

PENGARUH ELABORASI PESAN INFODEMIK VAKSIN COVID-19 TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN VAKSINASI GENERASI Z

Windhiadi Yoga Sembada¹, Adam Abimanyu², Utih Amartiw³

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Abstract

One way to overcome the Covid-19 outbreak is to carry out vaccinations. However, the infodemic wave around vaccines, it is information which mixed into one between hoax and accurate vaccine information circulating in large quantities on social media, has caused the Covid-19 vaccination program to face obstacles. Based on the facts found, some people from the generation Z group have not decided to vaccinate. The reason is because they are not sure about the effectiveness of the vaccine and there is still a lot of unclear vaccine information circulating on social media. This has an impact on the way Generation Z elaborates the Covid-19 vaccine information message. Message elaboration is the process of receiving and evaluating information carefully and critically. Therefore, this study aims to determine how much the elaboration of the Covid-19 vaccine infodemic message can influence generation Z's vaccination decision making. This study uses the elaboration likelihood model theory to determine the information reception route used by generation Z when elaborating the Covid-19 vaccine infodemic message. The method used in this research is explanatory quantitative with a positivistic paradigm and purposive sampling data collection techniques. The results obtained in this study stated that the elaboration of the Covid-19 vaccine infodemic message had a significant influence on generation Z vaccination decision making with a value of 54.4%. Generation Z's vaccination decision making is determined by the high intensity of elaboration of the Covid-19 vaccine infodemic message on social media.

Keywords

Message Elaboration, Infodemic, Covid-19 Vaccine, Decision Making, Generation Z

Correspondence Contact

yoga.sembada@upnvj.ac.id

PENDAHULUAN

Dampak yang dirasakan selama pandemi Covid-19 adalah adanya ketidakpastian di masyarakat. Ketidakpastian yang terjadi antara lain perasaan sedih ketika tidak tahu pasti berakhirnya wabah Covid-19, menyebabkan banyak kalangan masyarakat terutama masyarakat menengah ke bawah khawatir dengan nasibnya (Insani 2021). Salah satu penyebab dari kekhawatiran yang terjadi di masyarakat luas yaitu adanya infodemic Covid-19. Infodemic ialah informasi tanpa filter tentang suatu isu atau masalah yang beredar dalam jumlah besar menurut Gunther Eysenbach (Nisrina Laila Nabila 2021).

Penyebutan infodemic menjadi terkenal ketika wabah Covid-19 terjadi di hampir seluruh penjuru dunia. Menurut kamus daring Merriam-Webster dalam (Teluma 2020), kata infodemic ialah perpaduan dua kata benda bahasa Inggris, yaitu *information* (informasi) serta *epidemic* (epidemi) yang merujuk pada cepat serta luasnya publikasi informasi baik yang akurat ataupun tidak akurat mengenai sebuah penyakit. Secara luas, infodemic bisa dimengerti sebagai misinformasi ataupun berita palsu mengenai epidemi yang menyebar secara cepat serta mudah di dunia maya sebab masifnya pemakaian beragam aplikasi media sosial.

Pada penelitian Bonnevie dkk (2021) menyatakan bahwa infodemik Covid-19 adalah penyebaran informasi tentang Covid-19 yang menyebabkan kebingungan dan ketidakjelasan tentang perbedaan antara fakta dan fiksi. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara tegas menjabarkan terkait pandemi Covid-19 ialah keadaan darurat kesehatan yang terjadi secara global karena penyebarannya yang meluas dan cepat pada Januari 2020. WHO telah memperingatkan tentang adanya infodemik, yaitu gelombang berita palsu, informasi yang salah pada saat pandemi Covid-19 yang terpublikasi di beragam media sosial (Demuyakor 2021).

Infodemik berpotensi menimbulkan kerancuan informasi (*misinformation*), yang berdampak pada kesalahpahaman persepsi serta tindakan (*misleading perception*). Potensi kebingungan ini terjadi karena adanya beberapa kondisi. Awal mula, adanya pergeseran kontrol informasi di era sekarang ini dimana terjadi pergeseran pada media tradisional menuju media sosial atau internet. Sebelum adanya internet, informasi kesehatan biasanya lebih disukai untuk dipublikasikan di koran, radio, serta televisi. Sebelum diterbitkan, pada informasi kesehatan menghadapi berbagai tahap seperti proses editing dan pengecekan yang selektif serta tahap screening dan *quality control*. Sehingga berita yang dikeluarkan bisa dipertanggungjawabkan serta mempunyai *value* akurasi yang tepat. Di zaman sekarang ini, keberadaan media sosial maupun internet telah menggantikan peran media lama atau tradisional, yang memungkinkan siapa saja dengan koneksi internet untuk menyebarkan atau mengirim berita apa saja dan kepada siapa pun (Agus Widiantara 2020).

Situasi seperti ini mendatangkan dampak di beragam kalangan masyarakat terlebih lagi menimbulkan reaksi yang negatif pada saat pandemi Covid-19 (Putri et al. 2021). Contoh dampak dari tercampurnya informasi, dapat dilihat pada fenomena *panic buying* di masyarakat yaitu pada saat mereka membeli kebutuhan pokok, membeli masker serta lain sebagainya yang bersifat berlebihan. Begitu juga dengan adanya masyarakat yang memiliki sikap antipati terhadap yang terkena Covid-19, terlebih lagi ada kasus pada awal pandemi Covid-19 terdapat peristiwa penolakan jenazah pasien positif Covid-19. Media yang digunakan dalam penyebaran infodemik ini meliputi informasi dan percakapan yang terjadi di media sosial.

