

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Telaah Pustaka**

##### **1. Masyarakat**

Masyarakat merupakan kelompok manusia yang hidup berdampingan. Definisi tersebut tidak dapat dijadikan landasan teori sebagaimana para ilmuwan di bidang sosial menjelaskan tidak ada definisi khusus tentang “masyarakat” karena sifat manusia yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Pada akhirnya, para ilmuwan tersebut memberikan definisi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Berikut ini beberapa definisi masyarakat menurut pakar sosiologi (Setiadi, Elly M. & Kolip, 2013):

- a. Selo Soemardjan mengartikan masyarakat sebagai sekelompok orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan yang kemudian menjadi kepercayaan dari sekelompok masyarakat tersebut.
- b. Max Weber mengartikan masyarakat sebagai struktur atau aksi yang pada pokoknya ditentukan oleh harapan dan nilai-nilai yang dominan pada warganya

Kehidupan masyarakat merupakan sebuah sistem sosial dimana manusia akan melakukan interaksi, berhubungan satu dengan lain, membangun pemahaman dan pengetahuan hingga membuat suatu

kebudayaan. Adapun ciri-ciri kehidupan masyarakat adalah:

- a. Manusia yang hidup berkelompok minimal dua orang yang dan melakukan interaksi sesama.
- b. Bergaul dan berkomunikasi dalam waktu yang cukup lama
- c. Menyadari kehidupan mereka merupakan satu kesatuan
- d. Merupakan sistem bersama yang menimbulkan kebudayaan sebagai akibat dari perasaan saling terkait antara satu dengan lainnya.

## 2. Kepercayaan

Kepercayaan atau bisa di sebut *trust* merupakan suatu pondasi dari suatu hubungan, yaitu suatu hubungan antara dua pihak atau lebih yang akan terjadi apabila masing-masing saling percaya. Kepercayaan tidak dapat begitu saja diterima perlu adanya tindakan, pembuktiaan dan *effort* untuk mendapatkan kepercayaan orang. Menurut Mowen dan Minor dalam penelitian (Stolow et al., 2020) mendefinisikan, “kepercayaan adalah sebuah pengetahuan yang didapatkan dari sikap, perbuatan, komunikasi yang tercermin dari masyarakat tentang suatu objek. Objek yang dimaksudkan berupa produk (informasi, berita, barang), orang, instansi perusahaan. Kepercayaan masyarakat terbentuk oleh masyarakat itu sendiri melalui komunikasi, serta informasi yang ia miliki. Pengetahuan terkait citra, reputasi dan kualitas pelayanan memiliki kekuatan untuk membentuk

kepercayaan pada masyarakat di dalam lingkungan (Wakhid, 2017). Dalam (Dainori, 2018) *Encyclopedia of Philosophy* pengetahuan didefinisikan sebagai kepercayaan yang benar (*Knowledge is justified true belief*). Dimensi Kepercayaan terdiri dari 3 hal yaitu :

- a. *Reliability* Hal ini berkaitan dengan tingkat keandalan dalam menyediakan layanan produk
- b. *Credibility* Hal ini berkaitan dengan tingkat keahlian yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan secara efektif dan handal
- c. *Benevolence* yang dimaksud adalah kemurahan hati dan niat baik dari individu

Kepercayaan kesehatan muncul karena adanya problem-problem kesehatan ditandai oleh adanya ketidakpercayaan/ kegagalan orang untuk menerima upaya pencegahan dan penyembuhan terhadap wabah yang terjadi. Kegagalan ini akhirnya memunculkan teori yang menjelaskan mengenai perilaku pencegahan penyakit (*preventive health behavior*) menjadi model kepercayaan kesehatan (*health belief model*). Kepercayaan kesehatan dipengaruhi oleh usia, jenis kelamin, faktor sosial ekonomi, psikologis, pengaruh teman, dorongan keluarga, kerentanan yang dirasakan, manfaat, hambatan dan edukasi (seokidjo Notoatmodjo, 2012).

