

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

2.1.1. Teori Agenda Setting

Teori agenda-setting lahir pada tahun 1968, ketika penelitian kampanye presiden AS sedang berlangsung. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan cara pemilih mengevaluasi berita, yang kemudian menjadi hipotesis teori agenda setting. Meningkatkan pentingnya sebuah isu bagi audiens (Nuruddin, 2007: 195).

Hasil penelitian ini kemudian menjadi fenomena besar yang memunculkan teori agenda setting pada tahun 1972 oleh Maxwell McComb dan Donald L. Shaw dengan judul “The Agenda Setting Function of the Mass Media” (Lubis, 2007: 106). Sebagai ilmuwan yang pertama kali menguji teori tersebut, Maxwell McComb dan Donald L. Shaw kemudian menjadi tokoh utama dalam teori tersebut, dan penelitian mereka membuktikan hipotesis tersebut hingga mereka berdua sepakat, empat tahun setelah penelitian (1968-1972) berlangsung diperkuat teori tersebut disebut teori agenda setting.

Penelitian hingga pemilihan presiden AS 1968 juga menjadi latar belakang sejarah lahirnya teori agenda setting. Namun, jauh sebelumnya ada ide/pandangan seorang ilmuwan yang cenderung memiliki fungsi yang sama dengan teori agenda setting, melainkan hasil dari mengamati pengaruh media terhadap khalayak. Saat itu, kita belum sampai pada tahap sosialisasi teori seperti teori agenda setting.

Aplikasi pertama dari teori agenda setting untuk mempelajari perubahan sikap pemilih selama pemilihan presiden AS tahun 1968 menunjukkan hasil yang kontras dengan teori efek media terbatas yang ada. Dengan kata lain, teori agenda-setting percaya bahwa media memiliki kekuatan untuk melibatkan dan mempengaruhi perhatian khalayak pada isu-isu. Fungsi dari teori ini muncul karena media sangat selektif dalam menyiarkan berita, yang membuatnya menarik bagi publik baik dalam nilai berita maupun nilai jualnya. Dengan demikian, model agenda setting ini mengasumsikan bahwa ada hubungan positif antara evaluasi media terhadap suatu isu dan kepentingan publik pada isu yang sama (Rahmat, 1993: 68).

Pendapat McCombs & Shaw tentang *agenda setting* yaitu bahwa media massa memiliki kemampuan serta kekuatan dalam memberikan pengaruh bahkan menciptakan pola pikir pembaca yang terkena terpaan informasinya. Media tidak lepas dari para jurnalis yang selalu menerapkan prinsip-prinsip jurnanisme dalam melakukan peliputan dan memberitakan informasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap hal yang diberitakan oleh media massa tentunya berpegang pada aturan dan kode etik jurnalistik. Namun disini McCombs dan Shaw menjelaskan kembali bahwa media tidak menyampaikan pikiran mereka dengan tujuan mempengaruhi/persuasi, mereka hanya menyampaikan informasi atau isu yang apa yang harus dipikirkan oleh masyarakat.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara pemberitaan media massa dengan pembentukan persepsi khalayak (Cindoswari, 2017). McCombs dan Shaw

menjelaskan juga bahwa masyarakat kebanyakan cenderung menilai apa yang diberitakan oleh media massa merupakan hal yang patut untuk dijadikan pokok pikiran bersama dan menjadi konsumsi publik. Hal ini membangun pola pikir di masyarakat bahwa segala sesuatu yang diberitakan oleh media merupakan hal yang penting, sehingga tidak menutup kemungkinan dapat memberi pengaruh persepsi mereka terhadap hal tersebut. Meskipun begitu, mereka juga meyakini bahwa khalayak juga memiliki kekuatan tersendiri, yaitu dengan hipotesis *selective exposure*. Hipotesis ini menerangkan bahwa manusia pada umumnya hanya akan membaca berita yang tidak bertentangan dengan hal yang mereka percayai selama ini. Teori ini menunjukkan bahwa khalayak memiliki kebebasan untuk menyortir dan memilih pesan yang diberitakan oleh media massa.

Teori ini pertama menyatakan dengan tegas bahwa media massa mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi dan membentuk persepsi masyarakat, namun teori ini juga mendukung hipotesis bahwa bagaimanapun semuanya kembali lagi kepada khalayak itu sendiri sehingga khalayak memiliki hak untuk memilih apa yang ingin mereka konsumsi.

