



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, peneliti akan mengumpulkan beberapa data berupa hasil pencarian mengenai penelitian terdahulu. Pengumpulan data ini bertujuan untuk dijadikan sebagai bahan rujukan serta perbandingan antara penelitian yang sudah dijalankan oleh peneliti lain dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Fifi Listia Sari (2020) yang berjudul “Dampak Pemberitaan Covid-19 di Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat di Dusun Kemuning Kelurahan Lirboyo Kota Kediri” membahas mengenai perubahan perilaku masyarakat Dusun Kemuning. Peneliti mengatakan bahwa masyarakat mempunyai pikiran yang positif akan aturan pemerintah. Perilaku seperti mencuci tangan, banyaknya tempat cuci tangan, menjaga jarak satu sama lain dan memakai masker walaupun berpergian dengan jarak yang dekat. Menurut peneliti, salah satu warga yaitu Sumidi penjual minuman yang mengantarkan pesanan dengan jarak yang dekat namun masih memakai masker untuk menghindari adanya penyebaran Covid-19. Dengan menaati anjuran dari pemerintah untuk #DirumahAja dan berpergian jika ada keperluan mendesak menunjukkan bahwa adanya perubahan perilaku. Walikota Kediri yaitu Abdullah Abu Bakar juga selalu memberi peringatan untuk selalu waspada akan Covid-19 melalui *social media*-nya. Peneliti juga menemukan jika mengonsumsi

berita yang berlebihan juga menimbulkan efek kekhawatiran dalam masyarakat dan menunjukkan sikap panik, baik *panic buying* maupun panik membeli peralatan kesehatan yang berlebihan. Peneliti menuliskan bahwa media seharusnya tidak hanya menyebarkan berita negatif mengenai Covid-19, tetapi juga memberikan berita positif agar masyarakat tetap dalam keadaan baik dan tidak menimbulkan sikap kekhawatiran. Relevansi dengan penelitian penulis, bahwa ada kesamaan sudut pandang mengenai efek konsumsi media. Efek tersebut dapat menimbulkan berbagai macam seperti sikap, pikiran dan juga perilaku khalayak yang mengkonsumsi berita.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Heny Triyaningsih (2020) yang berjudul “Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus: Masyarakat di Pamekasan)” membahas mengenai bagaimana sebuah media memberikan efek kepada masyarakat mengenai pemberitaan virus Corona. Dari hasil penelitian, peneliti menemukan efek pemberitaan terhadap masyarakat yang bersifat *strong effect*. Media memiliki kekuatan yang cukup kuat untuk memengaruhi dari sisi kognitif meliputi tingkat kesadaran serta sebagai tambahan pengetahuan. Hal ini dibuktikan akan kesadaran masyarakat bahwa virus Corona bukanlah penyakit flu biasa dan mengetahui tindakan apa saja yang dapat mencegah penyebaran virus yang didapatkan dari berbagai *platform* media massa serta media sosial. Masyarakat Pamekasan terbantu oleh informasi yang didaptnya dan bermanfaat untuk mengetahui perkembangan berita mengenai virus Corona. Peneliti juga mencantumkan

teori dari Mc. Luhan yang mengatakan bahwa media massa adalah berupa perpanjangan alat indera manusia (sense extention theory). Media massa menyajikan gambaran umum mengenai virus Corona, kejadian serta cara penyebarannya dan hal-hal apa saja yang bisa dilakukan oleh masyarakat Pamekasan dalam menghindari dan menjalankan protokol kesehatan. Peneliti menjelaskan adanya efek afektif yaitu efek yang berhubungan dengan emosi, sikap dan perasaan. Dijelaskan bahwa efek afektif adalah lanjutan dari efek kognitif yang didapatkan oleh khalayak. Informasi yang didapat dari sisi kognitif dapat dirasakan oleh khalayak seperti merasa gelisah, takut, bingung dan lain-lain. Perasaan ini timbul dikarenakan berita atau informasi yang didapatkan. Yang terakhir peneliti menjelaskan efek behavioral yang merupakan akibat yang Nampak dari khalayak dalam bentuk perilaku, kegiatan dan tindakan. Perilaku masyarakat Pamekasan didapatkan selalu menggunakan masker dan memakai hand sanitizer serta menjaga jarak satu sama lain adalah bentuk efek behavioral yang dipicu oleh berita atau informasi yang didapatkan. Perilaku ini adalah bentuk dari perlindungan diri dari virus Corona. Relevansi dengan penelitian, peneliti sebelumnya membahas efek media yang dapat memengaruhi sikap, pikiran dan perilaku akibat mengkonsumsi berita mengenai Covid-19. Hal ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Kevin Favian (2021) yang berjudul “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Covid-19 di Instagram @aboutng Terhadap Tingkat Kecemasan Mahasiswa (Studi Pada

