

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dapat mempermudah konstruksi dari penulisan penelitian baru. Berikut adalah penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan dalam melakukan penelitian berjudul Perbedaan Tingkat Pemahaman Berita Tertulis di Kompas.Com dan Berita Audio Visual di Instagram Kompas Tv Mengenai Vaksin Covid-19 (Periode Desember 2020 – Januari 2021).

Penelitian pertama berjudul “*‘Shoulda, Coulda, Woulda’: Young Swiss audiences’ attitudes, expectations and evaluations of audiovisual news and information content and the implications for public service television*” yang diteliti oleh Ulla Autenrieth, Matthias Künzler, dan Fiona Fehlmann pada tahun 2021. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena konsumsi berita yang terjadi di benua Eropa. *Public service media* (PSM) merupakan sarana penyebaran informasi yang penting di Benua Eropa. Pasalnya, media ini merupakan sarana penyebaran informasi publik yang penting untuk diketahui seluruh masyarakat. Namun, penelitian terdahulu yang dilakukan Autenrieth, Künzler, dan Fehlmann (2021) menemukan bahwa audiens muda (14-19 tahun) lebih memilih layanan *streaming* dari pada mengonsumsi pemberitaan yang dilakukan oleh PSM maupun televisi swasta.

Tidak hanya layanan streaming, audiens muda juga lebih memilih menggunakan sosial media daripada menonton televisi. Fenomena yang terjadi dapat menimbulkan masalah dikarenakan warga negara demokrasi membutuhkan berita berkualitas tinggi yang dapat dipercaya ketika membahas masalah kepentingan publik.

Melihat fenomena yang terjadi penelitian ini ingin melihat pola penggunaan dan evaluasi konten audio visual pada audiens muda di Swiss. Penelitian ini penting agar media audio visual dapat menyesuaikan format pemberitaannya agar menarik perhatian audiens muda di Eropa, sehingga informasi penting yang diberitakan oleh PSM dapat menarik perhatian audiens muda di Eropa. Untuk itu, penelitian Autenrieth et al membandingkan penggunaan konten PSM di Swiss dengan penggunaan konten media nasional dan platform baru seperti Youtube dan Netflix. Hal ini guna memperoleh data empiris tentang penggunaan media oleh audiens muda di Swiss dan makna yang mereka kaitkan dengan konten media yang dikonsumsi.

Untuk itu, penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang dijelaskan oleh *grounded theory*. Pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara yang menggabungkan observasi partisipatif dan pertanyaan terfokus. Sample penelitian ini adalah 40 orang responden yang berusia diantara antara 18 dan 35 tahun (*young adult*) di Swiss.

Studi ini menunjukkan bahwa *young adult* di Swiss cenderung kurang tertarik pada laporan berita harian tradisional yang ditawarkan oleh media nasional. Penelitian ini juga menemukan bahwa *young adult* di Swiss menganggap bahwa PSM itu penting,

tetapi tidak terlalu relevan dengan penggunaan media sehari-hari. Untuk menutup kesenjangan antara persepsi pemuda Swiss dan penggunaan PSM, penelitian ini menyarankan bahwa PSM membuat konten lebih terlihat, dapat ditelusuri, dan ditemukan secara online. Hal ini menuntut penyedia PSM untuk lebih aktif di platform media sosial.

Adapun relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada adaptasi format berita audio visual. PSM disini ingin mengadopsi bentuk berita audio visual sebagai upaya untuk meningkatkan *awareness* dalam informasi yang ingin di sampaikan ke publik khususnya khalayak muda. Ini sejalan dengan intensi dari perusahaan media untuk mengadopsi bentuk berita audio visual dengan tujuan yang juga mirip yakni untuk memberikan berita yang lebih modern dan menarik untuk diakses.

Untuk itu, peneliti ingin melihat fenomena ini secara kuantitatif dengan melihat tingkat pemahaman berita audiens di Indonesia apabila dihadapkan dengan pemberitaan berbentuk tertulis dan berbentuk audio visual. Peneliti ingin melihat apakah ada perbedaan yang signifikan khususnya dalam pemahaman berita mengenai vaksinasi COVID-19. Selain itu pendekatan yang peneliti adopsi membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

Penelitian kedua berjudul “*New audiovisual formats in the cybermedia: from TV reports to videonews*” yang diteliti oleh Juan Angel Jódar Marín pada tahun 2019.