Kepercayaan masyarakat pada suatu program pencegahan

penyakit terutama vaksin, hal ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak tindakan tersebut tergantung dari apa yang ia lihat dan ia percayai. Adapun faktor-faktor yang membentuk kepercayaan (Dan & Meitry, 2019), yaitu:

a. Kemampuan

Kapasitas manusia dalam melakukan kegiatan secara fisik atau non fisik, ataupun verbal dan non verbal dalam suatu pekerjaan. Kapasitas kemampuan ini akan menjadi nilai dasar bagi individu lain dalam menilai dan mempercayai kemampuan yang dimiliki.

b. Integritas

Integritas terlihat dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan seseorang dengan nilai-nilai terhadap diri seseorang. Kejujuran saja tidak cukup untuk menjelaskan tentang integritas, namun integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima tekanan yang ada di dalam lingkungan

c. Kebaikan hati

Kebaikan hati kuat kaitannya dengan *intens* (niat) individu terhadap individu lainnya. Hal ini melibatkan intrapersonal seseorang saat melakukan interaksi antar individu sehingga akan timbul *trust vs mistrust* pada individu tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi kepercayaan, tetapi pengetahuan

adalah salah satu yang terkuat. Dapat diartikan bahwa apabila level pengetahuan konsumen meningkat maka secara positif signifikan level kepercayaan konsumen keseluruhan juga meningkat. Pada jangka panjang biasanya ikatan seperti ini memungkinkan produsen untuk memahami apa saja kebutuhan konsumen. Dengan demikian produsen dapat meningkatkan pengetahuan konsumen dimana produsen mengoptimalkan kepercayaan konsumen berdasarkan pengetahuan konsumen tentang profil, produk dan layanan dari produsen.

### **3. Vaksin Covid-19**

Vaksin adalah sebuah produk biologi yang di buat para ahli diseluruh dunia sebagai bentuk upaya pencegahan terhadap virus. Vaksin covid-19 yang dibuat oleh para ahli berisi antigen berupa mikroorganisme atau bagiannya atau zat yang dihasilkannya yang telah diolah sedemikian rupa sehingga aman, yang apabila diberikan kepada tubuh manusia akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu (Indonesian Health Ministry, 2018). Vaksinasi Covid-19 adalah bagian penting dari upaya pemberian Vaksin yang khusus diberikan dalam rangka menimbulkan atau meningkatkan kekebalan seseorang secara aktif terhadap suatu

penyakit sebagai upaya penanganan pandemi Covid-19 yang menyeluruh dan terpadu meliputi aspek pencegahan dengan penerapan protokol kesehatan menjaga jarak, mencuci tangan pakai sabun dan memakai masker (3M), vaksinasi Covid-19, dan 3T (Tes, Telusur, Tindak lanjut) (Komite Penanggulangan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional, 2021). Tujuan vaksinasi adalah memberi perlindungan tubuh agar tidak jatuh sakit akibat Covid-19 dengan cara menimbulkan atau menstimulasi kekebalan spesifik dalam tubuh dengan pemberian vaksin.

a. Tahapan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19

Dilaksanakan dalam 4 tahapan dengan mempertimbangkan ketersediaan, waktu kedatangan dan tahapan pelaksanaan vaksinasi Covid-19 dilaksanakan sebagai berikut (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021):

1) Tahap 1 dengan waktu pelaksanaan Januari-April 2021

Sasaran vaksinasi Covid-19 tahap 1 ialah dilakukan terhadap tenaga kesehatan, asisten tenaga kesehatan, tenaga penunjang serta mahasiswa yang sedang menjalani pendidikan profesi kedokteran yang bekerja pada Fasilitas Pelayanan Kesehatan.

2) Tahap 2 dengan waktu pelaksanaan Januari-April 2021

Sasaran vaksinasi COVID-19 tahap 2 adalah: seluruh petugas aparat hukum dan pelayanan negara, meliputi ASN, petugas kepolisian, petugas pelayanan bandara, pelabuhan stasiun, perbangkan, dan petugas perusahaan serta petugas lainnya yang memberikan pelayanan langsung kepada masyarakat.

3) Tahap 3 dengan waktu pelaksanaan April 2021-Maret 2022

Sasaran vaksinasi Covid-19 tahap 3 adalah masyarakat rentan dari aspek geospasial, sosial, dan ekonomi.

4) Tahap 4 dengan waktu pelaksanaan April 2021-Maret 2022

Sasaran vaksinasi pada tahap 4 yaitu masyarakat umum dan pelaku roda perekonomian, yang dilakukan dengan cara kloter vaksinasi yang sudah dijadwalkan pada tiap-tiap kecamatan agar tidak terjadi kerumunan massal.