Himpunan Mahasiswa Tangerang di kota Malang angkatan 2018) membahas mengenai gambaran mahasiswa Tangerang yang memiliki perubahan sikap, pikiran dan perilaku setelah mengonsumsi pemberitaan Covid-19 di Instagram @abouttng. Dalam penelitian ini menggunakan teori efek komunikasi massa yang mencakup efek kognitif, afektif dan behavioral. Ditemukan bahwa 59.8% terkena efek pemberitaan Covid-19 di Instagram @abouttng terhadap sikap, pikiran dan perilaku mahasiswa.



Penelitian keempat yang dilakukan oleh Yi Wu dan Fei Shen (2021) yang berjudul “*Exploring The Impacts of Media Use and Media Trust on Health Behaviors During The Covid-19 Pandemic in China*” membahas mengenai efek dari media konvensional dan media sosial selama pandemi Covid-19 di China. Penelitian ini fokus kepada efek dari penggunaan media konvensional serta media sosial akan kepatuhan mengikuti protokol kesehatan selama pandemi Covid-19 berlangsung. Peneliti menyebarkan lebih dari 3000 kuisioner yang diisi oleh penduduk dewasa di China dengan menggunakan metode sampel kuota. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media pemerintahan setempat serta penggunaan aplikasi WeChat mempengaruhi terhadap kepatuhan masyarakat akan melaksanakan protokol kesehatan. Sedangkan untuk penggunaan media konvensional serta media sosial Weibo tidak memberikan pengaruh terhadap kepatuhan masyarakat akan pelaksanaan protokol kesehatan. Selain itu, dengan masyarakat memiliki kepercayaan kuat akan pemberitaan dari media menunjukkan tingkat penggunaan media pada tingkat kepatuhan protokol kesehatan selama pandemi Covid-19. Relevansi dengan penelitian peneliti, terdapat kesamaan dalam pembahasan mengenai efek dari media massa serta media sosial. Bagaimana masyarakat China merasakan efek dari pemberitaan media masa dan media baru mengenai Covid-19.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Oberiri Destiny dan Bahiyah Omar (2021) yang berjudul “*Social Media Affordances and Information Abundance: Enabling Fake News Sharing During The Covid-19 Health Crisis*” membahas faktor-faktor yang dapat memprediksi penyebaran berita hoax selama pandemi Covid-19 menggunakan teori *Affordance and Cognitive Load*. Pengambilan data dilakukan dengan 385 pengguna media sosial di Nigeria dan menggunakan *Partial Least Squares (PLS)* untuk menganalisis data yang diperoleh. Peneliti menemukan bahwa persepsi *news-find-me*, informasi yang berlebihan, kepercayaan pada informasi atau berita *online* dan berbagi informasi yang didapatkan diprediksi menimbulkan penyebaran berita hoax diantara pengguna media sosial di Nigeria. Efek yang lebih besar dari *news-find-me* dan penerimaan informasi yang berlebihan ditemukan pada perilaku berbagi atau menyebarkan berita hoax. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur saat ini dengan fokus pada keterjangkauan media sosial dan berlimpahnyainformasi *online* dalam memprediksi perilaku akan berbagi atau menyebarkan berita hoax diantara pengguna media sosial, terutama diNigeria. Secara praktis, penelitian ini menyarankan strategi intervensi yang mendorong masyarakat untuk bersikap skeptis terhadap informasi yang mereka dapat di media sosial. Relevansi dengan penelitian peneliti, ingin menambahkan beberapa informasi penting ke dalam penelitian. Dikarenakan penelitian tersebut membahas mengenai factor-faktor penyebaran hoaks atau berita palsu di media sosial. Hal ini akan menjadi