Penelitian terdahulu didasari oleh perubahan ekosistem komunikasi di era digitalisasi. Marin berpendapat bahwa ekosistem komunikasi digital yang baru merupakan hasil rekonfigurasi ulang yang disebabkan oleh pola adaptasi teknologi dan media baru. Kemampuan teknologi dalam mengemas berita membuat berita audio visual menjadi salah satu format pemberitaan yang lumrah. Media audiovisual dan surat kabar digital telah menjadi bagian dari perkembangan ini, mendorong terciptanya portal multiplatform di mana teks berita dan konten audiovisual di sajikan secara berdampingan. Dalam era digitalisasi, konten audio visual terus berkembang dan menciptakan format audio visual yang berbeda-beda. Semua format audio visual tersebut disajikan dengan bahasa yang unik dan khusus untuk format tersebut. Format audio visual yang baru juga kerap meleburkan batasan antara hiburan dan berita, salah satu contohnya, dokumenter interaktif.

Melihat fenomena yang terjadi, penelitian terdahulu menganalisis konten audio visual media elektronik dan menentukan format berita tersebut. Hal ini penting dilakukan untuk mengetahui format audio visual apa saja yang ada di era digital ini.

Untuk itu, penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan melakukan analisis komparatif narasi item audio visual antara versi digital *El Pais*, media tradisional Spanyol dan *El Espanol*, media elektronik baru di Spanyol. Marin menganalisa bahasa, strategi, dan teknik produksi berita audio visual dari kedua media tersebut. Kemudian, hasil analisa kedua media tersebut di komparasikan untuk melihat kesamaan format audio visual antara kedua media tersebut.

Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa kedua media tersebut kerap melengkapi dan memperluas berita tertulis mereka dengan dengan memasukan elemen audio visual. Hal ini guna menjelaskan beberapa informasi kurang efektif bila dijelaskan lewat tulisan. Penelitian ini juga menemukan bahwa semua konten audio visual yang diterbitkan oleh kedua media tersebut melalui proses pengeditan, dan evaluasi terlebih dahulu. Selain audio visual berita, kedua media tersebut kerap menggunakan elemen audio visual lainnya, seperti : *background noise shot* (B-roll), rekaman smartphone atau bahkan video yang sama yang diulang pada banyak item berita yang terkait dengan peristiwa berita. Penelitian ini juga menemukan bahwa 61,2% konten audio visual di *El Pais* dan 80,7% konten audio visual di *elspanyol* di buat berdasarkan berita tertulis yang sudah di terbitkan.

Dari penelitian terdahulu, peneliti menemukan fakta bahwa perusahaan media kerap mengubah format berita tertulis menjadi format berita lain tanpa mengubah isi pemberitaan. Maka dapat diasumsikan bahwa, khalayak mungkin saja mengonsumsi berita yang sama dengan format yang berbeda-beda, salah satunya berita audio visual yang direpresentasikan dengan video rekaman berita dari televisi yang ditransformasi menjadi sebuah produksi berita audio visual baru dengan spesifikasi dan presentasi konten yang berbeda.

Namun, penelitian terdahulu tidak menjelaskan apakah pemberitaan yang sama dalam format yang berbeda dapat menciptakan efek yang berbeda khususnya terhadap masyarakat. Belum terdapat juga penelitian untuk mengetahui respons

masyarakat mengenai adanya perbedaan bentuk pemberitaan terhadap pemahaman mengenai berita. Untuk memperkuat hasil penelitian terdahulu, peneliti ini menguji perbedaan pemahaman berita tertulis dan audio visual.