2.1.1.1 Fungsi Penyusunan Agenda

Tujuan pembuatan agenda karena media harus selektif dalam memberitakan berita. Saluran sebagai penjaga gerbang informasi tentang apa yang harus dilaporkan dan opsi cara melaporkannya. Ada dua tingkat agenda setting.

Pertama, menentukan masalah umum yang dianggap penting, dan kedua, menentukan bagian atau aspek masalah yang dianggap penting.

Pendapat yang lahir di kalangan peneliti media adalah bahwa media tidak selalu memiliki pengaruh yang kuat terhadap agenda masyarakat. Kekuatan media tergantung pada faktor-faktor seperti kredibilitas media untuk isu tertentu, tingkat bukti yang dirasakan oleh individu anggota masyarakat, kebutuhan akan panduan. Media akan kuat ketika kredibilitas media tinggi, pertentangan bukti rendah, individu berbagi nilai media, dan audiensi memiliki kebutuhan akan panduan yang tinggi (Littlejohn, Stephen A, 2014).

Fungsi Penyusunan Agenda adalah proses 3 bagian. Pertama, prioritas isu-isu yang akan dibahas dalam media atau agenda media (*media agenda*), harus di atur. Kedua, agenda media mempengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang masyarakat pikirkan, menciptakan agenda masyarakat (*public agenda*). Terakhir, agenda masyarakat memengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang para pembuat kebijakan anggap penting disebut agenda kebijakan (*policy agenda*).

2.2. Kajian Konseptual

2.2.1. Media Massa

Hafied Cangara Media menyatakan bahwa pengertian media massa adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan saluran komunikasi seperti radio, surat kabar, televisi dan film. Menurut Cangara, karakteristik media massa yaitu menggunakan peralatan teknis dan mekanis, bersifat terbuka, simultan dan bersifat satu arah (Cangara, 2014: 140).

Bersifat melembaga berarti pihak yang mengelola media terdiri dari lebih dari satu pihak atau orang, dimulai dari peliputan, pengelolaan hingga pada penyampaian informasi. Media bersifat satu arah artinya tidak adanya komunikasi yang dilakukan oleh komunikan dan komunikator secara langsung, sekalipun ada komunikasi tersebut biasanya tertunda.

Media tidak dibatasi oleh ruang dan waktu karena memiliki kecepatan serta penyebaran yang luas. Media bergerak menggunakan peralatan mekanis atau teknis seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Berarti informasi yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat umum secara sekaligus, dalam waktu yang bersamaan, dan sifatnya terbuka. Ini berarti khalayak dapat menerima pesan dari siapa saja dan di mana saja, tanpa memandang jenis kelamin, etnis, negara, atau usia.

2.2.2. Komunikasi Massa

Defleur dan Dennis (2005) dalam (Admojo, 2015: 226) menjelaskan bahwa komunikasi masa merupakan sebuah proses dimana para pemberi pesan memakai media untuk mendistribusikan pesan-pesan secara luas, dan dengan kontinyu menciptakan makna yang diperkirakan dapat memberi pengaruh terhadap khalayak yang luas dan beragam dengan menggunakan banyak cara. Komunikasi massa menurut Gerbner yaitu produksi pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Effendy (1993) dalam (Ardianto, 2017: 43) mengemukakan secara umum bahwa fungsi komunikasi massa adalah fungsi informasi, fungsi pendidikan dan fungsi mempengaruhi. Fungsi memberi informasi artinya bahwa media massa

merupakan penyebar informasi bagi pemirsa, pembaca atau pendengar. Fungsi mendidik disebabkan oleh media massa banyak melakukan pemberitaan yang bersifat mendidik. Fungsi media massa yang mempengaruhi ditemukan secara tidak langsung dalam iklan dan artikel audiens yang dapat mempengaruhi keputusan atau persepsi publik terhadap produk atau layanan.

Penerima pesan pada komunikasi massa disebut juga sebagai khalayak pendengar (listeners), khalayak pembaca (readers), dan khalayak pemirsa (viewers). Penerima pesan pada komunikasi massa memiliki ciri sebagai berikut yaitu mereka biasanya terdiri atas individu-individu yang mempunyai pengalaman yang tidak berbeda dan secara tidak langsung dipengaruhi hubungan sosial dan interpersonal yang sama, pada umumnya penerima pesan pada komunikasi massa memiliki jumlah yang besar dan informasinya menyebar dengan cepat, biasanya bersifat heterogen atau beragam. Terakhir, audiens komunikasi massa biasanya bersifat anonim, yaitu komunikator biasanya tidak tahu dengan siapa dia berkomunikasi (Ardianto, 2017 : 43).

