

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG

Informasi merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam keberlangsungan hidupnya. Di setiap harinya manusia tentu membutuhkan pengetahuan baru tentang kehidupannya serta lingkungan sekitar. Oleh karena itu media massa hadir sebagai sarana masyarakat untuk memenuhi kebutuhan itu. Media massa dipahami sebagai alat penyalur pesan yang diperoleh komunikator atau wartawan kemudian disebar ke khalayak atau dikomunikasikan sebagai penerima pesan.

Setiap pesan yang dikirim melalui media massa merupakan informasi yang pada dasarnya memiliki keterkaitan dengan kehidupan manusia itu sendiri atau berpengaruh terhadap masyarakat. Kebutuhan akan informasi membuat manusia memiliki sifat ketergantungan terhadap media. Dalam penyebaran informasi, media massa dituntut untuk memberikan informasi yang bersifat netral, fakta, dan berkaitan dengan kepentingan umum. Salah satu nilai berita yang harus dipenuhi adalah kebergunaan berita bagi khalayak, hal ini dapat dilihat dari manfaat yang diperoleh setelah membaca, mendengar dan menyaksikan berita tersebut.

Seiring perkembangan zaman, informasi yang diperoleh masyarakat tidak lagi hanya melalui media elektronik seperti televisi, radio dan media cetak seperti koran dan lain sebagainya tetapi dengan hadirnya *new media* (media baru) menjadi solusi baru bagi masyarakat, seperti media *online* salah satunya adalah situs-situs berita.

“Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusi melalui internet”. (Romli, 2012, 34).

Kehadiran media *online* memberi kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses berbagai informasi yang diinginkan, hanya menggunakan handphone atau *gadget* dengan jaringan internet yang memadai masyarakat sudah dapat menemukan informasi yang dicari. Menurut Mike Ward (dalam Romli, 2012, 19) ada pula karakteristik yang membedakan jurnalistik *online* dengan jurnalistik tradisional (Radio, Koran, Televisi) yaitu, pertama, *immediacy* artinya kecepatan dan kesegaran sebuah informasi itu melebihi radio dan televisi karena berita *online* dapat diposting dalam hitungan menit bahkan detik, sementara pada radio dan televisi harus mengikuti jadwal siaran yang telah ditentukan atau menginterupsi acara yang sedang berlangsung.

Kemudian *Multiple pagination* artinya dapat berupa ratusan halaman, terkait satu sama lain, bisa dibuka tersendiri. Ketiga *multimedia* yaitu menyajikan gabungan teks, audio video, gambar dan grafis sekaligus. Keempat adalah *flexibility delivery platform* dimana wartawan dapat menulis berita kapan saja dan tidak mengenal tempat. Kelima adalah *archiving* artinya berita tersebut tersimpan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori atau kata kunci, dan tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun. Terakhir adalah *relationship with reader* artinya interaksi antara penulis dan pembaca dapat berlangsung disaat itu juga.

Keberanian faktual, obyektivitas, dan imparialitas dalam fenomena jurnalistik *online*, tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor melainkan dipertukarkan antara jurnalis dan publik. Wartawan memiliki hak untuk memutuskan informasi seperti apa yang dibutuhkan oleh khalayak atau setiap kebenaran faktual terletak pada praktik jurnalistik. Berdasarkan penelitian Pew Research Center (dalam Cirra dan Nuri, 2019, 99), sebagian besar wartawan mengatakan bahwa internet telah meningkatkan informasi yang salah, sehingga kredibilitas media *online* menurun dari sisi akurasinya. Editor media *online* mengaku hanya mempunyai sedikit waktu untuk memverifikasi setiap berita yang akan diposting, sehingga tidak jarang

berita yang dimuat dalam situs-situs berita mengandung unsur asal jadi artinya kejelasan dari informasi tersebut belum akurat. Selain itu kredibilitas media *online* pun diragukan karena semua orang termasuk yang tidak memiliki keterampilan menulis atau bukan seorang jurnalis dapat mempublikasikan informasinya (Romli, 2012, 40).

Sudah menjadi rahasia umum bahwa penyebaran hoaks lewat media *online*, judul yang *clickbait*, provokasi kepada khalayak sering kali terjadi bahkan hal ini tidak hanya terjadi pada media *online* melainkan pada media massa juga. Sebagian besar khalayak tidak lagi percaya dengan berbagai pemberitaan pada beberapa media *online* bahkan menganggap bahwa berita yang disajikan hanya untuk kepentingan sepihak, hal ini ditunjukkan melalui komentar-komentar yang ditulis pada kolom komentar di situs berita, Instagram, live chat.

Seperti beberapa bulan terakhir ini Indonesia digemparkan oleh berbagai pemberitaan tentang penyebaran virus korona (Covid-19) yang menyerang hampir seluruh negara di dunia. *Corona virus disease* (Covid-19) salah satu jenis virus baru yang pertama kali ditemukan di kota Wuhan China pada bulan Desember 2019.

"China melaporkan secara resmi adanya virus *corona* kepada Organisasi Kesehatan Dunia (*WHO*) pada 31 Desember 2019". (sumber: BBC NEWS, 2020).

Pada tanggal 2 Maret 2020 Presiden Joko Widodo mengumumkan secara resmi bahwa terdapat dua pasien terkonfirmasi positif korona di Indonesia yakni perempuan berusia 31 tahun dan ibu yang berusia 64 tahun. Sejak saat itu kasus Covid-19 menjadi *trending* topik diberbagai media Indonesia yang mana hampir setiap harinya memuat berita tentang Covid-19. Memiliki peran krusial di tengah situasi saat ini, media seharusnya dapat menggunakan komunikasi yang efektif dalam mengedukasi masyarakat terkait pemahaman, pencegahan dan penanganan Covid-19. Namun, yang terjadi adalah dengan jumlah media yang menjadi pusat informasi cukup

banyak membuat masyarakat bingung untuk memilih media mana yang seharusnya menjadi acuan bagi mereka, apalagi informasi yang disebar pun seringkali terdapat perbedaan dengan kata lain masing-masing media memberitakan asumsi-asumsi berdasarkan kepentingannya padahal belum tentu benar yang kemudian terbentuklah persepsi masyarakat baik terhadap mediana maupun informasi yang diterbitkan oleh media terkait sehingga menyebabkan adanya pro dan kontra di kalangan masyarakat.

