

# Artikel Semnas

*by* Alisha .

---

**Submission date:** 14-Jul-2022 12:57PM (UTC+0900)

**Submission ID:** 1870326390

**File name:** Prosiding\_Semnas\_Alisha\_Shafira\_M.\_1151800423.docx (27.72K)

**Word count:** 1969

**Character count:** 12680

# **Pengaruh Pemberitaan Virus Covid-19 Media Online Detik.com Terhadap Pola Pikir Mahasiswa Fisip Semester 8 Untag Surabaya**

**Alisha Shafira Mardinata**

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
alishafiram@gmail.com

## **Abstract**

*The phenomenon of the Covid-19 virus, makes online media provide all the information needs for the public. However, the news about the Covid-19 virus caused readers to experience some changes in their mindset and behavior after reading information about the Covid-19 virus. The current study aims to identify the effects of the news of the Covid-19 virus on the online media Detik.com. This research uses Uses And Gratification Theory, with descriptive quantitative research methods. This study uses a sampling technique with Probability Sampling. After getting the data through a questionnaire instrument, the researcher tested it using SPSS. As a result, there is a significant influence from the news of the Covid-19 virus in the online media Detik.com on the mindset of 8th semester Fisip students of Untag Surabaya, but the strength is very low at 0.129 as seen in the determination analysis which is in the interval 0.00 – 0.199. Then, for the results of the hypothesis based on the t test, it shows that H0 is rejected and H1 is accepted because the value is  $4,016 > 1,984$ .*

**Keywords:** Covid-19 Virus, Online Media, Mindset, Uses and Gratification Theory.

## **Abstrak**

Fenomena adanya virus Covid-19, membuat media online memberikan segala kebutuhan informasi untuk khalayak. Namun, pemberitaan mengenai virus Covid-19 menyebabkan pembaca mengalami beberapa perubahan dari pola pikir dan perilaku setelah membaca informasi mengenai virus Covid-19. Pada penelitian saat ini memiliki tujuan untuk dapat mengidentifikasi pengaruh yang ditimbulkan dari pemberitaan virus Covid-19 pada media online Detik.com. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses And Gratification*, dengan metode penelitian kuantitatif secara deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *Probability Sampling*. Setelah mendapatkan data melalui instrumen kuesioner, peneliti mengujinya menggunakan SPSS. Hasilnya, terdapat pengaruh signifikan dari pemberitaan virus Covid-19 media online Detik.com terhadap pola pikir mahasiswa Fisip semester 8 Untag Surabaya, namun kekuatannya Sangat Rendah sebesar 0.129 terlihat pada analisis Determinasi yang berada pada interval 0.00 – 0.199. Lalu, untuk hasil hipotesis berdasarkan uji t menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima karena nilai  $4.016 > 1.984$ .

**Kata kunci:** Virus Covid-19, Media Online, Pola Pikir, Teori Kegunaan dan Kepuasan.

## Pendahuluan

Pada awal tahun 2020 Indonesia dikejutkan dengan masuknya virus berbahaya bernama virus *Covid-19*. Virus ini awalnya bermula dari pasar hewan di Kota Wuhan, China. Gejala yang ditimbulkan oleh korban yang terpapar virus ini adalah sesak nafas diiringi kehilangan kemampuan indra penciuman (Palupi & Irawan, 2020). Beberapa ahli mengatakan, gejalanya mirip dengan pneumonia. Virus ini sangat cepat penyebarannya, berawal dari kota China kemudian menyebar ke seluruh negara termasuk Indonesia.

Sebanyak 26% masyarakat memilih mendapatkan informasi mengenai virus *Covid-19* dari media massa yaitu portal berita (Albertus Magnus Prestianta, 2021). Sudah selayaknya media massa *online* memberikan informasi aktual dan sesuai fakta agar masyarakat tetap mendapatkan kebutuhan informasi di masa pandemi. Informasi yang diberikan media online berupa update jumlah korban terinfeksi virus *Covid-19*, lalu jumlah korban sembuh dan meninggal, dan update tingkatan zona di semua daerah di Indonesia. Salah satu media *online* yang akan diteliti yaitu Detik.com sebagai situs website media online yang banyak dikunjungi masyarakat Indonesia dan berada di peringkat 10 berdasarkan data dari [www.alexacom](http://www.alexacom) dengan presentase 26,00%.

