

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian mengenai sikap khalayak terhadap pemberitaan tentang COVID-19 di *Kompas.com*, peneliti mempelajari dan memahami beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi dasar, tolak ukur, dan acuan dalam penelitian terkait. Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mempermudah peneliti menyusun penelitian secara sistematis, dari segi teori dan konsep yang diharapkan bisa meningkatkan kualitas pembahasan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dipilih oleh peneliti:

1. Penelitian I Oleh Yuhdi Fahrimal, Asmaul H, Farina Islami, Johan

Penelitian terdahulu pertama sebagai acuan penelitian yang mengenai pandemi adalah penelitian Yuhdi Fahrimal, Asmaul Husna, Farina Islami, Johan pada tahun 2020 yang berjudul *MEDIA DAN PANDEMI: FRAME TENTANG PANDEMI COVID-19 DALAM MEDIA online DI INDONESIA (Studi Pada Portal Berita Kompas.com dan Detik.com)*.

Penelitian ini mengkaji pemberitaan COVID-19 pada dua portal berita nasional, yaitu *Kompas.com* dan *DETIK.COM*. Penelitian ini menggunakan kerangka asumsi dalam pemberitaan bencana, sebagai berikut, (1) media cenderung menggunakan dramatisasi untuk

menggambarkan bencana sebagai ancaman besar manusia dan (2) media kurang berfokus pada data-data yang mendalam sehingga pemberitaan hanya pada ranah permukaan seperti jumlah korban dan sensasi lainnya (Fahrimal, Husna, Islami, & Johan, 2020).

Peneliti pada penelitian ini melihat adanya urgensi riset *framing* pandemi virus. Teori yang digunakan antara lain adalah *agenda setting theory*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan analisis framing, yaitu sebuah metode analisis teks yang berkembang dan lazim digunakan dalam studi komunikasi dan media (Eriyanto, 2012). Dengan menggunakan analisis framing, penelitian ini berupaya untuk menjelaskan kategori *frame* yang dipakai media terkait pemberitaan Covid-19 di Indonesia, narasumber yang banyak dirujuk oleh media, dan *tone* atau nada pemberitaan media terkait Covid19.

Hasil pengumpulan data oleh penelitian ini melalui *tracking* portal berita ditemukan 1.489 berita yang berhasil dikumpulkan. Data kemudian direduksi. Untuk mempermudah, peneliti mengambil sampel berita dengan tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikansi 5%. Hasil reduksi data dengan teknik sampling ini ditemukan 316 berita dari kedua portal berita yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Proses verifikasi data dilakukan dalam dua tahap, yaitu pengumpulan data dan saat proses analisis data. Proses verifikasi data dilakukan oleh empat *coder* agar didapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Hasil penelitian ini menemukan pemberitaan Covid-19 dalam dua portal berita yang diamati berjumlah sangat banyak. Masifnya pemberitaan

mengindikasikan perhatian besar dari kedua media terhadap pandemi dan karakteristik media *online* yang mementingkan kecepatan. Untuk mendatangkan jumlah pembaca dan klik yang banyak, jurnalis menerapkan trik *clickbait*, yaitu gaya penulisan menarik perhatian pembaca sehingga mendatangkan keuntungan bagi media dihitung dari jumlah klik. Hasil riset tersebut mengonfirmasi hal ini. Dalam beberapa berita ditemukan informasi berulang dengan hanya disertai sedikit tambahan informasi. Konsekuensi dari hal ini adalah tidak ada kebaruan informasi bagi publik.

Berdasarkan hasil analisis data ditemukan jika media lebih menggunakan *frame* kesehatan publik dalam pemberitaan pandemi COVID-19, yaitu sebesar 158 berita atau 50 persen dari keseluruhan. Untuk kategori kedua adalah *frame* kebijakan sebesar 92 berita atau 29,11 persen. Sedangkan *frame* ekonomi, *frame* Politik, dan *frame* Kultural/Agama berjumlah 45 berita (14,24%), 15 berita (4,75%), dan 6 berita (1,9%).

Berdasarkan hasil analisis data penelitian tersebut Pemerintah Pusat menjadi narasumber utama yang paling sering dirujuk oleh media, yaitu sebanyak 152 berita atau 48,10 persen. Kategori pemerintah pusat dalam riset ini adalah seluruh perangkat eksekutif yang ada termasuk Presiden, Wakil Presiden, Menteri, Badan/Lembaga, Juru Bicara Presiden, hingga Staf Ahli Presiden. Secara lebih detail Kementerian Kesehatan paling banyak tampil dalam berita. Hal ini sesuai dengan tugas penanganan dan tanggung jawab Kementerian Kesehatan. Kementerian

lain seperti Kementerian Keuangan menjadi narasumber berita jika terkait dengan kebijakan keuangan negara selama masa pandemi, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan menjadi narasumber terkait kebijakan pendidikan selama pandemi, Menteri Riset Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional menjadi narasumber terkait inovasi dan penelitian untuk menemukan vaksin dan lain sebagainya.

