

JURNAL PENELITIAN

**PENGARUH TERPAAN BERITA COVID-19 PADA MEDIA
MASSA ELEKTRONIK TERHADAP SIKAP MASYARAKAT**
*THE EFFECT OF STATEMENT OF COVID-19 ON ELECTRONIC
MASS MEDIA TOWARDS COMMUNITY ATTITUDES*

Oleh :

Rosidah Avifah Nurzannah

24071117005



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS GARUT

GARUT

2021

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya perubahan yang terjadi pada sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota setelah terjadi pandemi Covid-19. Salah satu penyebabnya adalah berita Covid-19 yang terdapat dalam media, baik itu media massa, media online, ataupun media elektronik seperti televisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis (1) bagaimana terpaan berita perkembangan Covid-19 dan slogan "Ingat pesan ibu" di media massa elektronik televisi, (2) Bagaimana sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota, dan (3) seberapa besar pengaruh terpaan berita Covid-19 di media massa elektronik televisi terhadap sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods* dengan model *eksplanatoris sekuensial* yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif pada satu fase kemudian pendekatan kualitatif pada fase selanjutnya. Responden penelitian berjumlah 100 orang, 5 orang informan dan 2 orang narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi frekuensi terhadap sikap kognitif masyarakat sebesar 0,825 (kuat), terhadap sikap afektif masyarakat sebesar 0,264 (lemah), terhadap sikap konatif masyarakat sebesar 0,867 (kuat). Sementara itu, nilai koefisien korelasi durasi terhadap sikap kognitif masyarakat sebesar 0,817 (kuat), terhadap sikap afektif masyarakat sebesar 0,914 (sangat kuat), terhadap sikap konatif masyarakat sebesar 0,857(kuat). Dan nilai koefisien korelasi atensi terhadap sikap kognitif masyarakat sebesar 0,965 (sangat kuat), terhadap sikap afektif masyarakat sebesar 0,972 (sangat kuat), terhadap sikap konatif masyarakat sebesar 0,896 (kuat). Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,965, sehingga variabel X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 96,5% terhadap variabel Y. Pengaruh terpaan berita Covid-19 terhadap sikap masyarakat dilihat dari bagaimana masyarakat mengingat anjuran 3M, meninjau kembali informasi yang didapatkan, dan memahami slogan "Ingat Pesan Ibu". Terdapat nilai kemanusiaan, nilai sosial dan nilai kebersihan yang didapatkan dari berita covid-19. Berita covid 19 memiliki peran sebagai penyampai informasi, memberikan gambaran realitas, dan meningkatkan kesadaran masyarakat.

Kata kunci: Berita, Sikap, Nilai dan Peran Berita, Covid-19.

ABSTRACT

This research was motivated by the many changes that occurred in people's attitudes in the Garut Kota sub-district after the Covid-19 pandemic occurred. One of the causes is the Covid-19 news contained in the media, be it mass media, online media, or electronic media such as television. The purpose of this study is to analyze (1) how the news of the development of Covid-19 and the slogan "Remember the mother's message" is in the television electronic mass media, (2) How is the attitude of the people in the Garut Kota sub-district, and (3) how much influence the exposure to Covid news is. -19 in the mass media of electronic television on the attitude of the people in the Garut Kota sub-district. The research method used is a mixed method with a sequential explanatory model that uses a quantitative approach in one phase and a qualitative approach in the next phase. The research respondents were 100 people, 5 informants and 2 resource persons. The results of this study indicate the value of the frequency correlation coefficient on people's cognitive attitudes of 0.825 (strong), on people's affective attitudes of 0.264 (weak), on people's conative attitudes of 0.867 (strong). Meanwhile, the correlation coefficient for the duration of the cognitive attitude of the community is 0.817 (strong), the affective attitude of the community is 0.914 (very strong), and the conative attitude of the community is 0.857 (strong). And the correlation coefficient of attention to the cognitive attitude of the community is 0.965 (very strong), to the affective attitude of the community is 0.972 (very strong), to the conative attitude of the community is 0.896 (strong). The value of the coefficient of determination obtained is 0.965, so that the X variable has a 96.5% contribution effect on the Y variable. The effect of exposure to Covid-19 news on people's attitudes is seen from how people remember 3M's recommendations, review the information obtained, and understand the slogan " Remember Mother's Message". There are human values, social values and hygiene values obtained from the covid-19 news. Covid-19 news has a role as a transmitter of information, providing an overview of reality, and increasing public awareness.

Keywords: *News, Attitude, The Value and Role Of News, Covid-19.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Televisi berasal dari dua kata yaitu *tele* yang artinya jauh dan *fisio* yang artinya penglihatan, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang dapat menggunakan media visual atau penglihatan manusia. Televisi adalah salah satu media massa yang memiliki banyak fungsi. Sebagai fungsi utamanya televisi berperan untuk memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat baik secara nasional bahkan internasional. Saat ini televisi menjadi media komunikasi yang sangat mudah ditemui dan dimiliki masyarakat luas. Televisi menjadi salah satu benda atau alat untuk mendapatkan informasi atau tayangan yang dimiliki oleh banyak kalangan. Sama halnya dengan media komunikasi lain, televisi berfungsi untuk memberikan informasi, edukasi dan hiburan kepada masyarakat. Banyak sekali tayangan televisi yang menjadi favorit masyarakat.