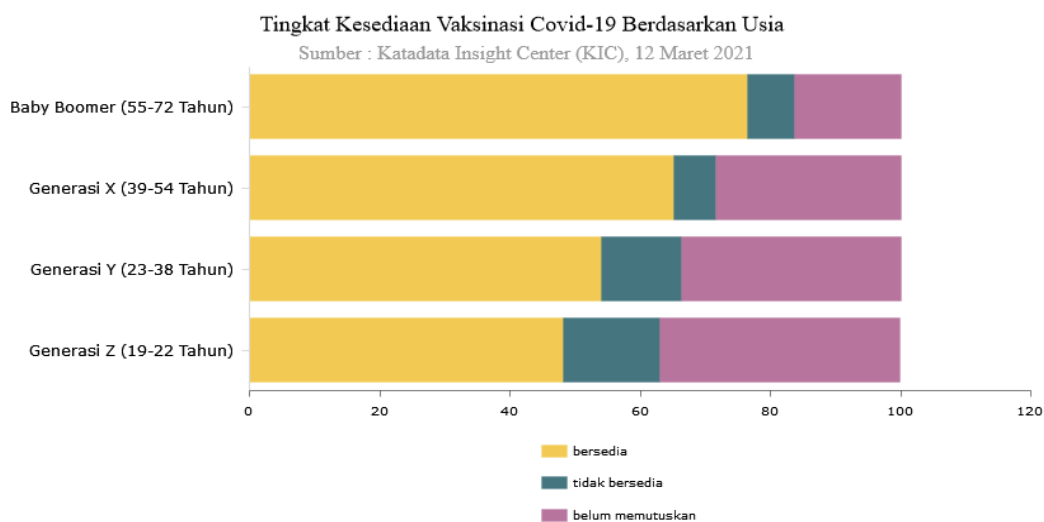
Ketika masyarakat khawatir dengan keadaan pandemi Covid-19 yang tidak pasti kapan berkesudahannya ditambah dengan adanya infodemik Covid-19, ternyata ada juga oknum atau pihak yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan berbagai informasi palsu atau berita hoax untuk disebarluaskan kepada masyarakat luas. Hal ini yang membuat masyarakat merasa sangat percaya terhadap informasi yang beredar walaupun ternyata informasi tersebut palsu. Terlalu banyak informasi yang beredar tanpa diketahui benar atau salahnya dan terdapat oknum yang membuat informasi itu dirancang sedemikian rupa supaya seakan-akan nampak asli. Perkara yang seperti ini pasti menimbulkan kerancuan di masyarakat, sehingga banyak masyarakat tidak dapat membedakan antara informasi yang tepat, akurat dan resmi.

Saat ini sesuatu hal yang dapat dilaksanakan guna menanggulangi wabah Covid-19 ialah dengan cara melaksanakan vaksinasi Covid-19 pada setiap masyarakat. Tetapi, terdapat hambatan yang membuat program vaksinasi tidak berjalan dengan baik. Salah satu penyebab ialah adanya gelombang infodemik vaksin Covid-19, yaitu beredarnya hoaks terkait vaksinasi, ketakutan masyarakat dengan dampak vaksin dari informasi yang beredar dan penolakan dari masyarakat. Berdasarkan fakta yang ditemukan sering didapati masyarakat yang keberatan untuk berpartisipasi pada program vaksinasi. Hal tersebut terjadi karena masyarakat merasakan kecemasan dan ketidakpercayaan atas efektivitas vaksin serta banyaknya jenis vaksin yang memiliki efek berbeda-beda (Kholidiyah, Sutomo, and N 2021).

Ketika masyarakat menerima informasi seputar vaksin Covid-19 yang menarik perhatian, sehingga membuat mereka terpengaruh untuk mengikuti kelanjutan informasi tersebut di beragam media terutama media sosial yang menjadi sumber informasi tercepat. Pada kegiatan mengonsumsi beragam informasi vaksin Covid-19 ini, sistem kognitif masyarakat terbentuk suatu skema pengetahuan atau kognitif terkait agenda vaksinasi Covid-19. Skema kognitif ialah serangkaian sifat yang terstruktur serta dipakai oleh individu guna mengetahui serta mendiskriminasi pada objek ataupun kejadian tertentu (Sarwono 2002).

Penafsiran menyeluruh terkait sejumlah informasi vaksin Covid-19 yang sudah mereka proses, merujuk pada bagaimana masyarakat mengorganisasikan serta menginterpretasikan informasi yang mereka dapat. Selanjutnya hal itu akan menghasilkan sikap atau tanggapan (afeksi) sesuai yang mereka rasakan. Dalam hal ini disebut penerimaan informasi sampai hasil berupa sikap atau tanggapan pada suatu informasi disebut dengan elaborasi pesan yang berarti sejauh mana masyarakat berpikir secara cermat terhadap suatu peristiwa khususnya peristiwa infodemik vaksin Covid-19, mengemnegkvaluasi informasi tersebut dengan kritis serta bertumpu pada saat mencerna suatu pesan (Anandra, Uljanatunnisa, and Cahyani 2020)

Sejak Januari 2021, program awal vaksinasi oleh pemerintah ditargetkan hingga Maret 2022, dalam upaya mencukupi target 34 provinsi serta mencapai jumlah populasi 181,5 juta orang. Masyarakat dalam hal ini ternyata memiliki tanggapan dan pandangan yang berlainan terhadap seruan pemerintah untuk melaksanakan vaksinasi. Tujuan pemerintah dalam mengadakan program vaksinasi pada dasarnya untuk menangkal perluasan penyebaran Covid-19. Tetapi, respon masyarakat tentang program vaksinasi Covid-19 menjadi hal yang penuh polemik. Adapun dikarenakan oleh banyak informasi yang belum diketahui kebenarannya serta kurangnya sikap siaga pemerintah untuk mengedukasikan terkait program vaksin yang menyebabkan adanya penolakan masyarakat untuk melaksanakan vaksin Covid-19.



Gambar 1. Data Statistika Kesiediaan Vaksinasi Berdasarkan Generasi di Indonesia

Sumber : (Jarot Bayu 2021)

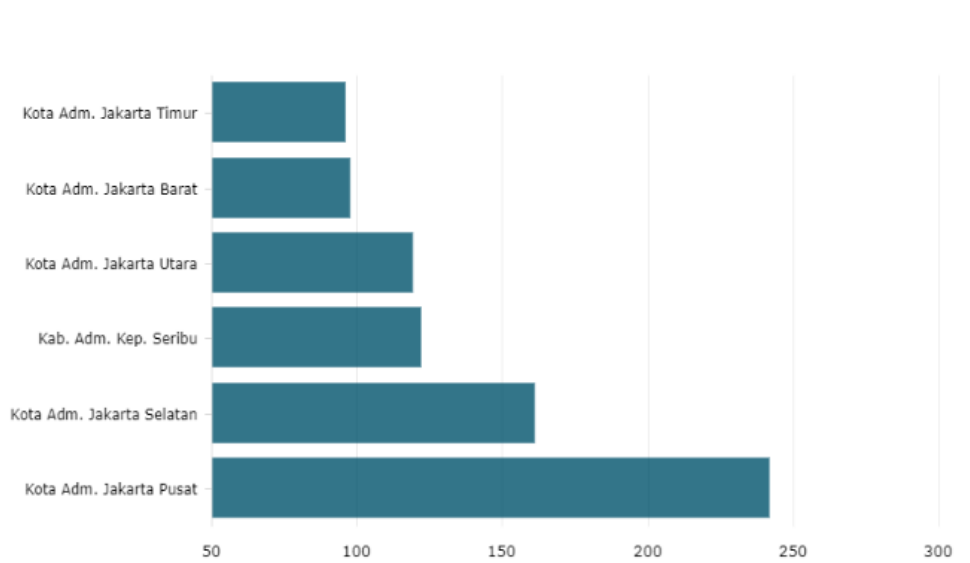
Diketahui pada data statistik di atas, Generasi Z berada di urutan pertama yang memiliki persentase tertinggi 36,9% belum memutuskan untuk melakukan vaksinasi dan masih ada

