: 468). Word of Mouth bisa juga diartikan sebagai sebuah kegiatan komunikasi pemasaran melalui promosi dari pelanggan ke pelanggan lainnya, melalui lisan, tulisan, atau elektronik yang penggunaannya ditujukan dalam brainstorming berkenaan pengalaman serta wawasan perihal barang ataupun layanan (Latief, 2018:19)

Word of mouth dibagi menjadi 2 bentuk yaitu komunikasi Wom offline (tatap muka) dan online electronic word of mouth (e-wom). Word of mouth tatap muka merupakan proses pertukaran informasi, komentar, rekomendasi kepada konsumen lain yang dilakukan dengan cara bertemu secara langsung atau tatap muka (Hasan, 2010: 29)

Informasi word of mouth merupakan informasi berdasar pengalaman pribadi, sehingga dalam penerimaan informasi jauh lebih jelas dan diterima bagi pihak yang menerima. Hasilnya menjadikan komunikasi WoM lebih mudah masuk dalam ingatan memiliki pengaruh lebih besar pada orang yang menerimanya. (Mowen, 2002:180)

Goyette (2010:11), menjelaskan bahwa aktivitas WOM bisa diukur intensitas dengan melihat kecenderungan untuk membicarakan barang atau produk melebihi lainnya, seringnya membicarakan barang atau produk, aktivitas WOM juga dapat diukur dengan seringnya membicarakan produk kepada sebanyak mungkin orang.

Dari penjelasan diatas Intensitas Word of Mouth dapat diartikan sebagai tingkat keteraturan atau frekuensi komunikasi antar orang ke orang sebagai sarana promosi, rekomendasi, atau sekedar bertukar pikiran tentang pengalaman dan pengetahuan mengenai sebuah berita, informasi, produk hingga jasa.

### **1.5.5 Sikap**

Azwar (2013:43) mendefinisikan sikap sebagai suatu predisposisi atau kecenderungan yang stabil dan berlangsung secara konstan untuk bertindak laku dengan satu cara tertentu terhadap suatu objek, lembaga, pribadi, atau persoalan tertentu secara positif atau negatif.

Menurut Sabri (2010:83), sikap adalah kecenderungan untuk memberikan respon kepada suatu benda, dorongan, atau hal lainnya baik secara sadar maupun tidak sadar. Sikap ini harus dipancing agar memberikan respon dari seseorang yang memiliki dorongan.

Vaksinasi diambil dari web WHO adalah sebuah metode untuk melindungi, mencegah seseorang dari penyakit tertentu sebelum orang tersebut kontak dengan virus atau penyakit tersebut dengan menggunakan sistem pertahanan tubuh untuk membentuk antibodi terhadap infeksi virus juga melatih imun menjadi lebih kuat, kemudian diberikan dengan cara injeksi, oral, dan semprot. Di masyarakat, ada 2 pandangan tentang vaksinasi yaitu masyarakat yang mendukung dan golongan masyarakat anti vaksinasi.

Keraguan vaksin atau *vaccine hesitancy* dijelaskan oleh badan kesehatan dunia WHO sebagai sebuah tindakan untuk menunda, ragu, menolak untuk divaksin walau tersedianya vaksin yang dipengaruhi kepuasan diri, kenyamanan dan kepercayaan diri. Keraguan vaksin merupakan sebuah hal yang kompleks dan spesifik tergantung pada tempat, waktu, dan vaksin yang berbeda-beda. (MacDonald, 2015). Bahkan faktor kontekstual individu dan kelompok seperti komunikasi, media, pengaruh sejarah, agama/budaya/gender/sosioekonomi, politik, hambatan geografis, pengalaman dengan vaksinasi, persepsi risiko, dan desain program vaksinasi itu sendiri juga dapat mempengaruhi *vaccine hesitancy*. (MacDonald, 2015). Menurut Yufika et al., (2020), *vaccine hesitancy* merupakan sebuah perasaan ragu-ragu yang muncul akibat kepercayaan adanya konspirasi mengenai vaksin, sehingga ragu untuk dilakukan vaksin. *Vaccine hesitancy* merupakan sikap ragu-ragu terhadap vaksinasi lazim dan meningkat di seluruh dunia, dengan masalah keamanan sebagai alasan yang paling sering disebutkan (MacDonald, 2015). Tindakan *vaccine hesitancy* ini dikategorikan pula oleh WHO sebagai 10 ancaman global (Akbar, 2019). Beberapa penyebab terjadinya *vaccine hesitancy* di era modern dijelaskan oleh Jacobson (2015), antara lain:

1. Pemikiran Heuristik, yaitu proses pengambilan keputusan secara cepat tanpa data yang lengkap

2. Suksesnya Vaksinasi, karena menurunnya jumlah penyakit akibat vaksin menimbulkan situasi aman sehingga membuat kepercayaan bahwa vaksin tidak diperlukan.
3. Vaksinasi tidak alami, kepercayaan bahwa vaksin tidak diperlukan karena lebih baik membuat antibodi tubuh secara alami dari penyakit itu sendiri daripada menerimanya dari vaksin.
4. Komposisi vaksin, yaitu risiko yang ditimbulkan akibat komposisi ilmiah atau biologis dari vaksin.
5. Kurangnya kepercayaan publik. Hal ini dapat memperkuat klaim tidak ilmiah tentang bahaya vaksin misalnya, vaksin campak menyebabkan autisme.

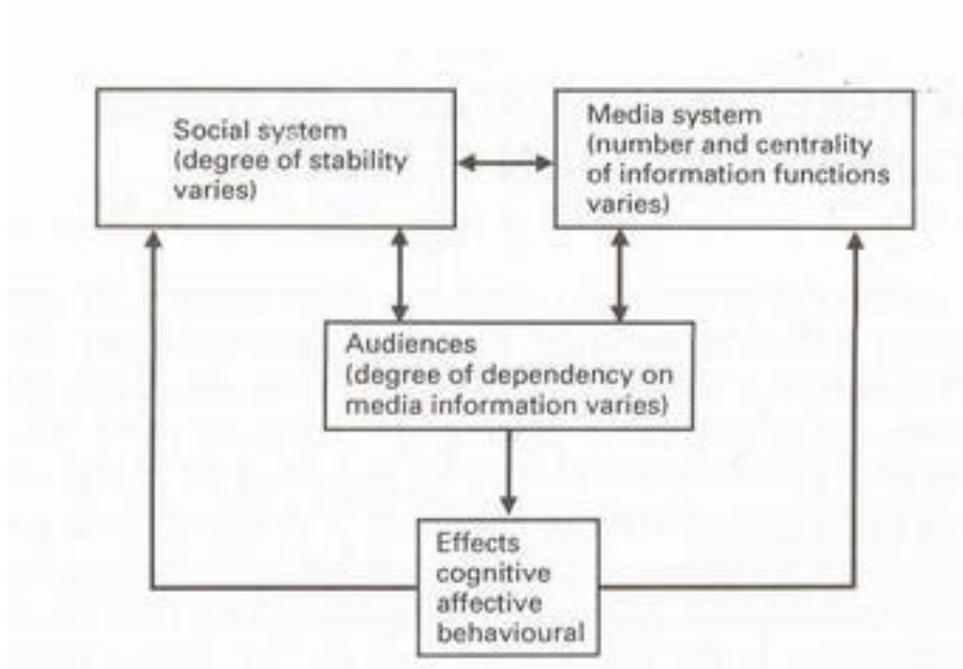
Dalam mengukur sikap masyarakat tentang vaksin, kita dapat melihat dari instrumen yang dikembangkan oleh Paek et al (2015) dengan melihat beberapa aspek yaitu berhubungan dengan opini tentang pelaksanaan vaksin dan kepercayaan atau intensi publik tentang pelaksanaan vaksinasi.

Dari penjelasan diatas sikap tentang Vaksin Covid-19 adalah bagaimana seseorang mengetahui mengenai Vaksin Covid-19 dan memiliki suatu landasan berpikir sehingga individu sudah tahu bagaimana memberikan respon atau kecenderungan yang secara berulang untuk memberikan perasaan suka atau tidak suka, atensi untuk bertindak baik positif maupun negatif.

