

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana sikap masyarakat Jatim (Jawa Timur) mengenai pemberitaan PPKM 2021 di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com. Dalam ranah komunikasi, penelitian ini mengacu pada teori S-O-R yang memiliki kepanjangan dari *Stimulus-Organism-Response* karena peneliti ingin mengetahui efek apa yang ditimbulkan dari pesan yang disampaikan. Setiap kali seseorang menerima sebuah pesan akan menimbulkan sebuah reaksi, lalu akan menimbulkan berbagai macam respons komunikasi. Arti dari *Stimulus* adalah reaksi khusus yang ditimbulkan seseorang ketika menerima sebuah pesan lalu menyesuaikan antara pesan dan reaksi komunikasi. Meliputi beberapa unsur-unsur yaitu *Stimulus* (Pesan), *Organism* (Komunikasi) dan *Response* (Efek), (Effendy, 2020:225).

Selain itu, Azwar (2016:15) mengatakan dalam buku karangannya “Sikap Manusia” bahwa sikap dianggap sebagai respons evaluatif yang muncul ketika suatu individu mengharapkan adanya sebuah reaksi individual saat dipertemukan pada suatu stimulus. Respons evaluatif memiliki sebuah arti yaitu suatu reaksi yang dibentuk sehingga muncul sebuah sikap, yang didasari oleh kesimpulan pesan yang diberikan oleh komunikator melalui proses pengevaluasian setiap individu. Kesimpulan yang diberikan dapat berupa nilai baik/buruk dan positif/negatif. Dikatakan oleh Azwar bahwa sikap terdiri atas tiga komponen yaitu, kognitif (*cognitive*), afektif (*affective*), dan konatif (*conative*). Tanggapan dari sikap positif dapat berbentuk sikap yang mendekatkan dan menyenangkan terhadap objek yang diteliti (Nugraheni & Widyaningrum, 2019b). Ketiga komponen sikap memiliki suatu kesatuan dan saling berinteraksi satu sama lain. Kognitif adalah sikap ketika suatu individu hanya ingin sekedar mengetahui sesuatu hal. Afektif adalah sikap ketika suatu individu memiliki sebuah perasaan

suka terhadap hal tersebut. Sedangkan konatif adalah sikap tindakan atau bereaksi terhadap suatu hal-hal tersebut.

Kognitif merupakan pemikiran masyarakat Jawa Timur mengenai berita PPKM 2021 di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com. Afektif terjadi ketika suatu individu mulai muncul perasaan menyukai berita atau tidak menyukai berita tersebut di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com. Sedangkan, konatif merupakan sebuah tindakan yang muncul dari masyarakat Jawa Timur ketika melihat berita PPKM 2021 di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com. Dalam Jurnal Komunikatif menurut (Syafitri, 2018) sikap memiliki beberapa faktor penunjang perubahan yaitu pengalaman pribadi memengaruhi suatu sikap terbentuk, pengaruh dari orang lain dapat menimbulkan pembentukan sikap karena adanya penyebaran beberapa informasi melalui orang lain (Azwar, 2016 : 30-34). *Stimulus* (pesan) dari penelitian ini adalah pemberitaan mengenai PPKM 2021 yang diberlakukan di Jawa Timur, khususnya Surabaya. Pengetatan PPKM ini diberlakukan karena virus COVID-19 yang membuat seluruh kesehatan masyarakat tidak baik sehingga perekonomian Jawa Timur turun, Virus COVID-19 ini tidak hanya menyusahkan Indonesia melainkan juga seluruh negara di dunia. Kedua, *Organism* (komunikan) dari penelitian ini adalah masyarakat Jawa Timur. Dalam struktur organism terdapat tiga alur untuk menimbulkan respons dari masyarakat.

Menurut Effendy (2020 : 355) seorang komunikan pertama kali akan perhatian dalam melihat pesan dari berita PPKM yang disebarkan oleh Kompas.com atau Tribunnews.com berikutnya ia akan menimbulkan sikap pengertian terhadap pemberitaan tersebut dan menerima pesan dari pemberitaan PPKM tersebut. Yang terakhir yakni *response* (efek) adalah bagaimana masyarakat Jawa Timur menyikapi masalah COVID-19 hingga terjadi pengetatan dan pengawasan PPKM. Apakah masyarakat Jawa Timur, khususnya Surabaya ini nantinya dalam pembagian survei akan menanggapi PPKM ini dengan respons yang cenderung positif atau bersikap netral biasa saja atau bisa juga mereka menyikapinya dengan negatif.