sebagian masyarakat lainnya yang belum mengambil keputusan untuk melakukan vaksinasi. Walaupun hasil riset menunjukkan hasil yang tidak sesuai harapan, pemerintah tetap melakukan program vaksinasi Covid-19. Masyarakat diharapkan dapat terlibat dan mendukung program vaksinasi ini untuk mencapai *herd immunity*.

Menurut laporan dari CNN Indonesia yang berjudul “Survei CSIS : Mayoritas Generasi Z DKI Jakarta Ragu Kemanjuran Vaksin” yang menjelaskan hasil survei dari *Center for Strategic and International Studies* (CSIS) menerangkan bahwa mayoritas Generasi Z berusia 17 – 22 tahun di DKI Jakarta tidak percaya dengan kemanjuran vaksin virus corona (Covid-19), Peneliti CSIS Edbert Gani, dalam konferensi pers “Survey Perilaku Masyarakat di Masa Pandemi” pada Kamis 18 Februari 2021 menjelaskan alasan pertama Generasi Z ragu melakukan vaksinasi karena tidak yakin dengan kualitas vaksin dan alasan kedua vaksin Covid-19 belum teruji secara klinis (CNN Indonesia 2021).

Generasi Z sering dikatakan sebagai *igeneration* ataupun generasi internet yang mengalami perkembangan serta pertumbuhan bersamaan dengan adanya digitalisasi dalam beragam aspek, mereka ahli untuk mengoperasikan beragam media teknologi (*digital natives*). Generasi Z memiliki dorongan dari dalam diri mereka sendiri dan sesama Generasi Z untuk menjalani kehidupan di dunia digital dengan caranya sendiri. Termasuk penyebaran informasi tentang Covid-19 menggunakan media sosial yang telah mereka bangun ruang lingkungannya sendiri (Christiani and Ikasari 2020).

Data alasan keraguan generasi Z terhadap keputusan vaksinasi Covid-19 yang telah dijelaskan, ternyata juga ada hubungannya dengan penggunaan media sosial yang berintensitas tinggi. Penggunaan media sosial dengan intensitas yang tinggi meningkatkan peluang penerimaan penyebaran hoaks vaksin Covid-19 dan dari berbagai informasi seputar vaksin Covid-19 yang termasuk informasi infodemik. Survei yang dilaksanakan oleh *Center for Digital Society* (CFDS) Universitas Gadjah Mada mengemukakan fakta, bahwa masyarakat menerima informasi dari media sosial dapat menentukan persepsi mereka pada vaksin Covid-19. Adanya pro dan kontra masyarakat pada vaksin Covid-19 yang terjadi di media sosial, menentukan penerimaan dan penolakan vaksin Covid-19 (Milian et al. 2022).



Gambar 2. Data statistik pencapaian vaksinasi Kota-kota di DKI Jakarta per 8 Oktober 2021 oleh Katadata.id bersumber dari Kementerian Kesehatan Indonesia
Sumber : (Katadata.co.id 2021)

Pada laporan data statistik oleh Katadata.id yang bersumber dari Kementerian Kesehatan RI per 8 Oktober 2021 mengenai pencapaian vaksinasi di DKI Jakarta, terlihat beberapa kota dan kabupaten di DKI Jakarta mencatatkan angka vaksinasi yang rendah. Diketahui bahwa kota Jakarta Timur merupakan daerah dengan pencapaian vaksinasi terendah di antara daerah lain di DKI Jakarta.

Dari uraian dan data yang dipaparkan, peneliti merasa terdapat permasalahan, yaitu pada awal penyuluhan vaksinasi oleh pemerintah saat Januari tahun 2021 dengan tujuan untuk menurunkan penyebaran Covid-19 yang sedang tinggi. Ada sikap sebagian masyarakat khususnya temuan bahwa sebagian generasi Z di Provinsi DKI Jakarta, masih belum memutuskan untuk divaksinasi Covid-19. Dalam hal ini peneliti menemukan masalah atau kendala yang terjadi dalam penentuan sikap generasi Z yang belum memutuskan pengambilan keputusan vaksin Covid-19.

Pada penelitian terdahulu oleh Demuyakor (2021) bertajuk “Membongkar Infodemik Vaksin Covid-19 di Media Sosial” yang membahas tentang meningkatnya informasi yang salah di media sosial tentang keamanan dan kemanjuran vaksin menimbulkan kekhawatiran di masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan melaksanakan survei online kepada beberapa mahasiswa di lima universitas di Ghana melalui teknik sampling. Survei yang dilakukan bertujuan untuk menilai persepsi mahasiswa sebagai perwakilan masyarakat umum, tentang melimpahnya informasi vaksin Covid-19 di media sosial dan bagaimana volume konsumsi informasi ini memengaruhi kepercayaan dan ketidakpercayaan mereka terhadap vaksin Covid-19. Studi tersebut menjelaskan bahwa tingginya penyebaran informasi vaksin Covid-19 di media sosial dapat dikaitkan dengan adanya persepsi negatif dan tingkat ketidakpercayaan publik yang lebih tinggi. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi penyebab ketidakpercayaan masyarakat umum terhadap informasi vaksin Covid-19 di media sosial.

