

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan. Pertama, penelitian berjudul **“Excessive Media Consumption about COVID-19 is Associated with Increased State Anxiety: Outcomes of a Large Online Survey in Russia”** oleh Nekliudov et al. Penelitian bersifat kuantitatif ini dimuat dalam *Journal of Medical Internet Research*, vol. 22, no. 9, hal. 1-18 pada September 2020 (Nekliudov et al., 2020, pp. 1-18).

Penelitian Nekliudov et al. dilatarbelakangi oleh fenomena pandemi COVID-19 yang berpotensi dapat memberi dampak negatif terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan individu dan keluarga. Penyebaran virus *corona* yang begitu cepat dan menghasilkan angka kasus yang tinggi, secara bersamaan meningkatkan angka kesehatan mental, seperti ketakutan, kecemasan, depresi, masalah tidur, dan perasaan negatif lainnya.

Nekliudov et al. menilai bahwa kualitas komunikasi bisa sangat berdampak pada keadaan psikologis dan perilaku individu selama keadaan darurat kesehatan. Bahkan, WHO telah memperingatkan mengenai infodemik misinformasi di platform *online*, yang mungkin berdampak negatif kepada pandangan dan tanggapan masyarakat terhadap pandemi COVID-19. Penelitian tersebut mencoba mengukur hubungan antara persepsi terkait COVID-19 dan kecemasan melalui

perspektif internasional untuk mengatasi kebutuhan yang belum terpenuhi di lapangan. Hipotesisnya adalah ada peningkatan tingkat kecemasan terkait COVID-19 yang berhubungan dengan pemerintah (didorong oleh peristiwa khusus pandemi yang mempengaruhi individu) dibandingkan dengan tingkat kecemasan akibat sifat yang sudah terbentuk sebelumnya, yang kemungkinan besar bervariasi tergantung negara yang disurvei.

Dengan metode survei, Nekliudov et al. membagikan 160 item survei *online* terbuka dalam periode waktu 6-15 April 2020, kemudian diikuti dengan pengumuman *stay at home* dari pemerintah Rusia. Survei tersebut dibagikan di tiga platform media sosial: *VK*, *Facebook*, dan *Instagram* melalui *influencer*, mesin pencari populer Rusia (*Yandex*), dan portal media internet Rusia (*Meduza*). Untuk pengambilan sampel, Nekliudov et al. menggunakan *nonprobability sampling* melalui media sosial untuk memungkinkan koleksi data dengan cepat yang sangat penting di puncak masa *lockdown*.

Kuesioner survei dalam penelitian tersebut dimodifikasi dan disesuaikan lebih lanjut untuk adaptasi, penerjemahan menurut protokol WHO, dan penyebaran serupa di negara lain untuk memberikan analisis komparatif risiko COVID-19 terhadap kesehatan mental di berbagai negara, khususnya berfokus pada dampak informasi. Survei tersebut terdiri dari beberapa modul penilaian dasar, seperti menilai informasi dasar demografis, status sosial ekonomi, pekerjaan, kondisi kehidupan, status kesehatan, asupan obat, waktu dalam mengikuti berita tentang COVID-19, kepercayaan dan pengertian informasi, kepercayaan terhadap otoritas negara, kepercayaan terhadap otoritas lokal, kekhawatiran, keprihatinan, atau

harapan yang merugikan, persepsi risiko, tindakan perlindungan pribadi, dan aspek perilaku.

Status kesehatan setiap responden akan dikategorikan dengan memperhitungkan data sebelumnya tentang dampak kondisi kronis pada kesehatan mental dan bukti terkini tentang faktor risiko kematian akibat infeksi COVID-19. Responden dengan depresi atau kondisi kardiologis dan pernapasan termasuk penentu utama potensial kecemasan karena risiko kematian tinggi, sedangkan depresi diketahui memiliki hubungan yang merugikan dengan kecemasan. Jika individu mengalami lebih dari satu faktor tersebut, Nekliudov et al. menganggap sebagai risiko yang lebih tinggi dan responden dikategorikan menjadi subkelompok lain. Di samping itu, responden dengan kondisi onkologis, HIV, diabetes, ginjal, atau masalah hati digabungkan menjadi subkategori karena terbatasnya jumlah responden yang melaporkan penyakit kronis.

*State and Trait Anxiety Inventory (STAI)* digunakan untuk mengukur keberadaan dan keparahan gejala kecemasan yang dilaporkan sendiri oleh responden dan kecenderungan umum untuk menjadi cemas. Indeks terdiri dari dua subskala. Pertama, pengukuran *State Anxiety Scale (S-Anxiety)*, yaitu kecemasan saat ini, menilai perasaan ketakutan, ketegangan, kegugupan, kekhawatiran, dan aktivasi sistem saraf otonom. Kedua, *Trait Anxiety Scale (T-Anxiety)* yang mengevaluasi aspek rentan kecemasan yang relatif stabil, termasuk keadaan umum ketenangan, kepercayaan diri, dan keamanan. Kisaran skor untuk setiap subtes adalah 20-80, skor yang lebih tinggi menunjukkan kecemasan yang lebih besar.

Keyakinan, pemahaman, kepercayaan, dan kekhawatiran dirancang dalam 15 pertanyaan untuk menilai diri sendiri. Hal-hal itu berkaitan dengan kepercayaan dalam informasi dan pemahaman (merasa mendapatkan informasi terkait COVID-19 dengan baik dan memahami pedoman dari kesehatan otoritas perawatan), kepercayaan pada otoritas pemerintah, dan kesiapan negara menghadapi pandemi, tindakan pemerintah (apakah responden menganggap tindakan pemerintah berlebihan atau tidak); khawatir, keprihatinan, atau ekspektasi hasil yang merugikan, termasuk potensi konsekuensi terhadap individu dan negara. Jawaban responden diukur dengan skala Likert 9 poin, di mana 1 diwakili ketidaksepakatan lengkap dan 9 kesepakatan lengkap dengan pernyataan.

