

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat cepat mendukung banyak sektor industri media beralih ke model digital. Menurut Kominfo (Kominfo.go.id, 2018, para 1), saat ini di Indonesia sudah terdapat 100 media *online*, yang secara resmi terverifikasi. Hal ini guna memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat sebaik mungkin, sebagaimana menjadi salah satu peran media. Selain itu, media menjadi lebih mudah, mengingat dewasa ini media diharuskan untuk produktif dengan target produksi berita yang meningkat. Meski begitu, masing-masing media *online* saat ini memiliki sifat dan karakteristik saling berlomba-lomba untuk menyajikan informasi semenarik mungkin yang terkadang melupakan hal-hal pokok yang menjadi fungsi media, yaitu memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan memengaruhi.

Pemberitaan Covid-19 menjadi salah satu pemberitaan yang menjadi daya tarik untuk diberitakan di media *online*, dan di berbagai media lainnya. Setiap harinya, media *online* terus memberikan perkembangan baru, mulai dari penambahan jumlah kasus, korban, dan info-info lain seputar Covid-19. Namun terkadang, pemberitaan yang disajikan kerap memberikan kesan yang justru menimbulkan kecemasan. Misalkan saja, salah satu media *online* dalam artikelnya memberitakan tentang wafatnya dokter muda di Indonesia akibat wabah Covid-19. Pemberitaan ini cukup menghebohkan masyarakat, dikarenakan hasil diagnosa mengatakan bahwa Covid-19

biasa berbahaya untuk orang-orang dengan usia di atas 40 tahun. Dalam lapangannya, ternyata dugaan tersebut tidak sepenuhnya benar.

Selain itu, pemberitaan mengenai penambahan jumlah kasus juga sering menjadi sorotan bagi para pembacanya. Setiap hari, media *online* terus memberitakan pemberitaan yang memperlihatkan angka penambahan jumlah kasus aktif Covid-19.

Pemberitaan ini terus menjadi *headline* beberapa media *online*, dikarenakan topik pemberitaan Covid-19 memiliki nilai berita yang kuat. Menurut Cahya (2012) suatu berita dapat bermanfaat dapat bagi banyak orang, apabila memiliki nilai berita. Nilai berita tersebut memiliki beberapa unsur di dalamnya, yaitu kebaruan, kedekatan, keluarbiasaan, dan tentunya memiliki dampak bagi masyarakat.

Melesatnya pertumbuhan kasus Covid-19 ini membuat hampir seluruh media *online* Indonesia selalu melakukan penyebaran berita setiap harinya mengenai kasus ini. Misalnya dari beberapa portal berita *online* yang membagikan berita tersebut yaitu BBC News, Detik.com, dan Liputan6.com, sebagai berikut:

Gambar 1.1 Berita Covid-19



Sumber: BBC NEWS



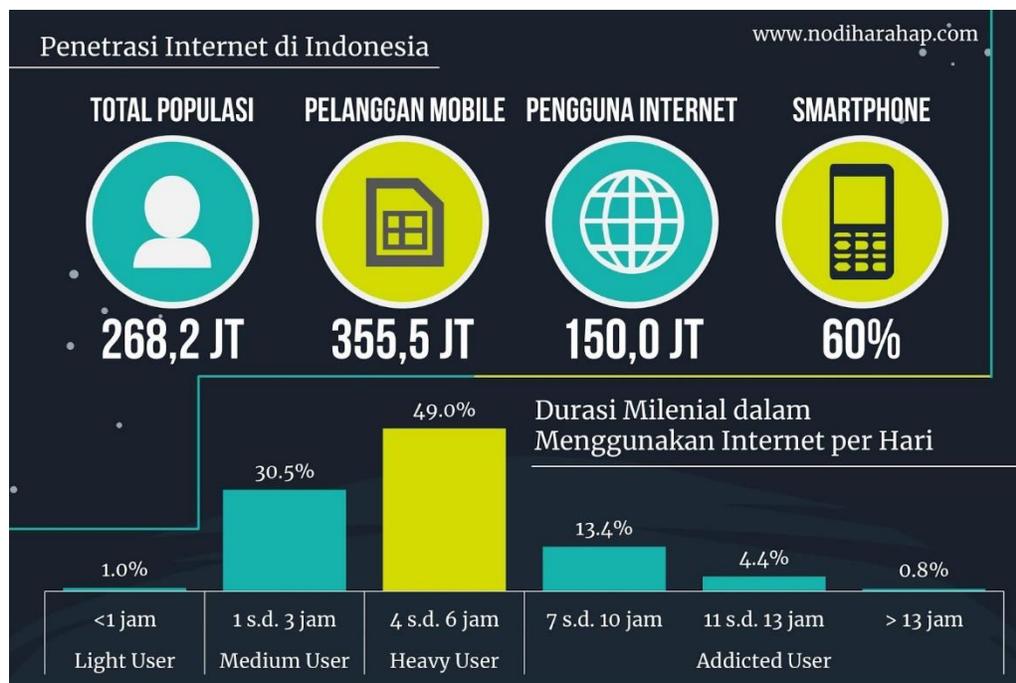
Sumber: Detik.com



Sumber: Liputan6.com

Dapat dilihat dari gambar 1.2 bahwa banyak pemberitaan di media *online*, pesan berita yang disampaikan media dapat mengubah pola pikir serta dapat menimbulkan rasa cemas khususnya generasi milenial, mengingat generasi ini memberikan rata-rata perhatiannya kepada *smartphone*, tablet, dan televisi 27 kali setiap jamnya (Kominfo.go.id, 2016, para.32).

