



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Kampus A: Jl. Diponegoro No. 74 Jakarta 10340, Indonesia

Telp: +62 21 3928045 / 75 Fax : +62 21 3914591

Website : www.yai.ac.id E-mail : fikom.upi@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No : 317/D/FIKOM UPI Y.A.I/X/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I dengan ini menugaskan kepada :

- **Dr. Susi Yunarti, M.Si (Dosen FIKOM UPI Y.A.I)**
- **Dra. Dian Harmaningsih, M.Si (Dosen FIKOM UPI Y.A.I)**

Untuk melakukan Penelitian dengan judul "**Pencarian Informasi tentang Covid 19 pada Masyarakat Urban**" tidak dipublikasikan hanya di simpan pada perpustakaan FIKOM UPI Y.A.I.

Diharapkan kepada yang bersangkutan dapat menyampaikan laporan penelitian kepada kami. Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan sebagai mestinya.

Jakarta, 2 Oktober 2020

Fakultas Ilmu Komunikasi UPI Y.A.I

Dekan,

Prof. Dr. Ibnu Hamad

Tembusan :

- Rektor UPI Y.A.I
- Arsip



“ PENCARIAN INFORMASI TENTANG COVID-19 PADA MASYARAKAT URBAN”
(Studi Deskriptif pada Masyarakat di Kelurahan Pademangan Barat, Jakarta Utara)

Disusun oleh:

Susi Yunarti

Dian Harmaningsih

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
PERSADA INDONESIA Y.A.I.JAKARTA

2020

ABSTRAK

Di masa pandemi saat ini setiap orang membutuhkan informasi mengenai Covid-19 karena penyakit ini merupakan penyakit baru dan tidak banyak masyarakat yang mengetahui penyakit ini secara mendetail. Banyak cara dapat dilakukan untuk mencari informasi tentang covid-19, salah satunya melalui media massa televisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pencarian informasi tentang covid-19 pada masyarakat urban.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teori *information seeking*. Jenis penelitian yang digunakan deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan 1 *key informan* dan 5 *informan*, observasi non partisipan, studi kepustakaan, internet, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Pademangan Barat mencari informasi tentang Covid-19 hanya di awal pandemi saja melalui media televisi, namun selanjutnya mereka tidak lagi melanjutkan pencarian informasi karena merasa bosan dengan semakin banyaknya informasi tentang covid-19

Kata kunci : Covid-19, media TV, pencarian informasi, masyarakat urban

ABSTRACT

In the current pandemic, everyone needs information about Covid-19 because this disease is a new disease and not many people know about this disease in detail. There are many ways to find information about covid-19, one of which is through the television mass media. This study aims to find out how to find information about covid-19 in urban communities.

This study uses a qualitative approach with information seeking theory. The type of research used is descriptive. Data collection techniques through interviews with 1 key informant and 5 informants, non-participant observation, literature study, internet, and documentation. Researchers used triangulation data validity techniques.

The results of this study indicate that the people of West Pademangan seek information about Covid-19 only at the beginning of the pandemic through television media, but then they no longer continue to search for information because they feel bored with the increasing amount of information about Covid-19

Key words: Covid-19, TV media, information seeking, urban communities

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian dengan judul **“PENCARIAN INFORMASI TENTANG COVID- 19 PADA MASYARAKAT URBAN (STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF DI KELURAHAN PADEMANGAN BARAT, JAKARTA UTARA)”**.

Dalam penyusunan makalah ini, tidak sedikit hambatan yang penulis hadapi. Namun, penulis menyadari bahwa kelancaran dalam penyusunan makalah ini tidak lepas adanya bantuan serta dorongan dari berbagai pihak sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Yudi Julius, MBA, selaku Rektor Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
2. Prof. Dr. Ibnu Hamad, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
3. Dr. Syarifuddin S. Gassing, M.Si, selaku Dekan 1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
4. Dra. Hj. Nur Idaman, M.Si, selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas bantuan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini. Akhir kata, semoga makalah ini bermanfaat para pembaca.

Jakarta, Oktober 2020

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	0
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	
C. Pertanyaan Penelitian	
D. Tujuan Penelitian	
E. Manfaat Penelitian	
1. Manfaat Teoritis	
2. Manfaat Praktis	
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	
Teori Information Seeking	
a. Konsep Information Seeking	
b. Proses Pencarian Informasi	
B. Kerangka Konsep	
a. Proses Komunikasi	
b. Unsur-Unsur Komunikasi	
c. Tujuan Komunikasi	
C. Kerangka Pemikiran	
BAB III	
Pendekatan Penelitian	
Jenis Penelitian	
Metode Penelitian	
Unit Analisis Data.	
Teknik Analisis Data	

BAB IV	
Hasil Penelitian .	
Pembahasan..	
BAB V	
Simpulan	
Saran	
Daftar Pustaka	

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Covid-19 merupakan singkatan dari *Coronavirus disease 2019*. Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru saja muncul. Virus ini mulai mewabah pertama kali di Wuhan, China pada bulan Desember 2019. Sampai saat ini belum diketahui penyebab corona, tetapi diketahui virus ini berasal dari hewan dan mampu menjangkit dari satu spesies ke spesies lainnya, termasuk manusia. Covid-19 dapat menular melalui percikan yang dihasilkan saat batuk, bersin, atau berbicara oleh orang yang telah terpapar Covid-19. Apabila seseorang yang terpapar Covid-19 bersin, batuk, ataupun ketika berbicara percikan tersebut dapat menempel di benda-benda seperti pintu, meja, dan lain-lain sehingga orang lain yang menyentuh benda tersebut kemungkinan besar dapat terpapar Covid-19.

Seseorang yang terkena Covid-19 pada umumnya memiliki gejalademam, batuk, pilek, flu, bahkan ada yang mengalami kesulitan bernapas. Berdasarkan penelitian, bahaya virus corona dapat menyebabkan kematian. Bahkan, pasien yang sembuh dapat mengalami kerusakan permanen pada paru-paru atau antibodinya.

Sampai saat ini belum ditemukan obat untuk menyembuhkan penyakitCovid-19. Namun, ada yang dapat sembuh dari penyakit ini setelah perawatan di rumah sakit. Covid-19 bahkan dapat menyerang seseorang tanpa gejala. Saat ini Covid-19 tidak hanya menyerang China, tapi telah menyebar ke berbagai negara bahkan hampir seluruh dunia. WHO (*World Health Organization*) pun telah menyatakan virus corona sebagai pandemi

Karena pandemi ini telah menyerang berbagai negara, setiap negara pun melakukan upaya agar masyarakatnya tidak terserang virus ini dan mengurangi jumlah masyarakat yang telah terpapar virus ini. Upaya yang dilakukan setiap negara dengan cara melakukan *lockdown* atau menguncisuatu wilayah agar tidak ada orang yang dapat keluar atau masuk dari wilayahtersebut.

Di Indonesia, pemerintah juga menerapkan *social distancing* serta PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dengan cara menutup tempat ibadah, sekolah, bandara, mall, dan tempat-tempat umum lainnya yang menyebabkan banyak perkumpulan, serta menyarankan masyarakat untuk tinggal di rumah saja dan bekerja ataupun melakukan aktivitas dari rumah untuk mengurangi pertemuan dan perkumpulan agar dapat mengurangi korban yang terpapar karena virus ini.

Di masa pandemi saat ini setiap orang membutuhkan informasi mengenai Covid-19 karena penyakit ini merupakan penyakit baru yang belum ada sebelumnya serta masih diteliti lebih lanjut oleh banyak peneliti mengenai Covid-19 dan tidak banyak masyarakat yang mengetahui penyakit ini secara mendetail. Setiap orang membutuhkan informasi mengenai Covid-19 agar dapat menjaga dan melindungi diri sehingga tidak terpapar oleh virus ini dan mengetahui bagaimana situasi pandemi saat ini baik nasional maupun internasional.

Masyarakat bisa mendapatkan informasi mengenai Covid-19 dari berbagai sumber yaitu media massa, media online atau orang lain. Di media online seperti portal berita *online*, *website*, sosial media seperti instagram, facebook, twitter, dan lain sebagainya. Di media massa masyarakat bisa mendapatkan informasi melalui surat kabar, radio atau televisi.

Pencarian informasi dapat dilakukan dengan berbagai strategi yaitu dengan cara sempit dan luas. Strategi sempit artinya seseorang sedari awal sudah menentukan sumber mana yang akan dia gunakan, sedang strategi luas dengan cara mengumpulkan sumber-sumber informasi yang ada kemudian dia pilih mana sumber informasi yang sesuai dengan yang diinginkan.

Karena Covid-19 menyebabkan pandemi yang berkepanjangan, televisi menjadi salah satu media yang digunakan masyarakat, karena orang-orang berada di rumah saja dan menggunakannya untuk melihat situasi Covid-19 saat ini. Tidak hanya melalui berita, bahkan iklan yang ditayangkan di televisi pun membahas mengenai Covid-19 dan mengingatkan masyarakat untuk selalu menjaga diri dengan memberikan informasi mengenai cara penularan dan upaya pencegahan agar dapat terhindar dari Covid-19. Hasil pantauan Nielsen *Television Audience Measuremen* (TAM) dari media indonesia.com

Di 11 kota menunjukkan rata-rata kepemirsaaan televisi mulai meningkat dalam seminggu terakhir, dari rata-rata rating 12% di tanggal 11 Maret menjadi 13,8% di tanggal 18 Maret atau setara dengan penambahan sekitar 1 juta pemirsa televisi. Maraknya pemberitaan di sejumlah stasiun televisi terkait Covid-19 di sepanjang periode 1-18 Maret berkontribusi kepada kenaikan kepemirsaaan program berita. Kepemirsaaan televisi terhadap program berita naik signifikan (+25%), terutama pada penonton kelas atas.

Menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dikutip dari www.inews.id, “penonton televisi mengalami lonjakan sebanyak 50% menunjukkan media televisi menjadi garda terdepan dalam penyampaian informasi tentang Covid-19 kepada masyarakat. Ditengah pandemi Covid-19 saat ini menjadi informasi terdepan, berkualitas, dan terpercaya”.

Dikutip dari okezone.com Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) jugaberpendapat “jumlah penonton televisi melonjak karena televisi tidakmenyebarkan berita *hoax*, selalu *check* dan *recheck* apalagi tayangan televisi selalu diawasi oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)”. Menurut Siaran Pers Humas UNPAD dari www.jabarprov.go.id:

“Penelitian juga mencermati sikap masyarakat dalam mencari berita terkini terkait Covid19. Dalam hal pencarian sumber informasi, banyak masyarakat yang mengandalkan informasi dari media massa. Hal ini terlihat dari pengakuan 82% responden yang mengaku sering mendapatkan informasi Covid-19 melalui siaran televisi swasta, dan 58% siaran televisi publik”.

Selain televisi media online juga menjadi sumber yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi tentang covid 19. Berbagai pemberitaan di media online masalah pandemi menjadi topik yang tidak pernah terlewatkan. Hampir setiap media mainstream online menyajikan pemberitaan seputar covid-19.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan Informasi dan Pemanfaatan media untuk pencarian Informasi Tentang Covid-19 pada Masyarakat Pademangan Barat Jakarta Utara.

C. Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Pencarian Informasi Tentang Covid-19 pada Masyarakat Pademangan Barat- Jakarta Utara?

