

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan adanya telepon genggam yang mudah dibawa kemana-mana selama hampir 24 jam, masyarakat dapat dengan mudah mengakses internet tanpa perlu menggunakan komputer. Perkembangan teknologi saat ini telah mempermudah aktivitas untuk berinteraksi dan komunikasi dengan beragam media.

Kecepatan informasi yang beredar di internet dapat menggantikan peranan media massa konvensional. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak seperti majalah, surat kabar, dan elektronik seperti televisi dan radio yang ditujukan kepada masyarakat (Mulyana, 2010, p. 83). Sebanyak 65% pembaca media cetak mengakses internet melalui telepon genggam dan menghabiskan waktu untuk mengakses internet setiap harinya dengan durasi hampir tiga jam (Nielsen.com, 2017).

Saat ini, isu mengenai pandemi COVID-19 menjadi hal yang penting untuk diberitakan karena menyangkut kepentingan masyarakat luas. Nilai berita dapat diukur dari besarnya suatu peristiwa dan arti pentingnya suatu peristiwa (Eriyanto, 2002). COVID-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh jenis Coronavirus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. *World Health Organization* atau Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah resmi menyatakan wabah virus corona dengan nama ilmiah SARS-CoV-2 sebagai pandemi global.

Virus yang sebelumnya tidak dikenal ini pertamakali terdeteksi di Wuhan, Tiongkok, pada Desember 2019. Virus ini dapat menyebabkan berbagai penyakit beragam seperti demam, sakit tenggorokan, batuk, hingga penyakit pernapasan yang lebih fatal seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS).

Sampai saat ini, jumlah masyarakat di Indonesia yang terkonfirmasi COVID-19 sebanyak 1.191.990 dengan jumlah masyarakat yang sembuh 993.117 dan jumlah masyarakat meninggal sebanyak 32.381 (KawalCovid19.id, 2021). Sejak pertama terdeteksi hingga sekarang, kasus COVID-19 telah tercatat di semua provinsi di Indonesia dari Aceh hingga Papua, di mana lebih dari 99% wilayah di Indonesia sudah terdampak pandemi COVID-19 (Kompas.com, 2021). Dari 225 negara yang terdata, hingga saat ini Indonesia berada pada posisi ke-19 dengan kasus positif COVID-19 yang ada (Worldometers, 2021).

Adanya pandemi COVID-19 berdampak pada berbagai ranah seperti perekonomian yang menurun, kesehatan, dan pendidikan yang tidak dapat berjalan seperti biasanya. Berbagai upaya dan kebijakan pemerintah dalam menangani virus corona sudah diterapkan dari awal Januari 2020 saat di mana virus corona menyebar ke seluruh dunia hingga sekarang. Langkah kebijakan pemerintah untuk mencegah penyebaran COVID-19 di antaranya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), kebijakan *physical distancing*, *social distancing*, kampanye penggunaan masker, dan larangan mudik yang berlaku mulai dari 6-17 Mei 2021.

Kebijakan-kebijakan termasuk larangan mudik yang diberlakukan pemerintah demi mencegah penularan COVID-19 yang diberitakan media akan

menuai berbagai respon dari masyarakat. Meski peraturan larangan mudik ini diterapkan untuk mencegah peningkatan kasus COVID-19 di Indonesia, peraturan larangan mudik yang membatasi mobilitas masyarakat ini menuai tanggapan pro dan kontra dari masyarakat, terutama bagi masyarakat yang tidak pergi mudik dari tahun 2020, semenjak kebijakan peraturan larangan mudik diterapkan. Dalam kebijakan peraturan larangan mudik, ditetapkan sanksi yang tegas bagi pengendara yang melanggar seperti memberi perintah untuk putar balik kembali ke daerah asal dan sanksi-sanksi lain yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan.

Media sebagai sumber informasi memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan publik terkait isu pemberitaan tentang COVID-19. Semakin maraknya kasus COVID-19 di Indonesia ini berpengaruh pada gencarnya masyarakat dalam mencari informasi mengenai COVID-19 dan perlahan mengubah perilaku masyarakat dalam mengonsumsi informasi dari media. Setiap saat, media menuliskan pemberitaan mengenai COVID-19 seperti data statistik meningkatnya jumlah korban meninggal, jumlah masyarakat yang terinfeksi, perekonomian dunia yang perlahan menurun akibat dampak dari COVID-19, hingga kebijakan-kebijakan pemerintah untuk memutus rantai COVID-19 dan menangani dampak dari virus ini (Kumaran, 2020).

Respon dari masyarakat terhadap informasi yang diberitakan di media pun beragam. Saat pemberitaan tentang upaya pemerintah untuk memutus rantai COVID-19 yaitu *lock down* gencar diberitakan media, masyarakat merespon dengan mengambil tindakan *panic buying* di sejumlah pusat perbelanjaan. Dilansir dari *CNNIndonesia*, berdasarkan hasil riset *Institute For Development of*

Economics and Finance (Indef), sebanyak 49,9 persen dari total 1,22 juta percakapan di media sosial, mempunyai sentimen negatif terhadap pemerintah. Hasil analisis yang berkaitan dengan sentimen tentang institusi, perilaku, dan kinerja pemerintah yang dilakukan sejak Juli 2020 hingga 13 November 2020 ini berkaitan dengan topik pembicaraan yang paling banyak dibahas seperti RUU Ciptakerja, Pilkada, peningkatan utang negara, termasuk pandemi COVID-19 (CNNIndonesia, 2020).