Penelitian ketiga berjudul “*COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information*” yang diteliti oleh Cristina M Pulido, Beatriz Villarejo-Carballido, Gisela Redondo-Sama, dan Aitor Gómez pada tahun 2020. Penelitian dilatarbelakangi oleh kondisi penyebaran informasi pada masa pandemik COVID-19 dalam sosial media. Pasalnya, sosial media merupakan platform yang paling sering digunakan untuk mengonsumsi berita. Namun, sosial media juga menjadi tempat berita palsu beredar. Hal ini dikarenakan sosial media memungkinkan penggunaannya membagikan informasi secara cepat dengan skala yang besar. Selain itu, tidak adanya *gatekeeping* informasi dalam sosial media menyebabkan berita palsu dapat dengan mudah tersebar. Berita palsu memiliki dampak buruk pada khalayak, terlebih lagi dalam isu kesehatan. Pengiringan opini yang dilakukan dalam berita palsu dapat menyebabkan suatu efek dalam masyarakat. Dalam isu kesehatan, beberapa contoh efek dari berita palsu adalah gerakan anti-vaksin, dan keenganan masyarakat untuk melakukan vaksin.

Salah satu isu kesehatan yang sedang berkembang adalah COVID-19. Perkembangan informasi terkait COVID-19 kerap diikuti dengan banyaknya jumlah berita palsu yang beredar. Hal ini membuat *World Health Organization* menyatakan isu COVID-19 sebagai infodemic, dimana berita asli dan berita palsu beredar secara

bersamaan. Hal ini membuat khalayak tidak dapat menentukan mana berita yang benar dan mana berita yang palsu.

Melihat hal ini, Pulido et al melakukan penelitian terkait sirkulasi berita palsu terkait COVID-19 dalam sosial media Twitter. Penelitian Pulido et al bertujuan untuk mengungkap wawasan baru tentang bagaimana berita palsu dan berita berbasis fakta beredar di jaringan ini. Selain itu, Pulido et al juga ingin mengetahui seberapa banyak Tweet berita palsu yang beredar di Twitter. Pulido et al juga ingin mengeksplorasi keterlibatan pengguna dalam penyebaran berita palsu dengan diukur melalui jumlah *retweet* (RT).

Untuk melaksanakan penelitian terdahulu, Pulido et al mengadopsi pendekatan kuantitatif dan kualitatif, atau biasa disebut sebagai *mix method*. Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah *Communicative Content Analysis*.

Hasil penelitian terdahulu menemukan bahwa jumlah berita palsu terkait COVID-19 dalam Twitter dua kali lebih banyak daripada berita COVID-19 yang berlandaskan oleh bukti. Hal ini menunjukkan perlunya penemuan strategi untuk membawa pengetahuan ilmiah lebih dekat ke populasi yang lebih luas. Penelitian ini juga menemukan bahwa berita berbasis fakta lebih sering di-retweet dibandingkan dengan berita palsu.

Relevansi penelitian ini menunjukkan bahwa antusiasme pemberitaan mengenai COVID-19 telah diterima masyarakat sebagai sebuah informasi yang membutuhkan

sumber berita yang kredibel dan didukung dengan fakta berbasis sains pada berita yang beredar pada sosial media. Melihat pemahaman berita mengenai COVID-19 dan vaksinasi sebagai upaya pencegahan yang memiliki prioritas tinggi untuk dipahami, penelitian ini ingin melihat media Kompas, baik Kompas.com dan laman Kompas TV di Instagram sebagai media yang membagikan berita berbasis fakta dalam bentuk berita tertulis dan berita audiovisual dapat memberikan tingkat pemahaman yang cukup ke masyarakat.

2.2 Teori atau Konsep-konsep Yang digunakan

2.2.1. Teori Efek Media (Revisi Teori dari Teori Atribusi)

Studi mengenai komunikasi massa terus berkembang hingga kini dan melahirkan banyak teori mengenainya. Studi efek media merupakan sebuah teori dimana diasumsikan bahwa media memiliki dampak atau efek yang signifikan terhadap komunikasi massa. Namun hingga kini, efek atau dampak dari studi ini masih terus ditelusuri untuk munculnya berbagai aspek baru. Dalam perkembangannya, teori ini terdiri dari empat model yakni;

a. Efek Langsung

Efek ini didapatkan pengguna setelah observasi langsung. Efek ini bersifat jangka pendek dan mengalami penekanan dalam perubahannya.