#### **1.5.6 Intensitas Membaca berita Covid-19 dan Sikap Masyarakat tentang Vaksin Covid-19**

Untuk menjelaskan hubungan membaca pemberitaan Vaksinasi Covid-19 dengan sikap masyarakat tentang vaksin Covid-19 dapat menggunakan pendekatan Teori Depedensi Efek Media Massa oleh Sandra Ball-Rokeach & Melvin Defleur (1976). Teori ini mendefinisikan bahwa media massa menjadi sistem informasi yang berperan penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada masyarakat, individu, atau kelompok aktivitas sosial, dan bergantung pada media massa sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan (Nurudin, 2007:43)

#### **Gambar 5 Efek Dependensi Media oleh Sandra Bell-Rokeach & Melvin DeFleur**



Gambar diatas adalah model dari teori Dependensi media menurut Ball-Rokeach & DeFleur (1976). Berdasarkan model diatas, dapat dikatakan bahwa media memiliki peran dalam memberikan efek perubahan pada audiens. Namun, perubahan atau efek yang didapatkan dari media tidak bergantung pada media itu sendiri secara langsung, tetapi didasari pula dengan tingkat ketergantungan media. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat ketergantungan media tersebut (DeFleur & Ball-Rokeach, 1976).

1. Pertama, audiens menjadi lebih bergantung menggunakan media yang memenuhi lebih banyak kebutuhannya dibandingkan dengan media lain.
2. Kedua adalah stabilitas sosial. Ketika adanya perubahan sosial, konflik tinggi, kepercayaan, atau situasi sosial yang bergejolak (bencana alam, perang, atau kerusuhan) memaksa audiens untuk mengevaluasi kembali dan membuat pilihan baru. Pada saat seperti itu terjadi perubahan konsumsi media dan masyarakat menjadi lebih bergantung pada media untuk memenuhi informasinya.

Sesuai dengan teori ini. ketika ketergantungan terhadap media itu tinggi, maka semakin mudah media tersebut untuk dapat memberikan efek pada audiens dan salah satu efeknya adalah perubahan atau terbentuknya sikap.

### 1.5.7 Intensitas Word of Mouth dengan Sikap Vaksin Covid-19

Hubungan variabel Intensitas penerimaan informasi word of mouth dengan sikap masyarakat mengenai Vaksin Covid-19 dapat dijelaskan menggunakan teori Lingkungan Informasi Pembeli. Teori tersebut dicetuskan Liliweri (1992) dan memiliki asumsi bahwa dalam menentukan pembelian atau menggunakan produk masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh iklan semata. Namun, masyarakat memiliki sumber-sumber informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan tersebut yang kemudian sumber ini disebut dengan lingkungan informasi pembeli. Inti dari teori ini adalah banyak informasi-informasi di sekitar konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli atau menggunakan produk, salah satunya adalah word of mouth (Liliweri, 1992).

Hasan menjelaskan beberapa hal yang membuat word of mouth menjadi pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan, yaitu:

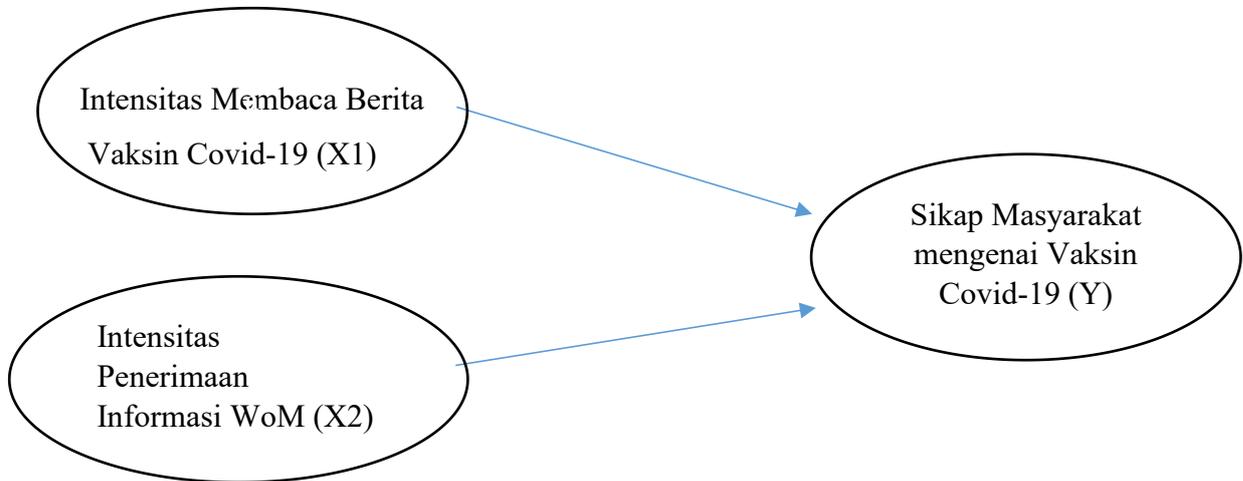
1. Word of mouth adalah sumber informasi yang bersifat independent dan jujur. Informasi yang berasal dari lingkungan terdekat lebih terpercaya karena tidak ada pengaruh atau bias terhadap perusahaan atau produknya.
2. Informasi word of mouth sangat kuat dikarenakan dapat memberikan manfaat kepada orang yang menerimanya karena memiliki pengetahuan langsung tentang produk melalui pengalaman teman atau kerabat
3. Topik komunikasi word of mouth disesuaikan dengan orang yang tertarik dengan topik diskusi tersebut. Seseorang tidak akan masuk ke percakapan kecuali tertarik pada topiknya.
4. Word of mouth dapat digunakan sebagai media iklan informasi
5. Word of mouth dimulai dari satu sumber, tergantung pada kekuatan pengaruh dan jaringan sosial yang menyebar dengan cepat dan luas
6. Word of mouth tidak terbatas ruang, waktu, ikatan sosial, keluarga, ataupun hambatan fisik lainnya. (Hasan,2010:25)

