

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pandemi virus corona sudah menjangkit seluruh dunia sejak satu tahun terakhir. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) berkata pandemi COVID-19 adalah peristiwa yang menyebarkan penyakit yang berbahaya di seluruh dunia. Covid ini disebabkan oleh jenis infeksi lain yang di sebut SARS-CoV-2. Infeksi Corona virus-19 pertama kali diselesaikan di sekitar sana, wilayah Hubei, China pada Desember 2019, dan dialokasikan ke asosiasi kesehatan dunia (WHO) pada bulan Maret 2020 (World Health Organization, 2020).

Gut et al menyatakan penyebaran COVID-19 berlangsung dalam kurun waktu yang cepat COVID-19 dapat mengancam hidup tiap individu, tidak terbatas pada aspek geografi dan usia. Pandemi ini membuat tatanan kehidupan manusia menjadi berubah, contohnya masyarakat dituntut untuk mengubah kebiasaan lama menjadi kebiasaan baru seperti hidup bersih dan sehat, selalu mencuci tangan pakai sabun, memakai masker, menghindari kerumunan dan menjaga jarak.(Kemkes.go.id).

Infodemik adalah sebuah informasi berlebih terkait dengan suatu masalah, serta kemunculannya dapat hambatan usaha untuk mencari solusi dalam masalah tersebut. Seperti informasi yang tidak sesuai tentang obat untuk mencegah COVID-19 membuat masyarakat abai terhadap protokol kesehatan

yang ada karena telah mengonsumsi obat tersebut (Kominfo.go.id.2020). Akibat dari infodemik atau informasi yang melimpah ini membuat masyarakat kesulitan dalam memahami mana informasi yang akurat dan yang tidak akurat, hal ini juga membuat masyarakat kesulitan dalam menemukan sumber yang dapat dipercaya dan panduan yang dapat diandalkan saat membutuhkannya. Infodemik mengacu pada besarnya peningkatan *volume* informasi yang terkait.(Irish.pho.org).

Media Sosial, Televisi, dan *Whatsapp* merupakan media yang paling populer digunakan masyarakat dalam mencari informasi terkait dengan COVID-19 (Covid.go.id.2020)

**Gambar 1**

### **Media Paling Populer Untuk Informasi COVID-19**



(Covid.go.id.2020)

Dalam menghadapi pandemi ini, pemerintah Indonesia membentuk badan penanganan, Satgas COVID-19 yang dibentuk dari tanggal 13 Maret 2020, satgas dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan penanganan COVID-19.( Kompas.com. 2020).

Adapun peran dari satgas COVID-19 yaitu membuat posko di daerah untuk mencegah terjadinya penularan hingga tingkatan terkecil dalam masyarakat, menginformasikan adanya vaksin COVID-19 untuk tenaga kesehatan, dan menghimbau masyarakat untuk mengikuti protokol kesehatan yang dianjurkan. (Kontan.co.id,2021).

Satgas COVID-19 bertugas menghimbau dan menginformasikan berita terkini terkait dengan COVID-19 melalui berbagai macam media seperti media sosial ataupun media konvensional seperti Instagram, web resmi satgas COVID-19, televisi, dan radio yang bertujuan untuk mengarahkan masyarakat agar mengikuti protokol kesehatan yang ada dengan harapan menurunkan angka penyebaran COVID-19 di Indonesia. Media memiliki peran strategis, seperti memberikan himbauan terhadap masyarakat agar tetap tenang dan waspada, pemberian akses informasi media, dan gerakan sanitasi seperti mencuci tangan dengan sabun (kps.go.id.2020). Media sebagai kanal penyebaran informasi memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan dari Satgas COVID-19. Peran strategis media adalah wujud dari konsep awal teori agenda setting, di mana media memberi penekanan pada masalah tertentu untuk meningkatkan kepentingan bagi publik. (Denis Wu & Renita Colemaman, 2009,h.779).