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Pencarian Informasi Tentang Covid-19 pada Masyarakat Pademangan Barat- Jakarta Utara.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan pencarian informasi tentang Covid-19, serta dapat menjadi referensi untuk penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi media massa/online sebagai sumber informasi agar dapat memberikan informasi secara mendetail, jelas, dan tepat.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. KERANGKA TEORI

1. Teori Pencarian Informasi (*Information Seeking Theory*)

Menurut Yusup (2012 : 152) “*information seeking* merupakan upaya menemukan dengan tujuan tertentu sebagai akibat adanya kebutuhan untuk memenuhi tujuan tertentu” . lebih lanjut dikatakan bahwa:

Sebagai pencari informasi, orang mencari dan menemukan informasi untuk kepentingan tertentu. Pencarian informasi pun tidak hanya dilakukan dengan ketersediaan sistem informasi termasuk saluran-saluran informasi dan sumber-sumber informasi yang tersedia di sekitar kita. Sumber informasi yang sering bermanfaat bagi pencari informasi dalam menemukan informasi seperti melalui media masa, media cetak, buku, perpustakaan, pusat layanan informasi, tetangga, teman sejawat, dan lain-lain.

Menurut Donohew dan Tipton dalam Daryanto (2014 : 159)

Information seeking yaitu menjelaskan tentang pencarian, penghindaran, dan pemrosesan informasi, disebut memiliki akar dari pemikiran psikologi sosial tentang sikap. Salah satu asumsi utamanya adalah bahwa orang cenderung untuk menghindari informasi yang tidak sesuai dengan *image of reality*-nya karena terasa membahayakan.

a. Konsep *Information Seeking*

Menurut Daryanto (2014 : 159) *information seeking* memiliki beberapa konsep utama.

Konsep dari teori ini adalah “*image*” atau “*image of reality*”. Pertama-tama, konsep *image* ini mengacu pada pengalaman yang diperoleh sepanjang hidup seseorang dan terdiri dari berbagai tujuan, keyakinan, dan pengetahuan yang telah diperolehnya. Bagian kedua dari *image* terdiri dari konsep seseorang, termasuk evaluasi terhadap kemampuan dirinya dalam mengatasi berbagai situasi. Ketiga, “*image of reality*” terdiri dari suatu perangkat penggunaan informasi yang mengatur perilaku seseorang dalam mencari dan memproses informasi.

Menurut Donohew dan Tipton (Sendjaja. 2006: 5.16), *Information Seeking* menjelaskan tentang pencarian, penginderaan, dan pemrosesan informasi. Salah satu asumsi utamanya adalah bahwa orang cenderung untuk menghindari informasi yang tidak sesuai dengan image of realitynya karena informasi itu bisa saja membahayakan.

Information Seeking adalah proses atau kegiatan yang mencoba untuk mendapatkan informasi dan teknologi dalam konteks manusia. Mencari informasi berkaitan dengan, tetapi belum berbeda, pengambilan informasi (IR). Information Seeking juga diartikan sebagai upaya menemukan informasi secara umum, dan information searching adalah aktivitas khusus mencari informasi tertentu yang sedikit banyaknya sudah lebih terencana dan terarah. Dalam istilah sederhana, *information seeking* melibatkan pencarian, pengambilan, pengakuan, dan penerapan isi yang maknawi. Pencarian ini bisa eksplisit atau implisit, pencarian mungkin hasil dari strategi khusus atau kebetulan. Informasi yang dihasilkan mungkin akan diambil atau ditolak, seluruh pengalaman dapat dilakukan melalui suatu kesimpulan logis atau dihentikan di tengah jalan, dan mungkin ada berjuta potensi hasil lainnya. Information Seeking telah dilihat sebagai latihan kognitif, sebagai pertukaran sosial dan budaya, sebagai strategi diskrit diterapkan ketika menghadapi ketidakpastian, dan sebagai syarat dasar kemanusiaan dimana semua individu ada. Bahkan, perilaku informasi mungkin istilah yang lebih tepat, bukan mencari informasi, untuk menggambarkan hubungan multi-faceted informasi dalam kehidupan manusia, sebuah hubungan yang dapat mencakup baik aktif mencari saluran informasi formal dan berbagai sikap dan tindakan lain, termasuk skeptisisme dan ambivalensi (Pendleton & Chatman, 1998).

Kulthau menjelaskan proses information seeking sebagai inisiasi, pemilihan, eksplorasi, perumusan, pengumpulan, dan presentasi.

1. Inisiasi.

Inisiasi dimulai dengan pengakuan kebutuhan informasi dan melibatkan upaya pertama untuk menyelesaikan ketidakpastian. Dalam teori psikologi perilaku, ketidakpastian, kebaruan, dan varietas memberikan motivasi awal untuk mencari informasi (Wenworth & Witryol, 1990). Keinginan psikologis untuk memprediksi hasil, untuk mengetahui yang tidak diketahui, atau untuk memperluas jangkauan pengalaman berfungsi sebagai daya dorong utama untuk mencari informasi dari perspektif behavioris. George Kelly berangkat dari kedua behaviorisme dan psikologi kognitif tradisional untuk menyarankan pengetahuan itu, dan informasi mencari yang membangun pengetahuan, muncul dari konstruksi pribadi ketimbang pengambilan murni obyektif dan aplikasi. Proses dan produk dari konstruksi ini adalah pengalaman unik dipengaruhi oleh keadaan kognitif, afektif, dan material individu.

2. Seleksi

Dalam proses pencarian modelnya, Kulthau menjelaskan tantangan dan menekankan bahwa individu harus didorong untuk melanjutkan langkahnya dalam proses seleksi. Selanjutnya individu cenderung untuk menilai informasi yang diperolehnya dari tangan pertama dalam lingkup kehidupan sehari-hari, seperti belajar dari mereka sendiri dan mencari saran dari orang lain dalam kelompok sosial mereka (Pendleton & Chatman, 1998, Myers, 1998). Dari perspektif sosial, pencarian informasi dapat dianggap sebagai proses sosial yang normatif, sebuah cara dimana individu mengidentifikasi, beradaptasi, dan

mentrasfer nilai-nilai, keyakinan, ide, dan kode perilaku. Mencari informasi adalah komunikasi, dan komunikasi lebih dari sekedar pertukaran data substantif, namun disitu terdapat hubungan dimana para partisipan berbagi ide-ide tentang diri sendiri, kohort mereka, maupun hal-hal lain di luar hubungan.

3. Koleksi. Diartikan sebagai kegiatan mengumpulkan sumber daya yang mengarah pada hal-hal yang telah dirumuskan. Pada titik ini individu harus memiliki pemahaman umum tentang prinsip-prinsip dan konsep yang mendasari masalahnya untuk membuat keputusan yang tepat. Jika tujuan mencari informasi adalah untuk mengembangkan pemahaman pribadi, maka koleksi melibatkan lebih dari menerima atau menolak bit data. Koleksi memerlukan individu untuk memilih tidak hanya apa yang berkaitan dengan apa yang menjadi perhatian tetapi juga menentukan bagaimana setiap ide baru tepat menjadi solusi.
4. Presentasi. Kuhlthau menggambarkan tahap presentasi dalam proses pencarian informasi dimana pengetahuan baru yang didapatkan digunakan sebagai alat untuk perlawanan atau asimilasi. Hal ini dapat membantu memecahkan masalah (Kuhlthau, 1993: 115)

b. Proses Pencarian Informasi

Ketika seseorang membutuhkan informasi tentang sesuatu, maka tidak serta informasi yang diinginkan akan tersaji di depannya, namun seseorang perlu melakukan upaya pencarian dengan berbagai cara melalui berbagai sumber. Dalam hal ini terjadi sebuah proses pencarian. Adapun proses tersebut dijelaskan oleh Donohew dan Tipton sebagai berikut

- 1) Proses dimulai ketika individu diterpa oleh sejumlah stimuli.
- 2) Tahap berikutnya terjadi perbandingan antara stimuli (informasi) dan *image of reality* yang dimiliki individu tersebut.
- 3) Berikutnya muncul persoalan tentang apakah stimuli tersebut menuntut suatu tindakan. Selanjutnya, individu memerlukan *feedback* dari tindakannya untuk mengevaluasi efektivitas tindakannya. Proses ini dapat menghasilkan revisi pada *images of reality* seseorang.

Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan bahwa ketika seseorang menerima serangkaian pesan akan terjadi proses dalam dirinya untuk membandingkan apa yang telah diterimanya itu dengan gambaran/pengetahuan yang sebelumnya telah dimilikinya. Jika pesan yang diterimanya itu menuntut seseorang untuk lebih jauh lagi melakukan suatu Tindakan maka dia memerlukan umpan balik sebagai upaya untuk mengevaluasi apakah tindakannya tersebut efektif atau tidak.

B. KERANGKA KONSEP

1. Kebutuhan Informasi

Menurut Krikelas (dalam Purnawati, 2008), kebutuhan informasi adalah pengakuan tentang adanya ketidakpastian dalam diri seseorang yang mendorong seseorang untuk mencari informasi. Dalam kehidupan yang sempurna, kebutuhan informasi (*information needs*) sama dengan keinginan informasi (*information wants*), namun pada umumnya ada kendala seperti ketiadaan waktu, kemampuan, biaya, faktor fisik, dan faktor individu lainnya,

yang menyebabkan tidak semua kebutuhan informasi menjadi keinginan informasi.

Berdasarkan penjelasan Taylor ada 4 tingkatan yang dilalui oleh pikiran manusia sebelum sebuah kebutuhan benar-benar terwujud secara pasti:

1. *Visceral need*, yaitu ketika kebutuhan informasi belum sungguh-sungguh dikenali sebagai kebutuhan, sebab belum dapat dikaitkan dengan pengalaman-pengalaman seseorang dalam hidupnya.
2. *Conscious need*, yaitu ketika seseorang mulai merenungkan apa yang sesungguhnya ia butuhkan.
3. *Formalized need*, yaitu ketika seseorang mulai secara lebih jelas dan terpadu dapat mengenali kebutuhannya, dan mungkin di saat inilah ia baru dapat menyatakan kebutuhannya pada orang lain.
4. *Compromised need*, yaitu ketika seseorang mengubah rumusan kebutuhannya karena mengantisipasi, atau bereaksi terhadap kondisi tertentu.

Dijelaskan pula oleh Saracevic et al. (1988) menyatakan bahwa penelitian tentang kebutuhan informasi harus memperhatikan faktor-faktor berikut:

- a. *Persepsi seseorang terhadap masalah yang dihadapi.*

Berkaitan dengan bagaimana seseorang melihat (mempersepsi) hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhannya

- b. *Rencana seseorang dalam penggunaan informasi*

Ketika seseorang membutuhkan informasi, sedikit banyak ia sudah punya anggapan-anggapan tentang kegunaan informasi tersebut.

- c. *Kondisi pengetahuan seseorang yang relevan dengan kebutuhannya.*

Ini adalah unsur penting untuk melihat seberapa besar “gap” yang ada di benak

seseorang antara apa yang diketahuinya dan apa yang belum diketahuinya.

d. *Dugaan seseorang tentang kesediaan informasi*

Seseorang selalu punya bayangan tentang sumber informasi yang tersedia di sekitarnya.

2. Pengertian Komunikasi

Menurut Suprpto (2011 : 6) ”komunikasi merupakan interaksi antarpribadi yang menggunakan sistem simbol linguistik, seperti simbol verbal (kata-kata) dan non verbal. Sistem ini dapat di sosialisasikan secara langsung/tatapmuka atau media lain (tulisan, oral, dan visual)”.

Menurut Cangara (2010 : 20) “komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.

Menurut Daryanto (2011:58), “komunikasi didefinisikan sebagai pemberitahuan tentang sesuatu dan atau berdialog dan atau bermusyawarah kepada umum dan atau suatu komunitas tertentu, dimana si pembawa pesan mengirimkan umpan balik (*feedback*), dari siapa yang diberitahukan ataudipermusyawarakan tersebut”.