Derasnya arus informasi tentang Covid-19 yang tidak luput dari penyebaran hoaks baik tentang obat penyembuhannya, proses penyebaran Covid-19, pasien terkonfirmasi serta berbagai macam hoaks lainnya, maka masyarakat sebaiknya harus jeli dalam menentukan media mana yang tepat untuk dijadikan sumber informasinya. Selain itu seringkali media memuat berita kasus Covid-19 berdampak pada perubahan perilaku masyarakat yang mana menimbulkan kepanikan yang berlebihan, stres bahkan mulai merasa bosan atau jenuh dengan berbagai pemberitaan tersebut, apalagi cara penyajian berita yang kadang hiperbola seolah-olah menakutkan masyarakat. Salah satu situs berita online yang secara aktif memberitakan tentang perkembangan Covid-19 adalah Kompas.com yang merupakan salah satu portal berita yang populer di Indonesia.

Terdapat alasan peneliti dalam memilih berita Covid-19 sebagai objek penelitian karena pemberitaan kasus Covid-19 merupakan isu yang fenomenal saat ini tidak hanya di Indonesia melainkan seluruh dunia dan memilih situs berita online karena sebagian besar mahasiswa kini lebih memanfaatkan media baru untuk memperoleh informasi, hiburan, pengetahuan dari pada menonton televisi, mendengar radio, dan membaca Koran.

Memilih Kompas.com karena situs berita ini merupakan salah satu situs yang populer di Indonesia, dimana menurut (Alexa.com, 2021) Kompas.com menduduki urutan ke-5. Selain itu Kompas.com juga pernah memperoleh penghargaan secara berturut-turut dalam dua tahun yaitu, tahun

2018 sebagai pemenang media online terpercaya pada “*Superbrands Indonesia*” dan pada tanggal 31 Juli 2019 *Kompas.com* kembali memenangkan “*Gala Awards Superbrands*” dengan penghargaan yang sama sebagai media online terpercaya (Fika, 2019). Jadi berdasarkan penghargaan tersebut, peneliti ingin membuktikan sebagai pembaca bagaimana dan seperti apa persepsi atau pandangan dari mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 terkait berita Covid-19 yang diterbitkan oleh *Kompas.com* berdasarkan pengamatan informan.

Alasan peneliti memilih mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2017 sebagai subyek penelitian karena dengan latar belakang pendidikan sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mana dalam pembelajarannya terdapat satu mata kuliah yaitu *Jurnalistik* dimana pada mata kuliah ini mahasiswa mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan bahasa jurnalistik, penulisan berita dan lain sebagainya, jadi informan tentu memiliki pengetahuan tentang etika jurnalistik atau etika penyiaran, serta memahami bagaimana seharusnya pers menyebar informasi ke pemirsa, mahasiswa Ilmu Komunikasi juga sadar akan berita-berita terkini.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merumuskan judul penelitian sebagai berikut: “Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta Angkatan 2017 terhadap Pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com*”.

## 1.2. RUMUSAN MASALAH

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2017 tentang situs berita *Kompas.com*
2. Bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2017 terhadap pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com*?

## 1.3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### 1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2017 tentang *Kompas.com*.
2. Peneliti ingin mengetahui dan menjelaskan seperti apa serta bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2017 menilai berita Covid-19 yang diterbitkan oleh *Kompas.com*.

### 1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis:
  - a) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam pembelajaran Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
  - b) Diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa Ilmu Komunikasi tentang persepsi komunikasi.

2. Secara Praktis:

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengalaman penulis dalam mengetahui sejauh mana mahasiswa Ilmu Komunikasi mengikuti berbagai informasi atau berita pada situs berita *online* dan bagaimana mereka menilai berita-berita tersebut

khususnya yang diangkat dalam penelitian ini tentang pemberitaan kasus Covid-19 di *Kompas.com*. Selain itu melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan kepada media terkait bahkan seluruh media di Indonesia.

3. Secara teoritis, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi kajian baru dalam bidang komunikasi terlebih khusus tentang persepsi komunikasi.

## 1.4. METODOLOGI PENELITIAN

### 1.4.1. Paradigma dan pendekatan penelitian

Paradigma merupakan cara seseorang dalam memandang sesuatu yang nyata. Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme/kritis dimana paradigma ini membuat analisis berdasarkan pengamatan langsung dan rinci sehingga mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial memelihara dunia sosial mereka. Paradigma konstruktivisme sangat bertolak belakang dengan paradigma positivisme, yang mana pada paradigma ini antara subjek dan peneliti adalah dua hal yang terpisah dan hasil pengamatan dari beberapa sampel yang dipilih dapat mewakili keseluruhan populasi, sementara dalam paradigma konstruktivisme subjek dengan peneliti memiliki hubungan yang erat, subjek dianggap sebagai faktor utama dalam kegiatan komunikasi serta hubungan sosial.

Hasil pengamatan dari setiap informan tidak dapat menggeneralisasikan keseluruhan populasi karena apa yang diungkapkan oleh informan merupakan realitas sosial berdasarkan pandangan individu itu sendiri. Menurut (Manzilati, 2017, 15) paradigma konstruktivisme membedakan apa yang tampak terlihat dengan realitasnya sendiri artinya apa yang muncul di permukaan

tidak dapat merefleksikan realitas serta konflik yang terjadi sehingga membutuhkan pengamatan secara langsung.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, menurut Erickson (dalam Anggito dan Setiawan, 2018, 7) pada pendekatan kualitatif setiap kegiatan serta dampak dari kegiatan tersebut terhadap kehidupan harus digambarkan secara naratif serta pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti menjadi instrumen utama yang menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, menilai kualitas data dan lain sebagainya.

Hai serupa juga diungkapkan oleh (Sugiarto, 2015, 8) yang menjelaskan bahwa hasil dari penelitian kualitatif bukan diperoleh melalui prosedur statistik atau matematis tetapi bersifat deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif diarahkan oleh berbagai fakta yang ditemukan di lapangan saat penelitian berlangsung bukan dipandu oleh teori dan kriteria datanya pasti yang berarti sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi bukan hanya data berdasarkan apa yang dilihat, diucap tetapi lebih kepada makna dibalik sesuatu yang terlihat dan terucap tersebut. Proses pada penelitian kualitatif lebih penting dari pada hasil akhir sehingga urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung situasi dan gejala-gejala yang ditemui di lapangan (Rukin, 2019, 6).