Hasilnya, survei diselesaikan oleh 23.756 dari 53.966 responden (tingkat respons 44,0%) pengunjung unik. Sebanyak 21.364 responden bertempat tinggal di 62 wilayah Rusia. Skor *State Anxiety Scale (S-Anxiety)* lebih tinggi dari skor *Trait Anxiety Scale* di semua wilayah Rusia (median skor S-Anxiety 52, IQR 44-60), melebihi angka yang dipublikasikan. Waktu yang dihabiskan untuk mengikuti berita tentang COVID-19 sangat terkait dengan peningkatan *S-Anxiety* yang disesuaikan dengan tingkat kecemasan awal. Kehilangan pekerjaan selama pandemi adalah faktor penting lain yang terkait dengan skor *S-Anxiety* yang lebih tinggi. Meskipun responden survei melaporkan kepercayaan yang tinggi terhadap informasi tentang COVID-19 dan pemahaman tentang panduan protokol kesehatan, secara keseluruhan responden melaporkan kepercayaan yang rendah pada otoritas negara bagian dan lokal, dan persepsi kesiapan negara.

Maka, kesimpulan dari penelitian tersebut adalah terbukti bahwa tingginya tingkat kecemasan berkaitan dengan persoalan kehilangan pekerjaan dan peningkatan konsumsi berita, serta kepercayaan yang lebih rendah dari ekspektasi kepada lembaga pemerintah. Penelitian Nekliudov et al. ini relevan dengan penelitian yang hendak peneliti lakukan karena menunjukkan bahwa angka kecemasan masyarakat cukup tinggi di masa pandemi sehingga dibutuhkan media untuk memberi informasi dan mengedukasi khalayak terkait *COVID-19*. Selain itu, penelitian terdahulu ini peneliti kembangkan melalui hal yang lebih spesifik, yaitu sikap. Bukan hanya perasaan cemas, peneliti akan membahas bagaimana sikap individu dalam penerapan protokol kesehatan dan kaitannya dengan pengetahuan dan pemahamannya, serta faktor-faktor lain yang sekiranya memberi pengaruh dalam pembentukan sikap.

Penelitian terdahulu kedua yang menjadi rujukan peneliti adalah penelitian berjudul **“An Empirical Analysis into Sentiments, Media Consumption Habits, and Consumer Behaviour during the Coronavirus (COVID-19) Outbreak”** oleh Chauhan & Shah dari The Maharaja Sayajirao University of Baroda (MSU). Penelitian bersifat kuantitatif ini terbit dalam *Purakala (UGC Care Journal)*, vol. 31, hal. 353-378 pada Mei 2020 (Chauhan & Shah, 2020, pp. 353-378).

Penelitian Chauhan & Shah dilatarbelakangi oleh kondisi pandemi COVID-19 yang telah mengubah cara masyarakat bekerja, berbelanja, dan berkomunikasi dengan orang lain. Mulai dari bekerja dari rumah, berpegang teguh pada prinsip: hanya keluar untuk membeli kebutuhan pokok, hingga khawatir dengan risiko terinfeksi virus di tempat keramaian seperti mal dan supermarket. Fokus di India,

kasus pertama COVID-19 tercatat pada 30 Januari 2020 dan sejak saat itu, kasusnya terus meningkat signifikan. Pemerintah India pun menerapkan kebijakan, seperti penerapan *social distancing*, isolasi mandiri, penutupan institusi dan fasilitas umum, pembatasan mobilitas, dan bahkan *lockdown* negara. Tindakan ini berpotensi menimbulkan konsekuensi yang merugikan bagi perekonomian dunia.

Dalam penelitiannya, Chauhan & Shah mengeksplorasi dan mengukur sentimen, ekspektasi, pengeluaran-pendapatan, dan perilaku konsumen India selama krisis virus *corona*. Lebih lanjut, studi elaboratif ini berfokus pada perubahan kebiasaan konsumsi media, yaitu jenis dan penggunaan media, serta berbagai cara individu menggunakan media sosial untuk tetap terhubung, terinformasi, dan terhibur. Penelitian tersebut mencoba menentukan perubahan perilaku masyarakat India yang disebabkan oleh kondisi pandemi. Chauhan & Shah juga mengeksplorasi perbedaan kebiasaan konsumsi media dan perilaku konsumen lintas gender dan usia.

Penelitian terdahulu ini berfokus pada analisis sentimen konsumen, perubahan kebiasaan konsumsi media, dan perilaku konsumen India di tengah pandemi virus *corona* (COVID-19). Data primer penelitian bersifat deskriptif ini dikumpulkan dengan menghubungkan dan mensurvei orang-orang yang memiliki kedekatan kontak dengan Chauhan & Shah sebagai peneliti. Data primer tersebut dikumpulkan pada minggu keempat periode *lockdown* pertama di India, yaitu mulai 25 Maret 2020.

Kuesioner penelitian tersebut terdiri dari empat bagian: rincian demografis, tingkat kecemasan dan sentimen, kebiasaan konsumsi media, dan perilaku

konsumen India di tengah pandemi. Kemudian, kuesioner dibagikan ke responden dalam bentuk tautan *Google Form*. Dalam penelitian tersebut, Chauhan & Shah menganalisis data akhir 353 responden dari 353 orang yang menanggapi kuesioner. Dari total responden yang disurvei, mayoritas adalah masyarakat Vadodara dan Gandhinagar. Namun, masyarakat dari kota Ahmedabad, Surat, Anand, Rajkot, Mumbai, Jaipur, dan lain-lain juga menanggapi dengan jumlah yang cukup baik.