2.2.3. Surat Kabar

Surat kabar merupakan suatu bentuk media cetak yang apabila dalam ukuran normal setiap halamannya terdiri atas 9 kolom dan tidak dijilid berisi informasi dan biasanya terbit pada waktu tertentu yang sudah ditetapkan. Biasanya terbit dalam 8 halaman, 12 halaman, 16 halaman, dan ada juga yang lebih dari itu. Sejarah mencatat bahwa keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak. Surat kabar memiliki karakteristik sebagai berikut diantaranya, publisitas biasanya surat kabar ditujukan kepada khalayak umum

sehingga tidak boleh hanya ditujukan untuk kepentingan individu tapi juga untuk kepentingan khayalak ramai.

Surat kabar juga bersifat periodesitas sehingga mengacu pada keteraturan terbitnya, bisa harian namun ada juga yang mingguan. Universalitas berarti bahwa informasi yang disampaikan beraneka ragam dan berasal dari seluruh dunia meliputi semua aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial dan budaya, pendidikan, agama dan ekonomi. Ciri aktualitas yang dimaksud disini adalah kecepatan penyampaian informasi oleh media massa kepada khalayak.

Berdasarkan ruang lingkupnya surat kabar dapat dikelompokkan menjadi (1) surat kabar nasional diantaranya seperti Media Indonesia dan Kompas (2) Surat kabar regional diantaranya seperti Jawa Pos, Batam Pos dan Surabaya Pos. (3) Surat kabar lokal diantaranya seperti Pos Kota dan Kedaulatan Rakyat. Dilihat berdasarkan bentuknya, surat kabar terdiri dari tabloid dan surat kabar biasa. Berdasarkan bahasa, terdapat surat kabar berbahasa daerah, bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian menggunakan surat kabar regional yaitu surat kabar Batam Pos.

2.2.4. Batam Pos

Batam Pos yang awalnya disebut Sijori Pos merupakan suatu surat kabar yang terbit harian di Kepulauan Riau, Indonesia. Kantor pusat dari surat kabar ini berada di kota Batam. Pertama kali terbit pada tahun 1998 koran ini diberi nama Sijori Pos. Nama Batam Pos sudah dikenal dimata pembacanya sejak tahun 2003, melupakan nama Sijori Pos. Awalnya Batam Pos hanya memproduksi berita

dalam bentuk media cetak (koran). Semakin berkembangnya teknologi digital selain memproduksi berita dalam bentuk koran, Batam Pos juga memproduksi berita dalam bentuk media online dengan situs batampos.co.id.

Nielsen Media Riset pada tahun 2017 dalam surveinya menyebut: Batam Pos merupakan koran paling populer dengan pembaca terbanyak di Batam. Survei yang digelar Mei-Juni 2017 itu, diketahui jika Batam Pos dibaca 223.536 orang. Mengalahkan koran-koran lain, baik grup maupun kompetitor. Hal ini lah yang memicu ketertarikan peneliti untuk meneliti dengan menggunakan objek Batam Pos.



Batam Pos



LAYANAN PELANGGAN: 0778 460000 081261170500

PERTAMA, TERBESAR, TERPERCAYA

SELASA, 17 MARET 2020 Rp. 3.750

Hujan Buatan Dilaksanakan April

Report: RYO SETIawan
Red: TANGAS
BATAM (BP) - Teknologi modifikasi cuaca (TMC) berupa hujan buatan di Batam akan dilaksanakan pada April mendatang. Sebelumnya, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

hingga lebih akan terjadi bulan depan. Di April nanti, kondisi hujan masih dari sedang hingga lebat. Berdasarkan historikal data dari 2015 hingga 2019, hujan itu terjadi di Mei hingga Desember, bisa Adli, di Gedung, Senin (16/3).

Hingga akhir Maret, warga Batam sudah harus bersabar menunggu hujan buatan. Hal ini dikarenakan tingkat hujan di Batam di Mei nanti juga bisa terjadi, jika kondisi dan diumumkan di kemudian hari. Maklum karena pertambahan jumlah penduduk, serta seperti di-Nusa dan La Mea. Dengan itu juga, begitu juga dengan tingkat monsun dari Asia Tenggara Australia, la-nya.