### Gambar I.1 Pemberitaan terkait Kasus COVID-19 Jawa Timur

Home / Regional

## Kasus Covid-19 di Jatim Meningkat, Keterisian Tempat Tidur RS di Surabaya Naik 32 Persen

Kompas.com - 15/06/2021, 11:25 WIB

rumah123.com

Sumber : Kompas.com

Berdasarkan data yang dilansir Kompas.com, Jawa Timur meningkat 32% menjadi negara bagian dengan penambahan pasien terbanyak. DKI Jakarta juga mencatatkan peningkatan signifikan pada 96 pasien. Sejak itu, Jawa Tengah mencatat tambahan 56 pasien. (Ghinan, 2021). McQuail (2011 : 96-98) menjelaskan pemberitaan memiliki beberapa standar yaitu yang pertama adalah objektivitas. Objektivitas pemberitaan diartikan sebagai berita yang disampaikan melalui media harus dapat diandalkan sesuai dengan fenomena apa yang terjadi saat ini. Sumber informasi yang disajikan di berita harus berdasarkan faktualitas (*factuality*) terkait dengan peristiwa yang terjadi. Di sisi lain, Triyaningsih memaparkan bahwa wabah virus COVID-19 dominan menjadi bahan pembicaraan dan pembicaraan di setiap media massa yang ada di Indonesia. Berbagai macam pemberitaan yang membahas pandemi ini dilakukan secara berulang kali baik di media cetak atau surat kabar, media elektronik dan juga media online serta pengaruh dari orang lain dapat menimbulkan masyarakat menjadi panik dan mengalami kekhawatiran yang berlebihan terhadap virus Covid-19 (Aldilal et al., 2020).

### Gambar I.2 Pemberitaan Kasus COVID-19

Home / News / Nasional

## Jokowi: Covid-19 di RI Pernah Capai 56.000 Kasus, Ngeri Sekali

Kompas.com - 24/11/2021, 14:05 WIB

rumah123.com

Sumber: Kompas.com

Bertambahnya fragmentasi pada industri media menyebabkan persaingan antar produsen semakin ketat. Belakangan, muncul *headline* yang sensasional dan provokatif untuk persaingan yang diciptakan oleh produser media berita, termasuk

produser media berita *online*. Headline sensasional di media berita *online* ini biasa dikenal dengan *headline Clickbait*. (Kertanegara, 2018: 33-34). Bahkan, jumlah kasus COVID-19 ironisnya melonjak pada pertengahan Juli, mencapai 56.000 kasus sehari. (Fitria, 2021). Saat itu, okupansi rumah sakit (BOR) di seluruh wilayah khususnya Jawa-Bali sudah di atas 90%. Gambar diatas cukup memperkuat alasan mengapa masyarakat harus selalu lebih waspada dan patuh pada peraturan protokol kesehatan. Apabila lengah, akan menjadi suatu ‘momok’ yang akan mengerikan bahkan merugikan kehidupan. Selain pemberitaan dari Kompas.com, Tribunnews.com juga memberitakan bagaimana Jawa Timur sendiri menduduki posisi kasus *corona* tertinggi, bahkan melebihi kawasan ibukota yakni DKI Jakarta. Pada dasarnya, Asal usul virus COVID-19 adalah bagian dari kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan di Wuhan, China. Dengan peningkatan jumlah kasus tersebut, wilayah Jawa Timur dinilai menjadi salah satu wilayah dengan jumlah kasus terbanyak. (Sutarno, 2021). Masyarakat Jawa Timur di wilayah Surabaya melakukan sejumlah pengawasan. Beredarnya kabar berita yang telah menjadi pro-kontra bahwa Surabaya menjadi zona hitam persebaran COVID-19 karena di suatu situs website [infocovid19.jatimprov.go.id](http://infocovid19.jatimprov.go.id) milik pemprov mengklaim warna peta Surabaya sebagai warna hitam karena banyaknya pasien yang kondisinya sedang terkena COVID-19 (Info Covid-19, 2021).