Detik.com menjadi media online terpercaya bagi masyarakat sejak tahun 1998 dikarenakan informasi yang diberikan aktual dan dapat dibuktikan kebenarannya (Woda et al., 2021). Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik semester 8 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai populasi penelitian dengan jumlah 471 mahasiswa. Alasan peneliti mengambil populasi ini karena menurut hasil pembahasan penelitian terdahulu milik (Diah et al., 2015) sebanyak 58,8% dengan menggunakan 10 responden dari mahasiswa FISIP Untag Surabaya mengandalkan media online yang berguna untuk medapat informasi aktual dan terpercaya. Sebelum adanya pandemi, mahasiswa FISIP semester 8 UNTAG Surabaya menjalani perkuliahan secara tatap muka secara intens. Setelah adanya pandemi virus *Covid-19* mahasiswa terpaksa menjalani perkuliahan secara daring selama kurang lebih 2 tahun.

Fisik yang lelah akibat harus melihat layar laptop atau *HP* seharian untuk mengikuti perkuliahan. Akibat pikiran yang terus digerakkan dalam menjalani perkuliahan, menurut hasil observasi peneliti, setiap kali mereka membaca informasi terbaru mengenai perkembangan virus *Covid-19*, mereka menjadi tak acuh karena informasi tersebut menjadi terlihat sebagai sebuah ancaman serius bagi mahasiswa FISIP semester 8 UNTAG Surabaya yang sedang lelah menjalani perkuliahan. Seperti pada penelitian terdahulu milik (Suku et al., 2021) mengatakan pemberitaan media online mengenai perkembangan virus *Covid-19* menyajikan fakta-fakta terbaru yang membuat khalayak menjadi memiliki hal yang berhubungan dengan perasaan seperti cemas, takut, dan khawatir (Suku et al., 2021).

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh pemberitaan media *online* virus *Covid-19* terhadap pola pikir mahasiswa FISIP Semester 8 Untag Surabaya. Teori yang akan digunakan pada penelitian saat ini adalah Uses and Gratification Theory milik Elihu Katz, Jay G, Blumer, dan Michael Gurevitch (1974). Asumsi dari Uses and Gratification Theory adalah khalayak memilih media mana yang mampu memenuhi kebutuhannya dan bagaimana media tersebut mempengaruhi khalayak (Child & Haridakis, 2018).

## Metode Penelitian

Pada penelitian saat ini menggunakan metode penelitian kuantitatif secara deskriptif. Berdasarkan jumlah populasi Mahasiswa Fisip Semester 8 Untag Surabaya menurut Kemahasiswaan sebesar 471 mahasiswa, sehingga diperlukan sampel agar peneliti tidak kelelahan dalam menjalani proses penelitian. Teknik pengambilan sampel yang dipilih yaitu *Probability Sampling* dengan rumus *slovin*, dan ditemukan hasil sampel sebesar 100 responden. Dalam penelitian saat ini skala yang digunakan adalah skala *likert* yang dapat mengukur sikap, pendapat, serta persepsi manusia mengenai fenomena sosial, dengan 5 pilihan jawaban yaitu, Sangat Setuju, Setuju, Ragu-Ragu, Kurang Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. (Sugiyono, 2017). Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan *software* SPSS dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Pada penelitian saat ini, uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yang memiliki kegunaan untuk mencari reliabilitas instrumen berbentuk rentang skala (Abdullah, 2015). Untuk instrumen pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan instrumen kuesioner (angket). Lalu, dikarenakan pendekatan yang digunakan merupakan pendekatan korelasional, maka teknik yang digunakan adalah teknik korelasional dengan cara uji korelasi *product moment* dan koefisien determinan untuk mengukur kontribusi atau pengaruh (Sepriadi, 2017).

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan semua hasil uji diatas, pemberitaan virus *Covid-19* media online Detik.com memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai  $F$  hitung sebesar  $1.539 < F$  tabel 1.718. Namun, kekuatan dari pengaruh pemberitaan virus *Covid-19* media online Detik.com terhadap pola pikir mahasiswa Fisip semester 8 Untag Surabaya Sangat Rendah dengan nilai adalah 0.129. Hal tersebut sesuai dengan teori *Uses and Gratification* bahwa khalayak memilih media mana yang mampu memenuhi kebutuhannya dan bagaimana media tersebut mempengaruhi khalayak (Child & Haridakis, 2018).