Menurut Liliweri (2011: 37) mengungkapkan definisi

Komunikasi adalah pertukaran informasi, ide, sikap, emosi, pendapat atau instruksi antara individu atau kelompok yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu, memahami dan mengkoordinasikan suatu aktivitas. Komunikasi merupakan sesuatu yang sangat esensial bagi efektivitas operasi organisasi. Dalam sebuah organisasi memang perlu adanya komunikasi agar kinerja dan koordinasi bisa berjalan dengan efektif.

a. Proses Komunikasi

Menurut Effendy (2011 : 11) proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan sekunder :

1. Proses Komunikasi secara Primer
Adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambing (*symbol*) sebagai media. Media primer atau lambing yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.
2. Proses Komunikasi secara Sekunder
Adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat sebagai media kedua setelah memakai lambing sebagai media pertama. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan lain sebagainya adalah media kedua yang digunakan dalam komunikasi. Umpan balik dalam komunikasi dalam media terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda (*delayed feedback*), karena sampainya reaksi khalayak kepada komunikator membutuhkan waktu.

b. Unsur – Unsur Komunikasi

Mengutip dari Effendy (2011 : 18-19) tentang unsur-unsur dalam komunikasi adalah sebagai berikut :

- a. *Sender* : komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding* : penyajian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambing.
- c. *Message* : pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. *Media* : saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding* : pengawasan, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. *Receiver* : komunikan menerima pesan dari komunikator.
- g. *Response* : tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. *Feedback* : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. *Noise* : gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

c. Tujuan Komunikasi

Menurut Widjaja (2010 : 9-10) dalam bukunya komunikasi mempunyai beberapa tujuan :

- a. Supaya informasi yang disampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus dapat menjelaskan kepada komunikandengan sebaik-baiknya.
- b. Memahami orang lain. Selain menyampaikan informasi juga harus dapat mencari informasi kepada komunikan agar mengetahui tentang apa yang diinginkannya.
- c. Gagasan dapat diterima. Komunikator harus berusaha agar gagasan yang dikirimkan dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan persuasive bukan dengan memaksakan kehendak.
- d. Menggerakkan orang lain untuk dapat sesuatu. Menggerakkan sesuatu ada bermacam-macam jenisnya salah satunya berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksudkan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.

d. Sifat Komunikasi

Menurut Effendy (2011:7) komunikasi dapat ditinjau dari sifatnya yang dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

1. Komunikasi Verbal (*verbal communication*):
 - a. Komunikasi lisan (*oral communication*).
 - b. Komunikasi tulisan / cetak (*written communication*).
2. Komunikasi Non-verbal (*nonverbal communication*):
 - a. Komunikasi yang mencakup komunikasi kial/ isyarat badan (*body communication*).
 - b. Komunikasi gambar(*pictorial communication*).
3. Komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*).
4. Komunikasi bermedia (*mediated communication*).

e. Jenis – Jenis Komunikasi

Menurut Mulyana (2011 : 69) jenis komunikasi menjadi enam jenis, yaitu:

1. Komunikasi Interpribadi : merupakan komunikasi dengan dirisendiri, baik kita sadari atau tidak.
2. Komunikasi Antarpribadi : merupakan komunikasi antar orang-orang secara tatap muka yang memberikan reaksi baik verbal maupun non verbal.

3. Komunikasi Kelompok : merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama. Berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama.
4. Komunikasi Publik : merupakan komunikasi antara pembicara dengan sejumlah besar khalayak.
5. Komunikasi Organisasi : merupakan komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal.
6. Komunikasi Massa : merupakan komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak ataupun elektronik.

2. Komunikasi Massa

Menurut Nurudin (2009 : 2) “komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca atau pendengar atau penonton yang akan coba diraihinya, efeknya terhadap mereka”.

Definisi komunikasi massa menurut Effendy (2011 : 20)

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya., terutama dalam hal menjangkau komunikan. Dengan adanya media modern memungkinkan berjuta-juta orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi ke hampir seluruh pelosok dunia.

Menurut Elvinaro dan Lukiati (2007: 3) “*mass communication is messages communicated throught a mass medium to large number people*” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang)”.

Menurut Liliweri (2011: 3), “komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan meninggalkan efek tertentu”.

Menurut McQuail (2011 : 32) “komunikator dalam komunikasi massa bukanlah satu orang melainkan sebuah organisasi formal. Komunikasi massa menciptakan pengaruh secara luas dalam waktu singkat kepada banyak orang serentak”.

Menurut Vivian (2008:450) “komunikasi massa sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur atau membujuk”.

a. Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Cangara (2010 : 126-127), komunikasi massa memiliki karakteristik yang khas diantaranya :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

b. Komponen Komunikasi Massa

Menurut Nurudin (2009 : 133) komponen komunikasi massa, antara lain:

1. Komunikator
Terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massa, dan didistribusikan kepada massa.

2. **Pesan**
Pesannya bersifat umum, penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda dengan satu dan lainnya.
3. **Media**
Mampu memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*).
4. **Khalayak**
Khalayak yang dituju adalah sejumlah besar khalayak. Khalayaknya bersifat anonim dan heterogen.
5. **Filter dan Regulator Komunikasi Massa**
Khalayak akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, dan sebagainya. Oleh sebab itu pesannya akan disaring oleh khalayak yang menerimanya.
6. *Gatekeeper*
Dalam proses perjalanannya sebuah pesan terhadap penerima pesan, pesan tersebut akan melewati *Gatekeeper* untuk disaring terlebih dahulu.

c. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Elvinaro (2007 : 18) fungsi komunikasi tidak secara umum, yaitu:

1. Fungsi Informasi

Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

2. Fungsi Pendidikan

Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan dan artikel. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

4. Fungsi Menghibur

Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikirankhalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikirankhalayak segar kembali.

d. Efek Komunikasi Massa

Menurut Liliweri (2011 : 39), secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yaitu :

1. Efek kognitif, pesan komunikasi massa mengakibatkan konsumen berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek afektif, pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari konsumen. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
3. Efek konatif, pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

3. Sumber Informasi

a. Media Massa

Menurut Cangara (2010:123) “media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi”.

Menurut Nurudin (2009 : 9) “media massa sebagai alat komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis media komunikasi lain adalah dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu, media massa dapat menyebarkan pesan (informasi) hampir seketika pada waktu yang tak terbatas”.

a. Karakteristik Media Massa

Soyomukti (2010:199) mengatakan bahwa sebagai bentuk komunikasi massa, media massa memiliki karakter yang bisa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, antara lain :

- a. Publisitas, yakni bahwa media massa adalah produk pesan dan informasi yang disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak, massa;
 - b. Universalitas, yaitu bahwa pesannya bersifat umum dan tidak dibatasi pada tema-tema khusus, berisi segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum);
 - c. Periodisitas, waktu terbit tayangnya bersifat tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari;
 - d. Kontinuitas, berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbit; dan
 - e. Aktualitas berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada politik.
4. Menjangkau khalayak secara luas. Dengan adanya satu stasiun pemancar pesan atau informasi dapat disampaikan dalam cakupan satu negara. Namun dalam karakteristik ini sistem ekonomi dan sosial juga ikut berperan.
 5. Berusaha membidik sasaran tertentu, informasi yang disampaikan harus menarik minat orang-orang sehingga informasi tersebut disalurkan kepada orang lain. Komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya. Ada interaksi tertentu yang berlangsung antara media dan masyarakat. Untuk memahami sebuah masyarakat kita harus menelaah latar belakang, asumsi dan keyakinan-keyakinan dasarnya. Untuk itu diperlukan penguasaan atas sejarah, sosiologi, ilmu ekonomi dan filsafat demi memahami sebuah masyarakat secara benar.

a. Ciri-Ciri Media Massa

1. Sifatnya satu arah, walaupun beberapa media massa terkadang melibatkan khalayak secara langsung dengan diadakannya dialog interaktif, namun itu hanya untuk kepentingan terbatas.
2. Selalu ada proses seleksi misalnya, setiap media memilih khalayaknya, demikian juga dengan khalayak yang juga menyeleksi medianya, baik jenis maupun isi siaran dan berita, serta waktu untuk menikmatinya.

3. Menjangkau khalayak secara luas. Dengan adanya satu stasiun pemancar pesan atau informasi dapat disampaikan dalam cakupan satu negara. Namun dalam karakteristik ini sistem ekonomi dan sosial juga ikut berperan.
4. Berusaha membidik sasaran tertentu, informasi yang disampaikan harus menarik minat orang-orang sehingga informasi tersebut disalurkan kepada orang lain Komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya. Ada interaksi tertentu yang berlangsung antara media dan masyarakat. Untuk memahami sebuah masyarakat kita harus menelaah latar belakang, asumsi dan keyakinan-keyakinan dasarnya. Untuk itu diperlukan penguasaan atas sejarah, sosiologi, ilmu ekonomi dan filsafat demi memahami sebuah masyarakat secara benar.

b. Bentuk-Bentuk Media Massa

Media massa pada dasarnya dapat dibagi mejadi dua katagori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film

1. Surat Kabar

Koran (dari bahasa Belanda: *Krant*, dari bahasa Prancis *courant*) atau surat kabar adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa even politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, cuaca. Surat kabar juga biasa berisi karikatur yang biasanya dijadikan bahan sindiran lewat gambar berkenaan dengan masalah- masalah tertentu, komik, TTS dan hiburan lainnya. Jenis surat kabar umum biasanya diterbitkan setiap hari, kecuali pada hari-hari libur. Surat kabar sore juga umum di beberapa negara. Selain itu, juga terdapat surat kabar mingguan yang biasanya lebih kecil dan kurang prestisius dibandingkan dengan surat kabar harian dan isinya biasanya lebih bersifat hiburan.

2. Majalah

Majalah adalah salah satu jenis dari media massa. Majalah terdiri dari sekumpulan kertas cetakan yang disatukan. Tulisan-tulisan di dalam majalah dibuat bukan oleh tulisan tangan, namun oleh suatu mesincetak. Tidak ada ketentuan baku dalam penyusunan isi sebuah majalah. Majalah biasanya berisi berbagai macam topik tulisan yang sesuai dengan tujuan dan topik dari majalah yang bersangkutan. Bukan hanya terdapat tulisan, di dalam majalah juga ada gambar-gambar yang bertujuan sebagai ilustrasi dari tulisan dan juga bertujuan untuk membuat isi majalah menjadi cantik dan menarik. Gambar-gambar tersebut bisa berbentuk gambar orang, gambar benda, atau gambar kartun.

3. Radio Siaran

Menurut Ma'arif (2010 : 163) “radio sebagai salah satu mediamassa elektronik mampu memberikan penyegaran informasi dan hiburan bagi masyarakat. Media ini mudah dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas karena harganya relatif murah dan cara penggunaannya yang gampang”.

4. Televisi

Menurut Rahmawati dan Rusnandi (2011:3)

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun warna. Kata televisi merupakan gabungan dari kata *tele* yang berarti jauh dan *visio* yang berarti penglihatan. Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh.

5. Film

Menurut Arsyad (2003 : 45) “film merupakan kumpulan dari beberapa gambar yang berada di dalam frame, dimana frame demi Covid-19, media TV, pencari informasi, masyarakat perkotaan

Tabel 2.1. Kelebihan dan Kelemahan Media Cetak dan Elektronik

Jenis media	Sifat
Cetak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat dibaca, dimana dan kapan saja 2. Dapat dibaca berulang-ulang 3. Daya rangsang rendah 4. Pengolahan bisa mekanik dan bisa elektrik 5. Biaya relative rendah 6. Daya jangkau terbatas
Radio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat didengarkan bila siaran 2. Dapat didengar Kembali bila diputar 3. Daya rangsang rendah 4. Elektris 5. Relative murah 6. Daya jangkau luas
Televisi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat didengar dan dilihat bila sedang siaran 2. Dapat dilihat dan didengar kembali bila diputar kembali 3. Daya rangsang sangat tinggi 4. Elektris 5. Sangat mahal 6. Daya jangkau luas

e. Efek Media Massa

Efek adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh sebab/perbuatan. Efek komunikasi massa adalah hasil yang ditimbulkan sebagai akibat diterimanya suatu pesan melalui media massa.