Fokus Pagi di Indosiar yang memberitakan mengenai meningkatnya keramaian di pusat-pusat perbelanjaan, tetapi yang berkaitan dengan penelitian ini bukan hal itu, melainkan angka paparan Covid-19 yang selalu ada dalam tayangan pemberitaan di Indosiar. Angka paparan covid-19 ada dalam tabel/gambar kecil yang terletak sebelah kanan tengah setiap tayangan berita. Dalam potongan gambar tersebut menunjukkan bahwa terdapat 1.677.274 total kasus positif Covid-19 di Indonesia, dengan korban meninggal sebanyak 45.796, dan pasien yang dinyatakan telah sembuh sebanyak 1.530.718. Stasiun TV Indosiar melalui tayangan Fokus Pagi memberikan data paparan Covid-19 yang diperbaharui dan di-update setiap harinya, disini juga diperlihatkan hitungan paparan Covid-19 berdasarkan wilayah disetiap provinsinya.

Informasi penting tersebut tidak terlewat dari berita yang ditayangkan pada televisi. Semua stasiun televisi setiap harinya menayangkan berita Covid-19, dari mulai angka peningkatan korban Covid-19 dan segala hal yang berkaitan dengan Covid-19.

Perubahan perilaku masyarakat yang nampak jelas dapat dilihat dari penggunaan masker yang menjadi kebiasaan baru di era pandemi covid-19. Terdapat slogan yang melekat kuat dan dikenal oleh banyak masyarakat yaitu "Ingat Pesan Ibu". Ingat pesan ibu merupakan sebuah kalimat dengan makna penerapan 3M. 3M merupakan protokol kesehatan utama yang ditetapkan oleh pemerintah kepada seluruh masyarakatnya yaitu arahan untuk selalu menggunakan masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Ketiga hal tersebut merupakan upaya yang ditetapkan oleh WHO untuk menghentikan tali penularan Covid-19.

Televisi yang menayangkan pemberitaan covid-19 dapat menjadi salah satu penyebab perubahan sikap masyarakat dan keikutsertaan atau penolakan masyarakat terhadap anjuran penerapan 3M. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar dan bagaimana televisi (*channel* Indosiar) memberikan pengaruh melalui berita peningkatan covid-19 dan penerapan 3M terhadap sikap masyarakat dalam menerapkan 3M dan protokol kesehatan.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh berita Covid-19 di media massa elektronik Indosiar terhadap sikap masyarakat menerapkan 3M di Kecamatan Garut Kota, Kabupaten Garut?

1. Bagaimana terpaan berita perkembangan covid-19 dan slogan “Ingat Pesan Ibu” di media massa elektronik televisi?
2. Bagaimana sikap masyarakat di Kecamatan Garut Kota?
3. Sejauh mana pengaruh terpaan berita covid-19 di media massa elektronik televisi terhadap sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota?

KAJIAN PUSTAKA

Teori Kultivasi

Dasar dari teori kultivasi adalah bahwa terpaan media berikan secara terus-menerus terhadap khalayak akan memberikan gambaran serta pengaruh dalam bentuk yang berbeda-beda terhadap khalayak nya. Mengkaji teori kultivasi dari hal yang paling mendasar adalah kepercayaan bahwa televisi memiliki peran yang penting dalam membentuk serta mendoktrin pemikiran khalayak yang menontonnya berkaitan dengan realitas sosial yang ada di kehidupan nyata.

Teori kultivasi berpendapat bahwa televisi mampu menciptakan "*sindrom dunia makna*", maksudnya adalah bagaimana seseorang memaknai dunia akan dipengaruhi oleh bagaimana dia mendapatkan pemaknaan dari televisi yang ditontonnya. Saat ini televisi dan berbagai media memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk pemikiran seseorang untuk Memandang dunia mereka. Teknologi yang berkembang semakin pesat membuat kebanyakan masyarakat mendapatkan informasi dari sumber-sumber yang berasal dari media, bukan berasal dari pengalaman langsung, ataupun hasil sosialisasi dengan masyarakat lainnya. Oleh karena itu, banyak media yang merupakan sumber-sumber terpercaya masyarakat dapat membentuk kenyataan dan keyakinan seseorang.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa teori kultivasi dapat digunakan untuk penelitian yang mengkaji berkaitan dengan efek sosial terpaan media massa, khususnya televisi. Karena Teori ini meyakini bahwa televisi merupakan media utama yang membuat hal layaknya untuk belajar tentang masyarakat dan kultur di kehidupan nyata. Pola berpikir penonton televisi tentang masyarakat dan kehidupan nyata atau budaya akan sangat dipengaruhi oleh televisi. Artinya adalah, bahwa ketika terjadi kontak penonton dengan televisi maka secara tidak disadari ia sedang belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilai serta adat kebiasaannya.

Teori SOR

Teori SOR (Stimulus Organism Respon) adalah sebuah teori komunikasi yang menjelaskan tentang suatu proses komunikasi yang didalamnya terdapat reaksi khusus, dimana reaksi tersebut dapat memperkirakan atau memberikan gambaran kesesuaian pesan yang diberikan oleh seorang komunikator dengan Respon yang didapatkan oleh penyampai pesan. Teori SOR memiliki 3 unsur yang terdapat di dalamnya yaitu unsur Stimulus (pesan), Organism (komunikator), dan Respon (efek). (Effendy, 2003:254).