#### **1.4.2. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Wawancara**

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Melalui teknik ini peneliti akan menggali berbagai informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada informan



berdasarkan tujuan penelitian. Menurut Slamet (dalam Edi, 2016, 2) wawancara merupakan teknik yang dipakai guna memperoleh informasi melalui interaksi sosial antara peneliti dengan informan. Sedangkan menurut Nazir (dalam Edi, 2016, 3) wawancara merupakan proses untuk memperoleh keterangan dari sebuah penelitian melalui tanya jawab dimana antara penanya dan narasumber melakukan interaksi secara langsung atau tatap muka dan pertanyaan yang diajukan berdasarkan panduan wawancara (*interview guide*) yang telah disusun.

Kata-kata yang akan digunakan dalam setiap pertanyaan pada penelitian ini bersifat informal hal ini bermaksud agar interaksi antar peneliti dan narasumber berlangsung harmonis, tidak kaku dan tidak memiliki batasan dalam menjawab pertanyaan artinya informan diberi kebebasan untuk mengemukakan pendapatnya.

## 2. Observasi

Teknik pengumpulan dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung. Adapun proses dalam teknik observasi yaitu, dimulai dengan mengidentifikasi tempat penelitian, kemudian membuat pemetaan agar mendapatkan gambaran umum tentang sasaran penelitian, selanjutnya menentukan siapa dan apa saja yang akan diobservasi dan berapa lama observasi dilakukan. Yang menjadi fokus observasi dalam skripsi ini adalah berita-berita Covid-19 yang diterbitkan oleh *Kompas.com*.

## 3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak jarang ditemukan dalam berbagai penelitian. Untuk menguatkan pendapat, peneliti membutuhkan data-data

pendukung yang secara relevan diperoleh dari buku, artikel ilmiah, jurnal dan sumber-sumber yang kredibel, selain itu studi pustaka juga membantu peneliti untuk menemukan sekaligus mempelajari penelitian-penelitian terdahulu yang kemudian dijadikan sebagai acuan sehingga dapat menghasilkan penelitian terbaru.

#### 1.4.3. Teknik Analisis Data

Analisis data dipahami sebagai suatu proses yang sistematis dalam mencari dan mengatur transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan serta material lainnya dengan tujuan meningkatkan pemahaman peneliti berkaitan data yang telah terkumpul sehingga dapat disajikan kepada orang lain (Bogan dan Biklen dalam Yusuf, 2014, 400). Proses analisis data dalam penelitian kualitatif menduduki peranan penting, analisis data berfungsi untuk menilai dan menguji kualitas serta realibilitas data yang merupakan hasil riset.

Untuk menganalisis data dalam skripsi ini, peneliti menggunakan model analisis data Miles dan Huberman (dalam Moleong, 2002, 248):

##### 1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses menentukan data mana yang layak digunakan, pada tahap ini seluruh data dari hasil riset akan diseleksi, dipilih, membuang yang tidak perlu, menggabungkan data dalam satu cara hingga sampai pada tahap penyimpulan dan verifikasi data.

##### 2. Data Display

Pada tahap ini seluruh informasi yang merupakan hasil dari wawancara, observasi dan tentu telah melewati proses reduksi data dianalisis berdasarkan teori-teori yang dibahas sebelumnya sehingga dapat dideskripsikan tentang persepsi

mahasiswa mengenai pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com* yang selanjutnya melakukan penarikan kesimpulan.

### 3. Kesimpulan/Verifikasi

Bagian ini menjadi tahap paling akhir dalam melakukan analisis data karena menggambarkan objek penelitian secara utuh dan menyimpulkan keseluruhan data yang telah tersusun serta memaparkan kesimpulan tersebut berdasarkan sudut pandang peneliti guna mempertegas skripsi ini.

#### 1.4.4. Subyek dan Obyek Penelitian

##### 1. Subyek Penelitian

Subyek dipahami sebagai orang-orang yang akan menjadi sumber informasi bagi peneliti, subyek atau dapat dikatakan informan merupakan sasaran penelitian dan kunci utama dalam menjawab permasalahan yang dibahas. Apa yang disampaikan oleh informan itulah yang menjadi data penulis dalam menganalisis hasil penelitian. Untuk menentukan subyek, peneliti harus menyesuaikan dengan kebutuhan penelitian, artinya informan yang dipilih betul-betul orang yang memiliki keterkaitan dengan apa yang diteliti.

Subyek pada penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta angkatan 2017 dengan alasan bahwa mahasiswa ini memiliki pengetahuan tentang jurnalisme melalui mata kuliah Jurnalistik yang telah dipelajari pada semester sebelumnya, sehingga dianggap informan memahami tentang etika jurnalistik dan bagaimana seharusnya media memberitakan suatu informasi kepada khalayak.

Namun tidak seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi melainkan ada beberapa ciri tertentu yang harus dipenuhi dan ditentukan melalui teknik *purposive sampling* dimana pada

teknik ini, sampel yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu demi tercapainya tujuan penelitian. Informan yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah 4 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang membaca berita di situs-situs berita *online* atau internet lebih khusus situs *Kompas.com* dengan indeks prestasi kumulatif (IPK) rata-rata 3.50 serta perolehan nilai berupa huruf dalam mata kuliah Jurnalistik 1 dan mata kuliah Jurnalistik 2 minimal B.

## 2. Obyek Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah berita Covid-19 di *Kompas.com* dengan alasan bahwa berita ini merupakan isu yang fenomenal saat ini tidak hanya di Indonesia melainkan seluruh dunia.

### 1.4.5. Pengujian Keabsahan Data

Dalam setiap penelitian diperlukan suatu teknik pengecekan terhadap keabsahan data dengan tujuan untuk membuktikan valid atau tidaknya data tersebut. Salah satu metodenya adalah triangulasi yang merupakan teknik pengecekan terhadap data dari berbagai sumber atau melakukan perbandingan terhadap data yang diperoleh dengan cara dan waktu yang berbeda (Satori dan Komariah, 2011, 94).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teori.