Untuk hujan buatan nanti, Badan Pengendalian Dampak Lingkungan (BAPOLDA) Batam akan bekerja sama dengan Stantec dan Badan Pengendalian Dampak Lingkungan (BPPT). "Untuk bisa memastikan, harus juga melihat kondisi airnya. Jika airnya pun akan, tapi juga bisa, maka bisa mengarah ke tempat lain," ujarnya.

Adli menjelaskan, pemerintah akan melakukan percobaan di atas ketinggian lebih dari 3 ribu kaki. Sehingga tim TMC nanti harus memiliki kemitraan yang ada, yang tidak terduga. Sehingga bisa dibuktikan dengan baik. "Tapi 3 ribu kaki ke atas, itu ideanya lebih gasan," ungkapnya.

Ryo Setiawan
Ryo Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...



PL Gubernur Kepri, belahan, memimpin rapat koordinasi dan pembekalan Satgas Tugas Penanggulangan dan Penegakan Covid-19 di Lantai 1 Gedung Graha Kepri, Batam, Senin (16/3).

Yang Masuk ke Kepri dari Negara dan Daerah Terjangkit Pendatang Wajib Karantina 14 Hari

DISWAY
MALIS di Kawan
AZAN Baru
RANA menanggapi rencana di Oman. Saya ingin melihat penerapannya untuk mengidentifikasi ke-10 Kawan. Soal saat yang terapan berubah itu, yang sudah bisa di modifikasi adalah ke-10 Kawan. Itu bisa dilakukan. Saya sudah berdiskusi ke-10 Kawan," ujarnya.

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

DISWAY
MALIS di Kawan
AZAN Baru
RANA menanggapi rencana di Oman. Saya ingin melihat penerapannya untuk mengidentifikasi ke-10 Kawan. Soal saat yang terapan berubah itu, yang sudah bisa di modifikasi adalah ke-10 Kawan. Itu bisa dilakukan. Saya sudah berdiskusi ke-10 Kawan," ujarnya.

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

DISWAY
MALIS di Kawan
AZAN Baru
RANA menanggapi rencana di Oman. Saya ingin melihat penerapannya untuk mengidentifikasi ke-10 Kawan. Soal saat yang terapan berubah itu, yang sudah bisa di modifikasi adalah ke-10 Kawan. Itu bisa dilakukan. Saya sudah berdiskusi ke-10 Kawan," ujarnya.

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Siswa Belajar lewat Online

DISWAY
MALIS di Kawan
AZAN Baru
RANA menanggapi rencana di Oman. Saya ingin melihat penerapannya untuk mengidentifikasi ke-10 Kawan. Soal saat yang terapan berubah itu, yang sudah bisa di modifikasi adalah ke-10 Kawan. Itu bisa dilakukan. Saya sudah berdiskusi ke-10 Kawan," ujarnya.

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Demi Keselamatan Umum, Buka Informasi Pasien Corona

DISWAY
MALIS di Kawan
AZAN Baru
RANA menanggapi rencana di Oman. Saya ingin melihat penerapannya untuk mengidentifikasi ke-10 Kawan. Soal saat yang terapan berubah itu, yang sudah bisa di modifikasi adalah ke-10 Kawan. Itu bisa dilakukan. Saya sudah berdiskusi ke-10 Kawan," ujarnya.

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

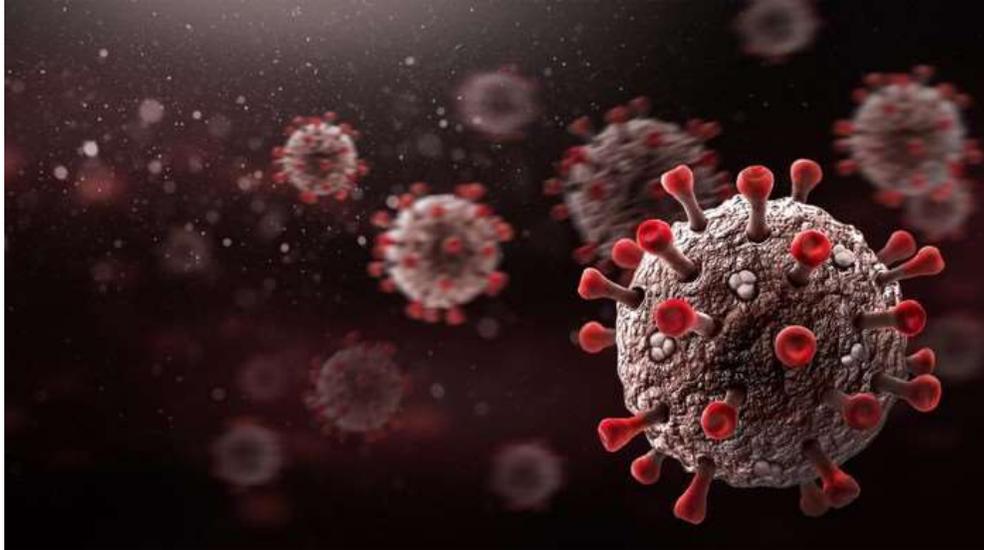
Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Adli Setiawan, Menteri Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Kolon I Heng Nadia Raman, Adli Setiawan, telah mengadakan pertemuan dengan...

