

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kelurahan Mabar khususnya masyarakat muslim, tentang “Efek Pemberitaan Vaksinasi *Sinovac* Mengenai Kesehatan Imunitas di Media *Online* dalam Kajian Sosiologi Komunikasi Massa (Studi: Masyarakat Muslim Di Kelurahan Mabar).” Peneliti dapat menarik kesimpulan, efek yang ditimbulkan media online mengenai berita vaksinasi *Sinovac* untuk kesehatan imunitas, ada dua efek media, antara lain: Pertama, Efek primer yang ditimbulkan pada saat masyarakat muslim di Kelurahan Mabar membaca berita di media online mengenai vaksinasi *Sinovac* yang memiliki efek samping timbul rasa khawatir akan vaksin tetapi masyarakat tidak otomatis langsung percaya terhadap berita tersebut. Masyarakat melihat realitas yang ada di lapangan sehingga menimbulkan pemahaman bagi mereka sendiri apakah vaksin itu bagus atau tidak. Kedua, Efek sekunder yang terjadi akibat pemberitaan di media online mengenai vaksin *Sinovac* untuk kesehatan imunitas ialah adanya perubahan dari segi pengetahuan. Pada saat media mengulas mengenai vaksinasi *Sinovac* terhadap kesehatan imunitas, maka reaksi masyarakat begitu beragam.

Pandangan masyarakat muslim di Kelurahan Mabar mengenai vaksinasi dan kesehatan imunitas tentunya menimbulkan opini yang beragam seperti pro dan kontra terhadap vaksinasi. Akan tetapi, informan pada penelitian ini beropini

memahami tujuan vaksin itu sebenarnya untuk memutus rantai penyebaran *Covid-19*.

Efek pemberitaan di media online mengenai vaksinasi untuk kesehatan imunitas dalam kajian sosiologi komunikasi massa, terdapat tiga efek diantaranya: Pertama, Efek kognitif yang terjadi yaitu khalayak memperoleh informasi positif dan negatif. Informasi positif terutama bagi khalayak yaitu dapat mengetahui bagaimana vaksinasi yang sesuai dengan program pemerintah. Informasi negatif menimbulkan kekhawatiran serta ketakutan pada khalayak ketika mendapat berita atau informasi yang kurang akurat dari pemberitaan vaksinasi dan efek samping setelah vaksin. Kedua, Efek afektif adalah efek yang berhubungan dengan emosi, perasaan dan attitude (sikap). Perasaan gelisah dan khawatir serta takut terbentuk pada masyarakat muslim di Kelurahan Marabba setelah mengkonsumsi media massa terkait Virus *Corona* seperti Vaksinasi yang tidak akurat. Ketiga, Efek *behavioral* merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Perilaku khalayak dalam hal ini responden dengan mengenakan masker ketika bepergian, memakai *hand sanitizer* kemudian menjaga jarak dengan orang lain serta melakukan vaksinasi adalah bentuk efek *behavioral*.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

### **1. Saran Praktis**

Media *online* harus selalu di depan dalam mengedukasi masyarakat agar mengurangi kepanikan yang berlebihan, karena media *online* yang sangat mudah

dijangkau oleh masyarakat. Khalayak umum dalam artian masyarakat juga harus turut membantu media dengan tetap mematuhi protokol kesehatan 3M supaya bisa memutus penyebaran mata rantai dari virus ini

## 2. Saran Akademis

Penelitian tentang Efek Pemberitaan Vaksinasi *Sinovac* Mengenai Kesehatan Imunitas di Media *Online* dalam Kajian Sosiologi Komunikasi Massa merupakan salah satu usaha peneliti untuk mencari tahu mengenai efek pemberitaan vaksinasi di media *online*. Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya dan dapat dibahas secara lebih mendalam.