Menurut Steven M. Chaffee dalam Vera (2010 : 47), efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan:

1. Pendekatan pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri.
2. Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif dan behavioral.
3. Pendekatan ketiga adalah observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang dikenal efek komunikasi massa

Menurut Elvinaro (2007 : 50) merumuskan efek komunikasi massa/media massa yaitu:

1. Efek Kognitif Perilaku dimana individu mencapai tingkat tahu pada objek yang diperkenalkan. Akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif bagaimana media massa berpengaruh dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan ketrampilan kognitifnya. Sehingga khalayak/penonton dapat menghilangkan ambiguitasnya yaitu berawal dari ketidaktahuan, tidak mengerti dan bingung menjadi jelas. Sehingga khalayak/penonton dapat menghilangkan ambiguitasnya yaitu berawal dari ketidaktahuan, tidak mengerti dan bingung menjadi jelas.
2. Efek Afektif Tujuan dari komunikasi massa tidak hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu melainkan ikut juga merasakan dari informasi yang diterimanya.
3. Efek Behavioral Efek behavioral adalah efek yang menggerakkan. Efek ini yang timbul dari diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.

4. Televisi

Menurut Rahmawati dan Rusmandi (2011:3), Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang dikenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun warna. Kata televisi merupakan gabungan dari kata tele yang berarti jauh dan visio yang berarti penglihatan.

Sehingga televisi dapat diartikan sebagai telekomunikasi yang dapat dilihat dari jarak jauh. Pengertian televisi menurut McQuail (2011 : 63) Televisi adalah salah satu media massa yang mempunyai berbagai fungsi. Fungsi televisi adalah sebagai alat informasi bagi masyarakat yang membutuhkan informasi baik nasional maupun internasional. Informasi ini berguna untuk menambahkan ilmu pengetahuan mereka akan berita yang diserap oleh masyarakat yang menggunakan media tersebut.

Sedangkan menurut Wibowo (2009 : 17) Televisi adalah sebagai bagian dari kebudayaan audio visual dan merupakan medium paling berpengaruh dalam membentuk sikap dan kepribadian masyarakat secara luas.

Unsur esensial dari kebudayaan televisi berupa penggunaan bahasa verbal dan visual, sekaligus dalam rangka menyampaikan sesuatu seperti pesan, informasi, pengajaran, ilmu dan hiburan. Kultur yang dibawa oleh televisi dengan sendirinya mulai tumbuh di masyarakat.

a. Fungsi Televisi

Fungsi televisi menurut Morissan (2011:27) adalah :

- a. Fungsi Informasi Seseorang menggunakan media massa untuk mengetahui sesuatu atau memperoleh informasi tentang sesuatu.
- b. Fungsi Hiburan Kebutuhan dasar lainnya pada manusia adalah hiburan dan orang mencari hiburan salah satunya kepada media massa. Fungsi hiburan menjadi dominan karena lebih banyak mendatangkan iklan yang merupakan nyawa bagi kelangsungan hidup suatu stasiun televisi.
- c. Fungsi Pendidikan Program-program yang mengemas tayangan-tayangan bertema pendidikan, melalui isinya dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang.

3. Pencarian Informasi

a. Informasi

Tanpa disadari setiap saat kita membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik yang berkaitan dengan pekerjaan, belajar, hiburan dan sebagainya. Dapat dikatakan bahwa informasi diperlukan untuk memecahkan permasalahan kehidupan sehari-hari. Karena itu informasi berfungsi untuk mengurangi ketidakpastian (entropy).

Menurut Effendy (2011 : 177) “informasi adalah data yang telah diolah untuk disampaikan kepada yang memerlukan untuk mengambil keputusan mengenai suatu hal”.

Dijelaskan juga oleh Mulyanto (2009:12) bahwa “informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya, sedangkan data merupakan sumber informasi yang menggambarkan suatu kejadian yang nyata”.

Menurut sudut pandang dunia kepustakaan dan perpustakaan dalam Pawit (2009 : 11) Informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga putusan-putusan yang dibuat seseorang. Sebuah fenomena akan menjadi informasi jika ada orang yang melihatnya atau menyaksikannya bahkan mungkin merekamnya. Hasil kesaksian atau rekaman dari orang yang melihat atau menyaksikan peristiwa atau fenomena itulah yang dimaksud dengan informasi.

b. Pencarian informasi

Pencarian informasi (*information gathering*) adalah keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang sesuatu, seseorang atau permasalahan.

Hal ini meliputi pencarian informasi secara mendalam, di luar pertanyaan rutin atau lebih dari yang dituntut dalam pekerjaan. Termasuk “menggali” untuk mendapatkan informasi yang akurat.

Mengenai pencarian informasi menurut Daryanto (2014 : 159) Dalam menilai suatu situasi, seseorang memberikan prioritas lebih pada suatu stimuli dibandingkan stimuli lainnya, maka diadapat memilih untuk mencukupkan pencarian informasinya atau mencari informasi lebih jauh. Dalam hal yang kedua, orang tersebut harus menentukan kebutuhan-kebutuhan informasinya dan menilai sumber-sumber yang potensial untuk menjawab kebutuhannya. Seandainya terdapat lebih dari satu sumber informasi yang potensial, orang tersebut harus memikirkan strategi informasi apa yang dipilih (luas atau sempit). Apa pun pilihan strateginya, seseorang akan mencapai titik dimana dia sudah merasa cukup mendapatkan informasi, yang biasanya akan dilanjutkan dengan dilakukannya suatu tindakan.

Menurut Ellis dalam Case (2002 : 239-240) mengelompokkan kegiatan-kegiatan pencarian informasi:

- a. *Starting*, yaitu kegiatan yang sifatnya pencarian awal informasi seperti mengidentifikasi referensi yang dapat menjadi titik awal daur pencarian.
- b. *Chaining*, yaitu kegiatan membuat rangkaian situasi atau antar materi atau sumber sumber yang diidentifikasi selama aktivitas.
- c. *Browsing*, yaitu kegiatan mencari informasi di wilayah tertentu yang dianggap memiliki potensi. Kegiatan ini tidak hanya membaca sekilas jurnal yang sudah dipublikasikan dan table isi saja tetapi juga referensi dan abstrak yang menyertai sumber informasi tersebut.
- d. *Differentiating*, yaitu kegiatan memilah informasi yang diperoleh dengan memanfaatkan pengetahuan mengenai perbedaan ciri-ciri sumber informasi.
- e. *Mentoring*, yaitu kegiatan memantau perkembangan di lapangan dengan mengikuti sumber-sumber tertentu yang telah dipilih secara teratur.
- f. *Extracting*, yaitu aktivitas yang berhubungan dengan melanjutkan pencarian dengan menggali lebih dalam sumber informasi dan mengidentifikasi relevansi materi yang ada dengan selektif.

4. Covid-19

Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Virus baru dan penyakit yang disebabkan ini tidak dikenal sebelum mulainya wabah di Wuhan, Tiongkok, bulan Desember 2019. Covid-19 ini sekarang menjadi sebuah pandemi yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia.

Corona virus adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis corona virus diketahui menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Corona virus jenis baru yang ditemukan menyebabkan penyakit Covid-19. Penyakit ini dapat berujung pada pneumonia dan kegagalan multiorgan.

Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS).

Coronavirus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit Corona virus Disease-2019 (COVID-19).

Corona Virus Diseases 2019 (Covid-19) merupakan penyakit yang disebabkan oleh severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-

CoV-2). Virus tersebut merupakan virus jenis baru dari keluarga Corona virus yang dapat menyebabkan berbagai penyakit pada sistem pernapasan mulai dari gejala ringan hingga berat. SARS-CoV-2 ditularkan melalui kontak langsung dengan penderita, droplet yang dikeluarkan penderita pada saat batuk/bersin, serta tangan yang menyentuh mulut, hidung, dan mata setelah menyentuh benda-benda yang terkontaminasi virus tersebut.

c. Penyebab Covid-19

COVID-19 disebabkan oleh SARS-CoV-2, yaitu virus jenis baru dari *coronavirus* (kelompok virus yang menginfeksi sistem pernapasan). Infeksi virus Corona bisa menyebabkan infeksi pernapasan ringan sampai sedang, seperti flu, atau infeksi sistem pernapasan dan paru-paru, seperti pneumonia.

COVID-19 awalnya ditularkan dari hewan ke manusia. Setelah itu, diketahui bahwa infeksi ini juga bisa menular dari manusia ke manusia.

Penularannya bisa melalui cara-cara berikut:

1. Tidak sengaja menghirup percikan ludah (droplet) yang keluar saat penderita COVID-19 bersin atau batuk
2. Memegang mulut, hidung, atau mata tanpa mencuci tangan terlebih dulu, setelah menyentuh benda yang terkena droplet penderita COVID-19
3. Kontak jarak dekat (kurang dari 2 meter) dengan penderita COVID-19 tanpa mengenakan masker

Covid-19 disebabkan oleh koronavirus sindrom pernapasan akut berat 2 (SARS-CoV-2 atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2*).

Virus ini menyebar melalui percikan (*droplets*) dari saluran pernapasan yang dikeluarkan saat sedang batuk atau bersin. Sebuah penelitian di Jepang sedang mempelajari kemungkinan penularan dapat terjadi melalui microdroplets yang melayang-layang di udara.

Hal yang perlu ditegaskan, beberapa virus corona dapat menyebabkan gejala yang parah. Infeksinya dapat berubah menjadi bronkitis dan pneumonia (disebabkan oleh COVID-19), yang mengakibatkan gejala seperti:

- Demam yang mungkin cukup tinggi bila pasien mengidap *pneumonia*.
- Batuk dengan lendir.
- Sesak napas.
- Nyeri dada atau sesak saat bernapas dan batuk.

Infeksi bisa semakin parah bila menyerang kelompok individu tertentu. Contohnya, orang dengan penyakit jantung atau paru-paru, orang dengan sistem kekebalan yang lemah, bayi, dan lansia.

d. Cara Penularan Covid-19

Setiap orang pada dasarnya dapat terinfeksi dari penderita covid-19. Berbagai virus sebenarnya ada disekitar kehidupan manusia namun kekebalan tubuh manusia itu sendiri yang bisa menjaga agar tetap sehat. Berbagai antivirus sudah tersedia sehingga masyarakat bisa memperoleh kekebalan , namun hal ini berbeda dengan vvirus covid-19 sebab termasuk virus baru sehingga belum ada obat yang bisa digunakan. Virus covid dalam waktu singkat menyebar dan menjadi pandemic di semua belahan dunia.

Penyakit ini dapat menyebar melalui tetesan kecil (droplet) dari hidung atau mulut pada saat batuk atau bersin. Droplet tersebut kemudian jatuh pada benda di sekitarnya. Kemudian jika ada orang lain menyentuh benda yang sudah terkontaminasi dengan droplet tersebut, lalu orang itu menyentuh mata, hidung atau mulut (segitiga wajah), maka orangitu dapat terinfeksi COVID-19.