sumber yang baik untuk khalayak agar lebih berhati-hati saat menerima atau menyebarkan pesan ataupun informasi.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Isabelle Freiling, Nicole Krause dan Dietram Scheufele (2021) yang berjudul "*Believing and Sharing Misinformation, Fact-Checks and Accurate Information on Social Media: The Role of Anxiety During Covid-19*" membahas mengenai sudut pandang politik, kecemasan dan interaksi keduanya terhadap kepercayaan untuk membagikan berita palsu, mengoreksi berita palsu dan keakuratan berita mengenai Covid-19 di media sosial. Peneliti membagi dua skala besar eksperimental (emosi:kecemasan vs ketenangan) dengan (berita miring: MSNBC vs Fox News), dengan 719 peserta masyarakat Amerika Serikat menunjukkan bahwa kecemasan adalah faktor pendorong dalam meyakini atau kemauan untuk menyebarkan jenis berita apapun. Peneliti menemukan temuan yang dapat memperluas mengenai penalaran dan memilih berita untuk disebarkan serta meningkatkan pemahaman tentang bagaimana kecemasan dapat membentuk proses sikap dalam masalah berita yang memiliki ketidakpastian. Relevansi dengan penelitian peneliti, dikarenakan media sosial menjadi salah satu wadah baru untuk menampung segala informasi dan berita. Hal ini memungkinkan terjadinya misinformasi serta mempercayai berita yang belum valid. Hal ini dapat menimbulkan efek-efek tertentu kepada khalayak.

Judul	Permasalahan penelitian	Variabel	Teori dan Konsep	Penelitian
Pengaruh Terpaan Pemberitaan Pandemi Covid-19 di Akun Instagram @abouttng Terhadap Tingkat Kecemasan Mahasiswa (Studi Pada Himpunan Mahasiswa Tangerang di Kota Malang angkatan 2018)	Mengetahui adakah pengaruh pada tingkat kecemasan mahasiswa Tangerang di Kota Malang terhadap berita Covid-19	<ul style="list-style-type: none"> - Terpaan berita - Tingkat kecemasan 	<ul style="list-style-type: none"> - Efek komunikasi massa - Media sosial 	Kuantitatif
Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona Studi Kasus Masyarakat di Pamekasan	Mengetahui dampak dari pemberitaan terhadap masyarakat Pamekasan mengenai virus Corona	<ul style="list-style-type: none"> - Efek pemberitaan - Persepsi masyarakat Pamekasan mengenai virus Corona 	<ul style="list-style-type: none"> - Efek media - <i>Strong effect</i> - Persepsi 	Kuantitatif
Dampak Pemberitaan Covid-19 di Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat di Dusun Kemuning Kelurahan Lirboyo Kota Kediri	Mengetahu perubahan sikap terhadap anjuran protokol kesehatan dari pemerintah Indonesia menanggapi Covid-19	<ul style="list-style-type: none"> - Dampak pemberitaan Covid-19 - Masyarakat dusun kemuning kelurahan Lirboyo Kota Kediri 	<ul style="list-style-type: none"> - Pandemic - Media sosial - Perilaku 	Kualitatif
<i>Exploring the Impacts of Media Use and Media Trust on Health behaviors during the Covid-19 Pandemic In China</i>	Menyelidiki efek media konvensional, media sosial dan kepercayaan akan media terhadap kepatuhan masyarakat mengenai	<ul style="list-style-type: none"> - Efek Media - Perilaku masyarakat akan kepatuhan protokol kesehatan 	<ul style="list-style-type: none"> - Efek media - Kepatuhan masyarakat China akan protokol kesehatan - Kepercayaan media 	Kuantitatif