Perubahan kebiasaan konsumsi media diukur dengan 12 item. Dampak COVID-19 terhadap perilaku konsumen diukur dengan menggunakan skala *Likert* 5 poin yang bertumpu pada “(1) Sangat Tidak Setuju” sampai “(5) Sangat Setuju”. Chauhan & Shah menganalisis data primer melalui *IBM SPSS Statistics* dengan menghitung statistik deskriptif, rata-rata, dan standar deviasi. Uji-T dilakukan untuk mengeksplorasi perbedaan perubahan kebiasaan konsumsi media dan dampaknya terhadap perilaku konsumen lintas usia. Perhitungan *ANOVA* satu arah dilakukan untuk mengeksplorasi perbedaan dalam perubahan kebiasaan konsumsi media dan dampaknya pada perilaku konsumen di berbagai kelompok umur.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan, (1) untuk tingkat kecemasan dan sentimen terhadap pandemi COVID-19, 78,5% responden menilai diri mereka sangat cemas, 16,4% agak prihatin, dan sekitar 5% tidak menunjukkan kekhawatiran terkait virus *corona*; (2) tiga besar sumber informasi utama terkait virus *corona*: televisi, internet, dan media sosial; (3) terkait perubahan penggunaan media selama pandemi, 95 responden setuju bahwa penggunaan media sosial mereka meningkat sangat signifikan. Aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan adalah *WhatsApp*, *Facebook*, dan *YouTube* dengan rata-rata penggunaan

selama 2-5 jam; (4) 52,2% responden menyatakan pandemi telah mengubah perilaku belanja dengan mengadopsi mode campuran pembelian (*online & offline shopping*).

Selanjutnya, temuan Chauhan & Shah mengenai perbedaan konsumsi media dan perilaku konsumen akibat pandemi *COVID-19* lintas gender dan usia, antara lain, (1) tidak ada perbedaan konsumsi media, perbedaan jenis & penggunaan aplikasi media sosial, dan perbedaan tujuan penggunaan media sosial yang signifikan antara laki-laki dan perempuan; (2) terdapat perbedaan signifikan di berbagai kelompok usia dalam hal perbedaan konsumsi media, perbedaan jenis & penggunaan aplikasi media sosial, dan perbedaan tujuan penggunaan media sosial.

Penelitian terdahulu oleh Chauhan & Shah dapat peneliti manfaatkan sebagai bahan rujukan sebab peneliti juga ingin mengulik sentimen individu, sumber informasi yang digunakan, dan penggunaan media selama pandemi *COVID-19*. Selain itu, peneliti hendak mengembangkan sumber informasi yang tidak hanya berasal dari media massa, tetapi juga dapat berasal dari sumber terdekat, seperti keluarga, kerabat, dan lain-lain.

Ketiga, penelitian terdahulu yang menjadi rujukan peneliti adalah penelitian berjudul **“Content and Person Effects in Media Research: Studying Differences in Cognitive, Emotional, and Arousal Responses to Media Content”** oleh Fikkers & Piotrowski dari University of Amsterdam. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini terbit dalam *Journal of Media Psychology*, vol. 23 (4), hal. 493-520 pada 2020 (Fikkers & Piotrowski, 2020, pp. 493-520).

Fickers & Piotrowski menilai bahwa respons kognitif, emosional, dan gairah terhadap konten media berasal dari dua sumber variasi, yaitu perbedaan konten dan perbedaan antarindividu. Hal itu juga didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya, seperti Krmar, Oliver, dan Krakowiak yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan individu dari pengguna media dalam pemilihan, tanggapan, dan efek konten media. Penelitian lain oleh Rentfrow, Goldberg, Zilca, dan Rubi yang terinspirasi dari *uses and gratifications theory* dan *selective exposure theory* telah menunjukkan bahwa pengguna media memiliki kebutuhan yang berbeda yang menghasilkan pola preferensi dan seleksi media yang berbeda pula. Selain itu, menurut pengamatan peneliti terdahulu, studi terdahulu lebih banyak berfokus pada konten sebagai sumber utama variasi, sedangkan lebih sedikit penelitian yang menyelidiki efek audiens. Sementara itu, perbedaan individual sering diperlakukan sebagai hambatan (*noise*) dengan mengontrolnya dalam penelitian survei atau menggunakan *random assignment* di antara desain subjek untuk menghindari atau mengabaikan perbedaan individu.

Oleh karena itu, dalam penelitiannya, selain fokus pada efek konten, Fickers & Piotrowski memasukkan perbedaan individu dalam tanggapan terhadap konten media. Penelitian tersebut ingin menyelidiki bagaimana empat variabel yang secara teoritis relevan memengaruhi tanggapan terhadap hiburan media bervalensi positif dan negatif. Empat variabel tersebut adalah kebutuhan kognitif, empati afektif, pencarian sensasi, dan sensitivitas pemrosesan sensorik.

Tanggapan terhadap konten media dikonseptualisasikan dalam banyak model efek media sebagai rute antara eksposur media dan efek yang lebih tahan lama

seperti keyakinan, sikap, dan perilaku. Konseptualisasi respons yang menjadi acuan dalam penelitian Fickers & Piotrowski adalah konsep *the differential susceptibility to media effects model* oleh Valkenburg & Peter yang membedakan antara tiga keadaan respons yang terjadi bersamaan selama penggunaan media. Status respons kognitif merujuk pada "sejauh mana pengguna media secara selektif memperhatikan dan menginvestasikan upaya kognitif untuk memahami konten media" yang kemudian dioperasionalkan sebagai upaya kognitif dan detak jantung fisiologis; status respons emosional dikonseptualisasikan sebagai "semua reaksi bervalensi efektif terhadap konten media" yang dioperasionalkan sebagai emosi positif dan negatif yang dilaporkan sendiri oleh responden; status respons eksitasi merujuk pada "tingkat gairah fisiologis sebagai respons terhadap media" yang dioperasionalkan sebagai gairah yang dilaporkan sendiri dan fisiologis. Pertama-tama, Fickers & Piotrowski memahami terlebih dahulu bagaimana perbedaan konten media memengaruhi tanggapan audiens. Meski konten media dapat berbeda, penelitian tersebut mengoperasionalkan konten media sebagai hiburan positif versus negatif.