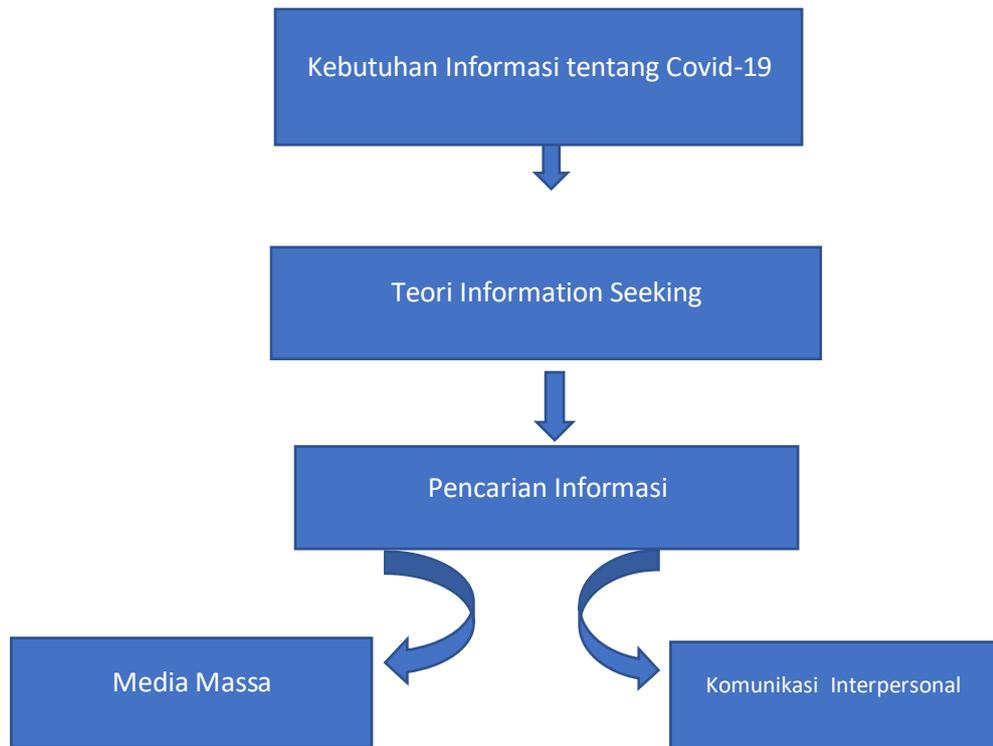
Atau bisa juga seseorang terinfeksi COVID-19 ketika tanpa sengaja menghirup droplet dari penderita. Inilah sebabnya mengapa kita penting untuk menjaga jarak hingga kurang lebih satu meter dari orang yang sakit.

e. Cara Mencegah Penularan Covid-19

Coronavirus dapat dicegah dengan metode PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat), di antaranya:

1. Pastikan tangan Anda selalu dalam kondisi bersih, dengan rutin mencuci tangan menggunakan air dan sabun atau *hand sanitizer*
2. Tutupi hidung dan mulut ketika batuk dan bersin dengan tisu atau bagian siku
3. Hindari kontak langsung dengan orang yang sedang flu, demam, maupun gejala flu lainnya.
4. Hindari makanan mentah dan selalu mengonsumsi makanan matang
5. Hindari kontak langsung dengan hewan ternak dan liar tanpa perlindungan apapun
6. Hindari menyentuh mata, mulut, dan hidung menggunakan tangan
7. Rajin olahraga dan istirahat yang cukup
8. Konsumsi gizi seimbang dengan perbanyak sayur dan buah

5. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

6. Penelitian Terdahulu

Aliyah Lathifah, 2016, Media Televisi Sebagai Sumber Berita Studiterhadap program *Breaking News* . Televisi Sebagai Sumber Berita(Studi terhadap program *Breaking News* Metro TV) penting bagi para khalayak. Berita- berita pada siaran breaking news sangat berdampak, baik berdampak Terhadap masyarakat, ekonomi, sosial dan pemerintah.

Sehingga karakteristiknya, yaitu dapat menghentikan siaran apapun yang sedang berlangsung karena sifatnya menyela. Sebagai penyedia layanan informasi, Metro TV dan televisi lainnya bersaing untuk menjadi media berita tercepat dalam menyiarkan breaking news karena disitulah salah satu keunggulan sebuah media dinilai

Rinda Kurnianingsih 2016 Analisis Faktor Pendorong Pencarian Informasi ProdukFashion di MediaSosial Instagram Kuantitatif Hasil pada penelitian ini.Menghasilkan dua faktor Pendorong Pencarian informasi produk fashion di media sosial Instagram diperoleh melalui

analisis faktor. Faktor pertama adalah consumer need for uniqueness factor memiliki nilai % of variance tertinggi yakni 44.05%, faktor kedua adalah Role-relaxed Consumption memiliki nilai % of variance tertinggi yakni 57,4% kemudian item yang paling dominan yang mendorong pencarian informasi produk fashion di media sosial Instagram berdasarkan factor loading terbesar adalah consumer need for uniqueness sebesar 0,847

Muchammad Wahyu Adiyanto 2018 Pengaruh Terpaan Tayangan Review Otomotif Di Youtube Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Otomotif Uses and Gratifications Kuantitatif Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai T hitung (9.294) > T table (1,984) maka H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh terpaan tayangan review otomotif channel Autonetmagz terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi subscribers review otomotif channel Autonetmagz.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Untuk memperoleh gambaran yang luas dan lengkap dari hasil penelitian mengenai Pencarian Informasi Tentang Covid-19 pada Masyarakat Urban , peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2010 : 1)

Penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek ilmiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis, dan bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif menekankan makna pada generalisasi.

Menurut Kriyantono (2012 : 56) “penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam- dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya”.

Sedangkan Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2011 : 5), menyatakan “penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada”.

Berdasarkan penjelasan Saryono (2010 : 1) “penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan, melalui pendekatan kuantitatif.

Menurut Mulyana (2013 : 27) “penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pengetahuan faktual, mengenai berbagai gejala yang muncul sepanjang proses pertukaran pesan”.

Daymon dan Holloway dalam Tohirin (2012 : 3) mengemukakan karakteristik penelitian kualitatif sebagai berikut :

1. Berfokus pada kata.
2. Menuntut keterlibatan peneliti (partisipatif).
3. Dipengaruhi sudut pandang partisipan (orang yang menjadi sumber data).
4. Fokus pada penelitian yang holistic (menyeluruh dan mendalam)
5. Desain dan penelitiannya bersifat fleksibel.
6. Lebih mengutamakan proses daripada hasil.
7. Menggunakan latar alami.
8. Menggunakan analisis induktif baru deduktif.

B. Jenis Penelitian

Menurut Kriyantono (2012 : 69) “berdasarkan tataran atau cara menganalisis data, dikenal beberapa jenis atau tipe riset yaitu jenis eksploratif, jenis deskriptif, jenis eksplanatif, dan jenis evaluatif”.

Menurut Suryabrata (2010 : 76) penelitian deskriptif adalah

Penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Dalam arti ini penelitian deskriptif itu adalah akumulasi data dasar dalam cara deskriptif semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, mentest hipotesis, membuat ramalan atau mendapatkan makna dan implikasi, walaupun penelitian yang

bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat mencakup juga metode-metode deskriptif.

Menurut Isac dan Michael dalam Rahmat (2007 : 26) “penelitian yang bersifat deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis atau

karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat”.

Menurut Moleong (2011 : 11) “data yang dikumpulkan berupakata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya”.

Menurut Noor (2011 : 35) penelitian deskriptif memiliki langkah-langkah tertentu dalam pelaksanaannya, yaitu :

1. Diawali dengan adanya masalah.
2. Menentukan jenis informasi yang diperlukan.
3. Menentukan prosedur pengumpulan data melalui observasi atau pengamatan.
4. Pengolahan informasi atau data.
5. Menarik kesimpulan penelitian.

C. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2010 : 3) mengemukakan bahwa “metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian merupakan cara yang digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan kebutuhan.

Dalam melakukan penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif, yaitu dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan.

Menurut Moleong (2011 : 186) “wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang

memberikan jawaban atas pertanyaan itu”.

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah televisi sebagai sarana komunikasi yang digunakan oleh warga Kelurahan Pademangan Barat, Jakarta Utara. Metode penelitian ini karena peneliti ingin memberikan gambaran tentang bagaimana televisi sebagai sarana komunikasi dalam pencarian informasi Covid-19.

D. Definisi Konseptual

Menurut Moleong (2011 : 145) “definisi konseptual adalah unsur-unsur yang membantu dalam pelaksanaan proses pengumpulan data pada penelitian”. Definisi konseptual yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

1. Pencarian Informasi

Dikutip dari www.indosdm.com/kamus-kompetensi-pencarian-informasi-information-gathering diakses pada tanggal 17 Juli 2020 pukul 12:30 WIB “pencarian informasi (*information gathering*) adalah keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang sesuatu, seseorang atau permasalahan. Hal ini meliputi pencarian informasi secara mendalam, di luar pertanyaan rutin atau lebih dari yang dituntut dalam pekerjaan. Termasuk “menggali’ untuk mendapatkan informasi yang akurat”.

2. Covid-19

Coronavirus Disease 2019 atau Covid-19 adalah penyakit baru yang dapat menyebabkan gangguan pernapasan dan radang paru. Penyakit ini

disebabkan oleh infeksi Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2). Gejala klinis yang muncul beragam, mulai dari seperti gejala flu biasa (batuk, pilek, nyeri tenggorok, nyeri otot, nyeri kepala) sampai yang berkomplikasi berat (pneumonia atau sepsis).
<https://corona.jakarta.go.id/id> pada tanggal 17 Juli 2020 pukul 12:15 WIB

3. Media Massa

Pengertian media massa menurut Nurudin (2007 : 9)

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.

E. Unit Analisis

Unit analisis pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi yang diteliti obyek penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini meliputi tiga komponen menurut Spradly dalam (Sugiyono, 2010 : 68), yaitu :

1. *Place*, tempat dimana interaksi dalam penelitian berlangsung.
2. *Actor*, pelaku atau orang yang sesuai dengan objek penelitian tersebut.
3. *Activity*, kegiatan yang dilakukan dalam situasi sosial yang sedang berlangsung.

Unit analisis membantu untuk melakukan wawancara sebagai bahan dalam membuat penelitian. Berdasarkan hal tersebut, maka yang menjadi unit analisis adalah individu (bisa perorangan, seseorang, orang per orang) yaitu warga kelurahan Pademangan Barat, Jakarta Utara

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Ruslan (2006 : 259) “data merupakan fakta, fenomena, atau bahan-bahan keterangan dalam suatu penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti yang kemudian diolah (proses). Data biasanya dicatat dalam tulisan atau direkam melalui *tape cassetts*, *video*, atau *tape recorder* untuk pengambilan gambar atau film.

Menurut Sugiyono (2010 : 62) “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan dan memenuhi standar data yang ditetapkan”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya :

1. Data Primer

Menurut Kriyantono (2012 : 41) “data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset dari hasil pengisian

Menurut Sugiyono (2010 : 317) “wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat

dikontruksi makna dalam suatu topik tertentu”.

2. Data Sekunder

Prastowo (2012 : 105) mengungkapkan “data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari :

a. Studi Kepustakaan

Peneliti mengumpulkan data-data melalui kepustakaan dari berbagai sumber, seperti buku-buku, jurnal, dan bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

b. Internet (*browsing*)

Peneliti mengumpulkan data-data dengan *browsing* di internet pada website, jurnal online, buku online atau bahan *browsing* lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

c. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data-data berupa foto atau rekaman hasil wawancara dalam melakukan penelitian bersama dengan *key informan* dan *informan*.

G. Key Informan dan Informan

Menurut Moleong (2011 : 132)

Key informan adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, sedangkan *informan* adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian”. Sedangkan Informan

adalah orang-orang pada latar penelitian, informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian informan harus jujur, taat pada janji, patuh pada peraturan, suka berbicara, tidak termasuk salah satu anggota kelompok yang bertikai dalam latar penelitian, dan mempunyai pandangan tertentu tentang peristiwa yang terjadi.

Untuk memberikan data dan informasi, maka peneliti harus bisa menentukan kriteria *Key Informan* dan *Informan* yang dibutuhkan sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut data *Key Informan* dan *Informan* untuk penelitian yang sedang diteliti :

1. Key Informan

Nama : Andi Pane
 Jenis Kelamin : Pria
 Usia : 52 tahun
 Status : Ketua RW 011 di Kelurahan Pademangan Barat

2. *Informan pertama*

Nama : Yuyun Yuningsih
 Jenis Kelamin : Wanita
 Usia : 43 tahun
 Alasan : Merupakan warga Kelurahan Pademangan yang anaknya meninggal karena covid-19.