Berdasarkan hasil survei Lembaga Indikator Politik Indonesia (LIPI), tingkat kepercayaan responden terhadap kinerja institusi mengalami penurunan selama menangani pandemi COVID-19. Kepercayaan pada Presiden mengalami penurunan dari Februari 2020 mencapai 92,2% menjadi 82% pada Februari 2021, angka kepercayaan publik ini berada di urutan kedua setelah TNI yang juga mengalami penurunan dari 95,4% menjadi 85,5% (Kompas.com, 2021). Angka kepercayaan ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kendali untuk menentukan pandangan mereka terhadap kinerja pemerintah dalam menangani COVID-19.

Pemberitaan tentang kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah terkait COVID-19 akan terus disorot masyarakat. Media akan terus memproduksi berita untuk terus memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi. Oleh sebab itu, masyarakat dihadapkan pada banjir informasi yang tidak diketahui kebenarannya. *Kompas.com* merupakan media online yang sudah tersertifikasi dalam jaringan internasional penguji fakta (IFCN - *International Fact-checking Network*) sejak Oktober 2018 dan bekerja sama dengan *TurnBackHoax.id* (Masyarakat Anti Fitnah

Indonesia – MAFINDO). Berdasarkan data yang diperoleh dari *Alexa.com*, *Kompas.com* menduduki peringkat kelima sebagai portal berita online yang paling banyak dikunjungi pembaca di Indonesia (Alexa, 2021). *Kompas.com* merupakan salah satu media yang rutin mempublikasikan berita mengenai strategi pemerintah terhadap COVID-19.

Berita dalam media massa menggunakan *frame* atau kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial. Hadirnya sebuah media massa dapat dengan mudah mengarahkan masyarakat dalam membentuk opini dan perilaku masyarakat juga berperan dalam aktivitas keseharian bersosial di masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi ini tentunya memberikan dampak yang sangat signifikan pada perilaku sosial masyarakat.

Generasi Y atau yang disebut juga generasi milenial menghabiskan waktu di depan perangkat *mobile* sekitar tiga jam sehari untuk mendapatkan informasi dan menjadikan media sosial sebagai sumber berita utama (Kominfo, 2016). Graeme Codrington dan Sue Grant-Marshall dalam (Yudha, 2018) menyebutkan bahwa generasi milenial lahir pada rentang usia 1981-1994. Internet menjadi kebutuhan utama bagi generasi milenial. Hasil riset IDN Research Institute menunjukkan bahwa 94,4% generasi milenial Indonesia telah terkoneksi dengan internet.

IDN Research Institute membagi generasi milenial menjadi dua kelompok yaitu junior milenial dan senior milenial. Menurut hasil riset, junior milenial dengan rentang usia 20-an memiliki aktivitas yang lebih beragam, mulai dari aktivitas kampus, organisasi, berkumpul dengan teman, bekerjasama dengan tim, melaksanakan hobi, hingga mengelola bisnis. Sedangkan, senior milenial dengan

usia 29 tahun ke atas lebih banyak menghabiskan waktu untuk bekerja dan keluarga, terutama bagi mereka yang telah menikah (Institute, 2019).

Berdasarkan data dari riset Global Web Index, pola konsumsi generasi milenial dalam mengakses internet adalah mencari informasi mengenai virus corona sebesar 71%, mendengarkan musik dengan persentase 62%, menonton film 52%, bermain *mobile games* sebesar 45%, dan menonton video lucu 44%. Persentase aktivitas generasi milenial di dunia maya selama pandemi dalam mencari informasi mengenai virus corona paling tinggi di antara generasi-generasi lainnya sebesar 71%, sedangkan generasi Z berada di urutan kedua yaitu 67% dengan persentase paling besar mendengarkan musik, generasi X sebesar 69%, dan persentase boomers dalam mengonsumsi informasi mengenai virus corona berada dalam urutan terendah yaitu sebesar 54% (Kumparan, 2020).

Menurut riset Global Web Index, sumber informasi yang paling dipercaya generasi milenial, generasi Z, generasi X, dan boomers dalam mencari informasi mengenai virus corona adalah situs WHO. Persentase WHO sebagai sumber rujukan informasi yang paling dipercaya milenial adalah sebesar 63%, pada peringkat kedua adalah situs resmi pemerintah sebesar 53%, lebih besar dari persentase generasi Z yaitu 39%, dan persentase tiga terbawah adalah stasiun TV, media daring, dan jurnal ilmiah (Kumparan, 2020).