Lalu dikaitkan dengan hasil uji validitas yang paling tinggi adalah pernyataan “pemberitaan virus *Covid-19* mengenai jumlah korban terinfeksi dapat mempengaruhi perilaku anda” sebanyak 0.720. Dapat dibuktikan bahwa ketika mahasiswa memiliki rasa ketergantungan tinggi dengan Detik.com maka mereka juga mendapatkan pengaruh yang besar pula, seperti yang ada pada tabel 9 menunjukkan angka  $0.359 > 0.186$  yang artinya pemberitaan virus *Covid-19* media online positif memiliki pengaruh.

Dampak dari pengaruh pemberitaan tersebut berupa perubahan perilaku sebesar 72% seperti pada teori *Uses and Gratification*, setelah audiens merasa puas, media juga dapat memberi pengaruh pada perilaku audiens. Perubahan perilaku yang ditunjukkan yaitu perasaan sedih setelah membaca berita mengenai korban terinfeksi virus *Covid-19* dan jumlah korban meninggal. Terlihat pada hasil uji validitas pada variabel  $Y$ .

Angka paling tinggi terdapat pada pernyataan “Setelah membaca pemberitaan virus *Covid-19* mengenai jumlah korban terinfeksi anda merasa sedih” dengan hasil presentase sebesar 67%. Jika ditinjau dari konsep pola pikir, ekspresi sedih menandakan pola pikir mahasiswa tersebut ‘tetap’ (tidak berkembang). Hal tersebut tentunya bertentangan dengan

tujuan utama media yang memberikan informasi kepada khalayak agar pola pikir khalayak ikut berkembang, tetapi justru membuat khalayak merasa sedih.

Pernyataan paling tinggi pada variabel X yaitu “Pemberitaan virus Covid-19 hanya dapat diakses melalui media online” sebanyak 51,2%, sesuai dengan asumsi teori Uses and Gratification bahwa apabila mahasiswa sudah puas dengan media maka mereka akan menggunakannya terus menerus. Lalu, untuk pernyataan paling tinggi pada variabel Y terdapat pada “pemberitaan virus *Covid-19* mengenai jumlah korban terinfeksi dapat mempengaruhi perilaku anda” sebanyak 72%, sesuai dengan teori Uses and Gratification bahwa apabila khalayak telah puas dengan suatu media maka media akan mudah mempengaruhi pola pikir, perilaku, dan emosi mahasiswa Fisip semester 8 Untag Surabaya.

## **Penutup**

### **Kesimpulan**

Detik.com sebagai media online paling banyak digunakan di Indonesia memang memiliki banyak keunggulan diantaranya, berita yang disajikan aktual, terpecaya, dan minim hoax. Isi berita yang terdapat didalam media online Detik.com juga singkat dan jelas, membuat audiens meletakkan titik kepuasan pada media online Detik.com. Setelah mempercayakan kepuasan mereka pada media online Detik.com, mahasiswa akan menggunakan Detik.com secara terus menerus untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Fisip semester 8 Untag Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan virus Covid-19 media online Detik.com, memiliki pengaruh yang signifikan namun kekuatan pengaruhnya Sangat Rendah. Apabila hasil Sangat Rendah bukan berarti penelitian ini dikatakan buruk. Terdapat faktor lain yang dapat membuat penelitian ini menjadi Sangat Rendah kekuatannya, diantaranya beberapa mahasiswa yang tidak memilih Detik.com sebagai media online favorit mereka, karena para mahasiswa tersebut menganggap Detik.com merupakan media online yang terlalu banyak memunculkan iklan. Hal tersebut membuat mahasiswa terganggu saat membaca berita mengenai virus *Covid-19*, dan beralih ke media online yang lain seperti kumparan, IDN Times, kompas.com, dan masih banyak lagi.

Hipotesis yang diterima pada penelitian saat ini adalah H1 yaitu “Pemberitaan virus Covid-19 media online Detik.com memiliki pengaruh signifikan terhadap pola pikir mahasiswa FISIP Semester 8 Untag Surabaya”. Pengaruh yang ditimbulkan adalah munculnya perasaan sedih setelah membaca informasi mengenai jumlah korban terinfeksi virus Covid-19 hingga korban meninggal pada Detik.com. Jika ditinjau dari konsep pola pikir, ekspresi sedih menandakan pola pikir mahasiswa tersebut tetap (fixed mindset). Hal tersebut tentunya bertentangan dengan tujuan utama media yang memberikan informasi kepada khalayak agar pola pikir ikut berkembang, tetapi justru membuat khalayak merasa sedih.