3. *Informan kedua*

Nama : Sarihab Fathoni
 Jenis Kelamin : Pria
 Usia : 59

Alasan : Sebagai Ketua RT yang wilayahnya memiliki kasus Covid-19 paling banyak

4. Informan ketiga

Nama : Asti Dini Saptiwi

Jenis Kelamin : Wanita

Usia : 28 tahun

Alasan : Penyintas covid-19

5. Informan keempat

Nama : Bibit

Jenis Kelamin : Pria

Usia : 58 tahun

Alasan : Ketua RT yang wilayahnya belum ada kasus Covid 19

6. Informan kelima

Nama : Daeng Husni

Jenis Kelamin : Pria

Usia : 42 tahun

Alasan : Sebagai wakil gugus tugas covid-19

H. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010 : 335) menyatakan bahwa “analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain”.

Menurut Sugiyono (2010 : 89) “analisis dalam penelitian kualitatif sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, Nasution menyatakan bahwa analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.

Menurut Moleong (2011 : 117) proses pengumpulan data dibagi dalam tiga tahapan, yaitu :

- Tahapan pertama : diawali dengan mereduksi kata, yaitu melakukan koding berkaitan dengan informasi-informasi penting yang berkaitan dengan masalah penelitian berikut pengelompokan data sesuai masing-masing topik permasalahan
- Tahap kedua : data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi sehingga berbentuk informasi bermakna sesuai dengan permasalahan penelitian.
- Tahap ketiga : pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap kedua sehingga dapat memberikan jawaban atas permasalahan penelitian.

Kegiatan analisis data dalam penelitian ini, dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul, baik data primer maupun data sekunder yang berupa hasil wawancara. Setelah itu hasil dari masing-masing fenomena yang ada di analisis melakukan perbandingan terhadap teori-teori yang bersumber dari buku-buku, referensi sehingga pada akhirnya sampai pada kesimpulan.

I. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis triangulasi. Triangulasi merupakan cara melihat sesuatu dari beberapa sudut pandang. Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Memotret fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang handal. Karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Menurut Moleong (2011 : 330) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding di luar data itu.

Menurut Kriyantono (2012 : 72) ada beberapa macam triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi Sumber
Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.
2. Triangulasi Waktu
Berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah.
3. Triangulasi Teori
Memanfaatkan beberapa teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu, diperlukan pengumpulan data dan analisis data yang lengkap.

4. Triangulasi Periset
Menggunakan beberapa periset ketika melakukan observasi atau wawancara. Karena setiap periset memiliki persepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena meskipun memiliki fenomena yang sama.
5. Triangulasi Metode
Menggunakan lebih dari satu teknik pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang sama.

J. Keterbatasan Penelitian

Menurut Moleong (2011 : 97) “keterbatasan dari penelitian kualitatif ini berkaitan dengan sifat penelitian kualitatif yang menekankan pada unsur proses dari pada hasil. Hal ini karena menghubungkan bagian-bagian yang detail, sehingga penelitian membutuhkan waktu panjang”.

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian terdapat kelemahan serta keterbatasan, terutama keterbatasan waktu penelitian, karena situasi pandemic tidak memungkinkan peneliti terlalu lama berinteraksi dengan masyarakat. Sehingga penelitian ini tidak mendalam dalam pembahasannya.

K. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada bulan Oktober 2020. Lokasi penelitian dilaksanakan di kelurahan Pademangan Barat, Jakarta Utara.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Tahun 2020 merupakan tahun yang cukup berat untuk dilalui bagi banyak negara di seluruh dunia termasuk Indonesia, karena di tahun ini beberapa negara diseluruh dunia dan Indonesia dilanda oleh sebuah wabah penyakit baru yang sebelumnya belum pernah ada di dunia ini yaitu Covid-19.

Covid-19 merupakan penyakit baru yang disebabkan oleh virus corona. Virus ini pertama kali mulai mewabah di Wuhan, China pada Desember 2019 dan menyebar hingga ke negara-negara lain di dunia ini. Sampai saat ini belum diketahui asal mula virus ini, yang diketahui virus ini pertama kali berasal dari hewan dan bisa menular ke spesies lain. Sampai saat ini belum ditemukan vaksin atau obat untuk mengobati penyakit Covid-19. Karena kasus Covid-19 selalu meningkat di setiap negara secara cepat dan dengan jumlah kasus yang tinggi setiap harinya, akhirnya WHO (*World Health Organization*) menyatakan bahwa Covid-19 ini merupakan sebuah pandemi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “pandemi adalah wabah yang berjangkit serempak dimana-mana, meliputi daerah geografis yang luas”. Pandemi Covid-19 ini bahkan menyebabkan wilayah-wilayah terbagi menjadi beberapa zona. Ini terjadi karena penyebaran virus Covid-19 sangat cepat sehingga zona tersebut menggambarkan kondisi suatu wilayah terkait kasus Covid-19.

Saat pandemi Covid-19 terdapat beberapa daerah yang diberi predikat sesuai kondisi pandemic yang sedang melanda dengan kriteria zona, seperti; zona hijau artinya wilayah yang tidak memiliki kasus baru Covid-19 dan risiko penularannya kecil. Zona kuning artinya ada kasus baru tapi jumlahnya hanya sedikit. Selain itu, penularan atau transmisi juga masih ada kemungkinan bisaterjadi. Zona oranye artinya kasus yang ada di wilayah tersebut sudah relatif banyak. Dalam hal transmisi atau penularannya, zona risiko sedang ini sudah dipastikan ada dan lebih luas dibandingkan zona kuning. Zona merah artinya kasus baru ditemukan sangat banyak melebihi yang ditemukan pada zona oranye. Dan transmisinya dipastikan meluas dengan cepat dibandingkan zona lainnya. Zona hitam kerap dipakai untuk menggambarkan tingkat penularan yang sangat tinggi di suatu wilayah di zona merah, tetapi Gugus Covid-19 tidak mengenal kategori zona hitam.

(sumber; <https://health.detik.com/berita-pada> 25 Juli 2020 pukul 23:40 WIB)

Setiap hari Gugus Tugas Covid-19 memberikan laporan tentang perkembangan jumlah penderita covid-19 sebagai bentuk transparansi informasi pemerintah kepada masyarakat luas. Berdasarkan data covid19.go.id, hingga tanggal 30 Juli 2020 total kasus di Indonesia telah mencapai 106.336 orang yang dinyatakan positif. Dan Jakarta merupakan kota nomor 2 di Indonesia yang memiliki kasus terbanyak, yaitu sebanyak 20.969 orang. Wabah Covid-19 sudah menyebar ke berbagai wilayah di Jakarta. Dari seluruh wilayah di Jakarta, kelurahan Pademangan Barat merupakan wilayah yang dikategorikan sebagai zona merah dan memiliki kasus tertinggi di DKI Jakarta.

Bermula di RW 011 yang memiliki kasus Covid-19 di daerah Pademangan Barat kemudian menyebar ke daerah-daerah lain. Bermula dari datangnya seorang dari tabligh akbar yang pulang dari luar negeri dan tidak mengisolasi diri serta

membagikan ceramah kesana dan kemari sehingga menularkan ke banyak orang hingga menyebar ke daerah-daerah lain di Pademangan Barat sehingga menjadikan kelurahan Pademangan Barat sebagai wilayah zona merah. Dan Pademangan Barat termasuk wilayah dengan penduduk yang cukup padat sehingga dapat menularkan virus dengan cepat, oleh sebab itu Pademangan Barat menjadi salah satu wilayah zona merah di Jakarta dan menjadi kelurahan yang memiliki kasus Covid-19 tertinggi.

Disaat pandemi seperti ini tentunya sangat dibutuhkan informasi mengenai Covid-19 karena ini merupakan penyakit baru yang harus dipelajari terkait virus ini dan juga mengetahui bagaimana situasi dan kondisi nasional maupun internasional. Karena tanpa adanya pengetahuan mengenai virus ini kita tidak bisa menjaga diri agar tidak terpapar oleh Covid-19.

Media merupakan salah satu alat yang digunakan untuk memberikan atau menyampaikan pesan atau informasi kepada penerima pesan yaitu masyarakat. Disaat seperti ini media akan menginformasikan informasi terkait Covid-19. Selama diterapkannya bekerja, beraktivitas, dan berdoa dari rumah karena pandemi ini semua orang akan mencari tau mengenai virus ini dan media dapat menjadi salah satu alat yang digunakan untuk mencari informasi tersebut. Karena Covid-19 merupakan penyakit baru dan belum ditemukan vaksinnnya, oleh sebab itu semua orang akan mencari informasi terkait Covid-19 agar dapat menjaga diri agar tidak tertular oleh penyakit ini. Ketika seseorang ingin mengetahui suatu informasi pastinya orang tersebut akan mencari informasi terkait hal yang ia butuhkan.

B. Analisis Hasil Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi non partisipan dan wawancara kepada narasumber yang dipilih berdasarkan karakteristik sesuai pada tujuan penelitian untuk mendapatkan hasil penelitian.

1. Kebutuhan Informasi tentang Covid-19

Sebagai jenis virus baru, covid 19 belum banyak diketahui oleh masyarakat. Bahkan para ahli pun hingga saat ini masih terus mempelajari karakteristik virus ini untuk menemukan obat yang tepat agar pandemi segera berhenti. Karena itu kebutuhan seseorang untuk mendapatkan informasi seputar covid-19 mendorongnya untuk melakukan pencarian informasi. Peneliti bertanya kepada *key informan* dan *informan* mengenai jenis informasi apa saja yang telah mereka dapatkan tentang Covid-19 dari media?

Seperti diungkapkan oleh Bapak Andri Pane selaku *key informan*, yaitu :

“Banyak sih ya dari cara penularan, cara pencegahan, menerapkan protokol kesehatan, jumlah kasus, PSBB. Banyak lah ya pokoknya informasi yang ingin didapatkan”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* pertama yaitu ibu Yuyun, yang mengatakan bahwa:

“ Mencari informasi agar mengetahui cara pencegahannya biar ga tertular virus ini, kaya cuci tangan atau pakai *hand sanitizer*, harus pakai masker kalau keluar, kalau dari luar langsung ke kamar mandi dan mandi jangan menyentuh apapun atau siapapun sebelum mandi”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* kedua yaitu bapak Sarihab, ia menjawab :

“Ya banyak banget ya informasi yang dibutuhkan, seperti cara memakai masker yang benar, cara penularannya bagaimana, cara mencegah biar tidak kena virus ini bagaimana, gejalanya apabila terkena virus ini”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* ketiga yaitu ibu Asti, ia menjawab :

”Informasi tentang tanda-tanda atau gejala kalo terkena Covid-19, sering cuci tangan, pakai masker, cara penularan virus ini kaya gimana”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* keempat yaitu bapak Bibit, ia menjawab :

“Banyak lah informasi yang saya ingin tau, bagaimana menyemprot disinfektan untuk pencegahan, menggunakan protokol kesehatan apabila keluar rumah seperti penggunaan masker, keharusan mencuci tangan dan ingin tahu berapa banyak kasus yang ada di setiap harinya

Jawaban yang hampir sama diberikan oleh *Informan* kelima yaitu bapak Husni, ia menjawab :

“Yang jelas untuk tahu cara bagaimana virus ini menular ke orang lain, cara pencegahannya, tapi kalo televisi jumlah kasus terus yang ditayangkan kemudia juga sebenarnya wilayah kita ini udah bukan zona merah tapi masih aja ditayangkannya kalo Pademangan ini zona merah terus. Datanya tidak sampai ke atas”.

Berdasarkan jawaban *key informan* dan *informan* diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa karena Covid-19 merupakan jenis virus baru, mereka banyak mencari informasi terkait Covid-19 yaitu cara penularan, cara pencegahan dan perkembangan kasus yang ada. Mereka mencari informasi tersebut agar dapat menjaga dan melindungi diri agar tidak terpapar dari virus tersebut. Kebutuhan informasi tersebut dapat mereka penuhi dengan mengakses media, baik media massa konvensional, seperti televisi maupun dari media online.