Selain untuk menganalisis jenis *frame*, penelitian ini juga menganalisis bagaimana nada (*tone*) berita yang ditulis. Melalui analisis terhadap *tone*, peneliti menganalisis strategi narasi yang dipakai jurnalis dalam rangkaian berita Covid-19. Peneliti menggunakan lima indikator, yaitu *tone* ketakutan/kekhawatiran, *tone* harapan/solusi, *tone* dampak/efek, *tone* konflik/pertentangan, dan *tone* anjuran/instruksi. Narasi pemberitaan didominasi oleh *tone* ketakutan dan kekhawatiran. *tone* ini digunakan media dalam 93 berita atau 29,43% dari keseluruhan berita. Narasi dalam *tone* kekhawatiran ini digunakan untuk memberitakan perihal jumlah orang positif COVID-19 yang meningkat, kekurangan alat pelindung diri, dampak terhadap perekonomian Indonesia, hingga ketidakjelasan kebijakan penanganan COVID-19 di Indonesia.

Meskipun *tone* ketakutan/kekhawatiran dominan ditampilkan oleh media, *tone* anjuran/instruksi juga ditampilkan dalam komposisi sebesar 90 berita atau 28,48 persen. Artinya media menyadari pentingnya membangun narasi anjuran/instruksi sebagai langkah mengantisipasi dan menekan penularan di masyarakat. *tone* anjuran/instruksi dalam pemberitaan di dua portal berita berkaitan dengan persuasi, ajakan, serta

kebijakan yang disampaikan pemerintah, tokoh masyarakat, dan tokoh agama. Dengan narasi anjuran dan instruksi, publik tahu apa yang harus mereka lakukan dan sejauh mana pemerintah menanggulangi COVID-19 di Indonesia. Pemberitaan di dua portal berita yang diamati juga menampilkan *tone* harapan dan solusi. Narasi harapan dan solusi ini diberikan porsi besar, yaitu 73 berita atau 23,10 persen. Narasi harapan dan solusi yang ditekankan dalam pemberitaannya berguna dalam menghadapi situasi pandemi. Penelitian ini menunjukkan bahwa media telah mempraktikkan jurnalisme optimisme (Sukmono & Junaedi, 2018). Meskipun tidak dominan, hasil penelitian mengindikasikan bahwa media sudah berjalan ke arah itu.

Penelitian terdahulu ini membantu peneliti agar mendapatkan data terkait analisis data yang dilakukan karena berhubungan dengan topik penelitian yaitu pemberitaan pandemi COVID-19. Selain itu, relevansi ditemukan dalam media yang dijadikan objek penelitian. Data dari hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu peneliti dalam menjalankan penelitian terkait. Penelitian terdahulu pertama berfokus pada pemberitaan dari media terkait COVID-19. Oleh karena itu, kebaruan pada penelitian ini adalah fokus yang ditempatkan pada sikap khalayak yang mengonsumsi berita terkait COVID-19 dan faktor yang memengaruhi sikap-sikap tersebut.

2. Penelitian II Oleh Arnoldus Tarigant

Penelitian terdahulu yang kedua dilakukan oleh Bernadinus Adi Pramudita dengan judul: “*PENERAPAN KONSEP JURNALISME BENCANA DI TELEVISI (Studi Kasus Penerapan Jurnalisme Bencana di LPP TVRI)*”. Skripsi ini dipublikasikan oleh Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo pada tahun 2016.

Secara keseluruhan, skripsi ini membahas bagaimanakah jurnalis LPP-TVRI memaparkan tentang konsep jurnalisme bencana dan bagaimanakah penerapannya dilihat dari prinsip peliputan dan fase peliputan bencana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan jurnalis televisi mengenai konsep jurnalisme bencana baik tentang prinsip peliputan maupun fase bencana.