Pelaksanaan vaksinasi dilakukan melalui beberapa tahapan dan penetapan kelompok prioritas penerima. Proses vaksinasi ini dilakukan dengan memperhatikan Roadmap *WHO Strategic Advisory Group of Experts on Immunization (SAGE)* serta kajian dari Komite Penasihat Ahli Imunisasi Nasional (*Indonesian Technical Advisory Group*).

b. Tempat Pelayanan Vaksinasi Covid-19

Pelayanan vaksinasi covid-19 dilaksanakan di pos pelayanan kesehatan, seperti:

- 1) Puskesmas
- 2) Klinik
- 3) Rumah sakit
- 4) Unit Pelayanan Kesehatan di Kantor Pelabuhan (KKP).

c. Efek Samping Pasca Vaksinasi Covid-19

Efek samping setelah vaksinasi sering terjadi, hal ini diakibatkan proses kerja vaksin dalam tubuh. Adapaun efek yang ditimbulkan, antara lain: demam, nyeri sendi, sakit kepala, nyeri otot, atau ruam-ruam pada pada tempat suntikan.

#### 4. Informasi

Informasi memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah organisasi kesehatan. Sebuah keputusan yang baik pasti didukung oleh informasi yang jelas dan valid. Informasi merupakan sebuah data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa informasi merupakan data yang telah diproses sehingga memiliki sebuah manfaat bagi suatu organisasi (Fendi Hidayat, 2019).

Menurut Davis (1999) dalam Fendi Hidayat (2019) sebuah informasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Benar atau Salah

Informasi merupakan suatu yang didapatkan dari sebuah kenyataan/ kejadian. Informasi dapat berupa suatu yang fakta atau rekayasa karena kurangnya bukti nyata yang kongkrit. Misalnya saja penerima informasi awalnya menerima informasi yang salah kemudian mempercayainya, dan setelah itu mendapatkan informasi lain dari sumber lain yang benar, hal ini disebut dengan efek dari informasi yang benar karena informasi yang didapatkan dicari kebenarannya.

b. Baru

Informasi yang didapat benar-benar baru bagi

seseorang

c. Tambahan

Informasi dapat memperbaharui atau memberikan perubahan informasi yang telah ada sebelumnya

d. Korektif

Informasi dapat digunakan untuk melakukan koreksi terhadap informasi sebelumnya yang salah ataupun kurang

e. Penegas

Informasi memberikan berita faktual dan aktual yang telah ada sehingga keyakinan terhadap informasi yang diberitakan meningkat.

Menurut Sutabri dalam bukunya yang mengatakan bahwa kualitas informasi ditentukan oleh tiga hal sebagai berikut:

- a. Akurasi (*accuracy*) sebuah informasi yang dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan tidak saja membutuhkan keakuratan/ keshahihan, narasumber, tetapi juga data dan fakta yang didapat dilapangan. Hal ini dimaksudkan menjaga kebenaran informasi yang disampaikan, tanpa menyampingkan informan yang menyampaikan informasi tersebut. Informasi yang akurat terbebas dari kesalahan-kesalahan yang dapat menyesatkan. Ketidakakuratan informasi dapat terjadi karena sumber informasi yang didapatkan mengalami kesenjangan atau

kontroversi sehingga dapat mengubah informasi data yang diterima. Beberapa hal yang dapat berpengaruh terhadap keakuratan sebuah informasi antara lain adalah:

- 1) Informasi yang akurat harus memiliki sumber dan informan yang terpercaya, valid, benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam sebuah informasi yang dihasilkan, tentunya akan mempengaruhi pengambilan keputusan untuk di informasikan ke media massa. Pengambilan keputusan ini menentukan tindakan keseluruhan dari sebuah informasi yang akan dipublikasikan.
  - 2) Informasi yang diterima dari lapangan harus dioleh dan diproses melalui perhitungan-perhitungan yang benar sehingga informasi tersebut benar dan betul adanya.
  - 3) Informasi harus aman dari segala gangguan (*noise*) tidak ada pengaruh dari manapun baik itu informan, lembaga ataupun lainnya sehingga informasi tersebut tidak dapat mengubah atau merusak akurasi informasi tersebut dengan tujuan utama.
- b. Tepat Waktu (*Timeliness*) informasi yang akan dipublikasi tentu harus melalui proses pengolahan data agar informasi tersebut benar adanya. Setelah di olah, hasil informasi