Triangulasi sumber data merupakan sebuah proses menggali kebenaran dari suatu informasi dengan berbagai metode tertentu serta sumber perolehan data (Denzim dalam Tarjo, 2019, 69). Dalam hal ini menggunakan teknik wawancara, pengamatan dan studi pustaka. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan informan akan ditanyakan kembali kepada informan lain yang masih terkait

satu sama lain untuk melakukan perbandingan ada atau tidaknya keselarasan antara data awal dengan data berikutnya dan mendapatkan jawaban yang lebih jelas.

Berikut ini triangulasi sumber data hasil wawancara mengenai isi dan penyajian pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com*:

Tabel 1. 1 Triangulasi sumber data mengenai isi dan penyajian pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com*

Informan 1 (Fahdila)	Informan 2 (Annisa)	Informan 3 (Reino)	Informan 4 (Gio)
Isi pemberitaannya didominasi oleh berita singkat, lugas, langsung dan apa adanya sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi berita. Penyajiannya netral, judul tidak <i>clickbait</i> .	Isi pemberitaannya cenderung netral tidak terlalu condong ke pihak manapun. Penyajiannya terlihat positif dan tetap berusaha mengedukasi masyarakat luas tentang Covid-19	Isi beritanya sudah terdapat unsur 5W+1H sehingga mampu memenuhi kebutuhan serta kepuasan bagi pembaca. Cara menyajikan beritanya bagus bahasanya sederhana dan sangat mudah dipahami.	Isi pemberitaannya tidak memprovokasi masyarakat tetapi justru lebih banyak mengedukasi dan penyajiannya sangat baik dengan judul yang digunakan bukan merupakan judul bernada <i>clickbait</i> .

Triangulasi teori, informasi yang diperoleh dari informan harus dikaitkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari pandangan subyektif berlebihan, sehingga pada penelitian ini ada dua teori pokok yang digunakan di antaranya teori persepsi dan teori *agenda setting*. Setiap hasil dari penelitian akan melalui proses analisis dengan membandingkan kedua teori tersebut dengan hasil wawancara antara peneliti dengan informan.

## 1.5. TINJAUAN PUSTAKA

### 1.5.1. Penelitian Terdahulu

Sebelum menjalankan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan penelusuran terhadap karya yang hampir relevan dengan tema yang akan diajukan oleh peneliti terkini. Hal ini bertujuan selain sebagai bahan referensi juga agar dalam setiap penelitian memiliki perbedaan atau hal-hal baru yang dibahas dan tidak adanya kesamaan secara keseluruhan dalam penelitian tersebut. Dari hasil penelusuran itu, penulis pun menemukan beberapa penelitian yang memiliki tema hampir sama yaitu:

Penelitian dari Sulastris tahun 2012 yang berjudul "Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Terorisme Pada Televisi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Jurusan Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)". Penelitian ini berusaha mengungkapkan persepsi mahasiswa tentang pemberitaan terorisme dari pandangan agama, adapun persepsi mahasiswa terhadap pemberitaan terorisme pada televisi yaitu cenderung negatif karena asumsi yang mengatakan bahwa islam radikal merupakan pelaku utama teroris di Indonesia dan keseringan media dalam memberitakan kasus terorisme tentu suatu hal yang tidak adil bagi umat muslim sebab hal tersebut akan menyebabkan masyarakat terutama yang non-muslim secara terus menerus menganggap bahwa islam itu teroris.

Terdapat persamaan pada penelitian ini dimana sama-sama mengangkat tema tentang persepsi, jenis penelitian deskriptif kualitatif serta teknik yang digunakan dalam pengambilan informan adalah *purposive sampling*. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada subyek penelitian yang mana penelitian dari saudara Sulastris memilih mahasiswa jurusan Perbandingan Agama, Fakultas Ushuluddin, Studi Agama dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sementara penelitian terkini memilih mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta sebagai subyek, selain itu yang menjadi fokus dari penelitian sebelumnya adalah pemberitaan terorisme pada media televisi sedangkan penelitian terkini fokusnya pada pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com*.

Selanjutnya adalah skripsi karya M. Hadi Saputra tahun 2018 dengan judul "Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita *Online Jejamo.com* Sebagai Sumber Informasi Seputar Lampung (Studi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015)". Penelitian dari saudara Hadi Saputra bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap seluruh berita *online* yang disajikan oleh *Jejamo.com* atau dapat dikatakan tidak fokus pada satu topik berita saja.

Setelah melakukan penelitian, peneliti ini pun menemukan hasil dimana mahasiswa menilai bahwa berita yang disajikan oleh *Jejamo.com* sangat penting melihat setiap berita yang diterbitkan sangat bermanfaat, akurat, berbobot, netral, *update* sehingga dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa dan masyarakat akan informasi sekitar Lampung. Yang menjadikan penelitian terkini dan sebelumnya sama adalah jenis penelitian yang digunakan sama-sama kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, namun ada juga perbedaannya yaitu, penelitian terdahulu berusaha untuk mengetahui pandangan mahasiswa tentang seluruh berita *online* yang diterbitkan oleh *Jejamo.com*, sedangkan peneliti terkini hanya akan membahas tentang satu tema berita *online* (Covid-19) dari *Kompas.com*.

Selain itu, adapun penelitian dari Setiawan, Larisu dan Kamil dengan judul "Persepsi Khalayak Terhadap Program *Take And Give* Radio Suara Kendari (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)", penelitian ini menemukan hasil bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki persepsi yang baik terhadap siaran

*Take And Give* Radio Suara Kendari terbukti adanya kepuasan informan dalam memenuhi kebutuhan untuk memperoleh hiburan serta informasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terkini yaitu, terletak pada teknik pengambilan sampel yang mana pada penelitian sebelumnya peneliti menggunakan teknik *Snow Ball Sampling* sedangkan penelitian terkini menggunakan teknik *purposive sampling*, selain itu penelitian terdahulu juga mengkaji tentang persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap program acara pada radio sementara penelitian sekarang tujuannya untuk mengetahui persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi tentang berita Covid-19 yang disajikan atau diterbitkan oleh *Kompas.com*.