Teori sor digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan Karena tujuan penelitian sesuai dengan asumsi dasar teori Sor yang memiliki asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan pada perilaku individu adalah didasarkan pada kualitas rangsangan yang diterimanya. Adapun yang menjadi komponen SOR dalam penelitian ini adalah berita covid-19 di stasiun Indosiar yang menayangkan angka paparan covid-19 dan slogan "Ingat Pesan Ibu" sebagai bagian dari stimulus, masyarakat di kecamatan Garut Kota Kabupaten Garut yang menjadi organisme, dan perubahan sikap berhubungan dengan penerapan 3M yang merupakan respon.

Terpaan Media

Terpaan media adalah sebuah kegiatan untuk mengamati, mendengarkan, melihat, memahami suatu pesan yang disampaikan oleh media serta akibat yang akan ditimbulkan oleh pesan tersebut. Terpaan media dapat terjadi ketika individu atau kelompok memberikan perhatiannya pada pesan atau informasi yang disampaikan oleh media. Terpaan media yang terjadi pada seorang individu atau kelompok dapat dilihat dari seberapa banyak informasi yang diperoleh melalui media massa, yaitu dengan mengukur frekuensi, durasi dan atensi pengguna pada saat mengakses satu media atau lebih. (Rakhmat, 2004)

Terpaan media dapat diukur melalui tiga dimensi yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Adapun penjelasan menurut Ardinaya dan Erdiyanto (2015;123) adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi

Frekuensi penggunaan media berkaitan dengan data layak yang harus dikumpulkan tentang keajegan halayak atau keberlanjutan dalam melakukan aktivitas pada media massa yang dimaksud seperti menonton televisi, mendengarkan radio, dan membaca berita di media cetak. Frekuensi juga dapat dilihat dari bagaimana seseorang melakukan pengulangan terhadap Apa yang dia lakukan pada media massa (mendengar, membaca, dan menonton).

2. Durasi

Durasi penggunaan dapat dilakukan pengukuran dengan menghitung Berapa lama seseorang atau halayak melakukan aktivitas pada media massa yang dimaksud atau bergabung dengan suatu media. Durasi penggunaan berkaitan dengan lama waktu yang dihabiskan oleh seseorang melakukan aktivitas pada media massa baik itu membaca, menonton ataupun mendengarkan.

3. Atensi

Atensi atau perhatian adalah bentuk dari bagaimana seseorang atau khalayak memiliki hubungan dengan Pesan yang disampaikan oleh media. Anderson (Rakhmat, 2005: 52) mengatakan bahwa perhatian merupakan proses mental yang terjadi ketika rangkaian stimuli menjadi lebih unggul atau menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya Mengalami penurunan atau melemah. Perhatian terjadi pada saat seseorang konsentrasi pada salah satu alat indra nya, dan mengesampingkan masukkan lain yang didapatkan melalui alat indra lainnya. Indikator yang terdapat dalam dimensi atensi meliputi kesadaran, partisipasi, dan perhatian.

Sikap

Sikap adalah respon yang dilakukan secara konsisten baik merupakan hal positif ataupun negatif terhadap suatu objek sebagai hasil dari proses belajar (Schifman dan Kanuk, 2004:222). Ajzen (1989:241) menganggap sikap sebagai cara untuk seseorang merespon secara favorable atau unfavorable terhadap segala aspek dalam kehidupannya baik itu benda, orang, institusi, atau kejadian. Ajzen lebih menganggap bahwa sikap merupakan penilaian positif atau negatif tentang suatu objek yang dilihat atau diterimanya. Sikap memiliki tiga komponen yang saling berhubungan, yaitu kognitif, afektif dan konatif.

1. Komponen Kognitif

Komponen kognitif berkaitan dengan pikiran atau rasio individu yang berhubungan dengan konsekuensi sebagai hasil dari tingkah laku tertentu. Komponen kognitif berhubungan secara langsung dengan belief atau kepercayaan, yaitu kepercayaan bahwa sikap memiliki berbagai sifat dan setiap perilaku yang diberikan akan menimbulkan hasil-hasil tertentu yang tidak dapat diduga.

2. Komponen Afektif

Komponen afektif Adalah perasaan seseorang yang biasanya menyangkut emosional atau subjektif seseorang terhadap suatu objek tertentu. Para peneliti sering menganggap bahwa emosi dan perasaan dalam komponen afektif ini mencakup penilaian seseorang terhadap sebuah objek secara langsung dan menyeluruh sampai seseorang yang menerima objek tersebut memberikan sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan, serta penilaian bagus dan jeleknya suatu objek.

3. Komponen Konatif

Komponen konatif adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak dan bereaksi terhadap suatu objek yang diterimanya dengan cara tertentu. Ini secara langsung menyangkut perilaku yang sesungguhnya. Sebagai contoh adalah ketika seseorang setuju terhadap apa yang dilihatnya orang tersebut akan memiliki kecenderungan untuk melakukan hal yang sama atau menirunya, tetapi Ketika seseorang tidak setuju pada satu tindakan yang dilihatnya maka orang tersebut akan memiliki kecenderungan untuk menghindarinya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Tempat dan Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan pada bulan Januari hingga Juni 2021. Tempat penelitian dilakukan di wilayah kecamatan Garut Kota.