Jurnalisme bencana dalam skripsi ini didefinisikan sebagai bagaimana media memberitakan bencana. Dalam kata ‘bagaimana memberitakan’ terkandung dua dimensi: proses dan hasil. Dimensi proses mengacu kepada proses produksi berita bencana, sedangkan dimensi hasil mengacu kepada berita yang dimuat media. Dalam pengertian itu, jurnalisme bencana terbagi dalam dua distingsi, yaitu *das sein* dan *das sollen*, antara realitas dan idealitas jurnalisme bencana (Jurnal Komunikasi, Volume 1, 2007).

Penelitian ini juga menjabarkan mengenai prinsip dasar meliput bencana menurut Amirudin (2007), antara lain prinsip akurasi, prinsip memperhatikan aspek manusia, prinsip suara korban, meletakkan perspektif kemanusiaan yang lebih luas, menungkapkan sisi lain yang

mungkin luput dari pandangan publik. Penelitian ini juga menyertakan proses peliputan bencana dalam berbagai fase menurut Nazaruddin (2007).

Digunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dan digunakan metode studi kasus. Selain itu, paradigma *post-positivism* dipilih karena hasil penelitian ini ingin melihat pemahaman jurnalis dengan indikator prinsip-prinsip jurnalisme bencana yang ideal, yang tak terukur secara rigid. Penelitian bersifat deskriptif, artinya berusaha untuk membuat deskripsi gambaran sistematis, faktual, dan akurat mengenai pemahaman jurnalis terkait jurnalisme bencana. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jurnalis yang dipilih sebagai sampel penelitian memahami konsep jurnalisme bencana meski tidak menyeluruh. Jurnalis memahami prinsip peliputan. Jurnalis mampu memahami liputan-liputan yang harus dilakukan melalui beberapa fase.

Peneliti melihat penelitian terdahulu ini untuk lebih memahami konsep jurnalisme bencana serta fase maupun tahapan dalam peliputan maupun pemberitaannya. Walau demikian, penelitian yang dilakukan adalah jurnalisme bencana non-alam, yaitu pandemi COVID-19, sehingga beberapa bagian harus menyesuaikan dengan konteks penelitian yang harus dilakukan. Penelitian terdahulu kedua menaruh fokus penelitian pada jurnalis yang memproduksi berita, sedangkan penelitian ini berfokus pada sikap khalayak terkait pemberitaan COVID-19 dan faktor yang memengaruhi sikap tersebut. Penelitian ini juga lebih fokus membahas mengenai pemberitaan terkait COVID-19, sedangkan pada penelitian

terdahulu kedua membahas terkait bencana dengan perspektif yang lebih luas, general, dan tidak berfokus pada suatu musibah.

3. Penelitian III Oleh Maya May Syarah. Anisti, Tiara Dwi Asri, Muhammad Aqshal Febriyansyah

Penelitian terdahulu yang ketiga memiliki judul: “*Jurnalistik Bencana Pada Pemberitaan Covid – 19 di Republika online*”. Jurnal ini dipublikasikan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika pada 1 April 2020.

Penelitian ini membahas mengenai apakah media daring yaitu Republika *online* melakukan prinsip-prinsip Jurnalisme Bencana sebagai panduan menyampaikan berita COVID-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisis isi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pengamatan dan wawancara dengan Wakil Redaktur Pelaksana Republika, Joko Sadewo.

Hasil penelitian ini menunjukkan Republika *online* berusaha membangun optimisme masyarakat dalam pemberitaan terkait pandemi COVID-19. Pada Indeks Berita Baik edisi Juni 2020 yang berjumlah 273 berita, lebih didominasi dengan informasi pasien sembuh dan bernada positif. Redaksi dari media ini memiliki kepedulian terhadap psikologi masyarakat. Prinsip Jurnalisme bencana dijalankan oleh media tersebut, yaitu prinsip akurasi, prinsip humanis, prinsip komitmen menuju rehabilitasi, prinsip komitmen menuju rehabiltiasi, prinsip kontrol dan advokasi.

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah *Republika online* memiliki perhatian khusus terhadap wabah atau pandemi COVID-19, tetapi dengan pemberitaan yang tidak menakuti pembaca, terlihat dari judul berita yang bernada positif dan dijalankannya prinsip-prinsip jurnalisme bencana.

Relevansi dari penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti adalah topik atau isu seputar pandemi COVID-19. Selain itu, penelitian tersebut memberi gambaran dari media *online* lain yang juga menerapkan prinsip jurnalisme bencana dan pendekatan berita-berita positif. Penelitian ini juga menyampaikan melalui kesimpulannya di mana para peneliti menyampaikan perlu adanya penelitian lanjutan mengenai pembaca (*user*) terhadap berita baik (*good news*) yang disajikan oleh media. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hampir serupa dengan penelitian terdahulu pertama, penelitian terdahulu ketiga ini juga menaruh fokus pada pemberitaan COVID-19 di media tertentu. Oleh karena itu penelitian ini akan berfokus pada khalayak, khususnya sikap khalayak terkait pemberitaan COVID-19 dan faktor yang menyebabkan sikap tersebut.