Gambar 2. 1 Surat Kabar Batam Post

2.2.5. Covid-19



Gambar 2. 2 Virus Corona

Virus Corona atau yang sering disebut dengan Covid-19 merupakan salah satu virus yang mematikan. Selama hampir dua tahun ini tidak habis-habisnya pemberitaan media membahas isu tentang virus ini, karena daampaknya yang terjadi bukan hanya secara regional namun mendunia. Virus ini pertama kali ditemukan di china, virus dengan nama ilmiah 2(SARS- CoV-2) ini bekerja dengan menyerang imun tubuh manusia (Dani, 2020 : 94-95). Menurut World Healt Organization (WHO) Gejala umum yang ditimbulkan oleh virus ini diantaranya adalah demam, batuk, kelelahan, juga kehilangan kemampuan untuk merasa atau mencium bau. Gejala yang tidak umum, seperti sakit tenggorokan, sakit kepala, sakit dan nyeri, diare, ruam pada kulit tangan atau jari kaki, dan mata merah atau iritasi pada mata. Namun, jika pada gejala berat penderita akan mengalami napas pendek atau sulit bernapas, tidak dapat bicara dan terlihat linglung, serta nyeri didada.

Sudah banyak sekali upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam menyelesaikan masalah ini, diantaranya dengan himbauan memakai masker, menjaga jarak atau *social distancing* juga dengan rajin mencuci tangan. Himbauan ini sudah banyak di sebarakan terutama dengan bantuan media. Bahkan media tidak hentinya memberikan informasi seputar covid- 19, tingkat penyebaran virus dan jumlah pasien secara berkala. Hasilnya sudah banyak masyarakat yang peduli dengan penerapan protokol kesehatan yang dilakukan oleh pemerintah, tapi tidak sedikit juga yang malah tidak percaya dengan keberadaan virus ini.

2.2.5.1 Tingkat Kematian Akibat Virus Corona (COVID-19)

Berdasarkan data yang dirilis Gugus Tugas Percepatan Tanggap Covid-19 Republik Indonesia, per 6 Agustus 2021 terdapat 3.568.331 kasus terkonfirmasi dan 102.375 kematian. Tingkat kematian akibat COVID-19 sekitar 2,9%. Ketika angka kematian dibagi dalam golongan usia, ditemukan bahwa kelompok usia di atas 60 memiliki tingkat kematian yang lebih tinggi daripada kelompok usia lainnya. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, 53,1% kematian akibat COVID-19 adalah laki-laki dan 46,9% adalah perempuan.

2.2.6 Kredibilitas Pemberitaan

Kredibilitas adalah persepsi yang terbentuk dari pemberitaan yang dimuat sebuah media masa. Suatu media yang memiliki kredibilitas dalam membuat suatu pemberitaan haruslah selalu mengandung kebenaran dan bukan merupakan opini pribadi wartawan namun berdasarkan fakta yang nyata terjadi di lapangan. Media yang memiliki kredibilitas akan dapat dipercaya oleh pembaca, dan pasti menyajikan suatu pemberitaan yang layak untuk diterbitkan.

Menurut Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat bahwa sifat-sifat istimewa yang terdapat pada Kode Etik Jurnalistik pasal 5 dapat dijadikan sebagai acuan dalam menilai layak atau tidaknya suatu berita dapat dimuat. Pasal tersebut yaitu menyatakan bahwa “Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi inteprestasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya” (Kusumaningrat, 2017 : 47-70).