Populasi dan Sampel

Dalam menghitung ukuran sampel dan menentukan nya dapat dilihat dari berbagai rumus statistik yang tersedia. Hal tersebut perlu dilakukan supaya sampel yang didapatkan memiliki tingkat kepercayaan yang dapat diterima dan kadar kesalahan yang sedikit sehingga dapat ditoleransi. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan Simple Random Sampling (SRS) sebagai teknik sampling, penentuan sampel menggunakan teknik SRS dengan memilih secara acak bagian dari populasi yang telah ditentukan sesuai dengan karakteristik dari populasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

(Ridwan,2011)

Dengan keterangan sebagai berikut :

n= Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

d= presisi kesalahan yang ditetapkan 10%

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

$$n = \frac{124.330}{1 + 124.330 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{124.330}{1 + 1.243,3}$$

$$n = \frac{124.330}{1.244,3} = 99,91$$

n = 100

Jadi total sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Informan dan Narasumber

Dalam penelitian ini, terdapat 5 orang narasumber yang akan dilakukan wawancara oleh peneliti yaitu satu orang kepala Kecamatan Garut Kota, satu orang pegawai kecamatan Garut Kota, dan 3 orang masyarakat di kecamatan Garut kota yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Siapa narasumber dan kriteria yang dipilih harus memiliki kriteria tertentu sehingga dapat dikatakan layak dan relevan dengan topik atau masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Dan dua orang informan yaitu dosen FIKOM UNIGA dan UIN BANDUNG.

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian gabungan dalam bentuk sekuensial, dimana peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dan kualitatif secara berurutan (tidak dilakukan secara bersamaan dan digabungkan). Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi eksplanatoris sekuensial, yaitu sebuah strategi mix metode yang dilakukan lebih condong pada penelitian kuantitatif namun untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan lebih lanjut serta mendalam tentang hasil temuan maka akan dilakukan metode penelitian kualitatif.

Peneliti menggunakan model dari desain penelitian gabungan yang dikeluarkan oleh Yusuf, 2014.

Identifikasi Variabel

Variabel merupakan sesuatu yang diteliti yang mempunyai variasi nilai. Variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau aspek dan orang maupun objek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2015:138). Dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut sebagai berikut: 1. Variabel Bebas (X) Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah: 1) Citra Merek (Brand Image). 2) Kepercayaan Merek (Brand Trust). 2. Variabel Terikat (Y) Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Loyalitas Pelanggan.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas pelanggan kartu Telkomsel di Universitas Abdurachman Saleh Situbondo . Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuisioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen. 2. Data Sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku yang berhubungan dengan judul skripsi.

Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang akan dilakukan pertama kali adalah melakukan kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup dilakukan dalam proses pencarian data dengan menggunakan metode kuantitatif yang akan dilakukan sebagai tahap pertama dalam penelitian ini, lalu wawancara secara mendalam akan dilakukan dalam tahap kedua untuk mendapatkan data serta hasil yang lebih mendalam dari hasil penelitian pertama yang dilakukan yaitu tertutup. Observasi akan terus dilakukan untuk menganalisis informan serta cara sumber dan lingkungan atau Wilayah sekitar dimana penelitian akan dilakukan.

Metode Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik inferensial yaitu sebuah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel yang mana hasil yang didapatkan dari teknik analisis data ini diberlakukan untuk populasi yang jelas, pengambilan sampel dan populasi dilakukan dengan teknik secara random (Sugiyono, 2012).

Peneliti juga menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunders. Data primer adalah data yang diterima oleh peneliti secara langsung yaitu dengan menggunakan data primer adalah data yang diterima oleh peneliti secara langsung yaitu dengan mendapatkan informasi dari narasumber. Sedangkan data sekunder adalah data yang diterima oleh peneliti dari media perantara seperti Kecamatan Kabupaten Garut, berbagai referensi dari buku, skripsi terdahulu, laporan penelitian, arsip lembaga, maupun informasi yang diterima melalui website yang peneliti baca.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Kuantitatif

Tabel 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	JENIS KELAMIN	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	61	61%
2	Laki-laki	39	39%
Jumlah		100	100%

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Buruh	4	4%
2	PNS	5	5%
3	Karyawan	21	21%
4	Guru	3	3%
5	Mahasiswa	53	53%
6	Pelajar	3	3%
7	Tidak Bekerja	11	11%
Jumlah		100	100%

TABEL 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (thn)	Frekuensi	Presentase
1	15-20	6	6%
2	21-25	57	57%
3	26-30	19	19%
4	31-40	13	13%
5	41-50	5	5%
Jumlah		100	100%

Tabel 4

Kriteria Interpretasi Skor Berdasarkan Persentase

No.	Presentase %	Kriteria Penilaian
1	0,00-0,02 0-2%	Sangat Lemah
2	0,02-0,40 2-40%	Lemah
3	0,40-0,70 40-70%	Cukup
4	0,70-0,90 70-90%	Kuat
5	0,90-1,00 90-100%	Sangat Kuat

Sumber: Abdurrahman, 2007

Tabel 5

Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Terpaan Berita Menonton Covid-19 di Televisi