4. Penelitian IV Oleh Athanasia Placidia Mahesti

Penelitian terdahulu yang keempat memiliki judul: “*SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP IKLAN AIRASIA ‘We’ll Take You There’ DI TELEVISI*”. Penelitian ini masuk ke dalam Jurnal E-Komunikasi Vol 5 Tahun 2017, Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Isi dari penelitian ini adalah untuk melihat sikap masyarakat Surabaya pada salah satu iklan Air Asia yang dipilih untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 orang responden secara *purposive sampling*.

Penelitian ini ingin melihat bagaimana sikap responden dari indikator kognitif, afektif, dan konatif. Hasil penelitian ini memunculkan nilai rata-rata sikap masyarakat Surabaya yang positif.

Peneliti melihat adanya relevansi pada konsep sikap yang diambil yaitu Azwar (2016). Namun, terdapat perbedaan dimana peneliti memilih pendekatan kualitatif dan juga metode pengumpulan data dengan wawancara mendalam terhadap beberapa responden secara *purposive sampling*. Penelitian kualitatif dipilih agar peneliti dapat menggambarkan secara dalam dan detail mengenai sikap khalayak terhadap pemberitaan COVID-19 di Kompas.com. Walau ada beberapa perbedaan, penelitian ini membantu memberikan gambaran bagaimana penelitian sikap masyarakat atau khalayak dilakukan untuk keperluan penelitian yang berhubungan dengan ilmu komunikasi.

Tabel 2.1 Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu

	PENELITIAN I	PENELITIAN II	PENELITIAN III	PENELITIAN IV
Judul	MEDIA DAN PANDEMI: <i>FRAME</i> TENTANG PANDEMI COVID-19 DALAM MEDIA <i>online</i> DI INDONESIA (Studi Pada Portal Berita Kompas.com dan Detik.com)	PENERAPAN KONSEP JURNALISME BENCANA DI TELEVISI (Studi Kasus Penerapan Jurnalisme Bencana di LPP TVRI)	JURNALISTIK BENCANA PADA PEMBERITAAN COVID-19 DI REPUBLIKA <i>online</i>	SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP IKLAN AIRASIA ‘We’ll Take You There” DI TELEVISI
Hasil Penelitian	Meskipun <i>tone</i> ketakutan/kekhawatiran dominan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan	Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah Republika	Kesimpulan dari penelitian ini adalah masyarakat

	<p>ditampilkan oleh media, <i>tone</i> anjuran/instruksi dan <i>tone</i> harapan/solusi juga ditampilkan dalam komposisi sebesar 90 berita atau 28,48 persen. Artinya media menyadari pentingnya membangun narasi anjuran/instruksi sebagai langkah mengantisipasi dan menekan penularan di masyarakat.</p>	<p>bahwa jurnalis yang dipilih sebagai sampel penelitian memahami konsep jurnalisme bencana meski tidak menyeluruh. Jurnalis memahami prinsip peliputan. Jurnalis mampu memahami liputan-liputan yang harus dilakukan melalui beberapa fase</p>	<p><i>online</i> memiliki perhatian khusus terhadap wabah atau pandemi COVID-19, tetapi dengan pemberitaan yang tidak menakuti pembaca, terlihat dari judul berita yang bernada positif dan dijalankannya prinsip-prinsip jurnalisme bencana.</p>	<p>yang tergabung sebagai responden yakni berjumlah 100 orang, memunculkan nilai rata-rata sikap positif terhadap iklan yang diteliti.</p>
Relevansi	<p>1. Konsep jurnalisme bencana 2. Objek penelitian media</p>	<p>1. Konsep jurnalisme bencana 2. Prinsip-prinsip jurnalisme</p>	<p>1. Konsep jurnalisme bencana 2. Objek media <i>online</i> di</p>	<p>1. Konsep Sikap Azwar (2016) 2. Menggunakan indikator kognitif, afektif, konatif</p>

	Kompas.com 3. Menggunakan metode kualitatif	bencana	Indonesia 3. Metode Kualitatif	
Kebaruan	Penelitian terdahulu ini meneliti berita yang dihasilkan media, sedangkan peneliti berfokus pada khalayak.	Penelitian terdahulu ini menaruh fokus dari sisi jurnalis, sedangkan penelitian ini berfokus pada khalayak.	Bencana yang dibahas pada penelitian terdahulu ini adalah bencana secara general, sedangkan pada penelitian ini khusus membahas wabah COVID-19.	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapat jawaban yang lebih detail dan mendalam.