b. Efek Bersyarat

Efek ini bersifat individualis yang ditandai perubahan penguatan kognitif, asertif, dan pembentukan perilaku baru yang dapat berjangka panjang maupun pendek.

c. Efek Kumulatif

Aspek ini terjadi apabila dilakukan paparan secara terus menerus atau kumulatif. Efek ini jarang berdampak ke aspek kognitif dan tingkah laku.

d. Efek Transaksional-Kognitif

Efek ini memiliki jangka waktu yang sangat singkat dengan kemungkinan terdampak efek yang cukup kecil.

Penelitian yang dilakukan oleh Jack M. McLeod dan Byron Reeves mengatakan bahwa tidak pernah ada jawaban yang jelas tentang bagaimana media berdampak kepada khalayak. Mereka mengelompokkan analisisnya ke dalam beberapa analisis, salah satunya sikap lawan perubahan perilaku lawan kognitif. Artinya, perubahan sikap khalayak dipengaruhi oleh aspek kognitif yang diberikan oleh media. Sehingga, sebelum memberikan sikap, pembaca harus memiliki pengetahuan tentang fenomena atau isu yang terjadi (Littlejohn & Foss, 2009).

Dengan adanya penjelasan teori efek media dan persamaannya dengan tujuan penelitian penulis, maka penulis akan menggunakan teori efek transaksional-kognitif untuk menguji penelitian ini.

2.2.2 Berita (Revisi Teori Berita)

Informasi yang dioleh jurnalis dan dipublikasikan dalam sebuah media dapat disebut sebagai berita. Berita yang diolah oleh jurnalis dapat dikatakan memiliki kelebihan khusus. Hal ini dapat dikaji melalui pengamatan terhadap nilai-nilai dalam berita yang diproduksi (Wahjuwibowo, 2015, p. 43).

Berdasarkan Baskette, Sissors, dan Brooks tahun 1982 & Dennis dan Ismach tahun 1981 dalam (Wahjuwibowo, 2015, p. 45) terdapat 6 poin dalam nilai berita, yakni;

a. Kepentingan

Berita memiliki nilai kepentingan apabila dapat membawa pengaruh yang luas untuk penggunanya.

b. *Human Interest*

Berita memiliki nilai lebih apabila memiliki ketertarikan untuk dibaca oleh pengguna.

c. Keunikan

Sebuah informasi yang memiliki ciri khas tertentu akan memiliki sebuah nilai untuk diberitakan.

d. Ketepatan Waktu

Berita yang faktual atau diberitakan sesuai dengan waktu terjadinya peristiwa akan bernilai lebih dibandingkan yang dipublikasikan lama setelah peristiwa terjadi.

e. Kedekatan

Suatu berita akan memiliki nilai yang lebih tinggi apabila memilikikedekatan dengan pembacanya.

Berita identik dengan unsur yang dikenal sebagai 5W+1H (what, who, where, when, why ,dan how). Unsur ini memastikan semua elemen telah dipenuhi dalam sebuah pemberitaan. Unsur ini lalu disajikan dalam pola piramida terbalik. Pola piramida terbalik digunakan untuk menyesuaikan kebutuhan pembaca (Wahjuwibowo, 2015).

New Media mewujudkan berbagai kebaruan dari media tradisional yang disesuaikan dengan adanya digitalisasi. Dalam waktu singkat, versi digital surat kabar tradisional telah muncul bersama surat kabar digital baru lainnya. Media elektronik ini telah mentransformasi atau mengalami sebuah *mediamorphis* yang dibangun di atas gaya dan teknik naratif pers tradisional yang dikombinasikan sebagai ciri khas pers kini (Alberich & Roig, 2005).

Media digital muncul sebagai portal informasi global. Konten baru diproduksi dengan kemudahan penggunaan teknologi Internet dan saluran distribusi baru. Ini menunjukkan adanya perubahan pola pikir tentang produksi informasi. Media audiovisual dan surat kabar digital telah menjadi bagian dari proses regenerasi ini. Ini mendorong terciptanya portal multiplatform di mana teks berita dan konten audiovisual dapat *exist* bersama, satu sama lain (Jodar & Juan, 2019).