2. Pencarian Informasi tentang Covid-19

Ketika seseorang membutuhkan informasi tentang sesuatu, maka tidak serta

informasi yang diinginkan akan tersaji di depannya, namun seseorang perlu melakukan upaya pencarian dengan berbagai cara melalui berbagai sumber.

Berikut ini hasil wawancara dengan para informan tentang pencarian informasi covid-19.

Pertanyaan tentang bagaimana mereka melakukan pencarian informasi dijelaskan oleh Ibu Asti sebagai berikut:

”Untuk mendapatkan informasi tentang covid-19, saya nyarinya lewat media sosial aja. Soalnya udah sibuk sama aktivitas dan ada anak. Kalopun cari lewat televisi ya sebentar aja tapi itu juga jarang”.

Pendapat yang hampir sama disampaikan juga oleh Pak Bibit berikut ini:

“Iya tapi saya jarang banget. Saya nyarinya dari internet aja media sosial, youtube juga, rekaman berita televisi saya tonton lewat youtube. Karena cucu saya kalo liat saya nonton televisi dia minta disetel youtube”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada Bapak Husni, ia menjawab :

“Untuk mengetahui perkembangan Covid-19 aja ya tapi makin kesini beritanya selalu diulang-ulang, berita yang udah tayang kemarin diulang lagi di hari ini kaya korban Covid-19, total penambahan kasusnya menurut saya berita seperti itu dapat membuat kita takut dan resah sehingga ketika kita takut kekuatan imun kita akan turun dan jadi lebih mudah untuk terserang penyakit”.

Berdasarkan jawaban dari *key informan* dan *informan* diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan mereka menggunakan media televisi dan media baru untuk mencari informasi terkait Covid-19 tapi terkadang televisi tidak menayangkan informasi yang mereka butuhkan. Mereka akhirnya sering mencari informasi melalui media online. Namun kecenderungan mereka merasa ketakutan dan resah dengan informasi tentang covid-19 yang ditayangkan di televisi.

Kemudian peneliti bertanya mengenai manfaat dan efek/dampak apa yang terjadi mengenai informasi Covid-19 yang telah mereka cari dan mereka dapatkan.

Yang diungkap oleh bapak Andri Pane selaku *key informan*, yaitu :

“Ya kita jadi tau gimana cara jaga diri biar tidak terkena virus ini dengan menggunakan protokol kesehatan dan sering mencuci tangan., tau bagaimana virus ini menular, banyak lah ya. Apalagi di kelurahan ini ketika kemarin sempat melakukan PSBL karena saking banyaknya kasus yang terjadi di wilayah ini, untuk meminimalkan kasus ini. Kita juga menempelkan *sticker* di rumah semua warga berisikan bagaimana Covid-19 menular, cara pencegahannya seperti apa, dan layanan Covid-19. Kami melakukan itu agar semua warga dapat selalu membaca dan mengetahuinya sehingga bisa menerapkannya”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* pertama yaitu ibu

Yuyun, ia menjawab :

“Kita jadi lebih sering cuci tangan, yang awalnya kalau makan ya makan aja sekarang sebelum makan harus cuci tangan dulu, kalau habis pergi dari luar ketika sampai rumah harus cuci tangan dulu. Apalagi setelah anak saya meninggal karena Covid-19 kami jadi lebih menjaga kebersihan lagi. Kalo yang biasanya dari luar cuma cuci tangan aja, sekarang kalo anggota keluarga saya datang dari luar saya langsung suruh mereka pergi ke kamar mandi dan mandi, sebelum mandi dan bersih tidak boleh menyentuh apapun atau siapapun agar tidak ada lagi keluarga kami yang terkena Covid-19 lagi”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* kedua yaitu bapak

Sarihab, ia menjawab :

“Kita jadi lebih jaga diri aja sih ya. Apalagi kemarin RW 011 sempat melakukan PSBL. Di RT kami pun benar-benar kami *lockdown* buat keluar masuk itu sulit harus pakai surat. Saya juga sering menyemprotkan disinfektan dan memasang tempat cuci tangan di gerbang RT saya agar siapapun yang keluar atau masuk harus cuci tangan dahulu”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* ketiga yaitu ibu Asti,

ia menjawab :

”Manfaatnya banyak mba kita jadi suka cuci tangan dan jaga kebersihan, saya kan juga sebelumnya terkena Covid-19 sekarang jadi lebih jaga kebersihan lagi agar tidak terpapar Covid-19 lagi”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* keempat yaitu bapak

Bibit, ia menjawab :

“Manfaatnya bisa menambah pengetahuan, lalu kita bisa infokan ke orang lain informasi terkait Covid-19. Kalo saya biasa ke keluarga terlebih dahulu baru menginformasikannya ke warga. Dampaknya Bisa jaga diri dan hidup

lebih bersih karena tau cara penularan dan cara mencegahnya kita tau gimana cara jaga diri kita. Kalo saya lebih sering menghimbau warga-warga saya untuk selalu menggunakan protokol kesehatan, terutama masker ya. Dan untuk warga-warga saya kan juga mereka jarang yang suka pergi keluar-keluar dari wilayah RT palingan hanya di wilayah RT sini aja ”.

Pertanyaan yang sama juga diajukan kepada *Informan* kelima yaitu bapak Husni, ia menjawab :

“Manfaatnya banyak sih ya pakai masker dan protokol kesehatan lain untuk jaga diri. Kalo di RW saya sih ketat kemarin kita, pasang checkpoint di 3 titik selama 24 jam biar ngga sembarang orang bisa masuk ”.

Berdasarkan jawaban dari *key informan* dan *informan* diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa ketika mereka sudah mendapatkan informasi terkait Covid-19 terutama cara penularan dan cara pencegahannya mereka menjaga diri agar tidak tertular, dan untuk mereka yang pernah terkena atau ada anggota keluarga lain yang terpapar, mereka menjaga diri lebih ketat lagi agar tidak ada korban lain lagi yang terpapar dan yang telah menjadi korban tidak lagi terpapar Covid-19.

C. Pembahasan

Covid-19 merupakan suatu wabah penyakit baru yang belum diketahui secara mendetail. Yang diketahui virus ini berasal dari hewan dan bisa menular kespesies lainnya. Covid-19 dapat ditularkan melalui *droplet* (percikan). Jadi apabila ada seseorang yang positif atau terkena Covid-19 ketika dia batuk, bersin, ataupun berbicara percikan yang dihasilkan dapat tertular apabila terkena dengan anggota tubuh kita dan ketika kita memegang wajah kita virus tersebut dapat masuk melalui indera kita seperti mata, hidung, dan mulut. Percikan tersebut juga dapat menempel di pintu, meja, atau barang-barang lainnya, dan apabila kita menyentuh barang tersebut kemungkinan untuk tertular Covid-19 akan sangat besar. Oleh sebab itu kita harus

menjaga kebersihan diri agar tidak terpapar Covid-19. Dengan rajin mencuci tangan atau memakai *hand sanitizer* sebelum memegang wajah agar terhindar dari infeksi Covid-19 karena virus ini dapat masuk melalui mata, hidung, ataupun mulut.

Karena Covid-19 merupakan wabah penyakit baru yang masih diteliti oleh banyak peneliti terkait penyakit ini dan belum ada obat untuk mengobati penyakit ini. Orang-orang awam atau masyarakat pun tidak paham mengenai penyakit ini. Untuk itu masyarakat mencari informasi apa saja terkait wabah penyakit ini karena

korban yang meninggal karena penyakit Covid-19 terbilang cukup banyak.

Dalam hidup, kita selalu berkomunikasi baik secara langsung dengan orang lain ataupun melalui media sebagai perantara. Dan semua orang setiap harinya pasti membutuhkan yang namanya informasi untuk mengetahui apapun kondisi ataupun kejadian yang sedang terjadi saat ini di setiap harinya.

Media merupakan alat yang digunakan untuk penyampaian informasi yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi. Media terbagi menjadi berbagai macam. Ada media massa dan ada media baru. Media baru terdiri dari internet, *website*, ataupun media sosial. Media sosial contohnya facebook, twitter, Instagram, pinterest, dan lain sebagainya.

Sebagai media massa memiliki banyak fungsi diantaranya seperti fungsi hiburan, fungsi informasi, fungsi mengajak, dan fungsi mengedukasi. Orang-orang menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Informasi-informasi yang dibutuhkan oleh setiap individu pun berbeda-beda tergantung kebutuhan mereka masing-masing.

Penjelasan analisis data di atas yang telah dijelaskan oleh *key informan* dan *informan* serta beberapa teori yang telah disampaikan oleh para ahli, tentang televisi

sebagai sarana komunikasi dalam pencarian informasi tentang Covid-19.

Berdasarkan jawaban-jawaban yang peneliti ajukan kepada *key informan* dan *informan* dan sudah dijelaskan di atas, terdapat jawaban dari penelitian ini dan akan dijadikan pembahasan mengenai televisi sebagai sarana komunikasi dalam pencarian informasi tentang Covid-19.

Jawaban tersebut antara lain yaitu dalam pernyataan *key informan* dan *informan* yang menggunakan media televisi sebagai sarana komunikasi dalam pencarian informasi tentang Covid-19 karena Covid-19 merupakan wabah penyakit baru yang tidak diketahui secara *detail* oleh orang-orang sehingga masyarakat menggunakan televisi untuk mencari informasi apapun terkait Covid-19. Disisi lain karena Covid-19 ini menular secara cepat dan selalu meningkat kasusnya setiap hari dengan jumlah yang banyak serta banyaknya pula yang telah meninggal karena penyakit ini, Covid-19 ini telah dinyatakan oleh WHO (*World Health Organization*) menjadi sebuah pandemi. Karena pandemi ini tidak hanya menyerang Indonesia saja tetapi negara lain juga terkena pandemi Covid-19.

Karena Indonesia salah satu negara yang juga terkena Covid-19 maka media pun selalu menayangkan informasi-informasi terkait Covid-19 agar seluruh masyarakat dapat mengetahui informasi tentang wabah penyakit ini jugamengetahui perkembangannya seperti apa, apa saja upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi pandemi ini, serta informasi-informasi serta kebijakan-kebijakan pemerintah lainnya agar seluruh masyarakat dapatmengetahui situasi dan kondisi terbaru.

Setiap orang menggunakan media atau menggunakan televisi untuk

mengetahui atau mendapatkan informasi yang sedang mereka cari atau yang mereka butuhkan. Mereka menggunakan televisi untuk mencari informasi terkait Covid-19 seperti mengetahui virus ini berasal darimana, bagaimana carapenularan virus ini, bagaimana cara pencegahannya, dan bagaimana mereka menerapkannya ke dalam diri mereka untuk melindungi diri mereka agar dapat terlindungi dari wabah penyakit Covid-19.

Kebanyakan dari mereka terfokus untuk mencari cara mencegah agar wabah penyakit ini tidak menyerang diri mereka tetapi mereka mengharapkan informasi lain dari televisi agar informasi yang mereka cari dapat terpenuhi.

Untuk warga yang telah terpapar ataupun anggota keluarganya ada yang meninggal karena wabah penyakit ini, mereka lebih mengetatkan perlingdungandiri mereka. Misalnya yang terkena virus Covid-19 setelah sembuh dia lebih sering mencuci tangannya. Kemudian yang biasanya hanya mencuci tangan saja, setelah pergi dari luar, mereka harus segera membersihkan diri dengan mandi dan langsung meletakkan segala pakaian yang telah di pakai di tempat baju kotor.