Fickers & Piotrowski memfokuskan pada karakteristik disposisional yang mempengaruhi pemilihan orang dan tanggapan terhadap penggunaan media terkait kecenderungan respons kognitif, emosional, dan gairah. Variabel perbedaan individu yang digunakan terkait kategori tersebut adalah kebutuhan kognitif, empati afektif, dan pencarian sensasi. Selain itu, konsep sensitivitas pemrosesan sensorik juga dimasukkan untuk menjelaskan reaksi umum di ketiga domain itu. *Need for Cognition (NfC)* didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk terlibat dan

menikmati usaha kognitif yang dipandang sebagai penentu jenis pemrosesan pesan. Pengguna media yang memiliki *NfC* tinggi cenderung lebih termotivasi untuk memperhatikan dan terlibat dalam pemrosesan konten pesan yang terpusat atau menyeluruh, sedangkan pengguna media dengan *NfC* yang rendah akan kurang termotivasi untuk melakukannya. Individu yang memiliki *NfC* tinggi mungkin memiliki sikap yang lebih gigih, tahan, dan perilaku yang prediktif.

Maka, Hipotesis 1 (H1) yang diajukan: Dibandingkan dengan konten hiburan negatif, konten hiburan yang positif akan menghasilkan (a) perhatian dan upaya kognitif yang lebih tinggi (dioperasionalkan sebagai perhatian yang dilaporkan sendiri dan upaya kognitif serta detak jantung fisiologis), dan (b) tanggapan emosional positif yang lebih tinggi dan tanggapan emosional negatif yang lebih rendah (dioperasionalkan sebagai emosi yang dilaporkan sendiri). Pertanyaan Penelitian 1 (*RQ1*): Apakah kebutuhan kognitif terkait dengan peningkatan atau penurunan respons kognitif selama penggunaan media?

Variabel empati afektif dan respons emosional dalam penelitian Fickers & Piotrowski berfokus pada empati afektif karena secara khusus mengkonseptualisasikan pengalaman emosi yang selaras dengan pengalaman orang lain. Maka, Hipotesis 2 (H2) yang diajukan adalah empati afektif berhubungan positif dengan peningkatan respons emosional (dioperasionalkan sebagai emosi positif dan negatif yang dilaporkan sendiri) terhadap media hiburan. Variabel lain dalam penelitian terdahulu tersebut, pencarian sensasi didefinisikan sebagai pencarian sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru, kompleks, intens, dan kesediaan untuk mengambil risiko fisik, sosial, hukum dan finansial demi

pengalaman tersebut. Studi terdahulu memperkirakan bahwa pencari sensasi tinggi mengalami keadaan fisiologis *under arousal* yang tidak menyenangkan, sehingga mereka terdorong untuk meningkatkan tingkat gairah dengan terlibat dalam aktivitas yang berisiko dan merangsang. Maka, Hipotesis 3 (H3) yang diajukan adalah pencarian sensasi terkait dengan penurunan respons gairah (dioperasionalkan sebagai gairah fisiologis dan dilaporkan sendiri) selama penggunaan media.

*Sensory processing sensitivity (SPS)* dan semua jenis respons berkaitan dengan kepekaan umum atau daya tanggap individu terhadap rangsangan lingkungan. Fikkers & Piotrowski mengajukan Hipotesis 4 (H4), yaitu sensitivitas pemrosesan sensorik terkait dengan peningkatan respons kognitif, respons emosional, dan gairah selama penggunaan media. Selain meneliti efek utama konten dan efek kognitif audiens, Fikkers & Piotrowski juga ingin melihat bagaimana interaksi di antara keduanya untuk memahami secara lebih umum kontribusi konten dan respons kognitif, emosional, dan gairah audiens. Untuk itu, Fikkers & Piotrowski menggunakan satu dimensi pesan umum (valensi positif versus negatif) dengan memasukkan empat variabel yang secara teoritis relevan. Maka, Pertanyaan Penelitian 2 (*RQ2*) yang diajukan adalah adakah interaksi antara valensi konten hiburan dan empat perbedaan individu dalam menjelaskan respons kognitif, emosional, dan gairah terhadap hiburan (media)?

Dalam desain subjek, Fikkers & Piotrowski menyasar pada sampel anak-anak dan remaja. Sebanyak 243 remaja berusia 7-15 tahun (49,4% perempuan) menanggapi klip film positif dan negatif dengan menggunakan pengukuran yang