2.2.2.1 Berita Tertulis

Istilah berita tertulis dapat didefinisikan menjadi dua pengertian yang berbeda. Pengertian pertama, berita tertulis didefinisikan sebagai pesan dalam bentuk fisik yang direpresentasikan dalam media cetak seperti koran atau media cetak lainnya.

Pengertian lain dari berita tertulis adalah produk dari interaksi antara konten dan pembaca (McQuail, 2010). Definisi ini berarti apabila definisi ini menjelaskan bahwa proses produksi makna adalah kegiatan yang dilakukan oleh media massa dan audiens.

Fiske dalam McQuail (2010, p. 386) menambahkan bahwa teori juga menambahkan bahwa atas penjelasan tersebut maka teori konten media dilihat dari sudut pandang penerimanya. Oleh karena itu juga, prinsip konten media adalah polysemic, artinya berpotensi memiliki banyak definisi alternatif untuk pembacanya.

Newcomb dalam McQuail (2010, p. 386) juga menjelaskan bahwa banyaknya pengertian terkait istilah teks dipengaruhi oleh dimensi dari pembaca. Karena dipengaruhi dimensi dari pembaca, maka pengertian teks pun beragam. Teks sendiri merupakan hasil konstruksi berbagai macam bahasa dan sistem makna.

2.2.2.2 Berita Audiovisual

Media digital kini memanfaatkan kemungkinan kombinasi *hypertext*, multimedia dan interaksi media yang dikemas dalam konten yang efisien dan mudah dipahami pengguna (Frexia, 2018). Berita audio visual merupakan perpaduan

informasi dan hiburan pada logika multiplatform yang disebut lintas media. Contoh berita audiovisual di antaranya laporan interaktif dan dokumenter (Gifreu, 2011). Selain itu, berita audiovisual juga dapat dibuat dalam bentuk yang mementingkan estetika dan etis dengan potensi ekspresi yang lebih luas. Konten dengan format audiovisual yang beragam telah bertambah banyak di media daring, beberapa di antaranya novel, dan lainnya secara langsung terkait dengan genre berita televisi tradisional. Semuanya didasarkan pada bahasa audiovisual yang terkonsolidasi dari berita tertulis dan laporan “dikembangkan dengan sengaja untuk opsi yang memudahkan dalam hal aksesibilitas tematik, spasial, ketersediaan temporal, navigasi, hypermediality, interaktivitas, dan kepengarangan web” (Lazo, 2019).

Media elektronik telah mengadopsi video sebagai format baru dan sumber daya naratif yang kuat sejak pembuatannya. Produksi konten dan cara narasi baru ini dilakukan untuk memenuhi tuntutan kebiasaan konsumsi baru penonton. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk mendefinisikan kembali pola jurnalistik yang digunakan (Fernández, 2001). Ketertarikan dalam pembahasan permasalahan ini berasal dari penelitian terdahulu yang memberikan *gap* dimana perlu adanya penelitian mengenai *cyberjournalism* khususnya mengenai peran berita audiovisual dalam media digital (Guallar, Rovira, & Ruiz, 2009).

2.2.3 Pemahaman Berita

Konsep pemahaman bacaan mempunyai arti yang bervariasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Richek et al. (1983). Para ahli sepakat bahwa pemahaman bacaan merupakan suatu kerja kognitif yang sangat kompleks. Pemahaman bacaan mensyaratkan organisasi dan konstruksi mental. Menurut deKleer dan Brown serta Gentner dan Gentner (Mayer, 1989), memahami teks berarti membangun suatu model mental dari sistem yang dideskripsikan di dalam teks. Goodman dalam Otto et. al. (1979) menyebut pemahaman sebagai interaksi antara pikir dan bahasa. Goodman mendasarkan penelitian-penelitiannya pada definisi pemahaman sebagai “sejauhmana pembaca merekonstruksi pesan sesuai dengan maksud penulisnya”. Definisi ini senada dengan yang diberikan Carnine, Silbert, dan Kameenui (1990) yang menamakan aktivitas memahami sebagai kerja sekumpulan ketrampilan kognitif untuk mengambil arti dari suatu teks.