## **Saran**

Setelah melalui berbagai macam uji, adakalanya penelitian ini masih memiliki kekurangan. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji variabel yang sama, dapat menggunakan populasi yang lebih besar agar data yang dihasilkan pun lebih signifikan dan penelitian tersebut dapat berdampak baik bagi masyarakat. Bagi Detik.com, untuk kedepannya agar tidak memberikan judul clickbait, agar tidak mempengaruhi pola pikir dan perilaku mahasiswa Fisip semester 8 Untag Surabaya, hal tersebut dapat dilihat pada hasil data variabel Y pada indikator “perilaku”.

Saran dari peneliti bagi mahasiswa Fisip semester 8 Untag Surabaya, agar lebih cermat memilih media yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Karena, menurut hasil jawaban kuisioner, banyak yang memilih sebuah media hanya karna muncul pada beranda, kemudian hanya membaca judul atau ringkasan tanpa membaca isinya terlebih dahulu. Hal tersebut yang membuat pembaca mudah terpengaruh dan menimbulkan efek seperti ketakutan dan sedih.

#### **Daftar Pustaka**

- Adhiarso, D. S., Utari, P., & Slamet, Y. (2017). Pemberitaan Hoax di Media Online Ditinjau dari Konstruksi Berita dan Respon Netizen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(3), 215. <https://doi.org/10.31315/jik.v15i3.2173>
- Child, J. T., & Haridakis, P. (2018). Uses and Gratifications Theory. *Engaging Theories in Family Communication*, 337–348. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Diah, D., Ratnasari, A., Sudaryanto, E., & Rochim, A. I. (2015). PEMILIHAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA UNTAG SURABAYA Social Media Selection: Case Study of Students Untag Surabaya. *Jurnal Representamen*, 1(2), 1–5.
- Haniza, N. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola pikir, kepribadian dan kesehatan mental manusia. In *Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Distupsi* (pp. 21–32).
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Representamen*, 7(02). <https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, A. K. (2009). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Norhabiba, F., & Ragil Putri, S. A. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 8. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.1.8-15>.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Suku, M. Y., Manafe, Y. D., & Meilawati, F. T. (2021). Pengaruh Pemberitaan Covid-19 Di Media Online Terhadap Perubahan Sikap Tenaga Kesehatan Rsud Naibonat Kabupaten Kupang THE INFLUENCE OF COVID-19 NEWS IN ONLINE MEDIA ABOUT THE ATTITUDE CHANGES OF HEALTH WORKERS AT NAIBONAT HOSPITAL , KUPANG REGENCY dalam. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10, 191–201.

# Artikel Semnas

---

## ORIGINALITY REPORT

---

14%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1

123dok.com

Internet Source

1%

---

2

Suaibatul Aslamiyah. "Formulasi Strategi Ukm Jilbab Azky Collection Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Masa Pandemi Covid-19", MANAJERIAL, 2021

Publication

1%

---

3

ejurnal.undana.ac.id

Internet Source

1%

---

4

Submitted to Universitas Negeri Semarang

Student Paper

1%

---

5

text-id.123dok.com

Internet Source

1%

---

6

eprints.kwikkiangie.ac.id

Internet Source

1%

---

7

Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia

Student Paper

1%

---



8	Hajeni Hajeni, Hadi Pajariato, Imam Pribadi, Rahmatia Rahmatia, Nursaqinah Galugu, Sri Rahayu Amri. "Peran Orang Tua terhadap Pemahaman Anak Usia Dini tentang Covid-19 Berbasis Religiosity Approach", Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 2021 Publication	1 %
9	core.ac.uk Internet Source	1 %
10	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	1 %
11	yoursay.suara.com Internet Source	1 %
12	ejournal.unis.ac.id Internet Source	1 %
13	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
14	etd.repository.ugm.ac.id Internet Source	1 %
15	www.happycampus.com Internet Source	1 %
16	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1 %
17	vs1.doczz.it Internet Source	<1 %

---

18	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://karyatulisilmiah.com">karyatulisilmiah.com</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On