Larson dalam bukunya (Wimmer & Domminick,2000, h 390) mengatakan teori Agenda Setting yang melalui media adalah semua hal dibahas, dipikirkan,dan dikhawatirkan, serta sangat kuat untuk dibentuk dan diarahkan yang ingin di tunjukkan melalui media , maka teori Agenda Setting melalui media massa yang

mempunyai keahlian untuk memilih, mengangkat, dan menekankan, pada isu- isu tertentu, sebab isu- isu itu dilihat penting oleh masyarakat.

Teori Agenda Setting adalah teori yang menjelaskan dampak secara langsung melalui media massa kepada masyarakat, kemudian ada hubungan yang positif antara apa yang dinyatakan masyarakat dengan isu paling penting melalui media. Media juga mengatur suatu hal yang dipikirkan dan dibicarakan oleh masyarakat. Maka dari itu media membuat agenda setting dalam suatu isu untuk dimusyawarahkan oleh masyarakat (Lattimore & Baskin , 2004, h.57 ).

Pemerintah bertugas untuk mengelola informasi, melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO), pengelolaan informasi ini memiliki tujuan untuk memenuhi kepentingan masyarakat. Dengan melakukan tata kelola informasi yang baik diharapkan masyarakat dapat memahami secara utuh informasi tentang hasil kebijakan pemerintah yang disebar melalui berbagai *platform* media. Dengan adanya agenda ini, membuat peran media menjadi efektif dalam menyampaikan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah untuk masyarakat. (Kominfo.go.id).

Proses membangun agenda setting pada media menjadi tugas dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO). Adapun yang menjadi pembahasan adalah soal kebijakan pemerintah. Kominfo merupakan humas pemerintah dalam proses membangun agenda setting media. Selain itu tim Satgas COVID-19 memastikan masyarakat menerima informasi terkait dengan perkembangan kasus yang sedang terjadi, baik melalui web resmi satgas maupun

melalui media kanal *Youtube* Sekretariat Presiden. Hal ini sudah menjadi agenda setiap harinya bagi tim Satgas COVID-19 untuk memberikan informasi setransparan mungkin. (Covid.go.id.2020).

Media dikatakan efektif apabila media mampu menekan angka penyebaran virus corona selama Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) diselesaikan oleh otoritas publik sekitar saat itu. (mediaindonesia.com.2021). Efektivitas adalah suatu kegiatan di mana akan menjadi kuat jika telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dan kecukupan diidentifikasi dengan pencapaian tujuan yang lebih diindentikkan dengan hasil kerja (Bernard, 1982, h.117). Di negara yang berbeda seperti Selandia Baru, negara yang efektif menangani virus Corona adalah medianya berperan sangat penting bahkan media tersebut menjadi solusi untuk menekan kasus COVID-19. (Liputan6.com, 2020). Di tengah krisis saat ini, peran media sebagai platform untuk memperoleh informasi terkait COVID-19, baik itu media sosial maupun media konvensional sangat besar. Hal ini terkait dengan keperluan masyarakat untuk mendapatkan dan mengakses seluruh informasi baik nasional maupun internasional termasuk jalannya pemerintahan di saat pandemi. Oleh karena itu media berlomba-lomba setiap harinya untuk memberikan informasi terkait tentang COVID-19, informasi tersebut seputar penambahan kasus, seputar vaksin, dan pencegahan. Hal ini dilakukan secara rutin setiap harinya. (Kpi.go.id.2020).

Proses untuk mengukur efektivitas iklan atau informasi kepada publik biasanya menggunakan teori EPIC Model yang dikembangkan oleh AC Nielsen, di dalam teori ini terdapat empat dimensi yang digunakan untuk mengukur efektivitas

dari iklan tersebut seperti: *Empathy, Persuasion, Impact and Communication*. (Widya Sastika, 2018,h 23).