Selanjutnya penelitian oleh Qualitoaji dkk (2022) tentang pengaruh hoaks vaksin yang tersebar di masyarakat dan *E-word of mouth* tentang pendapat masyarakat mengenai vaksin Covid-19. Adanya informasi hoaks dan perbincangan masyarakat di media sosial mengenai vaksin Covid-19, menyebabkan terciptanya isu dikalangan masyarakat tentang keraguan terhadap vaksinasi. Hal ini membuat beberapa masyarakat ada yang memberikan pernyataan bahwa vaksinasi Covid-19 tidak perlu dilakukan. Penelitian ini menggunakan teori ketergantungan media dan *Elaboration Likelihood Theory* yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara terpaan hoaks vaksin Covid-19 pada masyarakat dengan persepsi masyarakat tentang vaksin. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatoris yang bertujuan untuk melihat pengaruh antar dua variabel independen yaitu Terpaan Hoaks Vaksin Covid-19 (X1) dan E - Word OfMouth tentang Vaksin (X2) terhadap variabel dependen Persepsi Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19 (Y)

Dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah diuraikan mempunyai kesamaan yaitu masih terkait dengan keberadaan infodemik dalam penyebaran informasi vaksinasi Covid-19 yang mengandung infodemik, adapun membedakan adalah fokus penelitiannya. Penelitian ini fokus untuk mengetahui pengaruh elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19, atau bagaimana pengolahan informasi masyarakat terkait informasi vaksin Covid-19 yang mengandung infodemik ini apakah berpengaruh dalam pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z.

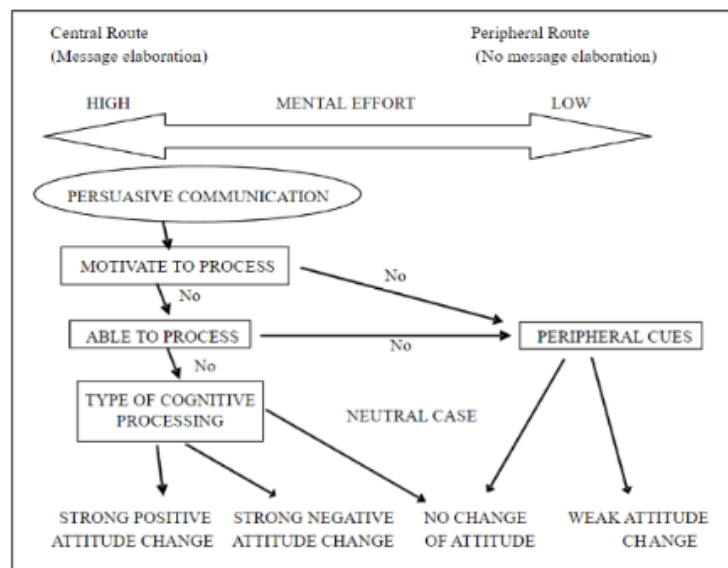
KAJIAN TEORITIK

Elaborasi Pesan

Banyaknya integrasi di antara informasi baru serta pengetahuan yang telah direkam pada ingatan disebut dengan elaborasi (Anggarini 2020). Dari sekian banyaknya informasi yang diterima dari berbagai media, memberikan dampak pada proses kognitif dan afektif dalam menerima informasi, elaborasi pesan mencoba mengerti bagaimana serta kapan seseorang dapat terbujuk ataupun tidak terbujuk oleh sebuah pesan yang didapatnya (Anandra et al. 2020). Dalam hal ini kemampuan masyarakat dalam mengelaborasi atau memproses informasi secara cermat, dimana masyarakat secara hati-hati memikirkan argumen yang relevan dengan isu yang sedang diperbincangkan menjadi penentu pada pengambilan suatu keputusan.

Teori Elaboration Likelihood

Teori yang dikemukakan oleh Richrad Petty dan John Cacioppo ini menjabarkan bahwa sikap bisa dibentuk dengan lebih permanen ataupun temporer tergantung dengan alur pengolahan pesan. Sikap permanen diciptakan dari proses yang menyertakan motivasi, kemampuan serta peluang untuk melaksanakan elaborasi pada isi pesan persuasi, sementara sikap yang temporer terjadi saat motivasi, kesempatan serta kemampuan mengelaborasi isi pesan rendah atau tidak ada.



Gambar 3. Elaboration Likelihood Model

Sumber : Diadaptasi dari Petty dan Cacioppo "ELM: Current Status and Controversies" (Larson 2006)

Teori ini mengevaluasi informasi seseorang dengan kritis serta sesuai dengan cara seseorang tersebut saat mengolah sebuah pesan (Norhabiba 2019). Dalam buku (Littlejohn, S.W.& Karen 2009) terdapat dua rute saat mengolah informasi yang dipakai berdasar kemampuan serta motivasi dalam mengolah suatu informasi yakni, rute sentral serta rute perifer. Saat orang memproses informasi melalui rute sentral, orang akan aktif dan kritis. Sedangkan saat orang mempunyai motivasi yang rendah, orang cenderung memakai jalur perifer guna memproses informasi.

Pengambilan Keputusan

Dalam aktivitas di masyarakat, kenyataannya masyarakat akan selalu dikelilingi oleh adanya pengambilan suatu keputusan dalam beraktivitas. Keputusan adalah pilihan terbaik yang didapat setelah memilih dan memilah mana alternatif cara suatu pemecahan masalah. Secara umum, pengambilan keputusan merupakan suatu penilaian dan pilihan. Pengambilan keputusan diperoleh melalui berbagai proses seperti perhitungan dan pertimbangan alternatif. Sebelum suatu keputusan itu dibuat, terdapat berbagai langkah-langkah yang harus dilewatkan oleh pengambil keputusan. Langkah-langkah itu meliputi mengidentifikasi masalah utama, menyusun alternatif yang akan dipilih dan sampai pada pengambilan keputusan yang terbaik.

Dalam hal ini terdapat proses dalam pengambilan keputusan menurut Simon (1960) dalam jurnal (Sari and Afriansyah 2019) meliputi empat tahap yang saling berhubungan dan berurutan, proses tersebut yaitu: 1) Kecerdasan. Tahap ini merupakan proses penelusuran dan pendeteksian dari lingkup problematika serta proses pengenalan masalah. Data masukan diperoleh, diproses, dan diuji dalam rangka mengidentifikasikan masalah. 2) Gambaran. Tahap ini merupakan proses menemukan dan mengembangkan alternatif. Tahap ini meliputi proses untuk mengerti masalah, menurunkan solusi dan menguji kelayakan solusi. 3) Pemilihan. Pada tahap ini dilakukan poses pemilihan di antara berbagai alternatif tindakan yang mungkin dijalankan. Tahap ini meliputi pencarian, evaluasi, dan rekomendasi solusi yang sesuai untuk model yang telah dibuat. Solusi dari model merupakan nilai spesifik untuk variabel hasil pada alternatif yang dipilih. 4) Pelaksanaan. Tahap implementasi adalah tahap pelaksanaan dari keputusan yang telah diambil. Pada tahap ini perlu disusun serangkaian tindakan yang terencana, sehingga hasil keputusan dapat dipantau dan disesuaikan apabila diperlukan perbaikan.