Dari pernyataan tersebut dapat kita pahami bahwa sebuah pemberitaan yang layak dimuat haruslah akurat, wartawan haruslah cermat dalam memuat tanggal dan usia, angka yang terdapat dalam berita, bahkan ejaan nama. Dikatakan akurat juga apabila wartawan memberikan kesan yang benar dan utuh, dan berita disajikan dengan rincian fakta. Selain akurat, berita yang dimuat juga harus lengkap, adil dan berimbang, disini warwatan haruslah melaporkan apa yang sungguh- sungguh terjadi di lapangan.

Berikutnya berita juga haruslah objektif artinya wartawan tidak boleh mencampurkan fakta dan opininya sendiri. Terakhir berita yang layak untuk diberitakan harus ringkas, jelas dan hangat. Berita harus ringkas dan jelas artinya berita tidak menggunakan banyak kata, harus jelas dan langsung pada intinya. Berita harus hangat mengandung unsur waktu bahwa berita haruslah selalu baru, diatas sudah dijelaskan bahwa berita biasanya memiliki periodesitas ada yang harian atau juga mingguan.

2.2.6.1. Faktor- faktor kredibilitas Pemberitaan

Berikut adalah faktor-faktor kredibilitas berita media massa yang dapat diringkas dari penjelasan di atas :

1. Keseimbangan artinya dalam sebuah pemberitaan haruslah mencakup dimensi keutuhan dalam pembuatan berita, objektif, adil dan akurat atau tepat.
2. Kejujuran dalam sebuah pemberitaan diantaranya sebuah pemberitaan haruslah jujur dan dapat dipercaya.
3. Kekinian dalam pemberitaan yaitu selalu *uptodate*, mutakhir dan tepat waktu (Kusumaningrat, 2017).

2.2.7. Persepsi

Definisi persepsi dari Desirato yang dikutip dari (Romly, 2016 : 45) menyatakan persepsi merupakan suatu peristiwa menafsirkan pesan dan pengalaman suatu objek yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi. Berbeda dengan Desirato, menurut Rakhmat persepsi adalah pemberian makna pada stimuli inderawi. Berbeda pula dengan desirato menurut Wahyuni (2006) dalam (Laksono, 2018 : 132) Persepsi yang muncul dalam benak seseorang akan mempengaruhi keputusan yang akan diambil orang tersebut.

David Krech dan Richard S menyebutkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi individu, termasuk faktor fungsional dan struktural. Dari sudut pandang mereka, faktor fungsional berasal dari kebutuhan dan pengalaman. Kerangka acuan lain untuk faktor fungsional dapat mempengaruhi bagaimana

orang memberi makna atau memahami pesan yang mereka terima (Wendri, 2019 : 64).

Faktor struktural adalah faktor yang berasal dari luar individu, termasuk rangsangan dan lingkungan. Persepsi yang terbentuk dari rangsangan dan lingkungan membentuk perilaku dan sikap. Dalam konteks kehidupan sosial, orang memiliki persepsi awal tentang sesuatu, tetapi persepsi itu dapat berubah karena pengaruh orang lain, lingkungan, dan media yang mereka konsumsi.

2.2.7.1. Faktor- faktor Persepsi

Berikut ini merupakan faktor- faktor dari persepsi yaitu :

1. Faktor Fungsional yang melingkupi dimensi kebutuhan dan pengalaman masa lalu
2. Faktor struktural melingkupi dimensi perilaku dan sikap (Elton, 2007).

2.3. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 State of The Art

NO	Judul, Penulis, Jurnal, Tahun, URL	Metode	Hasil	<i>State of The Art</i>
1.	Kredibilitas Media dalam Pemberitaan Impelementasi Kawasan Ekonomi Khusus Kota Batam. Survei Koran Harian Batam Pos, Tribun	Kuantitatif	Berdasarkan temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa media cetak Haluan Kepri berada pada kategori media massa yang memiliki	Jenis Penelitian ini adalah penelitian eksploratif dengan paradigma

	<p>Batam, Sindo Batam, Haluan Kepri, dan Pos Metro.</p> <p>Penulis : Sholihul Abidin, Ageng Rara Cindoswari, dan Sukadamai Gea</p> <p>Jurnal : Jurnal Komunikasi Vol.3 No.1, Tahun 2017.</p> <p>https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/252.</p>		<p>kredibilitas sangat tinggi. Batam Pos, Tribun Batam dan Koran Sindo berada pada kategori kredibilitas tinggi. Sedangkan Pos Metro berada pada kategori kredibilitas sedang.</p>	<p>kuantitatif dan metode survei. Pada penelitian ini digunakan 3 objek penelitian diantaranya Batam Pos, Tribun Batam, dan Sindo Batam, berbeda dengan peneliti yang hanya menggunakan 1 objek penelitian yakni Batam Pos</p>
2.	<p>Pemberitaan Media Cetak dalam Mempengaruhi Partai Politik untuk</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian, antara lain, masyarakat Kota Medan tidak ragu</p>	<p>Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian dengan</p>