EPIC MODEL adalah suatu alat yang berfungsi untuk mengukur efektivitas dalam iklan dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh Ac Nielsen

1. *Empathy* merupakan kondisi mental seseorang untuk mengidentifikasi atau dirinya merasa perasaan yang mempunyai kesamaan dengan orang.
2. *Persuasion* merupakan suatu perubahan dengan kepercayaan, sikap dan keinginan perilaku ini disebabkan oleh suatu komunikasi untuk promosi.
3. *Impact* merupakan suatu yang diinginkan dari hasil iklan yaitu kualitas pengetahuan produk yang mendapatkan pencapaian konsumen dengan tingkat yang dilibatkan berdasarkan konsumen melalui produk dan proses pemulihan.
4. *Communication* merupakan suatu yang menyampaikan informasi dengan kemampuan konsumen dalam mengingat pesan yang diutamakan, penyampaian pesan, pemahaman konsumen dan kekuatan kesan yang di tinggalkan pesan, tingkat pelayanan wajib dilakukan maupun efektivitas iklan sudah efektif

Adapun metode untuk dilihat efektivitas iklan dengan dampak dari sebuah iklan yaitu melalui EPIC MODEL, di dalam EPIC MODEL mempunyai empat dimensi yaitu dimensi kritis suatu iklan yaitu *empathy, persuasion, impact*, dan

*communication* serta dianalisa untuk melihat efektivitas dengan dimensi secara terpisah, sehingga diketahui dalam dimensi, serta suatu iklan mempunyai kelemahan untuk mencapai tujuan, kemudian dibuat strategi baru untuk memperbaikinya. Peneliti juga sudah melihat beberapa jurnal EPIC MODEL dan efektivitas informasi keduanya mempunyai persamaan yaitu sama-sama mengukur informasi yang diberikan. ( Dewi, 2017, h 141).

Satgas COVID-19 sudah melakukan penyebaran informasi tentang penyebaran dan himbauan terkait dengan kasus COVID-19. Di sisi lain, meskipun masyarakat sudah dihimbau melalui pesan di media, namun angka penambahan kasus COVID-19 masih tinggi. Dikutip dari data Kompas, jumlah kasus positif harian selama masa Pemberlakuan Kebijakan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) jilid pertama di Jakarta dari tanggal 11 Januari sampai 24 Januari 2021, masih terus bertambah dan tidak terjadi pengurangan kasus positif. Terlihat dari data di bawah ini.

## Gambar 2 Jumlah kasus positif harian

Jumlah kasus positif harian selama PPKM jilid pertama:

- 11 Januari 2021 : 2.461 kasus
- 12 Januari 2021 : 2.669 kasus
- 13 Januari 2021 : 3.475 kasus (pecahkan rekor)
- 14 Januari 2021 : 3.165 kasus
- 15 Januari 2021 : 2.541 kasus
- 16 Januari 2021 : 3.536 kasus (pecahkan rekor)
- 17 Januari 2021 : 3.395 kasus
- 18 Januari 2021 : 2.361 kasus
- 19 Januari 2021 : 2.563 kasus
- 20 Januari 2021 : 3.786 kasus (pecahkan rekor)
- 21 Januari 2021 : 3.151 kasus
- 22 Januari 2021 : 3.792 kasus (rekor saat ini)
- 23 Januari 2021 : 3.285 kasus
- 24 Januari 2021 : 3.512 kasus

( Kompas.com.2021 )

## Gambar 3 Penambahan Kasus Harian



( Covid.go.id )

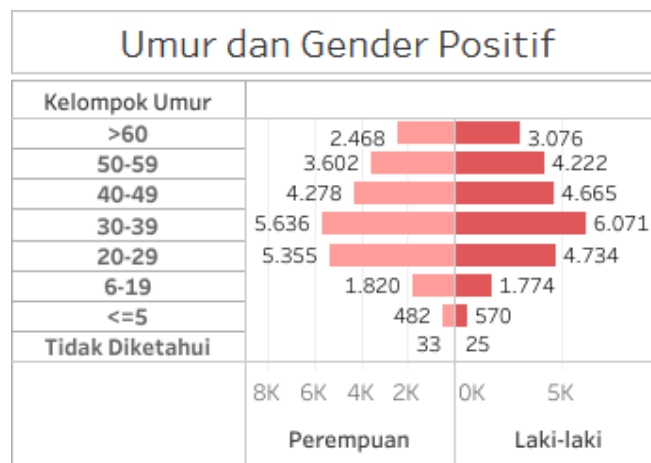
Peneliti ingin melihat apakah dengan kebijakan tersebut angka kasus positif