Sumber: Olahan Peneliti

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Sikap Khalayak

Sikap adalah bentuk pernyataan atau penilaian evaluatif terhadap objek atau peristiwa. Sikap individu terhadap suatu objek bisa berupa perasaan memihak atau mendukung atau sebaliknya (Azwar, 2016). Menurut Allport, sikap menjadi kecenderungan individu dalam berperilaku ketika diberikan stimulus tertentu (Rakhmat, 2007). Rakhmat dalam buku yang berjudul Psikologi Komunikasi menyimpulkan hal-hal dasar mengenai sikap, antara lain:

1. Sikap merupakan suatu kecenderungan dalam bertindak dan berpersepsi terhadap suatu objek atau nilai.
2. Sikap memiliki motivasi sebagai daya pendorong.
3. Sikap suatu individu terhadap sesuatu cenderung menetap.
4. Sikap bersifat evaluatif dan mengandung nilai menyenangkan maupun tidak
5. Sikap dapat diubah maupun diteguhkan.

Dari pengertian dasar tersebut, hubungan dari sikap dan tingkah laku dapat dibangun dari tiga komponen atau struktur dasar sikap. Menurut Azwar, terdapat tiga komponen struktur sikap yang saling berinteraksi satu sama lain. Komponen struktur sikap tersebut tampak, baik secara verbal melalui perkataan dan pernyataan langsung, maupun secara nonverbal melalui ekspresi dan gerak tubuh (Azwar, 2016). Berikut merupakan ketiga komponen tersebut.

1. Kognitif

Komponen kognitif pada dasarnya berhubungan dengan konsep, kepercayaan, dan ide yang dimiliki tiap individu. Komponen ini menghasilkan kepercayaan akan stereotip yang dimiliki tiap-tiap individu mengenai suatu objek atau peristiwa, khususnya yang menyangkut isu kontroversial.

2. Afektif

Komponen afektif menyangkut perasaan dan aspek emosional dari suatu individu. Hal inilah yang pada umumnya paling mengakar sebagai komponen sikap dan menjadi aspek yang relatif paling bersifat tetap bila terdapat pengaruh yang mungkin mengubah sikap individu tersebut.

3. Konatif

Komponen konatif merupakan sebuah kecenderungan untuk bertindak laku tertentu dan mengandung tendensi untuk bereaksi terhadap suatu objek atau peristiwa dengan cara tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki individu tersebut.

Tabel 2.2 Tabel Kategori Respons

Tipe respons	Kategori respons		
	Kognitif	Afektif	Konatif
verbal	Pernyataan ketakutan mengenai objek sikap	Pernyataan perasaan terhadap objek sikap	Pernyataan intensi perilaku

Non-verbal	Reaksi perseptual terhadap objek sikap	Reaksi fisiologis terhadap objek sikap	Perilaku tampak sehubungan dengan objek sikap
------------	--	--	---

Sumber: (Azwar, 2016)

Tabel ini menjabarkan bagaimana respons individu dapat dikategorikan dan kemudian ditarik kesimpulannya. Konsep ini membantu peneliti memahami respons individu informan terhadap objek pemberitaan yakni tentang COVID-19 di *Kompas.com*.

Sikap individu yang beragam dalam merespons suatu objek maupun peristiwa dipengaruhi beberapa faktor. Menurut Azwar ada enam faktor yang memengaruhi sikap (Azwar, 2016). Faktor-faktor tersebut adalah.

1. Pengalaman pribadi
2. Pengaruh orang signifikan atau yang dianggap penting
3. Pengaruh kebudayaan
4. Pengaruh Media Massa
5. Pengaruh Lembaga pendidikan dan lembaga agama
6. Faktor emosional.

Dengan menganalisis respons khalayak berdasarkan komponen kognitif, afektif, dan konatif beserta enam faktor di atas, peneliti ingin mendapatkan kesimpulan bagaimana sikap khalayak terhadap pemberitaan COVID-19 di *Kompas.com*.