Komunikasi word of mouth memiliki pengaruh kuat dalam mempengaruhi masyarakat hal ini dikarenakan karena informasi Word of Mouth yang diterima komunikasi muncul secara alami, jujur sehingga membuat pesan yang dihasilkan lebih diterima dibanding media lain (Hasan, 2010:32). Sesuai dengan penjelasan teori, semakin sering masyarakat melakukan pertukaran dan menerima informasi dari mulut ke mulut tentang vaksin Covid-19 maka akan mempengaruhi orang yang menerima

pesan tersebut dalam hal ini yaitu sikap mendukung atau tidaknya terhadap pelaksanaan vaksin Covid-19.

## 1.6 Kerangka Pemikiran

Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



## 1.7 Hipotesis

Berlandaskan kerangka teori, dapat dirumuskan hipotesis:

- 1) H1: Terdapat hubungan Intensitas Membaca Pemberitaan covid-19 dengan Sikap Masyarakat mengenai Vaksin Covid-19.
- 2) H2: Terdapat hubungan Intensitas penerimaan informasi Word of mouth dengan Sikap Masyarakat mengenai Vaksin Covid-19.

## 1.8 Definisi Konseptual

### 1.8.1 Intensitas Membaca Pemberitaan Vaksin Covid-19

Intensitas membaca berita adalah frekuensi atau keteraturan audiens dalam membaca berita mengenai vaksin Covid-19.

### 1.8.2 Intensitas Penerimaan Informasi Word of Mouth Vaksin Covid-19

Intensitas penerimaan informasi komunikasi word of mouth ialah tingkatan komunikasi mulut ke mulut guna menerima informasi, rekomendasi, pengalaman, berkenaan suatu hal mengenai vaksin Covid-19

### 1.8.3 Sikap tentang Vaksin Covid-19

Sikap tentang vaksin ialah respon atau kecenderungan berulang untuk memberikan perasaan suka atau tidak suka, atensi untuk berpartisipasi atau tidak pada pelaksanaan vaksin covid-19.

## **1.9 Definisi Operasional**

### **1.9.1 Intensitas Membaca Pemberitaan Vaksin**

Indikator dari variabel intensitas Membaca Berita adalah sebagai berikut:

- a. Frekuensi responden dalam membaca berita mengenai vaksin Covid-19
- b. Durasi responden dalam membaca berita mengenai vaksin Covid-19
- c. Intensitas membaca topik vaksin Covid-19 berkaitan dengan fungsi vaksin Covid-19
- d. Intensitas membaca topik vaksin Covid-19 berkaitan dengan efek samping vaksin Covid-19
- e. Intensitas membaca topik vaksin Covid-19 berkaitan dengan kehalalan vaksin Covid-19
- f. Intensitas membaca topik vaksin Covid-19 berkaitan dengan kebijakan vaksin Covid-19
- g. Intensitas membaca topik vaksin Covid-19 berkaitan dengan pelaksanaan vaksin Covid-19
- h. Intensitas membaca topik vaksin Covid-19 berkaitan dengan penolakan vaksin Covid-19

### **1.9.2 Intensitas Penerimaan Word of Mouth tentang Vaksin Covid-19**

Indikator dari variabel penerimaan informasi WoM adalah sebagai berikut:

- a. Frekuensi responden menerima informasi mengenai Vaksin Covid-19 dari lingkungan terdekat di sekitar
- b. Responden menerima informasi mengenai Vaksin Covid-19 dari keluarga
- c. Responden menerima informasi mengenai Vaksin Covid-19 dari lingkungan pertemanan
- d. Responden menerima informasi mengenai Vaksin Covid-19 dari lingkungan kuliah atau sekolah
- e. Responden menerima informasi mengenai Vaksin Covid-19 dari lingkungan pekerjaan

### **1.9.3 Sikap terhadap Vaksin Covid-19**

Indikator dari variabel sikap terhadap Vaksin Covid-19 adalah sebagai berikut:

- a. Responden mendukung pelaksanaan Vaksin Covid-19
- b. Responden bersedia untuk divaksin Covid-19

## **1.10 Metodologi Penelitian**

### **1.10.1 Tipe Penelitian**

Penelitian diklasifikasikan sebagai tipe eksplanatori. Tipe Eksplanatori merupakan metoda yang berusaha menjelaskan korelasi antar variabel yaitu Hubungan membaca berita Vaksin Covid-19 (X1), Intensitas penerimaan informasi word of mouth (X2) dengan variabel Sikap masyarakat tentang vaksin Covid-19 (Y)

### **1.10.2 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jawa Tengah berumur 18-25 tahun. Masyarakat yang menjadi objek penelitian ini termasuk dalam kategori yang pernah membaca berita tentang vaksin, pernah menerima informasi WoM tentang vaksin dari lingkungan sekitar, dan termasuk dalam kategori sehat atau berhak menerima vaksin Covid-19. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti karena tidak ada daftar populasi yang menyebutkan data kategori tersebut.

### **1.10.3 Sampel**

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu penghimpunan sampel yang tidak memberikan kesamaan peluang bagi tiap-tiap anggota populasi guna dijadikan sampel (Sugiyono, 2013:84). Teknik sampel memakai metode *purposive sampling*, yakni mekanisme menentukan sampel memakai ciri ataupun konsiderasi yang telah ditentukan (Sugiyono, 2013: 85). Sampel pada penelitian ini berjumlah 125 responden.

### **1.10.4 Sumber Data**

Data penelitian bersumber pada data primer atau data yang didapatkan langsung melalui sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. (Sugiyono, 2013:85)

### **1.10.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data**

Alat pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner ialah pengumpulan data melalui pemberian sejumlah pertanyaan bagi responden guna ditanggapi (Sugiyono, 2013:142). Responden yang mengisi kuisisioner adalah responden yang memenuhi syarat dan termasuk dalam kategori berhak menerima vaksin Covid-19.

#### **1.10.6 Pengelolaan Data**

a. Editing

Proses mengecek ataupun mengoreksi data ulang yang sudah dihimpun untuk menghindari peluang adanya data tidak lengkap, ataupun tak relevan.

b. Koding

Mengelompokkan atau mengklasifikasi jawaban responden dengan tanda atau kode tertentu misal menggunakan angka.

c. Tabulasi

Kegiatan memasukkan data berbentuk tabel ataupun grafik supaya mudah dipahami.

#### **1.10.7 Teknik Analisis Data**

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi kendall tau-B. Korelasi Kendall Tau-b yaitu teknik guna menguji hubungan antar dua variabel atau lebih. Data yang dapat dianalisis dengan Teknik korelasi ini adalah data yang memiliki skala data ordinal.

#### **1.10.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya instrument yang digunakan. Instrumen penelitian dianggap sah atau valid jika memenuhi syarat,  $r =$  nilai hitung dan skor korelasi diatas  $> 0,60$ . Namun jika sebaliknya dibawah  $< 0,60$  maka instrumen penelitian tersebut dinyatakan tidak valid. (Sugiyono, 2013:134).

Realibilitas (uji keandalan) adalah mengukur kestabilan dan tingkat konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Jika terdapat kesamaan data dalam jangka waktu yang berbeda, hasil penelitian akan dikatakan reliabel. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrument saat dipergunakan berulang kali untuk pengukuran dalam sebuah objek yang sama, di

waktu yang berbeda, namun data yang dihasilkan akan tetap sama. Uji reliabilitas bisa dilaksanakan secara bersama-sama terhadap tiap-tiap butir pertanyaan atau kuesioner. Jika nilai Alpha  $>0,60$  maka hasil penelitiannya dapat dikatakan reliabel (Sujarweni, 2014:192).