Indikator	Item	Rata-rata	Penafsiran
Frekuensi	1	4,47	Sangat Kuat
Durasi	2	3,26	Sedang
Atensi	3-6	3,7	Kuat
Rata-rata		3,8	Kuat

Berdasarkan tabel 5 Dapat dilihat bahwa responden menyatakan kegiatan menonton berita covid-19 di televisi dapat ditafsirkan dalam tingkatan kuat, artinya bahwa masyarakat sudah menonton berita covid-19 di televisi berjalan dengan baik

Tabel 6

Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Sikap Masyarakat

Indikator	Item	Rata-rata	Penafsiran
Kognitif	1-5	3,8	Kuat
Afektif	6-9	3,3	Sedang
Konatif	10-14	3,8	Kuat
Rata-rata		3,6	Kuat

Berdasarkan tabel 4.25 Dapat dilihat bahwa responden menyatakan sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota dapat ditafsirkan dalam tingkatan kuat. Artinya, perubahan sikap yang dirasakan oleh masyarakat di kecamatan Garut Kota setelah menonton berita covid-19 dapat dinyatakan baik.

Hasil Penelitian Kualitatif

Sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota setelah menonton berita covid-19 sangat beragam yang dilatarbelakangi oleh beberapa hal. Tingkat pendidikan seseorang adalah salah satu hal yang mempengaruhi bagaimana seseorang bertindak dan berpikir. Pemahaman seseorang terkait dengan covid-19 juga dipengaruhi oleh bagaimana dia lingkungan dan budaya dalam pendidikannya, Hal ini dapat terlihat ketika seseorang mencari tahu informasi berkaitan dengan suatu hal maka dia akan mencari pada literatur-literatur yang terverifikasi.

Komponen kognitif berkaitan dengan pikiran atau rasio individu yang berhubungan dengan konsekuensi sebagai hasil dari tingkah laku tertentu. Komponen kognitif berhubungan secara

langsung dengan belief atau kepercayaan, yaitu kepercayaan bahwa sikap memiliki berbagai sifat dan setiap perilaku yang diberikan akan menimbulkan hasil-hasil tertentu yang tidak dapat diduga.

Komponen afektif Adalah perasaan seseorang yang biasanya menyangkut emosional atau subjektif seseorang terhadap suatu objek tertentu. Para peneliti sering menganggap bahwa emosi dan perasaan dalam komponen afektif ini mencakup penilaian seseorang terhadap sebuah objek secara langsung dan menyeluruh sampai seseorang yang menerima objek tersebut memberikan sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan, serta penilaian bagus dan jeleknya suatu objek.

Reaksi emosional dalam komponen afektif banyak sekali dipengaruhi oleh belief yang kita percayai dan dianggap benar serta berlaku bagi objek tersebut. Jika seseorang menyadari bahwa suatu objek akan membahayakannya, maka di dalam diri orang tersebut akan terbentuk perasaan tidak suka atau kebenciannya terhadap objek yang dimaksud.

Komponen konatif yang terdapat dalam konsep sikap terdiri dari kecenderungan, kepercayaan, dan perilaku. Kecenderungan terjadi ketika seseorang lebih memihak pada satu hal dibanding hal yang lainnya. Keberpihakan yang dimaksud bukan hanya terdapat pada pemikiran seseorang, melainkan juga dapat dilihat dari bagaimana orang tersebut menentukan tindakan dan pilihannya ketika dia diberikan pilihan.

Uji Regresi Sederhana

Tabel 7

Hasil Uji Regresi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.983 ^a	.965	.965	2,326

a. Predictors: (Constant), Terpaan Berita

Berdasarkan hasil tabel 4.39 nilai R yang merupakan simbol dari koefisien menunjukkan angka 0,983 yang menjadi nilai korelasi dari kedua variabel. Ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian berada pada kategori cukup. Melalui tabel di atas juga peneliti memperoleh nilai R Square atau Koefisien Determinasi (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan Variabel terikat. Nilai KD yang diperoleh adalah 0,965. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa variabel X memiliki pengaruh kontribusi sebesar 98,3% terhadap variabel Y. Sementara itu, 1,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti tingkat pendidikan, ekonomi yang terdampak covid, budaya dan sosial.

Korelasi Koefisien

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations

		Terpaan Berita	Sikap Masyarakat
Terpaan Berita	Pearson Correlation	1	.983**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Sikap Masyarakat	Pearson Correlation	.983**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil hitungan SPSS diatas maka diperoleh perhitungan koefisien korelasi, seperti yang tertera pada kolom pearson correlation nilai R hitung untuk hubungan Terpaan Berita (X) dengan Sikap Masyarakat (Y) adalah sebesar $0,983 > r \text{ tabel} = 0,194$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan atau korelasi antara variabel terpaan berita dengan variabel sikap masyarakat. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,983 bernilai positif dan dapat diinterpretasikan dalam kategori kuat dan saling mempengaruhi secara positif (Sugiyono, 2015).

Berdasarkan tabel output variabel X dan Y dapat diketahui bahwa nilai sig. (2-tailed) antara Terpaan Berita (X) dengan Sikap Masyarakat (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Terpaan Berita dengan variabel Sikap Masyarakat.