Ellis (1997) menyebut pemahaman bacaan sebagai kerja kognitif yang melibatkan seperangkat proses kompleks, meliputi pengolahan konsep-konsep di dalam memori yang sedang bekerja, membuat kesimpulan-kesimpulan, serta skematisasi intisari bacaan. Sayangnya, Ellis (1997) tidak memerinci lebih lanjut bagaimana proses-proses itu terjadi. Penjelasan yang lebih spesifik mengenai proses kognitif pemahaman bacaan ini diberikan oleh Mayer, seorang psikolog yang banyak melakukan penelitian tentang pemahaman bacaan ini. Mayer juga berpendapat bahwa pemahaman bacaan melibatkan banyak kerja kognitif. Menurutnya, setidaknya ada tiga

kerja kognitif utama pada proses pemahaman bacaan. Ketiganya adalah: a) menyeleksi informasi-informasi yang sesuai dengan kebutuhan; b) membangun hubungan internal, yaitu hubungan antara ide yang satu dengan ide yang lain di dalam bacaan; c) membangun hubungan antara informasi yang terkandung di dalam bacaan itu dengan informasi yang selama ini telah dimilikinya (Mayer, 1989). Dari penjelasan Mayer ini dapat dilihat bahwa di samping harus aktif mengolah bacaan yang sedang dipelajarinya, pembaca pun harus mengaktifkan pengetahuan lamanya agar ia dapat memahami bacaan.

Hal di atas senada dengan pendapat Flood dan Salus (1984). Flood dan Salus juga menyatakan bahwa dalam memahami bacaan, pembaca diharuskan untuk menjadi partisipan aktif. Artinya, pembaca tidak hanya menyerap informasi yang ada dalam bacaan itu saja, tetapi ia juga harus menerapkan pengetahuan lama yang telah dimilikinya untuk mengolah pengetahuan baru yang sedang dibaca.

Kesimpulan dari uraian di atas adalah bahwa pemahaman bacaan merupakan bagian yang terpenting atau tujuan yang utama dari kegiatan membaca. Proses memahami bacaan adalah proses pengartian informasi-informasi yang tertulis di dalam bacaan itu, pemasukan pengertian-pengertian baru ke dalam sistem kognisi, dan pengintegrasian ke dalam sistem pengetahuan yang telah dimiliki pembaca sebelumnya.

Konsep pemahaman bacaan adalah dari Heilman, Blair, dan Rupley (1986) membagi tingkatan pemahaman bacaan berita menjadi lima tingkatan taksonomik, yakni sebagai berikut;

1. Pemahaman Literal

Pada level ini, pembaca berfokus pada informasi yang tersurat. Proses kognitif yang ada dalam tahap ini meliputi pengenalan dan memori tentang;

- a. Fakta dan detailnya
- b. Pokok Pikiran
- c. Kronologi
- d. Perbandingan
- e. Hubungan sebab akibat dan dampak
- f. Sifat-sifat tertentu

2. Reorganisasi

Pembaca berita dapat menganalisa dan mengorganisasi informasi yang ada dalam berita. Hasil dalam pemahaman ini yakni:

- a. Klasifikasi
- b. Outline
- c. Rangkuman
- d. Sintesis

3. Pengambilan keputusan

Pembaca tidak hanya dapat mengambil informasi tapi juga dapat membuat kesimpulan atas berita yang dibaca.

4. Evaluasi

Pada tingkat ini, pembaca dapat memberikan penilaian terkait :

- a. Membedakan keaslian atau kefiktifan berita

- b. Membedakan fakta dan opini
- c. Kredibilitas
- d. Kesesuaian berita dan kondisi yang ada
- e. Penghargaan atau penerimaan terkait informasi berita.

5. Apresiasi

Tahap ini melibatkan respons emosional dan objektif seperti;

- a. Keterikatan setelah membaca berita (Senang, sedih, dll)
- b. Identifikasi kejadian dan tokoh
- c. Reaksi dalam penggunaan bahasa jurnalis
- d. Perasaan pembaca terhadap teknik penulisan jurnalis.