tersebut tidak boleh terlambat atau *expired* untuk dipublikasikan. Informasi yang terlambat tidak akan mempunyai *value* yang baik bagi pendengar, karena informasi merupakan pengaruh besar masyarakat untuk mengetahui segala bentuk informasi baik dari informasi mengenai bencana yang terjadi di dunia contohnya pada saat ini dunia lagi dilanda covid-19, berbagai para ahli bersatu padu untuk menanggulangi kasus tersebut dengan penemuan vaksin. Apabila informasi penemuan vaksin tersebut terlambat di informasikan, akibatnya masyarakat tidak mengetahui, atau bisa juga adanya berita yang simpang siur sehingga masyarakat tidak percaya pada vaksin yang ditemukan. Apabila informasi yang diberikan *up to date* dan masih hangat, tentu akan berpengaruh besar terhadap kepercayaan masyarakat pada vaksin.

- c. Relevansi (*Relevancy*) informasi dapat dikatakan berkualitas jika berita tersebut relevan atau sesuai dengan sumber dan fakta yang terjadi sehingga informasi yang diberikan akan bermanfaat bagi pendengar dan dapat dipercaya.

## 5. Media Sosial

Media sosial merupakan gabungan suku kata yang berawal dari kata “Media” dan “sosial”. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya yaitu berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong, menderma) (Sampurno et al., 2020). Dari Sisi bahasa tersebut, media sosial dimaknai sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi informasi.

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Masril & Lubis, 2020) .

Dari pengertian pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu media yang memungkinkan penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak ruang dan waktu.

### a. Jenis Media Sosial

Media massa dibagi menjadi 3 jenis, yaitu:

- 1) *Social networking* atau jejaring sosial merupakan social media yang memfasilitasi pengguna untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya, dengan saling

menambahkan teman, memberikan komentar bertanya maupun berdiskusi seperti *facebook*, *instagram*, dan *twitter*

- 2) *Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi istilah web, baik tautan, web lain, informasi, dan sebagainya. Fungsi *blog* yang sangat beragam, mulai dari sebuah catatan harian, media publikasi dalam sebuah kampanye politik, sampai dengan program-program media dan perusahaan-perusahaan.
- 3) Situs berbagi media (media *sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya contohnya pada media sosial *facebook*, *whatsapp*, *youtube*, *twitter*, *instagram*

#### b. Fungsi Media

Fungsi utama media massa adalah untuk menyediakan informasi bagi person-person yang secara aktual berada dalam berbagai institusi sosial. Pilihan seseorang akan informasi ditentukan oleh posisinya dalam struktur sosial (Rohmah, 2020).

Secara umum, media massa memiliki fungsi dan manfaat yang berbeda-beda pada setiap informasinya. Fungsi dari media massa disebutka ada 4: pertama sebagai edukasi, kedua informasi, ketiga hiburan dan keempat sebagai pengaruh. Berikut ini penjelasan masing-masing fungsi tersebut:

- 1) Fungsi edukasi. Media massa dapat berfungsi sebagai media pendidikan/ edukasi bagi masyarakat karena adanya informasi baru yang diberitakan, pastinya akan menambah wawasan kita. Oleh karena itu, media dapat menjadi penyalur informasi yang mengandung pendidikan. Misalnya saja kita mendengarkan berita setiap hari, wawasan kita akan jauh lebih luas walaupun kita tidak berada dilokasi tersebut tapi kita dapat mengetahui informasi tersebut. Secara tidak langsung, kita sebagai masyarakat bisa belajar dari masalah atau peristiwa yang diberitakan dan juga dapat melatih kemampuan kognitif sehingga kita dapat berfikir kritis.
- 2) Fungsi informasi, yaitu media massa berperan sebagai pemberi atau penyebar berita kepada masyarakat, media elektronik misalnya memberikan informasi lewat

acara berita, atau informasi lain yang dikemas lewat acara ringan, sehingga media massa berperan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan.

- 3) Fungsi hiburan, yaitu media massa berperan menyajikan hiburan kepada komunikatornya atau dalam hal ini masyarakat luas. Masyarakat bisa menemukan banyak hiburan dari media massa baik televisi, instagram, atau youtube. Media massa menyediakan beragam program dan konten acara yang menghibur, mulai dari adanya komedi, film, podcast, *talkshow*.
- 4) Fungsi pengaruh, yaitu bahwa media massa dapat memberikan pengaruh besar terhadap persepsi dan kepercayaan masyarakat melalui siaran-siaran dan berita yang disajikan. Luasnya jangkauan media membuat media massa ini menjadi salah satu faktor terbesar dalam persepsi masyarakat. Contohnya saja banyaknya berita vaksin yang mengakibatkan penerima meninggal dunia. Hal ini tentunya mempengaruhi pola pikir masyarakat yang beranggapan bahwa vaksin tersebut tidak aman.