Pembahasan

Pengaruh Terpaan Berita Covid-19 Terhadap Sikap Masyarakat Kecamatan Garut Kota

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diketahui Bagaimana masyarakat menonton berita covid-19 sudah baik, sehingga pengaruhnya terhadap sikap masyarakat juga baik. Buktikan oleh indikator yang pertama yaitu frekuensi menonton berita covid-19 memberikan pengaruh terhadap sikap kognitif masyarakat, hal ini sesuai dengan hasil uji regresi sebesar 0,825 yang artinya berada pada kategori kuat. Seberapa sering masyarakat menonton berita covid-19 akan berpengaruh terhadap Bagaimana masyarakat mengingat informasi yang terdapat dalam berita yang ditontonnya.

Terdapat pengaruh frekuensi menonton berita covid-19 terhadap sikap afektif masyarakat, hal ini dibuktikan oleh hasil uji regresi sebesar 0,264 yang berarti berada pada kategori lemah. Pengaruh seberapa besar seseorang mengulang-ulang berita Covid-19 terhadap bagaimana mereka memberikan penilaian dan respon atau tanggapan terhadap berita covid-19 yang ditontonnya tidak terlalu signifikan.

Masyarakat yang percaya dan sebagian lainnya tidak percaya terhadap berita covid-19 yang ditonton dipengaruhi oleh bagaimana mereka memperhatikan berita covid-19 yang ditontonnya, karena memperhatikan berita Covid-19 akan mengarahkan kepada Bagaimana masyarakat dapat memahami informasi yang didapatkan. Perilaku masyarakat menggunakan masker dan menerapkan 3M didorong oleh rasa percaya masyarakat terhadap berita covid-19, di mana kepercayaan tersebut didapatkan ketika masyarakat benar-benar menonton berita covid-19 dengan baik. Kepercayaan masyarakat dan kecenderungannya terhadap berita covid-19 juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti tingkat pendidikan, latar belakang sosial dan budaya.

Sikap & Nilai Yang Ditanamkan Oleh Berita Covid-19 Pada Sikap Masyarakat

Sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota setelah menonton berita covid-19 sangat beragam yang dilatarbelakangi oleh beberapa hal. Tingkat pendidikan seseorang adalah salah satu hal yang mempengaruhi bagaimana seseorang bertindak dan berpikir. Pemahaman seseorang terkait dengan covid-19 juga dipengaruhi oleh bagaimana dia lingkungan dan budaya dalam pendidikannya, Hal ini dapat terlihat ketika seseorang mencari tahu informasi berkaitan dengan suatu hal maka dia akan mencari pada literatur-literatur yang terverifikasi.

Masyarakat Kecamatan Garut Kota yang mengalami perubahan sikap ketika adanya pandemi Covid-19 juga dipengaruhi oleh faktor ekonomi. Banyak masyarakat yang terpaksa harus berhenti bekerja ataupun mengganti pekerjaannya setelah adanya pandemi Covid-19, Hal ini tentu mendorong perubahan sikap dan pemikiran masyarakat terkait dengan covid-19 itu sendiri. Krisis ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat tidak lepas dari pembatasan aktivitas masyarakat yang mau tidak mau harus dilakukan oleh pemerintah semenjak adanya pandemi Covid-19. Disadari atau tidak keadaan ekonomi yang menurun menekan kondisi psikis masyarakat menimbulkan

beberapa hal seperti emosional, pemberontakan, dan penolakan terhadap informasi-informasi ataupun stimulus yang diberikan.

Peran Berita Covid-19 Dalam Membentuk Sikap Masyarakat

Dalam membentuk sikap masyarakat, berita Covid-19 memiliki peran sebagai penyampai informasi. Berita covid-19 yang ada di televisi memiliki peran sebagai pengingat bagi masyarakat untuk menerapkan 3M. Setiap informasi atau berita covid-19 yang ditayangkan di TV secara tidak sadar mengingatkan kepada masyarakat bahwa covid-19 ada di depan mata kita semua dan harus menjadi hal yang diwaspadai oleh masyarakat. Intensitas pemberitaan covid19 yang dilakukan setiap hari, menjadi alarm bagi masyarakat untuk selalu mengingat penerapan 3 m, menjaga diri dan waspada terhadap covid-19.

Tidak jauh beda dengan mengingatkan, TV juga memiliki peran untuk menyadarkan masyarakat bahwa covid-19 adalah sebuah Ancaman bagi kita bersama

Berita covid-19 yang ditayangkan pada televisi memiliki peran sebagai pemberi informasi bagi masyarakat di kecamatan Garut Kota. Informasi yang diterima oleh masyarakat menjadi penyebab utama yang dapat pengaruhi perubahan sikap masyarakat di tengah pandemi Covid-19 dan penilaiannya terhadap covid-19, terlepas dari apakah perubahan yang diberikam positif atau negatif.