2.2.2 Teori Perbedaan Individual

Individual Differences Theory atau Teori perbedaan individual adalah teori oleh Melvin D. Defleur dan Sandra BallRokeach yang merupakan pengembangan dari teori efek media massa yang dikonstruksi dengan dasar pendekatan psikologis dan berfokus pada khalayak. Teori ini mengusulkan bahwa tiap individu bisa merespons berita pada media massa secara berbeda, tergantung kebutuhan psikologis dan kebutuhan yang berusaha dipenuhi (Oxford Reference, 2007).

Menurut teori ini, setiap pengguna media yang memiliki karakteristik berbeda dapat terpengaruh oleh media massa dengan cara yang berbeda-beda juga. Teori ini juga mengungkapkan bahwa sebagian pengguna dapat lebih rentan atau lebih mudah terpengaruh oleh pesan-pesan yang ada di media massa dibandingkan pengguna lain. Sebagai contoh, pengguna media massa dengan tingkat pendidikan tinggi memiliki potensi yang lebih besar untuk terpengaruh dengan pesan-pesan di media massa yang memiliki pendekatan logis. Selain tingkat pendidikan seseorang, faktor lain yang juga dapat memengaruhi cara individu bereaksi pada pesan di media massa adalah usia, jenis kelamin, wilayah geografis, tingkat intelektual, status ekonomi, tingkat kekerasan di rumah, dan beberapa faktor lain (Adler, Rodman, & Pre, 2017).

Selain itu, kebutuhan seseorang, sikap, nilai hidup, kepercayaan, dan berbagai aspek kognitif serta emosi berperan penting dalam memilih, menyaring, dan menginterpretasi terpaan media. Dengan kata lain, para audiens dari media massa sangat selektif dalam menentukan apa yang mereka baca, dengarkan, atau lihat dari media. Hal ini kemudian dapat

menyebabkan seseorang memiliki pemahaman dan interpretasi yang sangat berbeda dari orang lain yang juga mengonsumsi konten media yang identik. Perbedaan ini disebabkan oleh terpaan selektif, persepsi selektif, dan ingatan selektif audiens terhadap terpaan media. Faktor-faktor pembeda tersebut kemudian menjadi batasan antara pesan dari media dengan efeknya pada khalayak. Artinya, faktor-faktor pembeda tersebut membatasi cakupan dampak langsung dari efek media massa terhadap khalayak (Aggarwal & Gupta, 2001).

Teori ini digunakan peneliti sebagai acuan penelitian untuk memahami khalayak yang ingin diteliti. Didapatkan asumsi bahwa setiap individu merespons pesan yang sama dari media secara bervariasi. Teori ini sesuai dalam fungsi menggambarkan kondisi khalayak yang beragam atau heterogen yang dapat merespons pesan media massa dengan reaksi yang juga beragam. Hal tersebut menarik minat peneliti untuk membuat penelitian terkait. Peran teori berikut dalam penelitian yang sedang dijalankan ini yakni menjadi acuan dasar argumentasi terkait fenomena khalayak heterogen akan memiliki sikap beragam terhadap objek pemberitaan yang sama, dalam konteks penelitian ini pemberitaan COVID-19 oleh *Kompas.com*.

2.2.3 Jurnalisme Bencana

Bencana menurut definisi dari UU no 24 pasal 1 tahun 2007 tentang penanggulangan bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan

masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam, faktor non-alam, maupun manusia sehingga menimbulkan korban jiwa. Dalam pemberitaan berencana menurut Amirudin (2007), terdapat beberapa prinsip, antara lain:

1. Prinsip Akurasi, menjadi sangat penting dalam pemberitaan. Akurat dalam hal mengungkapkan penyebab kecelakaan dan bencana alam, juga akurat dalam penyebutan waktu kejadian, tempat, nama, serta jumlah korban. Tak kalah penting akurat dalam pengungkapan posisi dan situasi terakhir dari kejadian. Dalam konteks tersebut, pemilihan sumber berita menjadi sangat penting. Berlaku prinsip, kecepatan informasi sesungguhnya bermula dari kecepatan dalam memilih sumber.
2. Aspek manusia (human elements), yakni proses jurnalisme dituntut sanggup mengungkapkan peristiwa dari sisi cerita tentang manusia dan situasinya lengkap dengan pemahaman bahwa yang diberitakan adalah sosok manusia yang memiliki keadaan internal dan eksternal yang sangat memerlukan pemulihan dan menerima efek lanjutan dari dampak peristiwa traumatik terhadap psikologi korban dan kerabat, serta psikologi masyarakat secara umum.
3. Prinsip suara korban berupa harapan, keluhan, keinginan, dan rasa sedih yang diterima, dalam wujud pemberian ruang editorial lebih untuk kepentingan itu. Perspektif korban harus mendapatkan porsi lebih daripada porsi kepentingan ekonomi,

politik, dan primordialisme yang justru bisa mengacaukan situasi dalam upaya *recovery*.