dilaporkan sendiri dan fisiologis (detak jantung dan konduktansi kulit). Sementara itu, orang tua mereka melaporkan perbedaan individu. Analisis multilevel dan pendekatan analitik digunakan untuk membedakan antara efek konten media dan perbedaan respons individu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak variasi dalam tanggapan disebabkan oleh perbedaan antara responden daripada perbedaan antara rangsangan. Namun, kebutuhan kognitif, empati afektif, pencarian sensasi, dan sensitivitas pemrosesan sensorik tidak secara signifikan menjelaskan variasi respons antarpeserta ini. Penelitian terdahulu oleh Fikkers & Piotrowski ini relevan dengan konsep besar yang peneliti hendak gunakan, yakni perbedaan individual. Meski pendekatan penelitian tersebut berbeda dengan yang hendak peneliti lakukan, tetapi kerangka berpikir dan analisis data yang dilakukan Fikkers & Piotrowski dapat peneliti pelajari sebagai acuan dan rujukan bagi penelitian ini. Selain itu, penelitian terdahulu tersebut dapat menjadi bahan bagi pengembangan penelitian peneliti untuk melihat perbedaan individual dari segi pengetahuan dan pemahaman, sumber informasi, dan sikap individu karena hasil penelitian perbedaan individu yang dilakukan Fikkers & Piotrowski tidak secara signifikan menjelaskan variasi respons.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Excessive Media Consumption about COVID-19 is Associated with Increased State Anxiety: Outcomes of a Large Online Survey in Russia</b>	<b>An Empirical Analysis into Sentiments, Media Consumption Habits, and Consumer Behaviour during the Coronavirus (COVID-19) Outbreak</b>	<b>Content and Person Effects in Media Research: Studying Differences in Cognitive, Emotional, and Arousal Responses to Media Content</b>
<b>Hasil Penelitian</b>	Kesimpulan dari penelitian Nekliudov et al. yaitu terbukti bahwa tingginya tingkat kecemasan berkaitan dengan persoalan kehilangan pekerjaan dan peningkatan konsumsi berita, serta kepercayaan yang lebih rendah dari ekspektasi kepada lembaga pemerintah.	Temuan penelitian oleh Chauhan & Shah ini adalah tidak ada perbedaan konsumsi media, perbedaan jenis & penggunaan aplikasi media sosial, dan perbedaan tujuan penggunaan media sosial yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Namun, terdapat perbedaan signifikan di berbagai kelompok usia.	Hasil penelitian Fickers & Piotrowski menunjukkan bahwa lebih banyak variasi dalam tanggapan disebabkan oleh perbedaan antara responden daripada perbedaan antara rangsangan. Namun, kebutuhan kognitif, empati afektif, pencarian sensasi, dan sensitivitas pemrosesan sensorik tidak secara signifikan menjelaskan variasi respons antarpeserta.
<b>Relevansi</b>	Penelitian terdahulu ini memperkuat latar belakang penelitian peneliti. Peneliti juga mengembangkan penelitian terdahulu melalui hal yang lebih spesifik, yaitu pembentukan sikap terhadap penerapan protokol kesehatan.	Penelitian terdahulu dapat dikembangkan untuk mengulik sentimen individu, sumber informasi, dan penggunaan media selama COVID-19. Khususnya sumber informasi, peneliti dapat melihat dari sumber terdekat, seperti keluarga, kerabat, dan lain-lain.	Penelitian terdahulu ini dapat menjadi rujukan pengembangan penelitian untuk melihat perbedaan individual dari segi pengetahuan dan pemahaman, sumber informasi, dan sikap individu.

Sumber: Kajian Peneliti

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*)

Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*) merupakan teori komunikasi massa yang dikemukakan oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach. Teori perbedaan individu menyatakan bahwa setiap individu akan menghasilkan respons berbeda terhadap pesan-pesan media dan sangat dipengaruhi oleh paradigma psikologi (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989). Perbedaan tanggapan tersebut didasari oleh kebutuhan psikologis individu, di mana individu mengonsumsi media massa untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Kebutuhan psikologis yang dimaksud dapat berupa kebutuhan informasi, integrasi, afektif, atau pun hiburan (*Oxford Reference*, n.d.). Dalam teori ini, kebutuhan, nilai-nilai, kepercayaan, dan sikap individu diyakini berperan penting pada penggunaan media dan reaksi audiens terhadap media.

Penggunaan media beragam di masyarakat. Hal itu menunjukkan bahwa perbedaan-perbedaan individu dapat memprediksi motivasi dalam penggunaan media dan pola konsumsi media, seperti menonton TV atau menggunakan internet. Di samping itu, keragaman atau variasi juga terdapat pada konten media itu sendiri yang dapat menjadi bukti perbedaan individu dalam preferensi, minat, dan respons terhadap tipe media yang lebih spesifik (Oliver, 2002, p. 508).

Perbedaan individu dirumuskan dalam 2 kelompok besar, yaitu *enjoyment and emotional response* dan *selective exposure, interpretation, and memory*. Perbedaan individu digambarkan sebagai kebutuhan yang diikuti dengan stimuli pemenuhan kebutuhan yang selalu dicari-cari oleh individu. *Sensation seeking* adalah perbedaan individu yang dapat dianggap mewakili kebutuhan atau afinitas. Selain itu, perbedaan individu dilihat sebagai kesiapan merespons, sifat atau ciri khas individu, dan disposisi evaluatif. Pola konsumsi media juga terikat dengan perbedaan individual dalam hubungannya dengan sikap dan kepercayaan yang memengaruhi eksposur selektif, interpretasi dan memori (Oliver, 2002, pp. 508-513).

Pearce & Field menilai meta-analisis dari efek media biasanya berfokus pada efek utama atau efek moderator tingkat kelompok. Sehingga, analisis tersebut tidak menyoroti perbedaan individu yang mungkin terlihat 'halus' tetapi punya pengaruh yang kuat (Valkenburg, Peter, and Walther, 2016, p. 317).

Dalam penelitian ini, perbedaan individu akan dilihat dari kebutuhan psikologis yang dapat ditinjau melalui kebutuhan informasi individu. Kebutuhan informasi tersebut dapat berbeda-beda dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti usia, pendidikan, jenis pekerjaan, dan kemampuan akses berita. Peneliti melihat perbedaan individu dari variasi usia sebab survei terdahulu menunjukkan data indeks ketaatan penduduk tua lebih menerapkan protokol kesehatan COVID-19. Selain perbedaan usia, perbedaan tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan kemampuan akses berita

juga dapat menjelaskan perbedaan individu dalam hal kebutuhan informasi, psikologis, interpretasi, dan respons.