Berita covid-19 yang pada televisi memiliki peran untuk memberikan gambaran realitas kepada masyarakat. Seluruh tayangan televisi yang dilakukan secara Life dan Talk Show memperlihatkan tokoh-tokoh yang ada dalam tayangan tersebut sedang menggunakan masker, dengan melihat tayangan tersebut masyarakat mengartikan bahwa memang seluruh elemen masyarakat dan dalam aktivitas apapun di luar rumah selalu menggunakan masker. Realitas lainnya yang digambarkan oleh TV televisi adalah razia masker.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Pembahasan yang telah dipaparkan, yang menjadi kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terpaan berita covid-19 pada masyarakat di kecamatan Garut Kota dapat dilihat dari bagaimana sebagian besar dari masyarakat sudah menonton berita covid-19 serta slogan “Ingat Pesan Ibu” dan dapat memahaminya dengan baik.
2. Sikap masyarakat kecamatan Garut Kota mengalami perubahan sikap yaitu mulai menerapkan protokol kesehatan seperti menggunakan masker, dan sebagian besar dari masyarakat mempercayai adanya covid-19 serta berita yang disampaikan.
3. Frekuensi yang diwujudkan dalam pengulangan menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif yang diwujudkan

dalam bentuk mengingat, memahami, menerapkan dan menganalisis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,025 dan skor 0,825 yang menunjukkan pengaruh kuat dari frekuensi terhadap sikap masyarakat dalam dimensi kognitif.

4. Frekuensi yang diwujudkan dalam pengulangan menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi afektif yang diwujudkan dalam kehadiran, menjawab, menilai dan mengorganisasikan atau mengkarakterisasikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,264 yang menunjukkan pengaruh lemah dari frekuensi terhadap sikap masyarakat dalam dimensi afektif.
5. Frekuensi yang diwujudkan dalam pengulangan menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi konatif yang diwujudkan dalam bentuk kecenderungan, kepercayaan dan perilaku. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,867 yang menunjukkan pengaruh kuat dari frekuensi terhadap sikap masyarakat dalam dimensi konatif.
6. Durasi yang diwujudkan dalam lama waktu menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif yang diwujudkan dalam bentuk mengingat, memahami, menerapkan dan menganalisis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,817 yang menunjukkan pengaruh kuat dari durasi terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif.
7. Durasi yang diwujudkan dalam lama waktu menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi afektif yang diwujudkan dalam bentuk kehadiran, menjawab, menilai dan mengorganisasikan atau mengkarakterisasikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,291 dan skor 0,914 yang menunjukkan pengaruh sangat kuat dari durasi terhadap sikap masyarakat dimensi afektif.
8. Durasi yang diwujudkan dalam lama waktu menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi konatif yang diwujudkan dalam bentuk kecenderungan, kepercayaan dan perilaku. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,857 yang menunjukkan pengaruh kuat dari durasi terhadap sikap masyarakat dimensi konatif.
9. Atensi yang diwujudkan dalam bentuk kesadaran, partisipasi dan perhatian dalam menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif yang diwujudkan dalam mengingat, memahami, menerapkan dan menganalisis. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,965 yang menunjukkan pengaruh sangat kuat dari atensi terhadap sikap masyarakat dimensi kognitif.
10. Atensi yang diwujudkan dalam bentuk kesadaran, partisipasi dan perhatian dalam menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi afektif yang diwujudkan dalam kehadiran, menjawab menilai dan mengorganisasikan atau mengkarakterisasikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,972 yang menunjukkan pengaruh sangat kuat dari atensi terhadap sikap masyarakat dimensi afektif.

11. Atensi yang diwujudkan dalam bentuk kesadaran, partisipasi dan perhatian dalam menonton berita covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap masyarakat dimensi konatif yang diwujudkan dalam kecenderungan, kepercayaan dan perilaku. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan skor 0,896 yang menunjukkan pengaruh kuat dari atensi terhadap sikap masyarakat dimensi konatif.
12. Terpaan berita Covid-19 memberikan pengaruh terhadap sikap masyarakat berdasarkan dimensi kognitif afektif dan konatif. Hal tersebut dapat dilihat dari Bagaimana masyarakat mengingat anjuran 3M, melakukan kroscek atau pengecekan informasi yang didapatkan, dan memahami slogan “Ingat Pesan Ibu” (dalam dimensi kognitif). Masyarakat tidak meluangkan waktu secara khusus untuk menonton berita covid-19, tidak memberikan respon secara langsung, tidak memberikan penilaian secara kompleks, dan tidak melakukan pengelompokan secara khusus terhadap informasi atau berita Covid-19 (dalam dimensi afektif). Perubahan sikap masyarakat dapat dilihat juga dari bagaimana masyarakat mulai patuh untuk menggunakan masker, banyak fasilitas umum yang baru untuk mencuci tangan, terdapat sikap kecenderungan masyarakat untuk lebih Pro kepada salah satu pihak kelompok besar, dan Bagaimana masyarakat memiliki kepercayaan terhadap berita covid-19 yang ditontonnya (dalam dimensi konatif).
13. Nilai yang didapatkan dari terpaan berita covid-19 di televisi pada sikap masyarakat yaitu nilai kemanusiaan, nilai sosial dan nilai kebersihan.
14. Peran berita covid-19 dan slogan “Ingat Pesan Ibu” dalam pembentukan sikap masyarakat di kecamatan Garut Kota adalah peran penyampai informasi, peran untuk memberikan gambaran realitas, dan memiliki peran untuk mengingatkan masyarakat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Saran Teoritis: (1) Teori Kultivasi bisa digunakan untuk penelitian lain yang mengkaji terpaan televisi. (2) Teori SOR dapat digunakan untuk penelitian yang akan mengkaji tentang pengaruh dari stimulus terhadap sebuah respon. (3) Penelitian mixed method dapat dilakukan bagi peneliti yang ingin mendapatkan hasil penelitian dari pengolahan data secara kuantitatif dan kualitatif.