Menurut survei *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) Indonesia, persentase faktor yang memengaruhi ketidakpatuhan masyarakat dalam menerapkan protokol kesehatan COVID-19 di Jakarta sebesar 47%. Hasil survei menyatakan sebesar 6% masyarakat memberi tanggapan bahwa tidak ada kontrol

dari pemerintah terhadap kebijakan yang ditetapkan dalam menangani virus corona dan sebesar 7.8% responden menyatakan bahwa kebijakan pemerintah tidak konsisten.

Hasil dari survei ini menyatakan bahwa penegakan hukum dianggap masyarakat sebagai cara yang lebih efektif untuk menerapkan protokol kesehatan (CSIS, 2021). Dominasi generasi milenial terhadap konsumsi informasi di tengah pandemi ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemaknaan mereka mengenai pemberitaan yang tersebar di internet, khususnya pemberitaan mengenai strategi pemerintah dalam menangani COVID-19. Pemberitaan di media yang membentuk makna yang berbeda merupakan acuan untuk bertindak sesuai dengan informasi yang diterima. Banyaknya informasi yang diterima memengaruhi penafsiran yang berbeda dan respon yang berbeda seperti penolakan atau perubahan makna dari isi media.

Penelitian ini mengacu pada studi resepsi dengan model *encoding-decoding* dari Stuart Hall dan kajian budaya menerapkan fokus pada mendapatkan pemahaman khalayak terhadap media terhadap budaya masing-masing informan dan latar belakang juga kesehariannya. Model *encoding-decoding* Stuart Hall ini menjelaskan mengenai teks media yang memberikan kerangka makna dan khalayaknya menafsirkan makna tersebut menurut kerangka interpretasi yang berbeda-beda (McQuail, 2010, p. 158). Dalam membaca berita mengenai strategi pemerintah mengenai COVID-19 di *Kompas.com*, khalayak akan menerima informasi tersebut dan membuat makna sendiri akan informasi yang mereka baca.

Peneliti menggunakan tiga posisi kelompok khalayak dalam melakukan proses *decoding* Stuart Hall yaitu posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Stuart Hall menjelaskan posisi dominan adalah situasi di mana khalayak akan menerima pesan dan menerima makna yang disampaikan oleh media tanpa adanya penolakan. Posisi negosiasi terjadi ketika khalayak menerima makna dari pesan yang disampaikan dan akan menolak makna pesan ketika terdapat perbedaan dengan keyakinan khalayak. Posisi oposisi menjelaskan ketika khalayak menolak makna dari pesan yang dibuat oleh media dan memaknai pesan tersebut dengan pemikiran mereka sendiri (Stuart Hall, 2005, pp. 125-127).

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana generasi milenial memaknai pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*. Hal ini tertarik untuk diteliti karena di tengah pandemi COVID-19, media memberikan pengaruh yang kuat terhadap pemahaman khalayak atau bagaimana khalayak memaknai informasi yang beredar mengenai penanganan pemerintah terhadap pandemi COVID-19.

1.2 Rumusan Masalah

Media memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan opini publik. Di samping itu, khalayak sebagai *decoder* atau penerima pesan memiliki pemahaman sendiri terhadap teks media yang mereka konsumsi. Berdasarkan model *encoding* dan *decoding* dari studi resepsi Stuart Hall, pemaknaan yang disampaikan oleh *encoder* dapat diterima dengan baik atau sebaliknya oleh *decoder*. Khalayak dapat memiliki opini yang berbeda-beda berdasarkan fenomena atau konstruksi yang dialami setiap generasi milenial dalam memaknai isi media

yang dapat berpengaruh dengan pemaknaan mereka, khususnya pada pemberitaan di *Kompas.com* mengenai kebijakan pemerintah dalam mengatasi COVID-19 yang terus menjadi perhatian masyarakat.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana generasi milenial memaknai pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada latar belakang serta rumusan masalah, peneliti memiliki sejumlah pertanyaan untuk penelitian ini, di antaranya:

1. Bagaimana konsep pemaknaan dari *encoder* dapat tersampaikan kepada *decoder* yang memaknai pemberitaan mengenai strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*?
2. Bagaimana proses penerimaan pesan terhadap pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti memiliki beberapa tujuan dalam penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memahami proses *encoding* dan *decoding* melalui pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*.

2. Untuk mengetahui proses penerimaan pesan terhadap pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengembangan pemikiran tentang studi resepsi terkait bagaimana generasi milenial sebagai pengguna media aktif memaknai pemberitaan terkait strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan gambaran terhadap cara pandang khalayak memaknai pemberitaan melalui *Kompas.com* berdasarkan fenomena atau konstruksi yang dialami setiap orang.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Berdasarkan hasil dari penelitian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembaruan sebagai kajian terhadap wawasan pembaca tentang pemaknaan terhadap konten media yang disajikan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui dan memahami pemaknaan pemberitaan COVID-19, peneliti hanya meneliti pada subjek generasi milenial sehingga hasil penelitian tidak dapat diterapkan secara luas atau nasional.