Maka, peneliti melihat usia dari kelompok generasi yang dirangkum oleh Baresford Research (2021), yaitu sebagai berikut (Gambar 2.1).

Gambar 2.1 Rentang Usia dalam Kelompok Generasi

	<b>Born</b>	<b>Ages</b>
<b>Gen Z</b>	1997 - 2012	9 - 24
<b>Millennials</b>	1981 - 1996	25 - 40
<b>Gen X</b>	1965 - 1980	41 - 56
<b>Boomers II</b>	1955 - 1964	57 - 66
<b>Boomers I</b>	1946 - 1954	67 - 75
<b>Post War</b>	1928 - 1945	76 - 93
<b>WW II</b>	1922 - 1927	94 - 99

Sumber: Baresford Research, 2021

Untuk perbedaan individu yang ditinjau dari segi pendidikan, peneliti mengelompokkan jenjang pendidikan dalam tiga kelompok berdasarkan UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, sebagai berikut.

- a. Pendidikan dasar, yaitu pendidikan pada jenjang SD/ sederajat dan SMP/ sederajat.
- b. Pendidikan menengah, yaitu pendidikan pada jenjang SMA/ SMK/ sederajat.

- c. Pendidikan tinggi, yaitu pendidikan akademik, seperti institut, universitas, dan sekolah tinggi. Selain itu, pendidikan tinggi juga terdiri atas pendidikan profesional, seperti akademi dan politeknik.

Kemudian, untuk kemampuan akses berita, penelitian ini menggunakan acuan dari survei Kominfo (2020) dalam Kerangka Pengukuran Literasi Digital. Penelitian ini menggunakan subindeks informasi dan literasi data sebab hendak melihat bagaimana individu mendapatkan informasi dan melihat kemampuan literasi individu, serta melihat bagaimana kemampuan berpikir kritis individu saat berhadapan dengan informasi atau berita di media. Dengan demikian, perbedaan individu yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini adalah perbedaan usia, jenjang pendidikan, jenis pekerjaan, dan kemampuan akses berita.

### **2.2.2 Peran Media Daring**

Media massa merupakan mekanisme akuntabilitas yang mengangkat isu-isu penting di hadapan publik dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini dan sentimen publik. Selain itu, media massa juga berperan penting dalam mendorong pemerintah untuk mengambil tindakan dalam kebijakannya (Commonwealth Secretariat, 2007, p. 95). Keberadaan media massa sudah ada sejak dahulu dan kian berkembang seiring perkembangan zaman. Bentuk dan medium penyalurannya pun berkembang pesat dari waktu ke waktu, mulai dari cetak, radio, televisi, hingga media daring (*online*) seperti saat ini. Akan tetapi, ciri utama dari media massa itu

sendiri tetap sama, yakni kemampuan menjangkau khalayak dengan informasi, rangsangan, harapan, dan dampak, serta pengaruh yang sama (McQuail, 2011, p. 4).

Bernard C. Cohen dalam Ishwara (2011).menyebutkan beberapa peranan umum pers, yakni sebagai berikut.

- a. Pers sebagai pelapor (*informer*), yaitu berperan sebagai mata dan telinga publik.
- b. Pers sebagai alat pemerintah (*an instrument of goverment*), yaitu berperan untuk menyampaikan pernyataan dan kebijakan pemerintah.
- c. Pers sebagai *interpreter*, yaitu pers memberikan penafsiran terhadap berita yang disampaikan ke publik.
- d. Pers sebagai wakil publik (*representative of the public*), yaitu mewakili suara publik dalam pelaporan.
- e. Pers sebagai pengkritik pemerintah (*watchdog*), yakni menyelidiki kegiatan pemerintah secara independen demi kepentingan warga.

Di masa pandemi COVID-19, informasi menjadi urgensi bagi semua pihak. Di sisi lain, informasi juga dapat menjadi sangat krusial untuk menentukan langkah antisipatif penekanan angka positif COVID-19. Dalam hal tersebut, media dalam perannya sebagai informer menyampaikan suatu informasi yang dapat menjadi dasar atau ‘alat’ utama bagi publik dalam menentukan sikap (Boer, 2020, pp. 102-103).

Menurut Boer (2020), informasi adalah sumber acuan bagi masyarakat dalam bertindak sehingga di masa pandemi ini, informasi yang disampaikan ke publik adalah informasi yang tidak simpang siur dan berorientasi pada tujuan komunikasi tersebut, yaitu penyampaian informasi yang sekiranya membantu meminimalisasi penyebaran virus. Terlepas dari itu, publik juga harus memiliki kemampuan memilah informasi yang benar di antara banyaknya informasi yang tersebar luas di dunia daring, termasuk hoaks dan disinformasi. Karena itu, diperlukan juga kemampuan berpikir kritis dan verifikasi informasi dari diri individu agar tidak menyimpang dalam pengambilan keputusan dan tindakan atas dasar acuan informasi yang keliru.

Penelitian ini akan fokus pada peran media daring sebagai sumber informasi selama pandemi COVID-19. Peran media daring sebagai informer akan fokus pada bagaimana media daring menyajikan informasi seputar COVID-19 hingga memberi pengaruh dalam pembentukan sikap individu terhadap penerapan protokol kesehatan COVID-19. Sementara itu, media daring merujuk pada segala format media yang dapat diakses melalui internet. Maka, dalam konteks penelitian ini, media daring yang dimaksud adalah *website* media, media sosial, *online newsletter*, dan bentuk media daring lainnya.

### 2.2.3 Pembentukan Sikap

Sikap adalah variabel intervening yang tidak dapat diamati secara langsung. Akan tetapi, dapat dikaji berdasarkan anteseden dan konsekuensi yang diamati langsung dari hubungan fungsional tertentu. Dalam menganalisis sikap, dibutuhkan pertimbangan pola stimulus, tanggapan yang dapat diamati, dan hubungan fungsional yang terlibat (Ortmeyer, 1949, p. 2). Senada dengan itu, ahli lain menegaskan bahwa sikap dalam konsep ilmu sosial mengacu pada sesuatu yang berada dalam diri manusia dan tidak mudah diamati (Fleck, 2015, p. 175).

