

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern ini kehidupan masyarakat sangat dinamis dimana untuk mengakses berbagai informasi sangat bergantung pada perkembangan teknologi komunikasi berupa media massa. Media massa memberikan perubahan pada pengetahuan, sikap, emosi dan tingkah laku setiap masyarakat. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 2), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. *Media Exposure* menurut Jalaluddin Rakhmat (2009:14) diartikan sebagai terpaan media. Menurut Rakhmat, media exposure dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menyaksikan televisi, film, membaca majalah atau surat kabar maupun mendengarkan radio.

Dalam teori *Stimulus-Organism-Responses (S-O-R)*, efek atau respon yang menimbulkan sebuah reaksi khusus terhadap stimulus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan sesuai tidaknya pesan yang di sampaikan dari komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah, media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau juga mungkin ditolak.

Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses selanjutnya adalah komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya, yaitu mengolah lalu menerima, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2003, p.254). Pada penelitian ini tahapan *Stimulus* (S) pada pemberitaan mengenai Covid-19, kemudian pada tahapan *Organism* (O) terdiri dari media massa, yang diantaranya adalah televisi (program CNN, TvOne, Liputan6, MetroTv, KompasTv), video online (Youtube, Instagram, Website), radio (Ssradio, GenFm, Radio Konco Dewe (RKD FM)), Surat kabar (Koran Jawa Pos, Kompas), sedangkan pada tahap *Responses* (R) terdapat respon mengenai pengetahuan masyarakat.

Oleh karena itu peneliti ingin melihat bagaimana sebuah program acara televisi dapat menimbulkan respon tertentu dalam hal ini adalah sikap penonton seperti pada teori *SOR* yang sudah dijelaskan.

Kita tahu bahwa, acara televisi pada umumnya mampu mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan penonton anak-anak, bahkan tidak terkecuali penonton dewasa. Ini sebenarnya adalah hal yang wajar dan logis saja. Jikalau ada program yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah, hal itu bukanlah sesuatu yang istimewa atau mengherankan sebab salah satu pengaruh psikologis dari siaran televisi ialah seakan-akan menghipnotis penontonya. Akibatnya, penonton seolah-olah dihanyutkan oleh suasana pertunjukan televisi (Effendy, 2003, p.192).

Di media massa banyak memberitakan tentang kondisi yang di alami masyarakat dalam menghadapi masa pandemi ini. Pemberitaan Covid-19 di media

massa membuat masyarakat memiliki persepsi atau pandangan mengenai pandemi yang terjadi. Hal tersebut membuat masyarakat memiliki pengetahuan tentang bagaimana fenomena penyebaran virus di masyarakat. Sejak mewabah di China Desember lalu sampai sekarang, virus corona telah menginfeksi lebih dari 110.000 orang dengan pasien meninggal mencapai lebih dari 3.600 orang di lebih 80 negara di seluruh penjuru dunia. Selain aksi-aksi dalam mencegah dan mengobati penyakit Covid-19, dampak sosial yang ditimbulkan oleh virus SARS-CoV-2 itu juga sangat signifikan di Asia.

Masuknya virus ini ke Indonesia membuat seluruh masyarakat Indonesia maupun orang Indonesia yang berada di luar negeri takut untuk pulang rasa cemas dan waspada yang meningkat pesat menimbulkan banyak ketakutan juga yang berlebihan. Pemberitaan ini sudah ada di media manapun, mendengar berita update virus corona di Indonesia, 7.775 positif, 960 sembuh dan 647 meninggal membuat masyarakat menjadi semakin waspada dan semakin cemas akan adanya permasalahan virus pandemi Covid-19. Khususnya masyarakat Sidoarjo di Jawa Timur, menjadi zona merah corona karena pasien positifnya selalu bertambah, bahkan ada banyak masyarakat di Sidoarjo yang meninggal. Hingga saat ini ada 2 pasien positif dan 4 PDP yang meninggal dunia. Berdasarkan data dari Dinkes Kabupaten Sidoarjo yang masuk hingga Senin (6/4/2020), total ada 18 pasien yang sudah positif. 77 berstatus pasien dalam pengawasan (PDP), dan 277 orang dalam pengawasan (ODP). Hal ini membuat masyarakat Sidoarjo semakin takut dan cemas akan situasi ini.