	protokol kesehatan di China			
<i>Social media affordances and Information Abundance : enabling fake News Sharing During The Covid-19 Health Crisis</i>	Prediksi penyebaran berita palsu menggunakan teori <i>affordance and cognitive</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Media sosial - Berita palsu Covid-19 	<ul style="list-style-type: none"> - Efek media - Penyebaran berita palsu 	Kuantitatif
<i>Believing and sharing Misinformation, Fact-Checks and Accurate Information on Social Media: The Role of Anxiety during Covid-19</i>	Kepercayaan akan misinformasi , <i>fact-checks</i> dan keakurasian informasi dari media sosial mempengaruhi tingkat kecemasan selama pandemi	<ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan akan misinformasi - Tingkat kecemasan 	<ul style="list-style-type: none"> - Misinformasi - <i>Fact-checks</i> - Media sosial - Tingkat kecemasan 	Kuantitatif

Table 2.1 Penelitian Terdahulu



2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Efek Komunikasi Massa

Pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan media komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Cangara, 2012).

Sikap adalah kecenderungan seseorang untuk mengevaluasi simbol, objek atau aspek lingkungannya secara positif atau negatif. Sikap melibatkan elemen afektif atau perasaan yang melibatkan preferensi atau ketidaksukaan, serta elemen kognitif yang melibatkan keyakinan mengenai objek sikap, karakteristiknya dan hubungannya dengan objek lain. semua sikap melibatkan keyakinan, namun tidak semua keyakinan dapat dianggap sebagai sikap (Katz, 2014).



2.2.2 Terpaan Media

Menurut Romli dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa seperti dikutip dari I Gede Titah Partyaksa dan Niluh Wiwik Eka Putri (2019) Pada prinsipnya, ada asumsi bahwa media massa memiliki kemampuan untuk memengaruhi sikap dan perilaku manusia. Media massa juga memiliki kekuatan untuk menginterpretasikan peristiwa dan bahkan mampu menciptakan realitas sosial dari suatu peristiwa. Tanpa adanya bantuan atau pengaruh dari faktor lain, media massa mampu untuk memberikan pengaruh pada khalayak.

Menurut Ardianto dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa seperti di kutip dari Putri Raudatul (2018), terpaan merujuk pada sejauh mana khalayak terpapar oleh pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Terpaan dapat diartikan sebagai mendengar, melihat dan membaca pesan media serta mengalami dan memperhatikan pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Tujuan dari keberadaan media adalah untuk memahami informasi publik mengenai penggunaan media, baik jenis media yang digunakan maupun frekuensi dan durasi penggunaannya.

2.2.3 Media Sosial

Di tengah kemajuan pesat modernisasi saat ini, teknologi telah memberikan kemajuan yang signifikan, terutama dalam hal media massa. Salah satu kemajuan tersebut adalah perkembangan internet yang semakin pesat, yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan mudah. Era digital saat ini membawa inovasi baru dalam cara informasi disebar, dengan penggunaan media social yang memiliki fitur-fitur canggih.

Media sosial ialah sebuah media *online* yang penggunanya dapat dengan mudah membagikan informasi ke seluruh dunia (Sugeng, 2016). Selanjutnya Anang juga menjelaskan pengertian media sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein bahwa media sosial adalah sebuah aplikasi yang berbasis internet yang memungkinkan adanya pertukaran *user-generated-content* (Sugeng, 2016).

2.2.4 Instagram

Menurut Bambang Atmoko dalam bukunya yang berjudul *Instagram Handbook Tips Fotografi ponsel* seperti yang dikutip dari Dix Prabowo (2020), Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang dirancang khusus untuk *smartphone*. Instagram termasuk dalam kategori media digital dan memiliki fungsi yang mirip dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada fokusnya pada pengambilan foto sebagai bentuk dan tempat untuk berbagi informasi kepada pengguna. Selain itu, Instagram juga dapat memberikan inspirasi kepada pengguna dan meningkatkan kreativitas karena memiliki fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengedit foto menjadi lebih indah, artistik dan menarik.

2.2.5 Berita

Berita dapat diartikan sebagai laporan yang dapat menggambarkan sebuah peristiwa bagi khalayak. Peristiwa yang digambarkan tersebut biasanya bersifat luar biasa dan penting untuk khalayak. Menurut Tuchman dalam bukunya yang berjudul *Making News*, hanya dengan membaca berita khalayak dapat mendapatkan pemahaman tentang apa yang sedang terjadi di dunia, maka dari itu berita harus memiliki nilai kebaruan dan aktualitas (Syahputra, 2006).