### **Gambar I.3** Pemberitaan Kasus COVID-19

## Sebaran Kasus Corona 17 September 2021: Jatim Tertinggi 427 Kasus, DKI Jakarta Urutan ke-7

Jumat, 17 September 2021 17:53 WIB

Sumber: Tribunnews.com

Menurut data Kementerian Kesehatan RI yang diunggah oleh Twitter @Kawal COVID19, Jawa Timur menjadi wilayah penyumbang jumlah kasus Covid-19 terbesar dengan 427 kasus positif. Selanjutnya Jabar di urutan ke-7

dengan 206 kasus dan sebelumnya di urutan ke-5 dengan 328 kasus. Sementara itu, lokasi DKI Jakarta berbeda (Shella, 2021).

**Gambar I.4** Jumlah Kasus Covid-19 di Jawa Timur

PETA SEBARAN COVID-19 JATIM						
KAB/KOTA	ODR	OTG	ODP	PDP	CONFIRM	DATA TERAKHIR
KOTA SURABAYA	5469	3593	3911	3321	3124	2020-06-07 18:19:12
KAB. SIDOARJO	635	1153	1158	527	755	2020-06-07 17:10:40
KAB. GRESIK	1185	278	1206	293	234	2020-06-07 17:15:40
KAB. KEDIRI	24459	1449	972	194	159	2020-06-07 16:29:16
KAB. LAMONGAN	48599	761	526	195	130	2020-06-07 18:06:32
KAB. PROBOLINGGO	7577	1198	479	62	116	2020-06-07 16:30:13
KAB. PASURUAN	3138	228	278	169	102	2020-06-07 16:24:48
KAB. MALANG	2140	301	484	326	102	2020-06-07 16:10:55
KAB. JOHANG	13403	500	657	47	93	2020-06-07 14:58:32
KAB. MAGETAN	269	170	335	81	85	2020-06-07 13:11:59
KOTA MALANG	2263	475	922	266	69	2020-06-07 16:41:26

Sumber :Kabar24.bisnis.com

PPKM, sesuai dengan akronimnya “Penegakan Pembatasan Kegiatan Masyarakat”, mengacu pada peraturan pemerintah yang membatasi kegiatan masyarakat, terutama terkait dengan potensi keramaian (Muhammad, 2021). PPKM telah diterapkan untuk membatasi laju peningkatan jumlah positif virus *corona* atau Covid19. Beberapa larangan telah ditetapkan. B. Tes, restoran, kafe, pedagang lama, kios pedagang di berbagai lokasi, atau mal / mal hanya diperbolehkan untuk menyediakan layanan antar dan bawa pulang dan tidak diperbolehkan menerima makanan di tempat. Untuk sektor kritis, karyawan diperbolehkan mengunjungi WFO melalui penerapan protokol kesehatan yang ketat. Sektor-sektor kunci tersebut antara lain energi, kesehatan, keselamatan, logistik dan transportasi, industri makanan, minuman dan penunjang, petrokimia, semen, objek kunci nasional, penanggulangan bencana, proyek strategis nasional, dan pembangunan utilitas dasar. Kegiatan belajar mengajar, termasuk industri yang memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, merupakan suatu keharusan. Tetap menggunakan masker saat bekerja di luar rumah. Tidak diperbolehkan memakai pelindung wajah tanpa masker.

Berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca (Hikmat, 2018: 150). Berita harus memahami latar belakang tempat berita itu diciptakan. Dalam perkembangannya disetiap wilayah, berita memiliki perbedaannya masing-masing. Hal ini disebabkan karena setiap wilayah memiliki perbedaan pers masing-masing. Dalam kata esrimologis, berita berasal dari kata Sanskerta *vrit* yang artinya ada atau telah terjadi atau *vritta* yang artinya kejadian atau sebuah peristiwa. Teori lain menurut para ahli mendefinisikan berita sebagai laporan atas sebuah peristiwa yang diringkas sedemikian rupa lalu disebarakan melalui media massa.

Secara ilmiah ada perbedaan antara informasi dan juga berita. Informasi bersifat lebih homogen dibandingkan dengan berita. Maksudnya, informasi itu bersifat lebih umum. Misalnya seperti informasi terhadap suatu peristiwa yang dapat masuk kedalam media massa dan informasi yang tidak dapat masuk kedalam media massa. Kedua hal tersebut sama-sama informasi. Dengan adanya perbedaan itu, Romli dalam buku *Jurnalistik Literary of Journalism*, membuat persyaratan tentang kelayakan suatu informasi dapat dikatakan sebuah berita. Hal tersebut seperti *fit to print* yang artinya layak dimuat di media massa dan juga *fit to broadcast* yang artinya layak untuk disiarkan. Persyaratan informasi dikatakan layak yang terakhir, yaitu harus memiliki *news value* atau informasi tersebut mengandung nilai berita atau tidak.