4. Meletakkan peristiwa traumatik itu agar memiliki perspektif kemanusiaan yang lebih luas. Artinya jurnalis dalam meliput peristiwa tidak hanya bersikap sebagai ‘pemulung fakta’ lalu memasukkannya ke dalam karung fakta.
5. Mengungkap sisi lain dari peristiwa, yang kemungkinan luput dari pandangan publik. Kejadian-kejadian lainnya yang muncul di sekitar peristiwa.

Fase-fase dalam jurnalisme bencana non-alam, khususnya pandemi muncul dalam penelitian Pan & Meng (2016) dikutip dari Coombs (2012). Dalam penelitian tersebut, krisis flu burung, H1N1, dan H3N2 diberitakan oleh televisi menggunakan *frame* yang berbeda dalam setiap tahap. Tahap-tahap tersebut antara lain:

1. Pre-crisis stage (tahap pra-krisis)
2. Crisis stage (tahap krisis)
3. Post-crisis stage (tahap pasca-krisis)

Tabel 2.3 Periode pandemi

Periode Pandemi	Fase	Deskripsi
Periode Inter-pandemic	1	Risiko bagi manusia tidak ada atau rendah
	2	Virus hewan menimbulkan risiko besar bagi penyakit manusia
Masa Waspada	3	Infeksi manusia dengan sub tipe baru, tidak ada

Pandemi		penyebaran manusia ke manusia
	4	Cluster kecil, penyebaran manusia ke manusia terbatas dan terlokalisasi
	5	Cluster besar, penyebaran manusia ke manusia yang terlokalisasi
Masa Pandemi	6	Penularan yang meningkat dan berkelanjutan pada populasi umum

Sumber: WHO Interim Document

Sedangkan diambil dari WHO dalam *The Role of NICs during Interpandemic, Pandemic Alert and Pandemic Periods, Interim Document (May 2007)*. Dinyatakan bahwa pandemi dibagi menjadi tiga periode yakni inter pandemic, waspada pandemi, dan masa pandemi.

2.2.3 Media online Kompas.com

Jurnalisme digital tidak lepas dari platform digitalnya, yaitu media online. Foust (2005) menjelaskan media online dapat memberi pembaca sebuah bentuk baru berita dan informasi di segala waktu dan segala tempat. Selain situs web tradisional, media online membuat konten berita untuk perangkat seluler seperti *smartphone* melalui teknologi geolokasi (terdapat pada *smartphone*) sehingga konten berita dapat disesuaikan dengan lokasi pengguna.

Foust menjelaskan dengan adanya media online, memudahkan pembaca mendapatkan berita yang dibuat oleh jurnalis media online, dan jika semakin mudah diakses maka semakin banyak pula yang

mengkonsumsinya, karena kemudahan mengakses inilah menjadi alasan peneliti untuk ingin berfokus pada platform media *online*.

Media *online* atau yang dalam bahasa Indonesia disebut media daring adalah sebuah media yang berbasis internet. Media *online* lebih dipilih pada zaman sekarang karena interaktivitas yang dimiliki sebagai salah satu kriteria media berbasis dalam jaringan (daring). McQuail (2010) pada bukunya menyebutkan bahwa ada 8 kriteria media *online* yakni:

1. Berbasis pada teknologi komputer
2. Memiliki potensi interaktivitas
3. Saling terhubung satu sama lain
4. Memiliki fungsi publik dan privat
5. Dapat digunakan sebagai komunikator
6. Regulasi hukum yang mengatur tidak terlalu ketat
7. Berfungsi sebagai medium untuk komunikasi secara personal & global
8. Bersifat *hybrid*

Media *online* yang merupakan *new media*, memiliki beberapa karakteristik yang membedakan tipe komunikasi media *online* dengan media lainnya adalah:

1. *New textual experiences* (pengalaman tekstual baru): genre dan bentuk teks, hiburan, kesenangan baru dan pola konsumsi media.
2. *New ways of representing the world* (cara baru untuk mewakili dunia): media dengan cara yang tidak selalu jelas

terdefinisi, menawarkan kemungkinan dan pengalaman representasional baru (lingkungan virtual imersif, multimedia interaktif berbasis layar)