Mereka menjadi lebih menjaga kebersihan diri agar tidak terpapar lagi atau tidak ada lagi anggota keluarga yang menjadi korban karena penyakit ini. Mereka menggunakan televisi hanya di awal-awal masa pandemi Covid-19 menyerang. Karena merupakan wabah penyakit baru dan juga belum ditemukannya vaksin untuk mengobati penyakit ini serta cara penularannya dengan cepat serta penyakit Covid-19 telah memakan banyak korban, tidak hanya yang terpapar tetapi juga banyak korban yang telah meninggal karena wabah penyakit Covid-19, itulah yang membuat warga mencari informasi sebanyak-banyaknya agar dapat terhindar dari penyakit penyakit ini. Mereka akan mencari informasi hingga menurut mereka, mereka sudah

cukup akan informasi yang sedang mereka cari.

Alasan mereka mencari informasi melalui televisi karena informasi yang disampaikan oleh televisi akurat apalagi bila ditayangkan pada program berita. Dan menurut mereka informasi yang ditayangkan melalui media dan disebarluaskan ke masyarakat luas sudah pasti datanya akurat, dan sebelum tayang informasi yang akan disampaikan dicek terlebih dahulu.

Tetapi ada dari mereka yang hanya merasa antusias untuk mencari informasi terkait Covid-19 di awalnya saja dan ketika mereka sudah merasa cukup menemukan informasi-informasi yang mereka butuhkan mereka menginginkan informasi lain untuk memenuhi kebutuhan lain. Misalnya seperti penambahan kasus. Setiap hari mereka terlalu sering melihat informasi-informasi mengenai penambahan kasus saja, ini terjadi di setiap harinya sehingga membuat mereka merasa bosan dan jenuh dengan informasi yang ada. Mereka mengharapkan bisa menemukan informasi lainnya. Misalnya apabila informasi mengenai penambah kasus mereka ingin mengetahui kasus tersebut dari mana saja bukan hanya angkanya saja jadi mereka bisa tau daerah mana yang terjadi penambahan kasus Covid-19 tersebut.

Selain itu mereka juga merasa bahwa semakin lama berita semakin aneh dan tidak *valid* karena informasi yang disampaikan tidak cukup jelas. Misalnya seperti penambahan kasus tapi tidak menyebutkan terjadi di wilayah mana-mana saja. Dan juga data yang ditayangkan oleh televisi tidak sesuai dengan data yang ada. Misalnya mengenai zona merah, awalnya sebuah wilayah dikategorikan sebagai zona merah di kelurahan Pademangan Barat karena memiliki jumlah kasus yang tinggi dan mengalami penyebaran virus dengan sangat cepat setiap harinya sehingga membuat wilayah tersebut menjadi salah satu zona merah di kelurahan Pademangan Barat.

Ditambah lagi menurut mereka data yang diinformasikan oleh televisi tidak *valid*, karena seperti di wilayah mereka sudah bukan zona merah lagi, karena kasus yang terjadi di wilayah tersebut sudah mengalami penurunan sejak diberlakukannya PSBL (Pembatasan Sosial Berskala Lokal) tetapi televisi masih menayangkan bahwa wilayah mereka masih masuk wilayah zona merah. Dan orang yang mengurus data terkait Covid-19 pun selalu memberikan data terbaru dan perkembangan data terkait kasus Covid-19.

Mereka berharap agar media massa bisa memberikan informasi benar-benar dicek terlebih dahulu sehingga informasi yang ditayangkan benar dan valid tidak rekayasa. Beberapa dari mereka juga beranggapan bahwa di situasi pandemic seperti saat ini sebaiknya informasi yang disajikan juga lebih disaring lagi. Tidak memberitakan informasi-informasi penambahan kasus, apalagi akhir-akhir ini penambahan kasus yang bertambah sangat banyak sehingga membuat masyarakat menjadi takut dengan kondisi pandemi yang sedang terjadi saat ini.

Mereka menyarankan bahwa informasi yang disampaikan selain terjadinya penambahan kasus perlu adanya pemberitaan yang tidak membuat masyarakat menjadi takut, misalnya seperti menginformasikan bahwa sebenarnya penyakit Covid-19 dapat sembuh meskipun belum ada vaksin atau obatnya, yaitu dengan cara mengisolasi diri meningkatkan imun tubuh dan juga disajikan beberapa informasi agar masyarakat tidak mendiskriminasi orang-orang yang telah terpapar Covid-19 tidak dilihat oleh orang lain seperti monster karena kebanyakan orang merasa takut dengan wabah penyakit ini.

Meskipun penyakit ini telah memakan banyak korban, tetapi masyarakat harus disajikan informasi tetap harus menjaga diri agar tidak terpapar tetapi jangan

mendiskriminasi orang lain yang telah terpapar karena itu pun memiliki dampak yang tidak baik bagi mereka yaitu bisa membuat imun mereka melemah. Lebih baik lagi jika disajikan informasi kepada khalayak ketika orang-orang memberikan *support* kepada orang lain yang terkena Covid-19.

Pencarian informasi (*information gathering*) yang dilakukan oleh mereka merupakan keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang sesuatu, seseorang atau permasalahan. Hal ini meliputi pencarian informasi secara mendalam, di luar pertanyaan rutin atau lebih dari yang dituntut dalam pekerjaan. Termasuk “menggali’ untuk mendapatkan informasi yang akurat”.

Menurut Donohew dan Tipton dalam Daryanto mengenai teori *information seeking* (2014 : 159) *Information seeking* yaitu menjelaskan tentang pencarian, penghindaran, dan pemrosesan informasi, disebut memiliki akar dari pemikiran psikologi sosial tentang sikap. Salah satu asumsi utamanya adalah bahwa orang cenderung untuk menghindari informasi yang tidak sesuai dengan *image of reality-nya* karena terasa membahayakan.

Terkait dengan teori *information seeking*, karena Covid-19 merupakan penyakit baru maka masyarakat berusaha untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya, karena mereka membutuhkan informasi terkait wabah penyakit tersebut, maka mereka melakukan pencarian informasi agar keinginan untuk mengetahui hal-hal yang ingin diketahui dapat terpenuhi.

Mereka mencari informasi karena merasa butuh dengan informasi tersebut, itulah yang menyebabkan seseorang melakukan pencarian informasi, dan setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda.

Masyarakat melakukan pencarian informasi tentang Covid-19 karena mereka merasa butuh akan informasi tentang Covid-19, dilakukannya pencarian informasi

sebanyak-banyaknya bagi mereka karena mereka memiliki tujuan yaitu untuk melindungi diri dari wabah penyakit ini.

Dengan adanya media massa, penyebaran informasi dilakukan secara serentak untuk masyarakat dan dengan cepat. Masyarakat menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi apalagi disaat pandemi seperti ini dimana sulit untuk keluar rumah demi menjaga kesehatan diri agar tidak terpapar dari Covid-19.

Selama berdiam di rumah saja sambil melakukan aktivitas lainnya, masyarakat menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi terkait Covid-19 melalui televisi. Apalagi informasi-informasi yang ditayangkan oleh televisi terkait dengan Covid-19 karena merupakan pandemi dan hal yang sedang dibicarakan bukan hanya di Indonesia saja, tetapi dibicarakan secara mendunia atau secara *global*.

Informasi merupakan suatu kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat sehari-hari. Oleh sebab itu media harus benar-benar memberikan informasi yang *valid*, sehingga kebutuhan informasi atau informasi yang dicari oleh masyarakat dapat terpenuhi.

Dan alangkah baiknya apabila televisi dapat melakukan *survey* terhadap masyarakat agar mengetahui informasi apa yang diharapkan oleh masyarakat dari media untuk memenuhi kebutuhan informasi yang mereka butuhkan serta informasi-informasi yang ditayangkan oleh televisi dapat diterima dengan baik juga oleh masyarakat dan televisi dapat menjadi media yang dapat memerankan tugasnya dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Kebutuhan mencari informasi tentang Covid-19 untuk mengetahui cara penularan, cara pencegahan dan perkembangan kasus yang ada. Mereka mencari informasi tersebut agar dapat menjaga dan melindungi diri agar tidak terpapar dari virus tersebut.
2. Informasi tentang covid-19 lebih banyak diperoleh melalui media massa televisi dan media online. Dalam proses pencarian informasinya digunakan strategi sempit artinya dari awal mereka sudah menentukan sumber informasi mana yang akan digunakan untuk memperoleh informasi seputar covid-19.

B. Saran

1. Media televisi masih banyak digunakan masyarakat sebagai sarana komunikasi dalam pencarian informasi tentang Covid-19 karena Covid-19

merupakan wabah penyakit baru yang tidak diketahui secara *detail* sehingga masyarakat menggunakan televisi untuk mendapatkan berbagai informasi salah satu diantaranya adalah terkait Covid-19

2. Informasi merupakan suatu kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat sehari-hari. Oleh sebab itu masyarakat diharapkan bisa menggunakan berbagai saluran media untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan sesuai kebutuhan informasi yang dicari oleh masyarakat.

Daftar Pustaka

Achlina, Leli dan Purnama Suwardi. 2011. *Kamus Istilah Pertelevisian*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara. Ahmadi, Hermawan. 2013. *E-Business & E-Commerce*. Denpasar: Andi.

Alo Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Prenada Media Group.

Ardianto, Elvinaro dan Lukiat Komala. 2007. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Azhar Arsyad. 2003. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Case, Donald O. 2002. *Looking for information: a survey of research on information seeking, needs, and behavior*. London: Academic Press.

Daryanto. 2011. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Sarana Tutorial NuraniSejahtera.

Daryanto. 2014. *Teori Komunikasi*. Malang: Gunung Samudra.

Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung, Remaja Rosdakarya.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Permata Media Group.

Ma'arif, Bambang S. 2010. *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.

Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.

Mulyana. Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana. Deddy., Solatun. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Mulyanto Agus. 2009. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Noor, Juliansya. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Prastowo, Andi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-ruzzmedia.

Rahmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rahmawati, Indah dan Dodoy Rusnandi. 2011. *Berkarier di Dunia Broadcast Televisi & Radio*. Bekasi: Lascar Aksara.

Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Saryono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. ASfabeta, Bandung.

Soyomukti, Nuraini. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemendalam Komunikasi*. Jakarta : PT. Buku Seru.

Suryabrata. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*.

Surakarta: Fairuz Media.

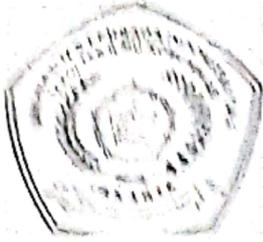
Vera, Nawiroh. 2010. *Pengantar Komunikasi Massa*. Tangerang : Renata Pratama Media.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.

Wibowo, Fred. (2009). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: PinusBook Publisher.

Widjaja. 2010. *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta:Bumi Aksara.

Yusup, Pawit M. 2012. *Perspektif manajemen pengetahuan, informasi, komunikasi, pendidikan, dan perpustakaan*. Jakarta: Rajawali Pers.



PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Jl. Diponegoro No. 74, Jakarta 10340, Indonesia
Telp. (62 21 3914891 ext.103 E-mail: lib.fikom@yat.ac.id
Website: <http://www.yat.ac.id>

FORMULIR TANDA TERIMA KARYA ILMIAH
NO. 028/ FIKOM / III / 2021

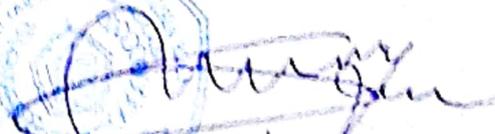
Telah terima dari
Nama : Dr. Susi Yumarti & Dra. Dian Harmaningsih, M.Si
Berupa : Hasil Penelitian Dosen
Jumlah : 1 eksemplar
Judul Karya Ilmiah : Judul Penelitian " PENCARIAN INFORMASI TENTANG
COVID -19 PADA MASYARAKAT URBAN"
(Studi Deskriptif pada Masyarakat di Kelurahan
Pademangan Barat, Jakarta Utara)

Jakarta , 03 Maret 2021

Yang menyerahkan


(Dr. Susi Yumarti, M.Si)

Yang menerima


(Rosnaini Badar, SE)