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif eksplanatif dengan paradigma positivistik. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel X yaitu elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 terhadap variabel Y yaitu pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z. Peneliti juga ingin mengukur seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Maka dari itu pendekatan yang sesuai dengan penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang mana dapat dijelaskan melalui pengukuran angka dan nilai.

Penelitian eksplanatif ialah suatu upaya penelitian yang menjelaskan tentang korelasi antara suatu fenomena sosial (variable X) dengan fenomena sosial yang lain (variable Y), sekaligus menjawab mengapa hal itu terjadi dan dijawab melalui pengujian hipotesis (Midianto 2019). Sedangkan, paradigma positivistik bertujuan untuk menggambarkan bahwa suatu realitas yang terjadi di satu tempat pasti akan terjadi di semua tempat. Pada lingkup sosial, fenomena sosial yang terjadi merupakan sebuah bentuk hubungan kausalitas. Maksudnya adalah, apabila terjadi sebuah gejala sosial, pasti disebabkan oleh gejala sosial lainnya.

Peneliti menggunakan metode survei, yang dipergunakan sebagai cara dalam pengumpulan data dan informasi tentang populasi yang besar tetapi dengan menggunakan sampel yang relatif lebih kecil dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang disebarakan secara *online* melalui *Google Form*. Survei menggunakan kuesioner *Google Form* sebagai teknik pengumpulan data yang selanjutnya disebarakan kepada sampel yang sudah ditentukan kriterianya sebagai pengukuran variabel, hubungan antar variabel dan pengalaman atau opini dari responden peneliti membuat daftar pertanyaan pada kuisisioner.

Pertanyaan yang dapat ditanyakan pada kuisisioner yang disebarakan berupa pertanyaan yang mengarah kepada identitas diri. Selanjutnya pernyataan-pernyataan yang ada pada kuesioner lebih mengarahkan tentang pengetahuan dan sikap responden tentang infodemik vaksin Covid-19, juga pernyataan yang menjelaskan cara responden menentukan dan mengolah informasi vaksin yang mengandung infodemik atau terlalu banyak di sosial media.

Lokasi Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Jakarta Timur dan sampel pada penelitian ini yaitu generasi Z yang memiliki dasar permasalahan yaitu mengonsumsi atau merasakan adanya infodemik vaksinasi Covid-19 pada awal penyuluhan vaksinasi oleh pemerintah pada tahun 2021. Peneliti dapat mengambil data untuk membuktikan atau menguji hipotesis yang dikembangkannya dengan meneliti seluruh populasi yang diamatinya, dapat juga dengan hanya mengambil sebagian kecil dari populasi tersebut yang nantinya akan mewakili seluruh populasi atau disebut dengan sampel (Ferdinand, 2014: 171).

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan salah satu teknik *non-probability samples* yaitu *purposive sampling*. Pemilihan *purposive sampling* karena peneliti telah menentukan objek yang sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Teknik *purposive sampling* yang digunakan juga bertujuan untuk menentukan serta mempertimbangkan sampel yang sesuai dengan arah penelitian. Adapun sampel penelitian yang digunakan yaitu masyarakat dari kelompok generasi Z yang berdomisili di Jakarta Timur, dengan kriteria usia 18 sampai 22 tahun dan mengonsumsi banyak informasi vaksin di media sosial pada awal penyuluhan program vaksinasi oleh pemerintah tahun 2021. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Taro Yamane yang didapatkan hasil 99,8, lalu setelah pembuatan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang akan mewakili populasi generasi Z di Jakarta Timur.

Teknik Analisis Data

Analisis data ialah sebuah proses penelitian yang dilaksanakan setelah semua data yang dibutuhkan guna menyelesaikan permasalahan yang diteliti telah didapatkan secara lengkap. Pada penelitian kuantitatif menggunakan teknis analisis data dengan statistik sebagai alat bantu membuat kesimpulan. Adapun tahapan analisis data yang peneliti lakukan pertama yaitu uji validitas dan uji reliabilitas yang diujikan kepada 30 responden di luar sampel dengan kriteria yang sama dan bertujuan untuk mengetahui data sudah valid serta reliabel dalam melanjutkan penelitian. Selanjutnya peneliti menggunakan uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan variabel X, yaitu Elaborasi Pesan Infodemik Vaksin Covid-19 menunjukkan bahwa elaborasi pesan diukur dari dua dimensi yakni rute sentral dan rute perifer. Berdasarkan hasil data pada penelitian ini dengan pernyataan yang mewakili dimensi rute sentral ditunjukkan hasil bahwa rata-rata responden merasa tertarik dengan informasi vaksin Covid-19. Responden menyatakan setuju bahwa informasi vaksin Covid-19 penting bagi mereka karena relevan atau sesuai dengan keadaan saat pandemi yang mana responden membutuhkan informasi terbaru mengenai dampak dan bukti sosial tentang vaksin Covid-19 yang mereka dapat dari media sosial.

Media sosial merupakan media yang sangat cepat serta mudah dalam mendapatkan informasi. Penggunaan media sosial yang masif oleh generasi Z, walaupun banyak informasi

yang mengandung infodemik yaitu sulit dibedakan informasi yang valid dan hoaks mereka tetap menggunakan media sosial dalam menerima informasi. Pada pernyataan dimensi rute sentral, rata-rata responden yaitu generasi Z mereka menyatakan setuju untuk melakukan elaborasi pesan atau mengolah informasi yang mereka dapatkan. Maka dari itu mereka akan berpikir lebih kritis serta mencari informasi yang lebih valid mengenai informasi vaksin Covid-19. Sesuai dengan data penelitian yang didapatkan bahwa dari beberapa sosial media seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Whatsaap dan Youtube yang paling dominan dengan besaran 68% atau 68 dari 100 responden memilih paling sering mengakses dan mendapatkan informasi seputar vaksinasi Covid-19 dari Instagram. Artinya, media sosial Instagram menjadi media yang penyebaran informasi vaksin yang paling sering diakses oleh masyarakat untuk mencari informasi seputar vaksinasi Covid-19.