Berikutnya adalah penelitian dari Sampurno, Kusumandyoko, Islam dengan judul "Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi Covid-19". Ketiga peneliti ini berusaha untuk mengeksplorasi tentang edukasi masyarakat terhadap Covid-19 melalui media sosial serta budaya didalamnya dan pengaruh media terhadap masyarakat dengan melibatkan komunikasi media massa dalam strategi untuk meningkatkan kesadaran tentang usaha penanganan dan pencegahan Covid-19.

Dari hasil penelitiannya menunjukkan budaya media sosial di Indonesia mampu bertindak sebagai media yang dapat mengedukasi masyarakat, mengarahkan masyarakat ke situs web dan halaman informasi tentang Covid-19 yang terpercaya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan virtual etnografi. Perbedaan antara penelitian terdahulu dan terkini yaitu, jika penelitian terdahulu berusaha mengungkapkan bagaimana media mempengaruhi masyarakat dan menjadi guru yang dapat mengedukasi masyarakat tentang Covid-19, maka pada penelitian terkini peneliti berusaha mengungkapkan bagaimana pandangan dan penilaian mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap media *online* (*Kompas.com*) serta berita Covid-19 yang diterbitkan oleh *Kompas.com*.



Penelitian dari Boer, Pratiwi & Muna yang berjudul "Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media *Online*" dalam penelitian ini peneliti berusaha menggali seluruh proses pembingkaihan dalam media *online* dalam pemberitaan kebijakan penanganan Covid-19 dan peran kaum milenial berdasarkan analisis *framing* dengan bentuk Entman seperti *define problem, diagnose cause, make moral judgement, treatment recommendation*.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan teori yang digunakan adalah konstruksi media. Peneliti memfokuskan penelitian pada tiga media *online*, seperti *Kompas.com, liputan6.com, CNNIndonesia.com*. dari ketiga media ini, peneliti mengangkat berita tentang kaum milenial yang menjadi kunci utama pemberhentian penyebaran Covid-19 dan menggandeng *influencer* untuk menghimbau pencegahan penyebaran Covid-19 di Indonesia.

Adapun hasil yang diperoleh peneliti yaitu, *define problem* dimana netizen atau kaum milenial menganggap pemberitaan terkait kebijakan pemerintah dengan menggandeng *influencer* bukanlah hal yang tepat, *diagnose cause* ditunjukkan dengan sikap acuh generasi milenial dalam menyikapi Covid-19, *make moral judgement* berupa penegasan pemerintah bahwa para *influencer* dalam hal ini tidak dibayar apa yang mereka lakukan murni bentuk kontribusi mereka terhadap negara, *treatment recommendation* yang ditawarkan yaitu pemerintah membekali para *influencer* pemahaman yang kuat terkait Covid-19 sehingga mampu menjadi mediator yang baik ketika menyampaikan pesan kepada kaum milenial.

Letak kesamaan antara penelitian terdahulu dengan terkini adalah jenis penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif serta media yang diangkat *Kompas.com*, namun yang menjadi pembeda yaitu pada penelitian sebelumnya, peneliti berusaha menganalisis *framing* media *online* terkait pemberitaan kaum milenial dan kebijakan pemerintah tentang Covid-19

sedangkan pada penelitian terkini peneliti lebih jauh membahas tentang persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terkait pemberitaan Covid-19 yang merupakan hasil pembedaan dari media *online Kompas.com*.

Penelitian terakhir yang berjudul "Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung)" oleh Latif Syaipudin. Pokok pembahasan dari penelitian ini adalah berkaitan dengan peran penting komunikasi massa di tengah pandemi Covid-19, yang merupakan bentuk pencegahan dan edukasi dini kepada khalayak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi massa mempunyai peran yang esensial untuk menanggapi pandemi Covid-19 dan akibat yang ditimbulkan oleh pandemi ini berpotensi menciptakan tatanan atau rekonstruksi sosial yang baru, maka perlu adanya komunikasi yang kuat antara *stakeholder* dengan seluruh masyarakat.

Sementara penelitian terkini fokus pembahasannya berkaitan dengan penilaian atau persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap media *online (Kompas.com)* serta berita Covid-19 yang disajikan oleh *Kompas.com* di tengah gencarnya penyebaran hoaks lewat internet di masa pandemi ini, dengan demikian hasil yang ditunjukkan nantinya apakah persepsi informan bersifat positif atau bahkan negatif. Penelitian dari saudara Latif Syaipudin memiliki kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data.

## 1.5.2. Kajian Teori

### 1. Persepsi

#### a. Pengertian Persepsi

Persepsi dipahami sebagai inti dari komunikasi sedangkan penafsiran merupakan inti dari persepsi yang diidentik dengan proses *decoding* selanjutnya persepilah yang memilih pesan yang menarik perhatian kita dan mengabaikan pesan lainnya (Mulyana, 2016, 180). Menurut (De Vito, 1997, 75) persepsi merupakan proses yang membuat seseorang menyadari berbagai stimulus yang mempengaruhi indranya.

Menurut Fellows (dalam Mulyana, 2016, 180) menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi. Persepsi merupakan proses seseorang memilih sensasi yang diterima selanjutnya diatur kemudian diinterpretasikan (Prasetijo & Ihallauw, 2005, 67). Jalaluddin Rakhmat dalam buku yang berjudul "Psikologi Komunikasi" (2001, 51) menjelaskan persepsi yaitu, pengalaman mengenai suatu objek, peristiwa sekaligus hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Dari berbagai pengertian persepsi menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses memberi makna, penilaian, interpretasi terhadap sesuatu berdasarkan stimulus dan sensasi yang diterima seseorang sesuai kebutuhan dan karakteristik individu itu sendiri. Persepsi terbentuk dengan melibatkan pengindraan (sensasi) melalui panca indra seperti (mata, hidung, telinga, tangan, lidah), atensi dan interpretasi.