Pada pembuatan berita terdapat delapan konsep dalam pembuatannya, antaranya adalah *news as timely report* atau berita sebagai laporan tercepat. Konsep ini mengacu kepada titik terpenting dari sebuah informasi berita. Contohnya seperti *breaking news*. Kedua adalah *news as record* atau berita sebagai rekaman. Pengertian konsep kedua ini maksudnya berita yang tercetak di surat kabar atau terunggah di media *online* merupakan bentuk dokumentasi. Berikutnya adalah *news a objective facts* atau berita sebagai fakta objektif. Maksudnya adalah berita yang disampaikan harus kredibel dan sesuai fakta yang telah terjadi. Namun, dijelaskan juga sebagai catatan bahwa tidak ada fakta atau objektivitas yang bersifat mutlak. Bagi wartawan atau jurnalis sendiri, keobjektivitasan sebuah berita dilihat dari tidak memihaknya sebuah berita

terhadap suatu sisi. Konsep berikutnya adalah *news as interpretation* atau berita sebagai interpretasi. Artinya dalam sebuah informasi yang kompleks dan padat misalnya seperti politik, negara, ekonomi, sebuah informasi berita harus dijelaskan dengan baik sehingga pembaca dapat mengerti. Harus ada penjelasan tentang berita tersebut seperti alasan terjadinya, dampaknya, situasinya, tingkat *urgency* dan sebagainya. Kemudian ada *news as sensation* atau berita sebagai sensasi. Dalam hal ini dijelaskan bahwa sebuah berita harus memiliki unsur yang mengejutkan, menggetarkan bahkan mengharukan sehingga dapat menarik minat pembaca. Berikutnya ada *news as human interest* atau berita sebagai minat orang. Pada konsep berita kali ini, pembuatan berita tidak selalu persoalan memberikan informasi saja melainkan harus sesuai dengan ketertarikan masyarakat pada saat itu seperti bertia yang menimbulkan rasa iba, haru, bahagia dan sejenisnya. Konsep yang ketujuh adalah *news as prediction* yaitu berita sebagai ramalan. Wartawan atau jurnalis harus bisa melihat minat dan membuat berita yang sesuai dengan minat pembaca dimasa yang akan datang namun juga harus *intelegent forecast* atau ramalan yang masuk akal. Konsep yang terakhir adalah *news as picture* yaitu berita sebagai gambar yang membuat berita lebih terkesan menyenangkan karena menghibur tapi juga mengandung nilai berita atau *news value*. Sebab dengan adanya gambar dinilai lebih efektif dibandingkan dengan kata-kata saja (Hikmat, 2018: 151-152).

Menarik atau tidaknya sebuah berita ditentukan dari yang pertama kali dilihat terlebih dahulu yaitu judul berita atau akrab disebut dengan *headline*. *Headline* merupakan berita utama dari segala berita yang ada, biasanya disebut dengan *headline news* yang poin beritanya sangat menarik dan sedang hangat diperbincangkan dan layak untuk diletakkan dibagian awal atau bagian atas sebagai berita utama (Junaedhie, 2019). Ahli lain yaitu Hoeta Soehoet pada buku yang sama menjelaskan bahwa *hedline news* merupakan berita yang telah dinilai oleh pihak redaksi yang kemudian mendapatkan nilai tertinggi sehingga ditentukan menjadi berita utama pada hari itu. Oleh karena alasan tersebut, headline diberikan tempat yang istimewa di halaman depan sehingga calon pembaca dapat dengan mudah membacanya. *Headline* menurut kegunaannya

dibagi menjadi dua kategori. Kategori yang pertama adalah *headline* langsung yang sifatnya sangat informatif, *straight to the point* dan juga rasional tanpa terlalu dilebih-lebihkan. *Headline* secara langsung seperti ini biasanya mengedepankan kegunaan bagi masyarakat. Lalu untuk kategori *headline* tidak langsung tidak seefektif *headline* langsung yang memberikan informasi tentang kegunaan atau nilai-nilai tertentu. *Headline* tidak langsung memberikan informasi tetapi menekankan unsur-unsur emosional. Unsur emosional digunakan supaya dapat menarik pembaca dan meningkatkan jumlah pembelian. Contoh lainnya seperti berita branding sebuah perusahaan yang sedang mempersuasi masyarakat.