Sikap dapat bervariasi dalam valensinya, artinya dapat relatif positif, negatif, atau netral. Pun dalam hal ekstremitas atau sejauh mana menyimpang dari netralitas, sikap dapat dilihat dari kecenderungan sikap individu yang positif ataupun negatif. Sikap juga berbeda dalam hal kekuatan, yaitu sejauh mana sikap tersebut bertahan lama dan berdampak (Petty & Krosnick dalam Brinol, Guyer, & Petty, 2019, p. 2). Selain itu, sikap juga dapat bervariasi akibat komponen yang mendasari sikap tersebut. Model tripartit mengonseptualisasikan bahwa sikap didasarkan pada pengaruh atau perasaan, kognisi atau keyakinan dan pengetahuan, dan perilaku atau tindakan (Breckler dalam Brinol, Guyer, & Petty, 2019, pp. 2-3).

Pembentukan sikap dapat terjadi akibat adanya interaksi sosial. Interaksi sosial yang terjadi dapat membentuk pola sikap individu terhadap objek psikologis yang dihadapi. Faktor-faktor pembentukan sikap individu,

antara lain pengalaman pribadi, pengaruh kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan atau lembaga agama, dan faktor emosi lain yang ada dalam diri individu (Azwar dalam Zuchdi, 1995, p. 57).

Zuchdi (1995) menjabarkan, pertama, untuk menilik dasar pembentukan sikap akibat pengalaman pribadi, biasanya sikap akan mudah terbentuk apabila ada faktor emosional yang terlibat dalam pengalaman tersebut. Kedua, pengaruh kebudayaan juga turut andil dalam pembentukan sikap. Apabila suatu budaya menjunjung tinggi nilai-nilai tertentu, kemungkinan terbentuk sikap positif yang senada dengan nilai dari budaya itu. Ketiga, informasi yang disampaikan media massa, termasuk media daring dalam konteks penelitian ini, dapat memberikan landasan kognitif bagi terbentuknya sikap. Bila pesan yang disampaikan media sugestif, hal tersebut sekiranya memberi dasar afektif dalam terbentuknya sikap. Keempat, lembaga pendidikan dan agama seyogyanya memberikan konsep moral kepada individu sehingga seringkali konsep tersebut diterima dan menjadi determinan tunggal yang dapat menentukan sikap individu. Kelima, faktor emosi lain yang ada dalam diri individu juga dapat menjadi faktor pembentukan sikapnya.

Penelitian ini akan berfokus pada pengetahuan dan pemahaman individu mengenai COVID-19 sebagai salah satu faktor pembentukan sikap. Pengetahuan dan pemahaman, khususnya terkait gejala, proses penyebaran, dan cara pencegahan COVID-19 akan dilihat dalam penelitian ini. Hal-hal

tersebut akan mengacu pada referensi dari *World Health Organization (WHO)* (2020), yaitu sebagai berikut.

#### 1. Gejala COVID-19

Gejala COVID-19 yang paling umum adalah demam, batuk kering, dan kelelahan.

Gejala lain yang kurang umum dan dapat dialami oleh beberapa orang adalah kehilangan rasa atau bau, hidung tersumbat, konjungtivitis (mata merah), sakit tenggorokan, sakit kepala, nyeri otot atau sendi, berbagai jenis ruam kulit, mual atau muntah, diare, menggigil atau pusing.

Gejala COVID-19 yang parah meliputi sesak napas, kehilangan selera makan, kebingungan, nyeri atau tekanan yang terus-menerus di dada, suhu tubuh tinggi (di atas 38 derajat Celcius).

Gejala lain yang kurang umum adalah sifat lekas marah, kebingungan, kesadaran berkurang (terkadang kejang), kegelisahan, depresi, gangguan tidur, komplikasi neurologis yang lebih parah seperti stroke, radang otak, delirium, dan kerusakan saraf, serta orang-orang dari segala usia yang mengalami demam dan / atau batuk yang berhubungan dengan kesulitan bernapas atau sesak napas, nyeri atau tekanan dada, atau kehilangan kemampuan bicara atau bergerak.

## 2. Penyebaran COVID-19

COVID-19 disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 yang menyebar di antara orang-orang, terutama ketika orang yang terinfeksi melakukan kontak dekat dengan orang lain. Virus ini dapat menyebar dari mulut atau hidung orang yang terinfeksi dalam partikel cairan kecil saat batuk, bersin, berbicara, bernyanyi, atau bernapas dengan berat.

Orang dapat tertular COVID-19, ketika virus masuk ke mulut, hidung, atau mata yang mungkin terjadi saat orang melakukan kontak langsung atau dekat (jarak kurang dari 1 meter) dengan orang yang terinfeksi. Penularan juga dapat terjadi dalam pengaturan tertentu, terutama di dalam ruangan tertutup, ramai, dan ruangan tidak berventilasi memadai. Virus juga dapat menyebar setelah orang yang terinfeksi bersin, batuk, atau menyentuh permukaan. Orang lain dapat terinfeksi ketika menyentuh permukaan yang terkontaminasi, lalu menyentuh mata, hidung, atau mulut tanpa membersihkan tangan terlebih dahulu.

## 3. Pencegahan COVID-19

Untuk menjaga keamanan diri dari COVID-19, ada 2 hal penting yang perlu dilakukan:

- Menjaga jarak setidaknya 1 meter dengan orang lain untuk mengurangi risiko infeksi saat batuk, bersin, atau berbicara.
- Menggunakan masker saat berada di sekitar orang lain.