	<p>Menentukan Calon pada Pemilukada Tahun 2015.</p> <p>Penulis : Hairul Iman Hasibuan.</p> <p>Jurnal : Persepsi : Communication</p> <p>Jurnal Vol 1. No. 1, Tahun 2018.</p> <p>http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/PERSEPSI/article/view/2509/2449</p>		<p>untuk memilih calon gubernur berlatarbelakang TNI pada Pilkada 2018, karena dinilai lebih tegas dibandingkan dengan yang berlatarbelakang sipil.</p>	<p>pendekatan kualitatif-deskriptif, berbeda dengan penelitian yang peneliti ambil yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian survey.</p>
3.	<p>Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan</p> <p>Penulis: Iwan Joko Prasetyo.</p> <p>Jurnal : Jurnal</p>	Kuantitatif	<p>Dari hasil perhitungan uji statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa secara signifikan terdapat pengaruh pemberitaan kasus korupsi KH. Fuad</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara mengumpulka</p>

	<p>Komunikasi, Vol 8, No. 2, Tahun 2016. https://journal.untar.ac .id/index.php/komuni kasi/article/view/61</p>		<p>Amin terhadap kredibilitas pemimpin simbolik keagamaan.</p>	<p>n kuesioner, menggunakan metode kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan “kredibilitas” sebagai variabel terikat, berbeda dengan penelitian penulis yaitu sebagai variabel bebas.</p>
4.	<p>Agenda Setting dan Kredibilitas Harian Tribun Batam dalam Membangun Persepsi Masyarakat di Kota Batam : (Studi</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang sangat nyata antara agenda media dengan kredibilitas media.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif korelasi dengan</p>

	<p>Pemberitaan Implementasi Kawasan Ekonomi Khusus)</p> <p>Penulis: Ageng Rara Cindoswari dan Sholihul Abidin.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal of Extension Development</i>, Volume 1, No 1, Tahun 2019.</p> <p>https://jsp.fp.unila.ac.id/index.php/jsp/article/view/8</p>			<p>pendekatan kuantitatif dan metode survei.</p> <p>Objek Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu media Tribun Batam, berbeda dengan penulis yang menggunakan objek penelitian media Batam Pos.</p>
5.	<p>Jawa Pos Membela Persebaya : Bingkai Pemberitaan Jawa Pos tentang Persebaya</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini menemukan dengan dilakukannya analisis framing pada Bingkai</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang pemberitaan</p>

	<p>dalam Kongres PSSI</p> <p>Penulis: Fajar Junaedi.</p> <p>Jurnal : Ettisal : Jurnal Of Communication.</p> <p>Volume 1, No.2, Tahun 2016.</p> <p>https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal/article/view/720/631</p>		<p>Pemberitaan Jawa Pos tentang Persebaya dalam Kongres PSSI disimpulkan bahwa Persibaya layak untuk kembali diakui sebagai anggota dari PSSI.</p>	<p>media Jawa Pos tentang Persibaya dalam Kongress PSSI.</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode analisis framing, berbeda dengan penulis yang menggunakan pengumpulan kuesioner.</p>
6.	<p>Covid-19 dan Perubahan Komunikasi Sosial</p> <p>Penulis : Jerattallah Aram Dani, Yogi Mediantara.</p>	Kualitatif	<p>Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut, perubahan komunikasi dan kehidupan sosial antar manusia berubah</p>	<p>Tujuan penelitian adalah mengetahui bagaimana perubahan</p>

	<p>Jurnal : Persepsi : <i>Communication</i> <i>Jurnal</i>. Volume 3, No 1, Tahun 2020. http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/PERSEPSI/article/view/4510/4038</p>		<p>dalam waktu cepat dengan munculnya prasangka terhadap orang yang dianggap ODP (Orang Dalam Pengawasan) bahkan penolakan jenazah akibat covid-19.</p>	<p>komunikasi sosial berubah secara massal dalam waktu singkat dengan adanya wabah covid-19 yang menular melalui manusia ke manusia, dengan angka korban yang terus meningkat dari hari kehari menurut laporan pemerintah (BNPB). Penelitian ini menggunakan metode</p>
--	--	--	---	---