Setiap pemberitaan, ada hal-hal penting yang harus diperhatikan. Menurut Cahya (Cahya, 2012), berita dapat dikatakan berguna bagi khalayak jika berita tersebut memiliki nilai berita. Nilai-nilai berita tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Keluarbiasaan

Dari perspektif jurnalistik, berita memiliki sifat istimewa. Oleh karena itu, hal-hal yang umum atau biasa-biasa saja tidak dapat dianggap sebagai berita.

2. Aktual

Suatu kejadian atau peristiwa dapat dianggap sebagai berita ketika hal tersebut baru saja terjadi. Nilai actual dalam berita sangat terkait dengan factor waktu. Semakin cepat berita disampaikan, semakin tinggi nilai berita tersebut.

3. Kedekatan

Semakin erat hubungan antara kejadian atau peristiwa dengan khalayak, maka semakin menarik berita tersebut untuk dibaca.

4. Memiliki ketertarikan manusiawi

Berbagai kejadian atau peristiwa dapat memengaruhi emosi pembaca atau pendengar. Informasi tersebut dapat memicu berbagai respon emosional, termasuk tangis, keharuan, kemarahan dan tawa.

5. Berhubungan dengan orang penting

Informasi yang berkaitan dengan tokoh-tokoh penting memiliki nilai berita yang signifikan sehingga dapat dikategorikan sebagai berita.

6. Memiliki dampak bagi masyarakat

Suatu peristiwa atau kejadian dapat dianggap sebagai berita apabila memiliki dampak yang signifikan bagi kepentingan masyarakat luas.

7. Informatif

Informasi telah menjadi suatu kebutuhan dalam kegiatan sosialisasi. Oleh karena itu, berita yang disampaikan harus disesuaikan dengan kebutuhan pengguna atau khalayaknya.

2.3 Hipotesis Teoritis

Kata hipotesis berasal dari “*hipo*” yang diartikan lemah dan “*tesis*” artinya pernyataan. Dengan itu hipotesis artinya pernyataan yang lemah, disebut demikian karena masih memiliki dugaan yang belum diuji kebenarannya.

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2015) hipotesis penelitian adalah “penelitian yang menerapkan pendekatan kuantitatif menggunakan data statistic untuk menganalisis data dengan tujuan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan seusia dengan keadannya. Sebaliknya, pada penelitian kualitatif, hipotesis tidak dirumuskan, melainkan diharapkan dapat ditemukan. Hipotesis tersebut kemudia akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif”.

Berdasarkan dengan penjelasan di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H0 : “tidak ada pengaruh terpaan berita Covid-19 terhadap sikap, pikiran dan perilaku *followers @newsmerahputih*”

H1 : “terdapat pengaruh terpaan berita Covid-19 terhadap sikap, pikiran dan perilaku *followers @newsmerahputih*”

2.4 Alur Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu X yang merupakan variabel bebas dan Y variabel terikat. Variabel X dalam penelitian ini adalah terpaan berita Covid-19 dan variabel Y adalah sikap, pikiran dan perilaku. Berikut alur penelitian

dengan judul “Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 di Instagram @newsmerahputih Terhadap Sikap, Pikiran dan Perilaku *followers* @newsmerahputih”:

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Olahan Pribadi

Pada tabel 2.2 di atas, diketahui kerangka pemikiran dijelaskan bahwa variabel X berupa terpaan berita Covid-19 memiliki dimensi frekuensi, durasi dan atensi. Sedangkan variabel Y yaitu sikap, pikiran dan perilaku memiliki dimensi kognitif, afektif dan behavioral.