2.3 Hipotesis Teoritis (Revisi Hipotesis)

Sugiyono (2009, p. 96) berpendapat bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis komparatif dikarenakan penelitian ini terdapat dua sampel dan satu variabel yang akan di teliti dengan perincian sebagai berikut :

Ho : tidak ada perbedaan Berita Tertulis Di Koran Kompas Dan Berita Virtual (Audio Visual) Di Kompas.Com Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Jakarta Mengenai Vaksin COVID-19.

Ha : ada perbedaan Berita Tertulis Di Koran Kompas Dan Berita Virtual (Audio Visual) Di Kompas.Com Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Jakarta Mengenai Vaksin COVID-19

2.4 Alur penelitian

Perkembangan teknologi sangat pesat. Perkembangan ini disertai dengan internet. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, kita tidak lagi menerima atau mencari informasi dengan membaca koran atau mendengarkan radio, tetapi melalui internet banyak terdapat media online yang menyediakan berita yang kita butuhkan. Masyarakat tidak lagi ketinggalan informasi karena media online akan dengan cepat memasukkan atau mengupdate berita yang baru saja terjadi (Davis & Baran, 2010, p. 202).

Penggunaan media online juga dapat mempengaruhi khalayak yang membaca konten berita yang disajikan dari media online tersebut. Opinion making sering terjadi karena media yang menulis atau menyajikan berita dalam penyampaianannya tidak jelas sehingga orang yang membacanya berbeda pendapat (Ishadi, 2014, p. 131).

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat. Semuanya sudah tergantung pada perkembangan teknologi. Aktivitas manusia sangat bergantung pada perkembangan teknologi. Semua informasi melalui teknologi ini. Seiring dengan perkembangan teknologi ini dimanfaatkan oleh instansi yang ingin mengeluarkan pendapat untuk mempengaruhi khalayak agar mengikuti pendapat yang dibuat oleh instansi tersebut. (Ishadi, 2014, p. 32)

Internet merupakan teknologi canggih yang jaringannya mencakup seluruh dunia. Dengan adanya jaringan internet, kita dapat berinteraksi dengan siapa saja dan dimana saja, seperti menggunakan e-mail, media sosial, dan aplikasi lainnya. Komunikasi dengan menggunakan teknologi internet disebut komunikasi internet atau komunikasi virtual. Dengan dukungan teknologi internet dan aplikasi yang memiliki jaringan internet, komunikasi dapat membantu memperoleh informasi dan berkomunikasi di dunia ini. Media siber (cybermedia) adalah tempat atau tempat komunikasi virtual, website, e-mail, forum di internet, blog, media sosial (line, whatsapp, dan lain-lain) (Nasrullah, 2014).

Dengan adanya media siber/cybermedia maka terbentuklah komunitas-komunitas di dunia maya yang sering disebut dengan komunitas siber atau komunitas virtual, yang merupakan tempat interaksi antar individu sebagai entitas yang notabene memunculkan fenomena sosial baru. Internet telah menjadi tempat virtual dimana individu bekerja sama dan berinteraksi untuk melibatkan emosi virtual menurut Reingold dalam Nasrullah (2014).

Minimnya pengetahuan tentang perkembangan dan pengalaman di bidang pencarian informasi membuat sebagian khalayak terpengaruh dengan bebas beredar opini. Fokus penelitian ini adalah bagaimana pemberitaan di media online Kompas.com terhadap tingkat partisipasi politik mahasiswa non jurnalistik. Subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah karena kurangnya pengetahuan mereka tentang pemberitaan dan jurnalistik, sehingga mereka ingin mengetahui bagaimana dampak yang akan terjadi ketika mereka membaca berita. Pemilihan objek penelitian

Kompas.com karena media online merupakan salah satu media dengan tingkat minat pembaca tertinggi terhadap media online. Kompas.com juga merupakan media yang konten beritanya sangat bagus, sehingga banyak pembaca memilih media online untuk konsumsi (Ishadi, 2014, p. 144)