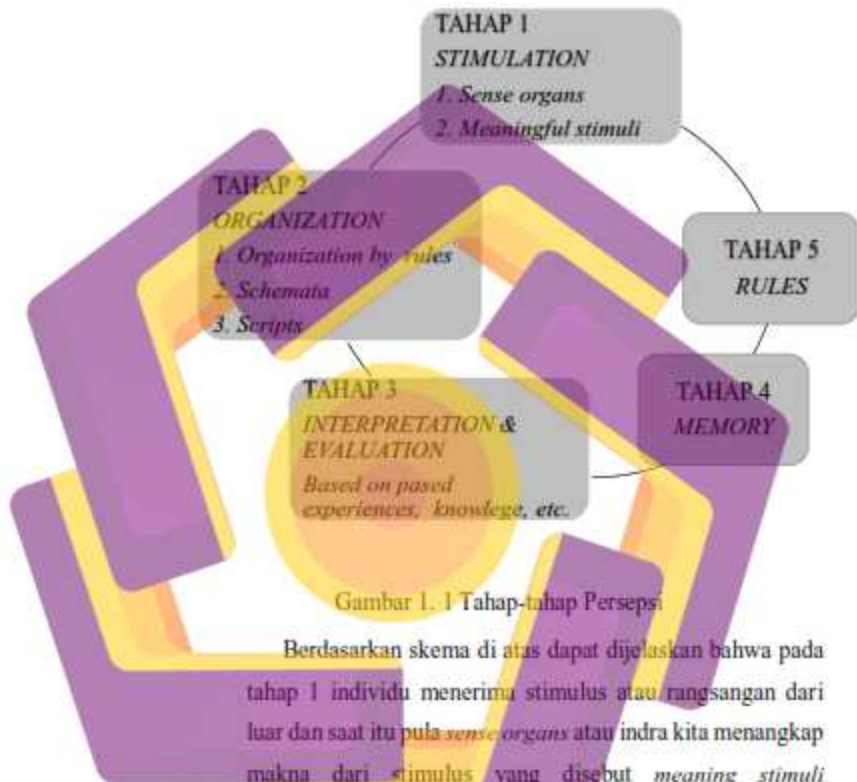
Sensasi mengacu pada pesan yang dikirim ke otak melalui kelima indra kita dimana reseptor indrawi ini merupakan penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar sehingga setiap rangsangan yang diperoleh melalui indra ini akan selalu dikirim ke otak.

Namun sebelum menafsirkan rangsangan-rangsangan itu, seseorang terlebih dahulu mempelajari serta memperhatikan kejadian dan rangsangan tersebut karena manusia tidak dapat merespons atau mempersepsikan semua hal yang dikirim keotaknya tetapi justru akan membatasi dan fokus pada hal-hal yang menarik perhatiannya atau dianggap penting, maka yang menurutnya tidak penting akan diabaikan malah yang disebut atensi yang selanjutnya diinterpretasi atau menafsirkan hingga memunculkan suatu persepsi.



b. Tahap-tahap terbentuknya persepsi

Menurut (Liliweri, 2011, 158) berikut tahap terbentuknya persepsi



Gambar 1. 1 Tahap-tahap Persepsi

Berdasarkan skema di atas dapat dijelaskan bahwa pada tahap 1 individu menerima stimulus atau rangsangan dari luar dan saat itu pula *sense organs* atau indra kita menangkap makna dari stimulus yang disebut *meaning stimuli* selanjutnya pada tahap 2 stimulus yang tadinya diterima melalui indra kemudian diorganisasikan sesuai dengan tatanan tertentu (*rules*) misalnya berdasarkan *schemata* (membuat diagram tentang stimulus) atau reflek perilaku (*script*), berikutnya adalah tahap 3 yaitu proses menginterpretasi sekaligus mengevaluasi stimulus yang diterima berdasarkan pengalaman dan pengetahuan tentang sesuatu yang diterima, pada tahap 4 seluruh stimulus yang

telah diorganisasikan terekam dimemori hingga pada tahap 5 semua rekaman itu dikeluarkan dan itulah persepsi.

c. Jenis-jenis Persepsi

Dikutip dari buku yang berjudul “KOMUNIKASI: Serba Ada Serba Makna” karya (Liliweri, 2011, 160) jenis-jenis persepsi meliputi:

1) Persepsi Diri

Persepsi diri merupakan cara individu untuk menerima dirinya sendiri yang berbasis pada sesuatu yang dikagumi dan sejauh mana objek tersebut memiliki nilai baginya. Konsep diri dibentuk oleh pikiran individu tentang bagaimana seseorang dan menerimanya, bagaimana individu diterima dalam sebuah kelompok, pengalaman masa lalu atau asas manfaat dari informasi yang diterima.

2) Persepsi Lingkungan sosial

Persepsi jenis ini merupakan persepsi dimana individu mampu memahami individu lainnya, kelompok, serta lingkungan sosialnya dan persepsi ini terbentuk tergantung pada situasi dimana seseorang menerima informasi tersebut.

3) Persepsi yang dipelajari

Persepsi jenis ini merupakan persepsi yang terbentuk melalui apa yang dipelajari individu dari lingkungannya seperti kebudayaan, kebiasaan orang tua, teman-teman berupa pikiran, ide atau gagasan, keyakinan yang dipelajari dari orang lain.

#### 4) Persepsi Fisik

Persepsi fisik muncul berdasarkan pada dunia yang serba terukur, contohnya ketika seseorang secara fisik mendengar dan melihat sesuatu kemudian mengikuti sesuai dengan bagaimana individu memproses apa yang dilihat dan didengar itu dalam pikirannya.

#### 5) Persepsi budaya

Antara persepsi budaya dan persepsi lingkungan memiliki perbedaan yang mana cakupan persepsi lingkungan terbatas pada beberapa orang tertentu yang berada dalam lingkungan yang sama, sementara persepsi budaya cakupannya luas karena terjadi antar lintas desa, kota, kabupaten, provinsi dan negara.

Pada penelitian ini jenis persepsi yang digunakan adalah persepsi sosial yang merupakan hasil stimulus atau rangsangan yang ditangkap dari objek-objek, kejadian yang dialami di lingkungan sosial dan masing-masing orang akan memberi arti atau gambaran yang berbeda tentang realitas sekitarnya. Mulyana (2000, 75) menjelaskan beberapa prinsip terkait persepsi sosial:

- 1) Persepsi berdasarkan pengalaman yaitu, persepsi yang terbentuk karena adanya pengalaman masa lalu seseorang atau kejadian serupa yang dialami
- 2) Persepsi bersifat selektif. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa stimulus yang diterima melalui panca indra tidak hanya terdiri dari satu rangsangan, oleh karena itu perlunya seleksi terhadap seluruh rangsangan itu di sini atensi menjadi elemen

pokok dalam menentukan pesan yang dianggap penting.