Saran Praktis: A) Bagi Media / Televisi: (1) Televisi atau media seharusnya dapat freming sebuah berita dengan semenarik mungkin sehingga mudah untuk mendapat perhatian masyarakat. (2) Televisi atau media bisa menggunakan tokoh atau influencer yang saat ini sedang menjadi perhatian masyarakat supaya informasi atau berita yang disampaikannya dapat lebih mudah untuk dipercayai oleh masyarakat. (3) Pada saat sebuah berita disampaikan, seharusnya televisi juga menyampaikan berdasarkan apa informasi tersebut diikuti dengan data dan faktanya. (4) Televisi tidak perlu untuk membombardir berita Covid-19 secara terus-menerus karena itu akan membuat masyarakat Jengah dan akhirnya menimbulkan penolakan. B) Bagi Pemerintah: (1) Pemerintah bisa memanfaatkan tokoh atau influencer yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat untuk

menyampaikan informasi supaya dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat. (2) Pemerintah harus selalu berupaya untuk menghadirkan dirinya di tengah masyarakat supaya masyarakat merasa menjadi bagian dari Setiap keputusan yang akan diambil. (3) Dalam menghadapi sebuah krisis, termasuk pandemi covid -19 lebih baiknya jika Pemerintah dapat memberikan beberapa pilihan solusi dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menentukan solusi seperti apa yang akan ditentukan, sehingga kebijakan yang diambil adalah kesepakatan bersama. Supaya apa yang dilakukan mudah diikuti dan ditaati oleh seluruh elemen masyarakat. (4) Setiap kebijakan yang diambil oleh pemerintah harus berdasarkan kepentingan bersama. C) Bagi Masyarakat: (1) Masyarakat harus selalu melakukan cross check atau pengecekan kembali informasi yang didapatkannya. (2) Masyarakat tidak boleh menyimpulkan sesuatu berdasarkan satu sumber ataupun satu sudut pandang. (3) Masyarakat perlu mencari tahu dari berbagai sumber dan sudut pandang yang berbeda jika ingin menyimpulkan suatu hal. (4) Dalam menghadapi sebuah krisis, masyarakat tidak boleh terlalu emosional sehingga tidak dapat berpikir logis dan objektif, karena pemikiran seperti itu sangat diperlukan untuk mengambil sebuah keputusan dalam kondisi yang terdesak seperti pandemi saat ini. (5) Masyarakat tidak boleh menutup diri dari kenyataan yang terjadi atau informasi-informasi yang ada di sekelilingnya. D) Bagi Peneliti Selanjutnya: (1) Peneliti selanjutnya dapat mengkaji topik penelitian ini dengan menggunakan bidang keilmuan yang berbeda seperti psikologis, media, ekonomi dll. (2) Peneliti selanjutnya dapat mengkaji topik yang sama gunakan media yang berbeda seperti media massa, media sosial dll. (3) Peneliti selanjutnya dapat meneliti terpaan berita dengan menggunakan berita yang berbeda. (4) Peneliti selanjutnya dapat meneliti pengaruh dari terpaan berita yang berbeda seperti psikologis masyarakat atau tingkat ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohammad dan Mohammad Asori. (2011). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Ardiyanto & Erdinaya. (2005). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daryanto. (2011). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Sarana Tutorial Narani Sejahtera.
- Devito, Joshep A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia Edisi ke-5*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Effendy, O.U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gerungan, W.A. (2004). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W, Karen, A. F. (2018). *Theori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosdakarya

- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrulloh Rulli. (2015). *Media Massa Persektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodelogi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Nurhadi, Z. F. (2012). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Teori Komunikasi: Teori Komunikasi Dalam Perspektif Penelitian Kualitaitaif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Purwano, Edi. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: CV Swadaya Manunggal.
- Rahmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, Sarlito W. & Eko A. Meinarno. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian, Siregar. (2012). *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Askara.
- Wibowo, Fred. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.

Sumber Skripsi/Jurnal:

- Kartika, Putri Dwi. (2018). *PENGARUH PEMBERITAAN KARIN NOVILDA PADA MEDIA ONLINE LINE TODAY, TERHADAP PERILAKU HEDONISME DAN GAYA HIDUP REMAJA KOMPLEK DEPARTEMEN AGAMA CITAYAM*. Konsentrasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta
- Fatonah, Siti. (2017). *PENHGARUH TERPAAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT ANTI MEROKOK TERHADAP SIKAP PADA PERILAKU MEROKOK*. Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang
- Lathifah, Ainun. (2017). *PENGARUH PEMBERITAAN KORUSI BIROKRASI TERHADAP MAHASISWA KLATEN UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalikaga
- Dzikron, Anzalia Silmi. (2018). *PENGARAUH TERPAAN PEMBERITAAN REVISI UU ITE TERHADAP SIKAP KRITIS PENGGUANA MEDIA SOSIAL DI KOTA TANGERANG SELATAN*. Konsentrasi Jurnalistik Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Setyawan, Arya. *PENGARUH TERPAAN TAYANGAN TELEVISI TERHADAP SIKAP PENGGUNA PESWAT DI BANDARA JUANDA SURABAYA*. E-Proceeding of Management: Vol2, No.3 Desember 2015