Selanjutnya berdasarkan dimensi rute periferal mengenai motivasi responden terhadap pengolahan suatu pesan atau informasi itu rendah. Karena banyaknya informasi yang diterima responden, membuat mereka terbiasa mengonsumsi informasi yang sama secara terus menerus dan menjauhkannya dari alternatif informasi dengan sudut pandang berbeda. Jika tidak berhati-hati, responden dapat terisolasi secara digital dan terbiasa mengolah informasi yang bias (Afifah Azzahra, S. Rouli Manalu 2022). Oleh karena itu, membuat tingkat motivasi generasi Z menjadi rendah saat menerima informasi. Perlu ada suatu dorongan yang dapat meningkatkan motivasi responden atau generasi Z untuk tetap melakukan elaborasi pesan. Melalui faktor-faktor rute periferal, responden merasa tertarik untuk melakukan elaborasi pesan informasi vaksin Covid-19. Adapun faktor-faktor dari informasi vaksin Covid-19 yang membuat responden tertarik, yaitu memperoleh keuntungan saat menerima informasi, mengetahui kredibilitas akun media sosial yang menyebarkan informasi dan mendapat bukti sosial tentang vaksinasi Covid-19 dari informasi yang diterima.

Menurut data yang didapatkan melalui kuesioner, menyatakan bahwa sebagian besar responden merasa memperoleh keuntungan dari informasi vaksin Covid-19 yang beredar di media sosial. Responden merasa lebih teredukasi seputar vaksinasi saat memperoleh informasi dari media sosial. Responden pada saat menerima informasi saat mencari informasi di media sosial melihat kredibilitas akun media sosial yang menyebarkan informasi vaksin Covid-19 maka jika yang menyebarkan informasi adalah akun yang memiliki kredibilitas baik maka responden akan tetap mengelaborasi pesan atau mengolah informasi vaksinasi Covid-19. Tentang bukti sosial tentang kemanjuran vaksin Covid-19 responden membutuhkan informasi yang memperlihatkan tentang adanya bukti sosial bahwa vaksinasi Covid-19 mampu menurunkan kasus penyebaran Covid-19, jadi sebagian responden memilih untuk mencari informasi yang memberikan pesan bahwa vaksin tersebut mampu. Walaupun responden terus terpapar informasi vaksin Covid-19 yang mengandung infodemik. Responden tetap tertarik untuk mengikuti perkembangan informasi tersebut dengan melihat informasi vaksin Covid-19 dari faktor-faktor rute perifal. Responden akan tetap berusaha untuk memproses informasi dengan berbagai cara termasuk melihat informasi dari faktor-faktor tertentu (Littlejohn, S.W.& Karen 2009)

Kemudian berdasarkan hasil analisis data keseluruhan variabel Y, yaitu pengambilan keputusan vaksinasi dapat diukur melalui empat dimensi yaitu kecerdasan, gambaran, pemilihan dan pelaksanaan. Infodemik mengenai vaksin Covid-19 yang tersebar di media sosial mungkin merupakan informasi yang memuat dampak setelah vaksinasi Covid-10 dan informasi berupa kemampuan vaksin dalam menurunkan kasus Covid-19, hal ini yang perlu responden elaborasi atau mengolah informasi tersebut secara kritis dan cermat sehingga dalam proses pengambilan keputusan vaksin mereka mendapatkan hasil yang baik bagi diri sendiri. Setelah melakukan pengolahan informasi vaksin Covid-19 responden dalam dimensi kecerdasan menyatakan setuju bahwa mereka berkonsentrasi penuh mencerna pesan dari

informasi yang disampaikan dengan membaca secara keseluruhan informasi tersebut untuk menemukan suatu permasalahan. Pada dimensi gambaran responden menemukan sebuah permasalahan yang ada pada informasi vaksin Covid-19 yaitu dampak vaksinasi dalam tahap ini responden mencoba untuk memahami permasalahan tersebut, dengan responden menyatakan setuju bahwa mereka dapat memahami dampak vaksinasi serta menerima dampak vaksin tersebut untuk kebaikan bersama karena mereka merasa vaksin Covid-19 efektif dalam kasus penularan Covid-19.

Pada dimensi pemilihan responden mencoba untuk menurunkan beberapa alternatif solusi yang akan mereka yakini dalam pengambilan keputusan vaksinasi Covid-19 setelah memahami permasalahan pada informasi vaksin yang mereka terima dari media sosial yaitu adanya dampak vaksinasi. Responden menyatakan setuju bahwa mereka berpikir akan melaksanakan vaksinasi karena inisiatif sendiri. Responden juga berpikir mereka akan vaksin jika orang-orang terdekat mereka sudah melaksanakan vaksinasi. Dalam tahap dimensi pemilihan responden akan menentukan solusi yang akan mereka pilih dari turunan alternatif solusi didapatkan, responden menyatakan setuju bahwa mereka akan melaksanakan vaksin karena inisiatif sendiri dan dari hasil diskusi dengan orang-orang terdekat. Kemudian pada dimensi pelaksanaan yang merupakan tahap akhir dalam pengambilan suatu keputusan, pada tahap ini menjelaskan tentang pelaksanaan dari beberapa solusi yang sesuai dengan keadaan dan sikap diri sendiri terhadap permasalahan yang ditemukan, pada tahap ini responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka akan mengambil keputusan untuk melaksanakan vaksinasi Covid-19 untuk kebaikan diri sendiri dan orang banyak. Tetapi disamping itu masih terdapat beberapa responden yang menyatakan netral dan tidak setuju yang dalam arti beberapa responden masih belum memutuskan untuk melaksanakan vaksinasi.

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk melihat besaran pengaruh variabel X terhadap variabel Y, yang diperoleh hasil data kuesioner dari hasil uji asumsi klasik, uji koefisien korelasi, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Untuk mencegah terjadinya mendapatkan data yang bias dalam penelitian, peneliti melakukan uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diketahui data terbebas dari bias dan dapat digunakan untuk analisa selanjutnya. Hasil uji korelasi diketahui yakni terdapat hubungan antara variabel X yaitu elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 terhadap variabel Y yaitu pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z dengan nilai signifikansi menunjukkan angka 0,000 yang angka tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti terbukti bahwa ada hubungan antara kedua variabel tersebut. Nilai koefisien korelasi menunjukkan besaran 0,738 yang dalam hal ini nilai tersebut berada diantara nilai interval 0,60 – 0,799 yang menunjukkan korelasi atau hubungan yang kuat. Dari hasil uji korelasi di atas bisa disimpulkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara variabel X terhadap variabel Y.