COVID-19 mengalami penurunan. Setelah melihat data yang sudah dijelaskan maka dari itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa kasus COVID-19 terus mengalami penambahan.( Kompas.com.2021)

Dikutip dari situs resmi layanan COVID-19 DKI Jakarta, per tanggal 17 September 2020, DKI Jakarta memiliki kasus2 positif COVID-19 sejumlah 59.472 orang (corona.jakarta.go.id, 2020). Sebagai salah satu daerah di Indonesia yang memiliki kasus positif COVID-19 terbanyak, maka informasi yang berkaitan dengan COVID-19 akan terus dibutuhkan oleh masyarakat di DKI Jakarta.

**Gambar 4**  
**Umur dan Gender yang rentan terkena positif COVID-19**



(corona.jakarta.go.id, 2020)

Usia yang paling banyak dan rentan terpapar COVID-19, yang mengategorikan dari usia 30-39 tahun dengan jumlah yang tinggi 11.707 orang. Lalu usia 20-29 tahun itu kedua terbanyak dengan 10.089, kemudian diikuti usia 40-49 tahun dengan jumlah 8.943 orang 50-59 tahun (7.824 orang); di atas 60 tahun (5.544 orang); 6-19 tahun (3.594 orang); dan usia 5 tahun ke bawah (1.052 orang).

Tingginya angka orang yang terpapar COVID-19 dalam kurun waktu 11 Januari 2021 sampai 24 Januari 2021, mungkin disebabkan oleh masyarakat yang mengabaikan informasi tersebut karena ketidakcukupan, ketidaksesuaian, dan inkonsistensi pada jenis pesan-pesan yang penting seperti informasi atau himbaun dari Satgas COVID-19. Padahal, media berperan penting untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat sehingga pola perilaku masyarakat dapat mencegah, memperlambat, bahkan menekan angka penyebaran COVID-19. (Annisa Damayanti & Kapat Yuriawan, 2020, h.183).

Satgas COVID-19 sudah menyebarkan informasi terkait penyebaran COVID-19 melalui berbagai macam media. Mereka melakukan himbauan kepada masyarakat untuk patuh dan mengikuti protokol kesehatan yang sudah diterapkan oleh pemerintah. Namun hal ini menimbulkan pertanyaan dari para ahli mengapa kasus COVID-19 ini malah semakin bertambah? Triwahyuni beranggapan kinerja satgas COVID-19 terkait dengan aspek pelayanan dan keakuratan dalam hal penyampaian informasi harus ditingkatkan. Setiap informasi yang ada harus terus menerus disosialisasikan baik di media maupun melalui tim satgas COVID-19 yang bertugas di lapangan.

### **Gambar 5** **Informasi Untuk tidak mengabaikan Himbauan**



(Mix.co.id.2020).

Munculnya, pola perilaku masyarakat disebabkan oleh adanya dampak dari pemberitaan di media tentang pandemi COVID-19, hal ini menyebabkan adanya perubahan pola perilaku, termasuk dalam hal mengonsumsi media. “Saat Presiden Joko Widodo mengumumkan penemuan kasus pertama COVID-19 pada 2 Maret 2020, belum terlihat perubahan yang signifikan pada pola konsumsi media. Namun, makin intensnya pemberitaan membuat masyarakat mulai memantau setiap perkembangan terkait COVID- 19 melalui berbagai media, tidak terkecuali televisi. (Mix.co.id.2020).

Ada banyak faktor yang membuat angka penyebaran COVID-19 terus bertambah. Pertama masyarakat masih banyak mengabaikan himbauan atau informasi yang diberikan satgas COVID-19. ( Triwahyuni, 2020, h. 169 ). Kedua, masih ada masyarakat yang tidak percaya kalau virus ini benar-benar nyata. Banyaknya informasi dari media menimbulkan rasa tidak percaya pada masyarakat

sehingga masyarakat semakin mengabaikan berita tentang adanya COVID-19, dengan munculnya video Deddy Corbuzier, misalnya, pada 19 April 2020 mengunggah video obrolan dengan rapper Young Lex berjudul "CORONA HANYA SEBUAH KEBOHONGAN KONSPIRASI !?" (Tonton sebelum video ini ter take down)" yang kontroversial. Ketiga masyarakat lebih khawatir dengan hal-hal lain, seperti kehilangan pekerjaan atau tidak bisa makan dibanding takut dengan COVID-19 (Kompas.com.2020). Pernyataan ini didukung dengan hasil survei yang telah dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) bahwa kecemasan publik akan isu ekonomi lebih tinggi dibandingkan dengan isu kesehatan mereka. (mediaindonesia.com.2020).