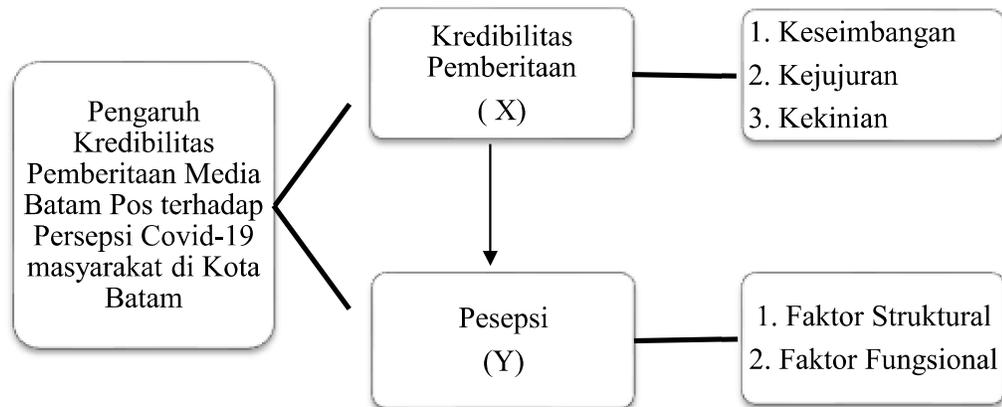
				<p>kualitatif deskriptif dengan melakukan observasi dan wawancara yang tidak terstruktur dan informal, sedangkan pada penelitian peneliti digunakan dengan teknik survey dengan metode kuantitatif.</p>
7.	<p><i>Perception of Illiterate Society Toward The Functional Literacy Program</i> Penulis : Bayu Adi</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat buta huruf memandang keaksaraan fungsional sebagai tempai</p>	<p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan jenis penelitian</p>

	<p>Laksono, Supriyono Supriyono, dan Sri Wahyuni.</p> <p>Jurnal : <i>Jurnal Of Nonformal Education.</i> Volume 4, No.2, Tahun 2018.</p> <p>https://journal.unnes.a c.id/nju/index.php/jne/ article/view/1600</p>		<p>pemenuhan keinginan untuk mendapatkan ganjaran, pengakuan dan penghargaan terhadap seorang <i>figure</i>. Sebagai tempat pemenuhan kebutuhan, antara lain kebutuhan bersosialisasi, menghadapi perkembangan zaman, diberdayakan dan ibadah. Penelitian ini menyebutkan bahwa persepsi memiliki peran penting dalam menentukan pandangan dunia dan dampaknya secara signifikan.</p>	<p>fenomenologi, berbeda dengan penelitian penulis yaitu dengan metode kuantitatif dengan survey. Analisis data penelitian ini menggunakan Miles dan Huberman, berbeda dengan penulis yang menggunakan analisis data dengan analisis regresi linier sederhana.</p>
8.	<p><i>News Media Use, credibility, and</i></p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa</p>	<p>Studi ini menyelidiki</p>

	<p><i>efficacy: an analysis of media participation intention in China.</i></p> <p>Penulis: Ye lu, Steve Guo, Baohua Zou.</p> <p>Jurnal : <i>Chinese Journal of Communication.</i></p> <p>Volume 4, No.4, Tahun 2011.</p> <p>https://doi.org/10.1080/17544750.2011.616292</p>		<p>berita televisi memiliki hubungan positif dengan niat pasrtisipasi media, sedangkan pengguna berita surat kabar dan internet memberikan hasil yang beragam.</p>	<p>hubungan antara pengguna media berita dan niat partisipasi media di china dengan mengadopsi perspektif yang berorientasi pada audiens dalam terang pola perubahan konten media seiring dengan dengan komersialisasi luas di China yang direformasi metode</p>
--	---	--	--	--

				kualitatif, sedangkan penulis menyelidiki pengaruh kredibilitas pemberitaan terhadap persepsi dari khalayak/ pembaca.
--	--	--	--	---

2.4. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran

2.5. Hipotesis

Kredibilitas Pemberitaan (X) terhadap Persepsi (Y)

Ha : Adanya pengaruh hubungan antara kredibilitas pemberitaan terhadap persepsi.

Ho : Tidak adanya pengaruh hubungan antara kredibilitas pemberitaan terhadap persepsi.