Penelitian ini pada dasarnya ingin memperoleh informasi mengenai dampak dan akibat dari topik yang penulis buat, sehingga nantinya dapat menarik sebuah kesimpulan di dalamnya. Oleh karena itu, maka variabel yang sudah ditentukan berdasarkan teori yang sudah ada, sebagai berikut:

- Terpaan Pemberitaan Covid-19 di Instagram @newsmerahputih (Variabel X)

Terpaan media berarti berapa banyaknya informasi yang telah ditemukan melalui media dengan cara melihat, mendengar dan membaca yang dilandaskan oleh berapa banyak waktu yang dipergunakan, seperti berapa lama menggunakan media sosial. Terdapat berbagai indikator dalam pengaruh pada penelitian ini, yaitu :

- a. Frekuensi seberapa sering *followers* @newsmerahputih dalam mengakses tentang pemberitaan mengenai Covid-19 di Instagram @newsmerahputih.
 - b. Durasi *followers* @newsmerahputih dalam membaca pemberitaan Covid-19 di akun Instagram @newsmerahputih
 - c. Atensi *followers* @newsmerahputih dalam pemberitaan Covid-19 di Instagram @newsmerahputih
- Sikap, pikiran dan Perilaku *followers* @newsmerahputih (Variabel Y)

Penulis menghubungkan konsep sikap di antaranya efek kognitif, afektif dan behavioral. Efek kognitif dapat disebabkan karena adanya pemahaman isi berita Covid-19 di Instagram @newsmerahputih, dari yang tidak tahu apa-apa menjadi tahu. Efek afektif disebabkan dengan adanya pembentukan di dalam diri serta perubahan sikap yang dapat mengacu pada aspek emosional maupun perasaan orang.

Sedangkan, efek behavioral dapat disebabkan perilaku ataupun tindakan yang terjadi pada aktivitas sehari-hari.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana metode penelitian ini memiliki ciri-ciri yang sangat sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga akhir. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017), metode penelitian kuantitatif dapat digambarkan sebagai pendekatan penelitian yang didasarkan pada positivism dan digunakan untuk menginvestigasi populasi atau sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Teknik pengambilan sampel pada umumnya diambil secara acak. Penelitian ini menggunakan metode ekplanasi survei dikarenakan penelitian ini akan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan mengetahui pengaruh terpaan berita Covid-19 terhadap sikap, pikiran dan perilaku *followers @newsmerahputih*.

3.2 Metode Penelitian

Peneliti memakai metode ekplanasi survei. Sugiyono menyatakan bahwa metode survei eksplanatif merupakan jenis penelitian yang dilakukan pada populasi yang besar atau kecil, namun fokusnya adalah pada analisis data dari sampel yang sebelumnya telah diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Metode penelitian survei adalah pendekatan yang sesuai untuk penelitian ini karena melibatkan pemilihan sampel dari populasi menggunakan kuisioner sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data. Survei mencerminkan prinsip penelitian korelasional dan secara efektif digunakan untuk mendeskripsikan pendapat, pemikiran dan perasaan individu dengan baik.

3.3 Populasi dan Sampel

populasi merujuk pada keseluruhan elemen yang digunakan sebagai basis inferensi atau generalisasi. Dalam konteks ini, populasi merupakan domain generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek dengan jumlah dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dari situlah kesimpulan dapat diambil (Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah *followers* Instagram @newsmerahputih yang jumlahnya 18.100 pengikut. *followers* tersebut akan disurvei melalui pengaruh membaca atau mengakses berita Covid-19 di Instagram @newsmerahputih terhadap sikap khalayak di masa pandemi.

Sampel merupakan subset dari populasi yang memiliki karakteristik serupa. Jika populasi memiliki ukuran yang besar dan peneliti terbatas oleh sumber daya, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Terdapat dua kelompok Teknik pengambilan sampel, yaitu sampling probabilitas dan non-probabilitas (Sugiyono, 2017), jika anggotanya berasal populasi yang jumlahnya kurang dari 100 maka Langkah baiknya diambil secara keseluruhan dan apabila jumlah anggota lebih dari 100 maka dapat diambil sebanyak 10-15% atau 20-25%, hal tersebut berdasar dari kapasitas seseorang peneliti yang dilihat dari segi waktu, anggaran serta tenaga. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, penelitian menggunakan rumus Slovin:

Rumus Slovin (Riduwan, 2007) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$