Kabar baik tentang vaksin COVID-19 ditanggapi dengan hati-hati oleh para pakar kesehatan. Sebab dengan adanya vaksin tidak menutup kemungkinan dapat membuat masyarakat lengah dan berhenti melakukan protokol kesehatan. Menurut Guru Besar Fakultas Kedokteran Universitas Padjadjaran (Unpad) Prof. Cissy Kartasasmita, pencegahan penyakit tidak hanya dilakukan dengan vaksin saja, tetapi memiliki pola perilaku yang bersih dan sehat juga merupakan cara melakukan pencegahan terhadap sebuah penyakit. Maka protokol kesehatan seperti 3M tetap harus dilakukan meski sudah melakukan vaksinasi.( suara.com.2020).

Fakta yang menunjukkan bahwa angka penyebaran COVID-19 terus meningkat padahal pemerintah terus menyebarkan informasi mengenai pencegahan COVID-19 lewat media untuk menekan angka penyebaran COVID-19 mendasari penelitian ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut, peneliti merumuskan masalah “Apakah ada hubungan antara efektivitas informasi COVID-19 yang diberitakan melalui berbagai media dan tingkat perubahan masyarakat DKI Jakarta?”

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti menentukan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Seberapa tinggi tingkat efektivitas informasi COVID-19 dari satgas COVID-19 yang diberitakan?
2. Seberapa tinggi tingkat perubahan masyarakat dalam mengantisipasi diri dari ancaman penularan COVID-19?
3. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara efektivitas informasi dari satgas COVID-19 yang diberitakan dengan tingkat perubahan yang terjadi pada masyarakat?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat efektivitas informasi COVID-19.
2. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat perubahan masyarakat dalam mengantisipasi diri dari ancaman penularan COVID-19.
3. Untuk mengetahui terdapat hubungan yang signifikan efektivitas informasi dari satgas COVID-19 dengan tingkat perubahan yang terjadi

pada masyarakat.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan mengoreksi konsep efektivitas informasi satgas COVID-19, yang mana terdapat alasan masyarakat mengabaikan himbauan dari satgas COVID-19 pada penelitian terdahulu dan konsumsi berita COVID-19. Ditambah dengan penelitian satgas COVID-19 yang belum pernah dikaitkan dengan tingkat perubahan masyarakat, sehingga dapat mengisi kekosongan penelitian. Penelitian ini juga dapat menjadi pedoman dasar bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji mengenai kelanjutan efektivitas informasi dari tindakan satgas COVID-19 pada himbauan protokol kesehatan.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan media dan jurnalis mengenai respon masyarakat terkait himbauan dari pemerintah, khususnya pandemi. Hingga pada akhirnya, media dapat lebih bertanggung jawab atas konten berita yang dibuat.

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Penelitian ini juga bermanfaat bagi masyarakat umum dalam memahami cara mengonsumsi berita, bahwa cara masyarakat mengonsumsi berita juga dapat terjadi secara tidak sengaja dan dipengaruhi oleh faktor eksternal.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini hanya menjelaskan tentang efektivitas informasi satgas COVID-19 dalam tingkat perubahan masyarakat DKI Jakarta . Oleh sebab itu, survei dilaksanakan secara online dikarenakan kondisi wabah COVID-19 yang sedang melanda. Jumlah populasi DKI Jakarta juga masih merupakan proyeksi. Meski begitu, data populasi tersebut adalah hasil Pengelolaan Badan Pusat Statistik (BPS), yang memiliki tanggung jawab dan tugas terkait.