Dalam pembuatan *headline* membutuhkan waktu sehari-hari dalam mengumpulkan berbagai macam kata untuk judul terdepan dan utama. Ratusan kata telah dipikirkan namun penulis dan direksi harus memikirkan matang-matang dengan selektif supaya tidak sama dengan *headlines* terdahulu. Sebab *headline* yang menarik dan berkualitas, mampu menghentikan mata *audience* dan mempengaruhi mereka sehingga informasi di dalamnya dapat diserap dan *audience* dapat memberikan *feedback*. Dengan demikian, berita-berita lain sebagai pengikut dari *headline* dapat ikut serta dibaca oleh *audience*.

Perkembangan pengetahuan dan teknologi mempengaruhi komunikasi sehingga dapat berjalan dengan semestinya tetapi memerlukan media sebagai pengantar pesan tersebut. Media *online* merupakan media komunikasi yang penggunaannya memanfaatkan sebuah internet (Suryawati, 2014 : 41). Dalam Jurnal Kajian Komunikasi dikatakan bahwa hasil dari media *online* berbasis teknologi komunikasi harus memiliki sifat yang interaktif baik dengan pengirim sebuah pesan maupun penerima pesan tersebut. Khalayak media yang dicapai oleh peneliti adalah yang membaca pemberitaan PPKM 2021 di media *online*. Media *online* yang dipilih oleh peneliti ialah [Tribunnews.com](http://tribunnews.com) dan [Kompas.com](http://kompas.com).



**Gambar I.5** Peringkat Industri Berita dan Media di Indonesia

	Domain (10,000)	Traffic Share	Change	Rank	Monthly Vi...	Unique Visit...	Visit Dura...
1	tribunnews.com	15.75%	↓ 4.71%	#249	274.6M	61.83M	00:04:48
2	detik.com	9.29%	↑ 5.43%	#277	162.1M	32.74M	00:04:36
3	kompas.com	9.28%	↑ 0.45%	#228	161.9M	40.63M	00:04:34
4	yahoo.com	3.63%	↓ 4.17%	#12	63.39M	14.06M	00:06:11
5	jpm.com	2.66%	↑ 1.68%	#1,213	46.39M	23.97M	00:00:27
6	idntimes.com	2.65%	↓ 3.58%	#1,072	46.29M	21.61M	00:02:09
7	pikiran-rakyat.com	2.30%	↑ 56.35%	#716	40.11M	26.35M	00:01:03
8	suara.com	2.09%	↑ 3.42%	#804	36.51M	14.49M	00:01:44
9	merdeka.com	1.86%	↑ 6.13%	#1,476	32.52M	18.15M	00:02:24
10	cnindonesia.com	1.78%	↑ 8.35%	#1,569	31.14M	11.92M	00:02:28

Sumber : similarweb.com

Mengambil kedua portal berita *online* tersebut karena keduanya memiliki peringkat ke-1 dan ke-3 dalam dunia industri berita dan media di Indonesia. Memilih portal berita Tribunnews.com dan Kompas.com karena keduanya memiliki berita banyak mengenai PPKM dibandingkan dengan portal berita *online* lainnya. Kedua portal berita *online* tersebut juga mempunyai jumlah pengunjung yang banyak setiap bulannya. Generasi yang berbeda berperilaku berbeda ketika mengakses sesuatu, seperti mengakses konten berita. Dari konten yang dikonsumsi, perangkat yang digunakan, hingga waktu yang dihabiskan. Media tradisional yang dulunya menggunakan media seperti koran dan televisi kini dengan cepat berpindah ke *platform digital*. Beberapa akan berhasil, sementara yang lain akan sama dengan platform tradisional yang secara bertahap ditinggalkan. Membicarakan pola konsumsi media setiap generasi memang tidak pernah bisa diratakan. Setiap generasi memiliki selera masing-masing. Misalnya, Generasi X digunakan untuk format berita untuk artikel panjang yang tidak memiliki elemen visual. Bagi mereka, ini adalah jenis konten yang dapat mereka konsumsi dengan nyaman di era pra-Internet. Secara umum, generasi ketiga, X, Y, dan Gen Z merupakan bagian dari demografi pembaca Kompas.com. Segmen terbesar masih didominasi oleh pembaca berusia 2435 tahun. Tempat kedua diambil bergantian oleh 1823 atau 3550 tahun. Kompas.com sangat