Berdasarkan uji regresi linear sederhana yang hasilnya diketahui hubungan antar variabel yang positif. Dari hasil uji regresi menunjukkan bahwa $Y = 4,351 + 0,711X$ yang berarti, jika elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 berada di titik nol atau dengan kata lain tidak ada elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 maka pengambilan keputusan vaksinasi tidak ada. Artinya, bahwa jumlah elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 menentukan pengaruh, jika sedikit atau tidak ada maka tidak akan mempengaruhi pengambilan keputusan vaksinasi. Sedangkan jika tingkat elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 tinggi maka akan ada pengaruh terhadap pengambilan keputusan vaksinasi.

Hal ini sesuai pada penelitian terdahulu yang menjelaskan (Demuyakor 2021) melimpahnya informasi vaksin Covid-19 di media sosial dan volume konsumsi informasi, mempengaruhi kepercayaan dan ketidakpercayaan seseorang terhadap vaksin Covid-19. Hasil penelitian lain menurut (Qualitaji et al. 2022) menerangkan bahwa proses selektif seseorang pada saat

mencari informasi ternyata dapat mempengaruhi seseorang dalam menerima informasi. Setelah mendapat informasi yang sesuai, mereka baru akan mengkritisi isi pesan tersebut.

Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi, diperoleh nilai korelasi atau $r = 0,738$ dan pengkuadratan nilai korelasi (r^2) adalah sebesar 0,544 artinya dalam penelitian ini terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 54,4%. sementara sisanya yaitu sejumlah 45,6% terdapat faktor lain yang mempengaruhi penelitian ini tetapi tidak menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Hasil dari uji hipotesis, diperoleh nilai t hitung sebesar 10.811 dengan signifikansi sebesar 0,000 untuk nilai t tabel didapatkan nilai 1.984, pada pengujian ini diperoleh hasil $10.811 > 1.984$. bisa diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang hasil ini mendukung hipotesis penelitian yang dapat dinyatakan bahwa elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z. Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Elaboration Likelihood Model*, yang menyatakan seseorang ketika memproses suatu pesan yang ia terima akan melalui dua jalur pemrosesan pesan yaitu jalur sentral dan jalur peripheral.

Sesuai dengan keadaan responden saat menerima informasi, mereka akan mengolah informasi secara seksama dan mengkritisi isi pesan secara satu persatu sesuai dengan motivasi dan perhatian mereka terhadap informasi tersebut (Qualitooji et al. 2022). Lalu, setelah itu responden akan memutuskan untuk mengambil keputusan vaksinasi dengan empat tahapan pengambilan keputusan yang menentukan bahwa responden akan melakukan vaksinasi atau tidak. Penelitian ini mengungkapkan bahwa elaborasi pesan memberikan pengaruh yang cukup signifikan untuk mengolah pesan dengan cermat pada saat terjadinya fenomena infodemik vaksin Covid-19. Elaborasi pesan membuat generasi Z dapat memilih informasi yang lebih valid sehingga bisa mempertimbangkan keputusan yang harus diambil saat ingin melakukan vaksinasi Covid-19.

Berdasarkan variabel X, yaitu elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19, diketahui dari dua dimensi yaitu rute sentral dan rute periferal yang paling banyak mendapat nilai setuju adalah rute periferal yaitu responden akan melakukan elaborasi pesan jika terdapat faktor rute periferal yang dapat mempengaruhinya. Faktor yang paling mempengaruhi menurut data kuesioner adalah kredibilitas pengirim pesan atau akun media sosial yang menyebarkan informasi vaksin Covid-19 dinilai mempunyai kredibilitas yang baik. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa responden melakukan elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 karena merasa tertarik dan butuh dengan informasi vaksin. Responden tidak akan melakukan elaborasi pesan saat mendapatkan informasi dari akun media sosial yang tidak kredibel, tidak menerima keuntungan pada informasi vaksin dan tidak menemukan bukti sosial vaksin di media sosial. Dalam hal ini tujuan responden mengelaborasi pesan vaksin infodemik Covid-19 untuk mengetahui masalah dan manfaat vaksinasi.

Berdasarkan variabel Y, yaitu pengambilan keputusan vaksinasi dapat dilihat bahwa dari empat dimensi seperti kecerdasan, gambaran, pemilihan dan pelaksanaan. Dimensi yang paling berpengaruh adalah dimensi pemilihan yang menyatakan bahwa responden akan melakukan vaksinasi karena inisiatif sendiri dan hasil berdiskusi dengan orang-orang terdekat. Dalam hal ini mereka akan melakukan vaksinasi oleh inisiatif sendiri karena sudah memahami dan menerima masalah yang ada terkait dampak setelah vaksinasi untuk kepentingan bersama, kemudian mereka menyatakan akan vaksinasi setelah mendapatkan hasil diskusi dengan orang-orang terdekat. Dapat disimpulkan responden pada data dimensi pelaksanaan memilih sangat setuju untuk melaksanakan vaksinasi Covid-19 sebab guna kebaikan diri sendiri serta orang banyak.

Sesuai dengan hasil penelitian, dapat disimpulkan yakni penelitian ini membuktikan terdapat korelasi yang signifikan antara kedua variabel. Variabel X memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel Y. Uji koefisien determinasi menguji seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y, menunjukkan bahwa nilai besaran pengaruh elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 terhadap pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z sebesar 54,4%.

Peneliti memperkirakan terdapat faktor lain dengan nilai sebesar 45,6% yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan vaksinasi. Sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Demuyakor 2021) yang mencatat bahwa penelitian tersebut menemukan informasi palsu di media sosial tentang keamanan dan efektivitas vaksin, menyebabkan kekhawatiran di masyarakat dan menimbulkan persepsi negatif dan ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin Covid-19

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan uraian yang telah dianalisis terhadap temuan data, dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 terhadap pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z dengan besaran nilai 54,4%. Pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z ditentukan oleh tingginya intensitas elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 di media sosial.