3. *New relationships between subjects and media technology* (hubungan baru antarsubjek dan teknologi media): perubahan dalam penggunaan dan penerimaan gambar dan media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dan dalam arti yang diinvestasikan dalam teknologi media
4. *New experiences of the relationship between embodiment, identify and community* (pengalaman baru dari hubungan antara perwujudan, identitas, dan komunitas): pergeseran dalam pengalaman pribadi dan sosial waktu, ruang dan tempat yang memiliki implikasi terhadap cara-cara di mana kita mengalami diri kita sendiri dan tempat kita di dunia.
5. *New conceptions of the biological body's relationship to technological media* (konsep baru tentang hubungan tubuh biologis dengan media teknologi): tantangan untuk menerima perbedaan antara manusia dan teknologi buatan, alam dan teknologi, nyata dan virtual.
6. *New patterns of organization and production* (pola baru organisasi dan produksi): penataan kembali dan integrasi yang lebih luas dalam budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol dan regulasi (Lister, Dovey, Giddings, Grant, & Kelly, 2009).

Penelitian ini berfokus pada media *online* Kompas.com untuk diteliti bagaimana sikap khalayak terhadap pemberitaan tentang COVID-19 di *Kompas.com*.

2.2.4 Pemberitaan Pandemi COVID-19

Pemberitaan memiliki definisi yaitu proses, cara, perbuatan memberitakan (melaporkan, memaklumkan) perkabaran (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2019).

Berita adalah suatu peristiwa atau seseorang yang dilihat oleh media sebagai subjek yang dapat diberitakan. Subjek pemberitaan biasanya adalah sesuatu yang sedang banyak diperbincangkan atau diperhatikan oleh khalayak, sehingga topik tersebut menjadi topik utama dalam suatu berita (Kusumaningrat, 2005).

Menurut Effendy (dalam Rannu & Kunni, 2019) menjelaskan bahwa pengertian berita dalam lingkup jurnalistik memiliki pengertian yang berbeda. Bila secara umum, berita adalah kabar, sehingga dapat diartikan sebagai pemberitahuan seseorang kepada orang lain tentang suatu peristiwa. Sedangkan dalam lingkup jurnalistik, berita berarti menyampaikan suatu informasi akan peristiwa yang terjadi di seluruh dunia dan menyangkut kepentingan publik oleh seseorang yang mewakili suatu lembaga yang kompleks.

Eric C. Hepwood dan Apriadi Tamburaka (2009) menjelaskan berita adalah sebuah laporan pertama pada sebuah kejadian penting dan dapat menarik perhatian khalayak. Lebih lanjut, berita adalah suatu hal

yang sedang marak dan menjadi tren yang selalu diikuti oleh khalayak untuk mendapatkan perkembangan berita.

Melalui konsep yang dijelaskan sebelumnya yaitu menjelaskan konsep pemberitaan dalam lingkup jurnalistik. Penelitian ini menjelaskan mengenai pemberitaan COVID-19, dan pentingnya pemberitaan dari media pada khalayak guna memenuhi kebutuhan akan informasi yang akurat, konstruktif, dan fokus pada solusi.

2.3 Alur Penelitian

Media berperan sangat penting di tengah pandemi. Seluruh informasi mengenai penyebaran, berapa orang yang terjangkit, hingga apa saja yang dilakukan pemerintah dan orang-orang untuk menyelamatkan negeri kita dan masyarakat diberitakan oleh media termasuk media *online*.

Penelitian ini bertujuan untuk memberi penjelasan dan ilustrasi secara mendalam mengenai keberagaman sikap khalayak terhadap pemberitaan tentang COVID-19 di Kompas.com. Berita terkait pandemi bisa memberikan efek kepada masyarakat menurut teori efek media sehingga pemberitaan yang memiliki gaya membangun optimisme oleh *Kompas.com* dapat berguna membentuk suatu sikap positif di masyarakat selama melewati pandemi.

Akan tetapi, dilihat dari teori perbedaan individual, sikap khalayak terhadap suatu pemberitaan bisa berbeda. Terdapat berbagai macam faktor yang bisa memengaruhinya. Hal ini bisa dilihat melalui kolom-kolom komentar yang berisi komentar dengan respons beragam. Berdasarkan hal-hal tersebut, peneliti ingin menganalisis sampel dengan menggunakan konsep sikap Azwar untuk

mendapatkan kesimpulan bagaimana sikap khalayak terhadap pemberitaan tentang COVID-19 di *Kompas.com*. Selain itu, akan dianalisis hasil jawaban untuk memperoleh jawaban mengenai faktor yang memengaruhi keberagaman sikap khalayak tersebut,