Dari beberapa penjelasan tentang fungsi media massa di

atas jelas sekali bahwa fungsi media untuk khayalak bukan hanya untuk menghibur tetapi adapun unsur mendidik dan memberikan informasi kepada publik, selain itu media juga memegang fungsi kontrol sosial dimana media adalah pengawas perilaku publik dan penguasa.

## **B. Tinjauan Sudut Pandang Islami**

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang artinya manusia sebagai warga yang bermasyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari manusia akan berinteraksi, berkomunikasi dan bersosialisasi sesama manusia baik secara *offline* maupun *online* menggunakan media sosial. Dalam melakukan interaksi, manusia harus tau hal-hal yang diketahui dengan jelas. Karena manusia tidak dapat menjangkau seluruh informasi yang terjadi diberbagai daerah, maka manusia membutuhkan media massa sebagai alat yang dapat menghubungkan informasi yang terjadi diluar sana. Media massa sendiri dapat bersifat mutualisme dan parasitisme, artinya berita yang disampaikan dapat dipercaya dan bermanfaat atau justru bersifat *hoax* (bohong). Dalam firman Allah SWT yang memerintahkan pentingnya mengklarifikasi ketika memperoleh informasi. Qs.Al-Hujurat ayat 6:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا  
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ۝

Terjemah: *Wahai orang-orang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, periksalah dengan baik, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu. (Qs.Al-Hujurat: 6).*

Surah diatas mengajak kita sesama manusia untuk berbuat baik dalam kehidupan riil maupun media sosial, karena setiap muslim memiliki kewajiban menjalankan, kebajikan, persaudaraan, saling wasiat akan kebenaran serta mengajak pada kebaikan.

### C. Kerangka Teori

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah kerangka teori *health belief model* yang menjelaskan mengenai perilaku pencegahan penyakit yang berdasarkan kepada kepercayaan kesehatan orang tersebut (Seokidjo Notoatmodjo, 2012). Terdapat 4 variabel kunci yang dapat membentuk kepercayaan kesehatan yaitu:

#### 1. Kerentanan yang dirasakan (*perceived susceptibility*)

Tindakan pencegahan terhadap suatu penyakit akan timbul apabila seseorang telah merasakan bahwa ia maupun

keluarganya rentan terhadap suatu penyakit tertentu, dengan ini maka seseorang bertindak untuk mengobati apabila ia merasa rentan.