Dalam penelitian ini didapatkan bahwa adanya aspek lain yang bisa mempengaruhi pengambilan keputusan vaksinasi generasi Z. Maka diusulkan pada penelitian berikutnya dapat menggali aspek apa saja yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan vaksin generasi Z, atau jika tidak ada elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 yang tersebar di media sosial dampak apa saja yang akan diperoleh selain pengambilan keputusan vaksinasi.

Penelitian ini masih terbatas pada kajian mengenai pengaruh elaborasi pesan infodemik vaksin Covid-19 yang tersebar di media sosial terhadap pengambilan keputusan vaksinasi. Penelitian berikutnya diharapkan perlu membahas bagaimana proses penyebaran infodemik vaksin Covid-19 di media sosial sehingga masyarakat mengetahui ciri-ciri informasi yang mengandung infodemik. Peneliti juga menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan topik ini ke sudut pandang atau bahkan dengan metodologi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Azzahra, S. Rouli Manalu, Wiwid Noor. 2022. "Pengalaman Komunikasi Kelompok Usia Dewasa Dalam Kekacauan Informasi Seputar Covid-19 Di Media Sosial." Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro 11:21-35.
- Agus Widiantara, I. Komang. 2020. "Infodemik Covid-19: Momentum Membangun Kepercayaan Publik Terhadap Media Mainstream." *Jurnal Danapati*, 67-81.
- Anandra, Qhori, Uljanatunnisa Uljanatunnisa, and Intan Putri Cahyani. 2020. "Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye 'Go Green, No Plastic' Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 9(2):96. doi: 10.31504/komunika.v9i2.3421.
- Anggarini, Shella. 2020. "Fenomena Dalam Berita Covid-19." *Jurnal Audience* 3(2):224-49. doi: 10.33633/ja.v3i2.3628.
- Bonnevie, Erika, Allison Gallegos-Jeffrey, Jaclyn Goldberg, Brian Byrd, and Joseph Smyser. 2021. "Quantifying the Rise of Vaccine Opposition on Twitter during the COVID-19 Pandemic." *Journal of Communication in Healthcare* 14(1):12-19. doi: 10.1080/17538068.2020.1858222.

- Christiani, Lintang Citra, and Prinisia Nurul Ikasari. 2020. "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa." *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 4(2): 84-105.
- CNN Indonesia. 2021. "Survei CSIS: Mayoritas Gen Z DKI Ragu Kemanjuran Vaksin." *Cnnindonesia.Com*. Retrieved October 28, 2021 (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210218192335-20-608103/survei-csis-mayoritas-gen-z-dki-ragu-kemanjuran-vaksin>).
- Demuyakor, John. 2021. Unmasking COVID-19 Vaccine " Infodemic " in the Social Media. 11(4).
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Insani, Imama Lavi. 2021. "Strategi Ketahanan Informasi Melawan 'Infodemic' Di-Covid-Kan Rumah Sakit Saat Pandemi Covid-19." *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia* 9(1):592-604.
- Jarot Bayu, Dimas. 2021. "Kian Muda, Tingkat Ketersediaan Vaksinasi Covid-19 Makin Rendah." *Katadata.Co.Id*. Retrieved October 28, 2021 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/12/kian-muda-tingkat-ketersediaan-vaksinasi-covid-19-makin-rendah>).
- Katadata.co.id. 2021. "Vaksinasi Di Jakarta Timur Menjadi Yang Terendah Di DKI Jakarta." *Katadata.Co.Id*. Retrieved October 28, 2021 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/09/vaksinasi-di-jakarta-timur-menjadi-yang-terendah-di-dki-jakarta>).
- Kholidiyah, Dina, Sutomo, and Kushayati N. 2021. "Hubungan Persepsi Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19 Dengan Kecemasan Saat Akan Menjalani Vaksinasi Covid-19." *Jurnal Keperawatan* 8-20.
- Larson, Charles U. 2006. *Persuasion Reception and Responsibility*. Boston: Wadsworth Publishing Company.
- Littlejohn, S.W.& Karen, A. F. 2009. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Martono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Rajawali Pers.
- Midianto, Fajar D. W. I. 2019. "Keterbukaan Komunikasi Interpersonal Terhadap Semangat Kerja (Studi Kuantitatif Eksplanatif Di Kalangan Pimpinan Dan Karyawan PT . ADETEX Bandung)." 4.
- Milian, Galang Umbu Awang Putra, Ika Febianti Buntoro, Sidarta Sagita, and Regina Marvina Hutasoit. 2022. "Hubungan Antara Lama Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Kecemasan Dalam Menerima Vaksin Covid-19 Bagi Masyarakat Di Kota Kupang." *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Undip)* 10(2):254-60. doi: 10.14710/jkm.v10i2.32928.
- Nisrina Laila Nabila, Hedi Pudjo Santoso. 2021. "Strategi Komunikasi Publik Untuk Meningkatkan Kepercayaan Publik Dalam Menangkal Infodemic Covid-19." *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 18 (2): 168-179.
- Norhabiba, Fitri. 2019. "Aplikasi Elaboration Likelihood Model Theory Dalam Iklan Calon Gubernur 2018 Terhadap Perilaku Memilih." *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6(2):101. doi: 10.21070/kanal.v6i2.1932.
- Putri, Kirana Eka, Kris Wiranti, Yosef Syukurman Ziliwu, Maria Elvita, Debora Yuliana Frare, Rotua Sari Purdani, and Susanti Niman. 2021. "Kecemasan Masyarakat." *Jurnal Keperawatan Jiwa (JKI)* 9(3):539-48.

- Qualitoaji, Syafiq Muhammad, Juyo Ns Gono, and Nurul Hasfi. 2022. "Pengaruh Terpaan Hoaks Vaksin Covid-19 Dan E-Word Of Mouth Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19." *Jurnal Interaksi Online* 1-8.
- Sari, Gelmala, and Hade Afriansyah. 2019. "Konsep Dasar Pengambilan Keputusan." (18002017):1-3. doi: 10.31227/osf.io/8nbrw.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2002. *Psikologi Sosial : Individu Dan Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Larson, Charles U. 2006. *Persuasion Reception and Responsibility*. Belmont : Berret Koehler Publisher.
- Teluma, Aurelius RL. 2020. "Membaca Realitas Infodemi Covid-19 Di Indonesia." *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science* 3:1-9. doi: 10.29303/jcommsci.v1i1.91.