Penelitian ini akan melihat bagaimana pembentukan sikap individu terhadap protokol kesehatan. Sikap akan dikaji berdasarkan pengetahuan dan pemahaman individu secara umum terkait COVID-19 sebagai salah satu faktor pembentukan sikap terhadap penerapan protokol kesehatan COVID-19. Di samping itu, peneliti menilik pengalaman pribadi, pengaruh kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan atau lembaga agama, dan faktor emosi lain yang ada dalam diri individu sebab hal-hal tersebut juga dapat menjadi landasan dasar suatu sikap yang berimplikasi pada penerapan protokol kesehatan, serta mengamati komunikasi nonverbal yang tampak saat informan menjabarkan jawaban untuk setiap item pertanyaan.

#### **2.2.4 Protokol Kesehatan COVID-19**

Perihal protokol kesehatan telah diatur dalam Keputusan Menteri Kesehatan RI nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19). Prinsip umum protokol kesehatan dalam pencegahan dan pengendalian COVID-19 dipaparkan secara umum harus memuat hal-hal berikut.

## 1. Perlindungan kesehatan individu.

Dapat dilakukan dengan berbagai tindakan, seperti menggunakan alat pelindung diri (masker), membersihkan tangan secara teratur, menjaga jarak minimal 1 meter dengan orang lain, dan meningkatkan daya tahan tubuh dengan menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).

## 2. Perlindungan kesehatan masyarakat.

Peran pengelola atau penanggung jawab tempat dan fasilitas umum penting menerapkan: pertama, unsur pencegahan (*prevent*) dengan mengurangi adanya pergerakan, kerumunan, atau interaksi orang yang dapat menimbulkan kontak fisik, serta menyediakan perlindungan (*handsanitizer*, pengaturan jaga jarak, disinfeksi ruangan secara berkala, dan sebagainya). Kedua, unsur penemuan kasus (*detect*) dengan memfasilitasi deteksi dini dan melakukan pemantauan kondisi kesehatan. Ketiga, unsur penanganan secara cepat dan efektif (*respond*) dengan berkoordinasi dengan dinas kesehatan atau fasilitas pelayanan kesehatan setempat untuk melakukan pelacakan atau pemeriksaan.

Karena peneliti memfokuskan objek penelitian pada masyarakat secara umum, maka protokol kesehatan yang menjadi pengukuran dalam penelitian ini fokus pada perlindungan kesehatan individu. Protokol kesehatan juga dapat dirangkum dalam protokol 3M, 3S, dan 3T. Juru bicara Satgas Penanganan COVID-19, Wiku Adisasmito menjelaskan, 3M adalah

memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak, 3S adalah semprot semua sarana, dan 3T adalah tes, telusuri atau *tracing*, dan tanggulangi atau *treatment* (Detik.com, 2020, para. 4).

Maka, penelitian ini akan melihat bagaimana individu menerapkan protokol kesehatan, yakni menerapkan protokol kesehatan 3M, 3S, dan 3T. Penerapan protokol kesehatan tersebut akan dikulik melalui sikap individu dalam kehidupan sehari-hari. Misal, persiapan protokol kesehatan sebelum berpergian ke luar rumah, penerapan protokol kesehatan saat berada di luar rumah, apa saja protokol kesehatan yang dilakukan saat pulang ke rumah setelah berpergian dari luar, bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungannya saat pandemi, bagaimana individu membatasi diri saat berada dalam ruang publik atau transportasi umum, dan bentuk penerapan protokol kesehatan COVID-19 lainnya.

### **2.3 Alur Penelitian**

Penelitian ini akan menjawab bagaimana faktor perbedaan individu dalam menggunakan media daring sebagai sumber informasi bagi pembentukan sikap individu terhadap penerapan protokol kesehatan COVID-19. Asumsinya adalah semakin sering individu memperoleh informasi seputar COVID-19 dari media daring, maka sikap yang terbentuk adalah sikap positif dan kuat terhadap penerapan protokol kesehatan. Teori perbedaan individual (*individual differences theory*) digunakan dalam penelitian ini untuk melihat perbedaan dari segi usia sebab data terdahulu menyimpulkan bahwa penduduk tua lebih mematuhi protokol kesehatan.

Untuk menjawab rumusan masalah, terlebih dahulu akan digali bagaimana pengetahuan dan pemahaman individu mengenai gejala, proses penularan, dan cara pencegahan penyebaran COVID-19. Untuk mengukur seberapa jauh pengetahuan dan pemahaman tersebut, peneliti akan menggunakan acuan informasi dari *World Health Organization (WHO)*. Selanjutnya, pengetahuan dan pemahaman tersebut akan dijadikan sebagai informasi dasar yang sekiranya memberi pengaruh terhadap sikap individu.

Peneliti juga hendak menggali informasi mengenai bagaimana individu memperoleh informasi seputar COVID-19. Dalam penelitian ini, individu digambarkan dapat secara aktif (mencari) atau pun pasif (terpapar) dalam memperoleh informasi seputar COVID-19. Sumber informasi yang dimaksud tidak hanya berasal dari media massa, tetapi juga dapat berasal dari komunikasi interpersonal dan sumber informasi lainnya.

Kemudian, dari berbagai penggalian informasi yang dilakukan, penelitian ini akan mengkaji apakah asumsi awal peneliti terbukti dengan fakta di lapangan. Selain itu, hal ini juga akan menunjukkan sumber informasi yang lebih kuat dan berpengaruh sehingga mampu membentuk sikap individu dalam penerapan protokol kesehatan. Pada akhirnya, penelitian ini akan menyimpulkan faktor perbedaan individu dalam menggunakan media daring sebagai sumber informasi bagi pembentukan sikap individu terhadap penerapan protokol kesehatan COVID-19.