- 3) Persepsi bersifat evaluatif, maksud dari persepsi ini yaitu dalam kehidupan sehari-hari banyak orang yang menganggap bahwa apa yang ia persepsikan merupakan suatu realitas akan tetapi indra dan persepsi kita kadang menipu sehingga merasa ragu seberapa dekat persepsi kita dengan kenyataan sebenarnya.
- 4) Persepsi bersifat dugaan artinya, seseorang memberikan persepsi terhadap objek atau kejadian melalui pengindraannya padahal data yang dimiliki tidak lengkap.
- 5) Persepsi bersifat kontekstual. Persepsi ini menjadi salah satu penentu utama dalam mempersepsi objek dan peristiwa karena persepsi ini akan terbentuk tergantung pada konteks seperti apa seseorang mendapatkan informasi.

Lewat persepsi sosial ini peneliti akan melihat seperti apa dan bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 Universitas Amikom Yogyakarta terhadap pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com* dan tentu persepsi di sini akan bersifat subyektif serta evaluatif, tergantung bagaimana berita Covid-19 dilihat oleh masing-masing individu.

#### d. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Rangsangan yang masuk ke dalam panca indra manusia tidak hanya terdiri dari satu, namun meskipun demikian tidak semua rangsangan itu membentuk persepsi karena setiap stimulus yang diterima akan melalui proses *atensi* atau penyeleksian informasi



dimana seseorang hanya akan fokus pada hal yang menarik perhatiannya dan bernilai bagi dia.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu, menurut (Prasetyo, 2005, 69) faktor yang mempengaruhi persepsi terdiri dari:

a) Faktor internal:

1. Kebutuhan
2. Pengalaman
3. Penilaian
4. Ekspektasi

b) Faktor eksternal:

1. Sifat stimulus
2. Tampilan luar
3. Situasi lingkungan

Sedangkan menurut (Liliweri, 2011, 155) faktor yang mempengaruhi persepsi meliputi:

a) Kemampuan sensoris

1. Umur
2. Fisik
3. Visual dan audio

b) Budaya

1. Nilai-nilai
2. Kepercayaan
3. Pemahaman
4. Asumsi *taken for granted*

c) Peranan sosial

d) Kemampuan kognitif

e) Kompleksitas kognitif

f) Persepsi yang berpusat pada orang

## 2. Teori *Agenda Setting*

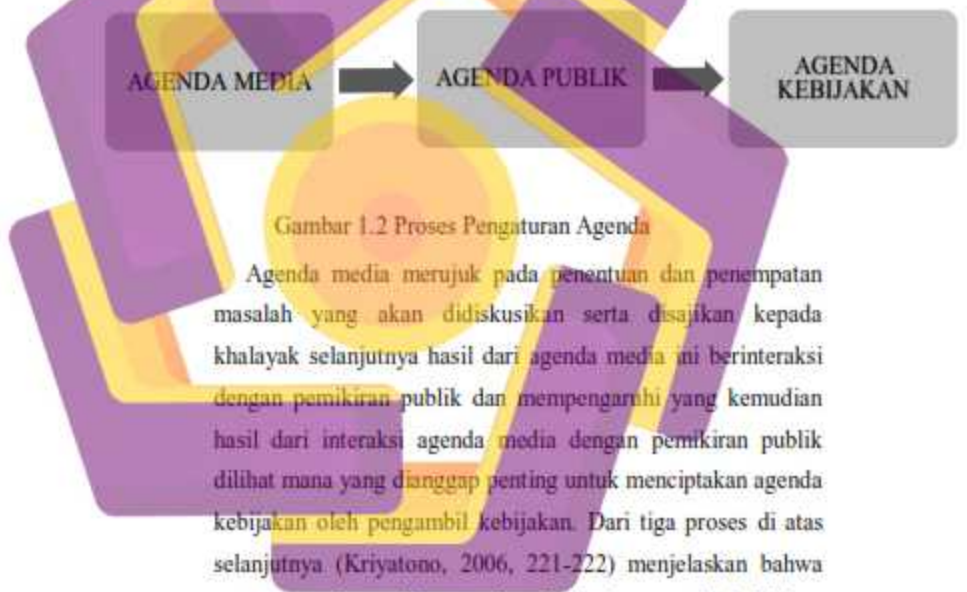
Teori *agenda setting* dikonseptualisasikan ke dalam dua tahap, yaitu tahap prateori dan tahap penetapan teori. Penggagas awal tahap prateori adalah seorang akademisi propaganda dan opini publik sekaligus seorang kolumnis koran yang bernama Walter Lippman. Pada tahun 1922 ia menulis buku yang berjudul *Public Opinion* yang pada bab pertama dinamai "*The World Outside and The Pictures in Our Heads*" menurutnya media memiliki fungsi sebagai pembentuk gambaran realitas yang mempengaruhi pikiran khalayak.

Lippman juga menuturkan bahwa bahwa berbagai kejadian yang terjadi di dunia ini akan dikemas dan dibawa oleh media massa kemudian disebarkan kepada masyarakat dan cara penyajian dari pemberitaan ini akan membentuk citra dan struktur mengenai peristiwa tersebut dalam pemikiran banyak orang selanjutnya ia menjelaskan jika media menjadi pembentuk makna karena apa yang diinterpretasikan oleh media massa tentang berbagai peristiwa secara radikal mengubah interpretasi orang terhadap realitas dan pola tindakan mereka (Hamad, 2004, 25).

Menurut (West & Turner, 2017, 100) pada tahun 1968 Mc. Combs dan Donal Shaw menemukan teori *agenda setting* dengan tiga asumsi dasar yaitu, pertama media menentukan agenda dan dalam melaksanakan agenda tersebut tidak hanya merefleksikan realita tetapi sekaligus membentuk juga menyaring realita bagi khalayak. Kedua, masalah yang menjadi konsentrasi media dalam mengisi agenda akan berpengaruh terhadap agenda publik yang secara bersamaan mempengaruhi agenda kebijakan. Ketiga, agenda publik dan agenda kebijakan memiliki kemungkinan juga untuk mempengaruhi agenda media.