Berita bukan sekedar menyampaikan berita , tetapi menyampaikan makna. Berita – berita yang ada di media massa terutama media televisi bukanlah susunan kata – kata dan kalimat yang tidak ada makna atau maksudnya. Makna tersebut ditentukan oleh wartawan yang menulis cerita, latar belakang wartawan akan sangat mempengaruhi wartawan ketika ia memutuskan fakta mana yang akan di tulis dan fakta mana yang akan di buang,serta fakta mana yang akan di tonjolkan dan fakta mana yang harus disamarkan.Karena itulah isi berita media yang memberi informasi dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat,baik sikap, perilaku, dan hal – hal lainnya.



GambarI.1: Situasi PenangananCovid di RumahSakit

Sumber: CNN.Indonesia.

Maraknya pemberitaan update CNN Indonesia, Kasus positif virus corona (Covid-19) di Surabaya, Jawa Timur masih terus meningkat meski sudah 10 hari menerapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Bahkan lebih tinggi dari Gresik dan Sidoarjo yang juga menerapkan PSBB bersama Surabaya.“Surabaya naiknya tinggi, upayanya harus jauh lebih tinggi dari Gresik dan Sidoarjo, kata Ketua Rumpun Kuratif Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Jatim, Joni Wahyuhadi, di Surabaya, Kamis (7/5) Sumber: cnn.indonesia.

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan yang diteliti adalah pada pemberitaan yang di sampaikan di beberapa media massa kurang spesifik khususnya di daerah atau kota kecil mengenai *update* masalah penanganan, hingga kabar jumlah angka covid-19 yang bertambah per harinya hingga turunnya jumlah kasus terpaparnya virus Covid-19 ini. Sidoarjo yang masih bernotaben Kabupaten ini perlu edukasi lebih terhadap pemberitaan yang ada di beberapa media massa. Angka yang muncul pada Kabupaten Sidoarjo ini terus meluap hingga bisa di sebutkan pada beberapa media termasuk televisi yakni zona merah, yang kita tahu bahwa zona yang berbahaya bagi masyarakat yang khususnya tinggal di Sidoarjo.

Maka peneliti memiliki persepsi bahwa mengapa bisa terjadi melonjaknya angka atau zona di Sidoarjo menjadi merah. Peneliti menduga bahwa tidak adanya pembaharuan berita untuk daerah Sidoarjo, tidak adanya himbauan dari pemerintah, mediapun yang kita ketahui bisa menjadi acuan cepat dan *instant* dalam memberikan sebuah berita untuk di publikasikan kepada masyarakat. Termasuk dalam hal mempengaruhi kepedulian, kecemasan pemirsa terhadap situasi yang ada. Sikap sendiri terdiri dari kognitif, afektif, dan konatif, sedangkan kecemasan merupakan bagian dari sikap afektif. Penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh terpaan berita kasus pemberitaan Covid-19 di media televisi terhadap tingkat pengetahuan masyarakat Sidoarjo, Jawa Timur.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari penelitian diatas, maka rumusan masalah yang diteliti oleh peneliti adalah “Pengaruh Terpaan pemberitaan Covid-19 di media massa terhadap tingkat pengetahuan masyarakat Indonesia, khususnya daerah Sidoarjo, Jawa Timur”.

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat pengaruh informasi masyarakat tentang pemberitaan Covid-19 di media massa, dan dampak dari terpaan pemberitaan penyebaran virus ini terhadap tingkat pengetahuan masyarakat Kabupaten Sidoarjo.

1.4. Batasan Masalah

Penelitian ini mengarah ke pengaruh terpaan pemberitahuan Covid-19 melalui media massa di masyarakat, terutama di Kabupaten Sidoarjo. Subyek penelitian ini adalah masyarakat Sidoarjo. Sedangkan untuk obyek penelitian ini adalah Pengaruh Terpaan pemberitaan Covid-19 di televisi terhadap tingkat pengetahuan masyarakat Sidoarjo.

1.5. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah tambahan referensi terutama pada bidang ilmu komunikasi, khususnya tentang pengaruh pemberitaan Covid-19 di televisi terhadap tingkat pengetahuan masyarakat Sidoarjo terkait upaya Penanganan Covid-19 oleh PemKab Sidoarjo.

2. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat khususnya kepada masyarakat sidoarjo mengenai upaya Penanganan Covid-19 oleh PemKab Sidoarjo.