Gambar 1.2 Penetrasi Internet di Indonesia



Penetrasi internet dan durasi milenial dalam menggunakan internet di Indonesia | Sumber: Hootsuite dan IDN Research Institute (diolah)

Sumber: Hootsuite dan IDN Research Institute

Gambar 1.2 juga memberikan dukungan informasi bahwa milenial menduduki kategori *heavy user* dalam pemakaian internet di Indonesia. Artinya, tingkat pemakaian yang tergolong cukup tinggi dalam mengakses media internet.

Selain itu, menurut laporan Pusat Kontrol Penyakit di Amerika Serikat menyatakan bahwa generasi milenial juga menjadi salah satu kategori generasi yang rentan terjangkit Covid-19 dengan skala tinggi. Sepanjang periode awal pandemi di AS, 20% orang yang terjangkit virus ini adalah orang yang berusia 20-44 tahun (BBC, 2020, para. 9).

Oleh karena itu, dengan tingginya penyebaran berita terkait Covid-19 di media *online* dapat memicu terjadinya terpaan berita. Terpaan media bisa mengubah perilaku khalayak yang berhubungan dengan perilaku, pengetahuan, dan kebiasaan. (Dananjaya, 2011, p. 27). Selain itu, terpaan berita juga dapat memberikan dampak bagi para pembacanya, salah satunya yaitu dapat memunculkan rasa cemas. Menurut Rahmi (2018, p. 10), tinggi rendahnya kecemasan dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang salah satunya yaitu tingkat konsumsi media (terpaan media). Kecemasan tersebut timbul karena adanya hubungan dari intensitas seseorang dalam mengonsumsi media.

Kecemasan merupakan suatu respons subjektif dari setiap individu terhadap ancaman, situasi, dan stimulus eksternal dan juga dapat menjadi suatu emosi yang tidak menyenangkan ketika munculnya perasaan tidak percaya diri, rasa takut, khawatir, dan perasaan bingung. Melansir dari jurnal medis *The Lancet*, berbagai pemberitaan mengenai *update* penambahan kasus, korban jiwa, pemberitaan isolasi atau karantina terkait kasus Covid-19 dapat mengakibatkan gangguan kesehatan mental, dimulai dari

rasa cemas, marah, hingga gangguan tidur bahkan depresi, serta *Post Traumatic Stress Syndrome* (PTSD) (Telisik.id, 2020, para. 12).

Oleh karena itu, dari penjelasan yang telah dijabarkan di atas, penelitian ini ingin berfokus untuk mengkaji apakah terpaan berita Covid-19 di media *online* dapat memengaruhi tingkat kecemasan generasi milenial, sehingga judul penelitian ini adalah “Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 di Media *Online* terhadap Tingkat Kecemasan pada Generasi Milenial”.

1.2 Rumusan Masalah

Adanya topik-topik pemberitaan mengenai Covid-19 yang negatif di media *online*, disertai dengan penyebaran berita yang luas dan cepat dapat menyebabkan terpaan media, yang memicu terjadinya efek bagi penerima pesan, yaitu timbulnya kecemasan. Penerima pesan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah generasi milenial. Hal ini didasarkan karena generasi milenial menduduki tingkat pemakaian yang tergolong cukup tinggi dalam mengakses media internet di Indonesia dan rentan terjangkit Covid-19. Oleh karena itu, penelitian ini hendak mengukur seberapa besar pengaruh terpaan berita Covid-19 di media *online* terhadap tingkat kecemasan pada generasi milenial.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang dituliskan dalam rumusan masalah yang telah dibuat, pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh terpaan berita Covid-19 di media *online* terhadap tingkat kecemasan pada generasi milenial?
2. Seberapa tinggi tingkat kecemasan generasi milenial mengenai pemberitaan Covid-19 di media *online*?
3. Apakah tingkat kecemasan generasi milenial tersebut dipengaruhi oleh terpaan berita Covid-19 di media *online*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian “Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 di Media *Online* terhadap Tingkat Kecemasan pada Generasi Milenial” sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan berita Covid-19 di media *online* terhadap tingkat kecemasan pada generasi milenial.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kecemasan generasi milenial dipengaruhi oleh terpaan berita Covid-19 di media *online*.
3. Untuk mengetahui apakah terpaan berita Covid-19 di media *online* memengaruhi tingkat kecemasan generasi milenial atau tidak.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian skripsi yang dilakukan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktis, yaitu:

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang jurnalistik dengan fokus kepada terpaan media pada media *online*, khususnya pada isu pemberitaan Covid-19 di dalam penelitian ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

Harapan dalam penelitian ini adalah dapat dijadikan bahan tinjauan bagi media *online* dalam mempertimbangkan topik berita yang akan dipublikasikan, dengan tujuan untuk menghindari dampak psikologi bagi pembaca, yaitu munculnya rasa cemas yang berlebih.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Ketika menyelesaikan penelitian ini, terdapat beberapa hambatan atau kendala dari ruang lingkup penelitian yang diteliti, antara lain:

1. Penelitian pada skripsi ini memfokuskan pada kegiatan terpaan media di media *online* terhadap tingkat kecemasan.
2. Ada beberapa *items* yang kurang tepat dalam mengukur dimensi yang diteliti dalam penelitian ini pada saat melakukan penyebaran kuesioner
3. Penelitian ini hanya membagikan kuesioner kepada responden yang membaca berita Covid-19 di media *online*.