Dalam teori *agenda setting* dijelaskan bahwa khalayak akan menganggap sebuah isu penting tergantung pada bagaimana media menyajikan berita itu dan seberapa besar media memperhatikan masalah tersebut. Masalah yang menjadi *highlight* dalam sebuah media akan diberikan perhatian khusus oleh khalayak apalagi jika isu tersebut menjadi topik yang fenomenal diseluruh media.

Dikutip dari buku (West & Turner, 2017, 102) terdapat tiga bagian proses pengaturan agenda (*agenda setting*), yaitu:



Gambar 1.2 Proses Pengaturan Agenda

Agenda media merujuk pada penentuan dan penempatan masalah yang akan didiskusikan serta disajikan kepada khalayak selanjutnya hasil dari agenda media ini berinteraksi dengan pemikiran publik dan mempengaruhi yang kemudian hasil dari interaksi agenda media dengan pemikiran publik dilihat mana yang dianggap penting untuk menciptakan agenda kebijakan oleh pengambil kebijakan. Dari tiga proses di atas selanjutnya (Kriyatono, 2006, 221-222) menjelaskan bahwa antara agenda media, agenda publik dan agenda kebijakan memiliki faktor-faktor seperti:

- a. Agenda media:
  1. *Credibility*, hal ini berkaitan dengan citra serta kepercayaan publik terhadap media terkait

(kepercayaan mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap *Kompas.com* sebagai media informasi Covid-19).

2. *Content*, berkaitan isi dari pemberitaan pada media, misalkan isi pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com*.
3. *Visibility*, hal yang ditonjolkan dari berita tersebut/ penekanan berita Covid-19 di *Kompas.com*.
4. Rutinitas media berkaitan dengan mekanisme serta seringnya media dalam menyajikan berita tersebut.

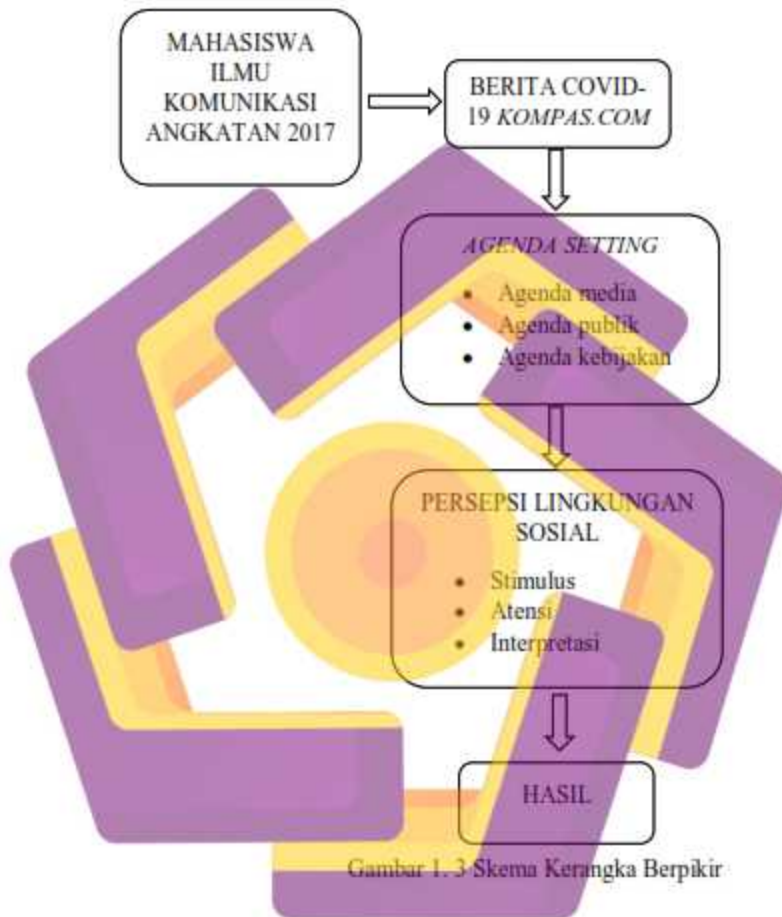
b. Agenda publik

1. Keakraban, berkaitan dengan kesadaran publik terkait topik tertentu.
2. Penonjolan pribadi, antara kepentingan individu dengan berita Covid-19 memiliki relevansi.
3. Kesenangan, berkaitan dengan perasaan senang atau tidaknya mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap berita Covid-19 di *Kompas.com*.
4. Pemahaman mahasiswa Ilmu Komunikasi tentang berita Covid-19.

c. Agenda kebijakan

1. Dukungan berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam mendukung pemberitaan Covid-19.
2. Kemungkinan kegiatan dimana kebijakan pemerintah dimungkinkan akan mengurangi efek dari sebuah pemberitaan di kalangan khalayak.
3. Kebebasan bertindak merupakan tindakan nyata pemerintah.

### 1.5.3. Kerangka Berpikir



Gambar 1. 3 Skema Kerangka Berpikir

Dari skema kerangka berpikir di atas dapat dijelaskan bahwa, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom angkatan 2017 membaca berita Covid-19 di *Kompas.com* sebagai akibat dari agenda media yang selalu menyoroti berita Covid-19 sehingga mahasiswa Ilmu Komunikasi juga memberikan perhatian khusus terhadap pemberitaan tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam teori

*agenda setting* bahwa besarnya perhatian khalayak terhadap suatu isu sangat tergantung pada seberapa besar media menaruh perhatian terhadap isu tersebut (Hamad, 2005, 24). Selanjutnya informan memberi respon dalam bentuk interpretasi atau mempersepsi berita Covid-19 melalui proses tiga tahap yaitu, stimulus berkaitan dengan banyaknya rangsangan yang masuk melalui pengindraan selanjutnya masuk pada tahap penyeleksian yang disebut *atensi* dimana informan hanya memilih rangsangan yang menarik perhatian dan sesuai kebutuhan.

Selanjutnya, informan mulai menginterpretasi atau menafsirkan berita Covid-19 khususnya terbitan *Kompas.com* yang pada akhirnya terbentuklah persepsi secara subjektif berdasarkan pandangan individu itu sendiri. Hasil mengacu pada proses akhir yang menjelaskan bagaimana dan seperti apa persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta Angkatan 2017 terhadap pemberitaan Covid-19 di *Kompas.com*.