2. Keseriusan yang dirasakan (*Perceived seriousness*)

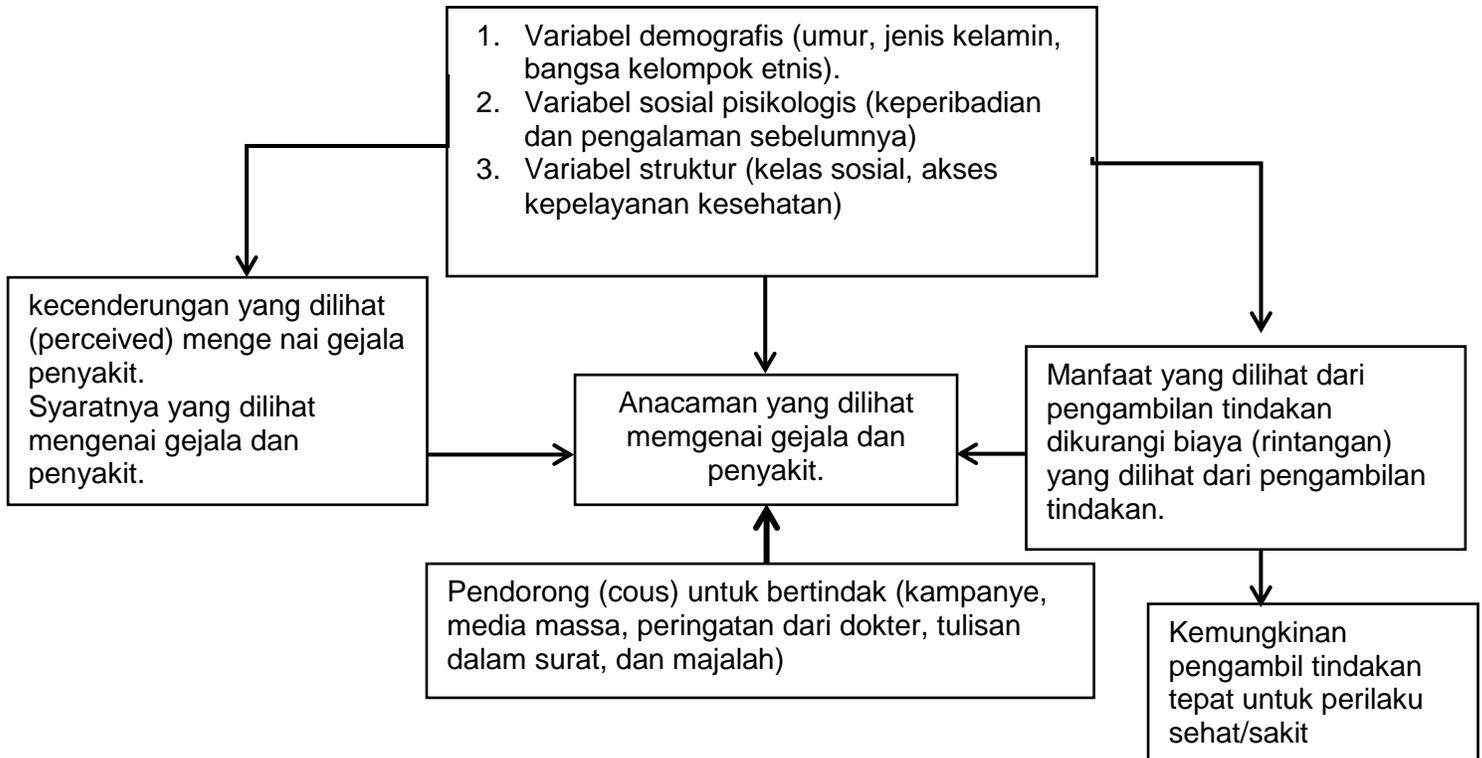
Tindakan seseorang untuk mencari pengobatan dan pencegahan penyakit akan didorong persepsi keseriusan penyakit yang ia derita.

3. Manfaat dan rintangan (*perceived benefits and barriers*)

Manfaat yang diberikan dan dirasakan akan memberikan pengaruh dalam melakukan tindakan meskipun terhalang adanya rintangan dalam mencapai keinginan untuk mendapatkan pengobatan dan pencegahan.

4. Isyarat atau tanda-tanda (*cues*)

Untuk mendapatkan penerimaan terhadap kerentanan, kegawatan dan keuntungan yang dirasakan, maka diperlukannya isyarat dari faktor eksternal misalnya pesan dari media massa, nasihat, anjuran teman dan dorongan dari keluarga.

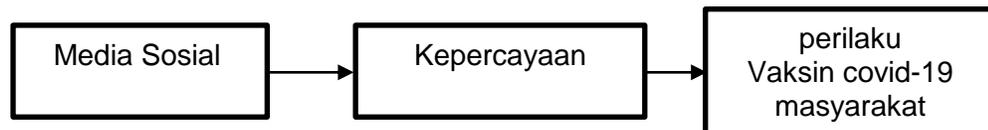


Tabel 1.2 Kerangka Teori HBM (Notoatmojo, 2012)

#### D. Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep dalam penelitian ini dibuat berdasarkan kerangka teori yang telah dibuat sebelumnya. Dalam kerangka teori yang dibuat berdasarkan teori HBM di jelaskan variabel dependen dalam penelitian ini adalah gambaran kepercayaan masyarakat dan variabel independen ini adalah faktor faktor kepercayaan masyarakat terhadap vaksin Covid-19 melalui media sosial.

Gambaran Masyarakat berhubungan dengan perilaku Atau tindakan tiap individu. Variabel yang diteliti dan penelitian ini yaitu pemberitaan vaksin Covid-19 di media sosial dan akan dihubungkan dengan perilaku dari masyarakat yang menjadi informan dalam penelitian ini.



**Tabel 2.2 kerangka konsep penelitian dimodifikasi dari teori HBM dalam (notoatmodjo, 2012)**