mementingkan tiga kelompok umur. Ketiganya memiliki kepribadian yang berbeda, yang menentukan tema pemberitaan dan penulisan Kompas.com. Generasi X, misalnya, lebih menyukai isu-isu politik yang problematik, lebih dalam, lebih naratif dan disajikan secara tekstual. Dan budaya membaca teks mereka masih relatif tinggi. Generasi Y, di sisi lain, tidak terlalu suka membaca. Tapi rasa penasarannya sangat tinggi. Tak heran, mereka suka mencari berita dan informasi yang tidak sekedar tekstual. Mereka lebih suka gambar, grafik, atau lebih banyak konten visual. Mereka menyukainya pendek dan jarang, bahkan jika itu teks. Mereka tetap menyukai Wisnu, bahkan media audiovisual berupa video.

Salah satu situs berita Indonesia adalah Tribunnews.com yang dikelola oleh PT *Tribun Digital Online*, Divisi Surat Kabar Daerah Kompas Gramedia (Grup Surat Kabar Daerah). Berkantor pusat di Jakarta, situs berita ini menampilkan berita nasional, regional dan internasional, olahraga, bisnis dan ekonomi, serta berita selebriti dan gaya hidup. Situs berita tribunnews.com adalah induk dari lebih dari 20 situs berita daerah, *Tribun Network*. *Tribunnews.com* juga memiliki halaman digital surat kabar *Tribun Network*. Berbeda dengan kertas elektronik yang merupakan salinan dari versi cetak, kertas digital adalah surat kabar yang diterbitkan secara *online* hanya dalam format digital (*Tribunnews.com*). Dilihat dari beberapa berita yang dilansir *Tribunnews.com*, bahasa yang disajikan tidak menggunakan bahasa tingkat tinggi untuk pemahaman pembaca. Selain itu, kedua portal berita *online* ini sangat berbeda, diukur dari tingkat pemahaman berita dari perspektif tingkat pendidikan.

Maka, khalayak media yang ditentukan oleh peneliti berusia 20-40 tahun. Karena pada usia 20-40 tahun seseorang dapat mempunyai minat dalam membaca pemberitaan (Statista, 2021). Dari khalayak media yang ditentukan oleh peneliti, peneliti ingin menemukan permasalahan bagaimana sikap masyarakat Jawa Timur menanggapi pemberitaan mengenai PPKM 2021 di media *online* *Tribunnews.com* dan *Kompas.com* serta sikap yang diteliti yang berupa 3 sikap kognitif, afektif dan konatif. Mengambil umur responden 20 sampai dengan 40 tahun karena seperti gambar yang tertera di atas menurut databoks.co.id pengguna media sosial

terbanyak adalah umur 18-24 dan 25-34 tahun dan gender dari pengguna data kebanyakan laki-laki.

Dikutip dari Kompas.com, sebuah survei yang dilakukan oleh perusahaan konsultasi Maverick Indonesia menyebarkan kepada 453 responden yang bergenerasi Y dan Z pada tahun 2020. Gen Y sebanyak 59% mengkonsumsi berita online dan gen Z sebanyak 41% mengkonsumsi berita *online*. Pembaca yang berumur 18 sampai 24 minat dalam membaca tentang edukasi dan kesehatan sedangkan yang berumur 25 sampai 34 tahun lebih berminat membaca topik tentang kesehatan di masa pandemik ini. Selain itu, menurut databoks alasan masyarakat menggunakan media sosial masyarakat pada tahun 2020 ini lebih mementingkan untuk mengakses berita-berita terkini. Masyarakat pada tahun 2020 yang sering mengakses berita terkini sebanyak 36,5 persen. Berita-berita terkini memang penting dikonsumsi pada masa pandemi ini dan berita terkini dapat diakses dengan mudah menggunakan internet (Irawan, 2021). Alasan yang lain masyarakat menggunakan media sosial adalah mencari konten hiburan dan mengisi waktu luang mereka (We Are Social, 2021).

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode survei. Metode survei ini adalah metode riset dengan cara menyebarkan kuisioner sebagai hasil untuk pengumpulan datanya. Metode survei memiliki tujuan untuk mendapatkan berbagai macam informasi dari beberapa responden yang dianggap telah mewakili populasi yang ditentukan (Kriyantono, 2020 : 149). Penelitian survei menggunakan maksud deskriptif. Penelitian deskriptif memiliki maksud untuk menggeneralisasikan dengan cermat mengenai fenomena sosial tertentu (Bungin, 2017 : 44).

Penelitian sebelumnya yang berjudul “enggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Berita Oleh Jurnalis Media Daring Di Indonesia” dilakukan oleh Triutami Rosemarwati dan Lisa Lindawati. Kutipan konten media sosial dalam berita adalah fenomena jurnalisme modern yang terjadi di seluruh dunia. Banyak penelitian yang meneliti fenomena ini, namun banyak penelitian serupa yang belum dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti mencoba memetakan pola jurnalis media online Indonesia menggunakan media sosial sebagai sumber berita.

Pola penggunaan ini terkait dengan proses pemilihan dan penyortiran konten di media sosial dan bagaimana jurnalis mempercayai dan mereview konten di media sosial. Peneliti melakukan survei *offline* dan *online* terhadap 77 jurnalis dari 19 media *online* di Indonesia. Menurut survei ini, sembilan dari sepuluh jurnalis menggunakan media sosial sebagai sumber berita mereka, namun mayoritas masih menggunakan media sosial sebagai sumber informasi sekunder mereka. Menariknya, meski media sosial sering digunakan sebagai sumber berita, sebagian besar jurnalis dalam penelitian ini tidak terlalu mempercayai informasi yang mereka gunakan. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kiprah jurnalis media online Indonesia.

Perbedaan dari kedua penelitian terdahulu utama yang telah dipilih oleh peneliti adalah peneliti ingin mengetahui sikap masyarakat Surabaya mengenai pemberitaan PPKM, perbedaan ini peneliti menggunakan portal berita media *online* sebagai sumber penelitiannya dan peneliti menggunakan berita *online* sedangkan kedua penelitian tersebut tidak berdasarkan media online melainkan penelitian pertama melalui program yang dibuat oleh Pemerintah Kota Surabaya sedangkan penelitian kedua dengan program baru yang telah dikeluarkan oleh PT. PLN (PERSERO) guna mengecilkan tunggakan Listrik Pascabayar. Hal yang dijabarkan diatas membuat ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian terhadap sikap masyarakat Jawa Timur mengenai pemberitaan tentang PPKM 2021 di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com, hanya memiliki satu variabel yaitu sikap masyarakat Jawa Timur mengenai pemberitaan PPKM 2021 di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com.

## **I.2. Rumusan Masalah**

Dari penjabaran permasalahan diatas, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana sikap masyarakat Jawa Timur mengenai pemberitaan tentang PPKM 2021 di Media *Online* Tribunnews.com dan Kompas.com?”

## **I.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk menjawab dari rumusan masalah yang telah dibuat dan bertujuan untuk mengetahui sikap masyarakat Jawa Timur mengenai pemberitaan tentang PPKM 2021 di Media *Online* Tribunnews.com dan Kompas.com.

## **I.4. Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki batas subyek dan obyek penelitian dimana subyek yang dipakai masyarakat Jawa Timur. Sedangkan, objek yang diambil oleh peneliti dalam judul “Sikap mengenai pemberitaan PPKM 2021 di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com” adalah sikap mengenai pemberitaan PPKM di media *online* Tribunnews.com dan Kompas.com.

## **I.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang baik dan berguna bagi pihak-pihak yang terkait pada penelitian ini, dari penelitian ini mempunyai dua manfaat yakni:

### **1.5.1. Manfaat Akademis**

Dapat dijadikan sebagai bahan pengembangan ilmu komunikasi, khususnya kajian komunikasi massa mengenai pemberitaan dengan bahasan “Sikap Masyarakat Jawa Timur Mengenai Pemberitaan PPKM 2021 di Media *Online* Tribunnews.com dan Kompas.com”.

**I.5.2. Manfaat Praktis**

Dari adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi Kompas.com dan Tribunnews.com berkaitan dengan pemberitaan PPKM 2021.

**I.5.3. Manfaat Sosial**

Memberikan masukan bagi masyarakat Jawa Timur berkaitan dengan sikap mengenai pemberitaan PPKM 2021.