

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Konsep

2.1.1 Konsep Terpaan Media

Pada awalnya, terpaan media didefinisikan sebagai perilaku penerima pesan dari media dengan cara membaca, mempelajari, mendengar, dan menonton (Tella, 1968). Seiring berjalannya waktu, Shore (1985) memperbarui definisi dari terpaan media dengan mengeleminasi faktor menonton dengan membuat cakupan yang lebih mudah diukur, yakni terjadi pada tingkat individu atau kelompok dengan menyertakan pengalaman dan perhatian dalam pesan tersebut.

Indikator dalam mengukur terpaan media, dijelaskan oleh Sari (1993) yang mengoperasionalkan terpaan media sebagai frekuensi dan durasi pada setiap jenis media yang digunakan. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan atau *longevity*. Kemudian menurut Rosengren (1974) menambahkan bahwa terpaan media juga dapat diukur dengan beberapa dimensi, yaitu frekuensi, durasi, serta atensi (Rakhmat, 2009).

Yang & Wu (2019) juga menyatakan bahwa, terpaan media mencakup informasi pesan dan konten dalam media sosial dapat mempengaruhi perilaku kesehatan tertentu, mendorong sikap kesehatan, dan pada akhirnya meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan.

2.1.2 Konsep Sikap

Sikap merupakan sekumpulan keyakinan dan perasaan mengenai suatu objek tertentu dan berkecenderungan untuk bertindak secara tertentu dengan objek tersebut (Calhoun & Acocella, 1995). Walgito (2003) menambahkan bahwa sikap bukan hanya sekumpulan keyakinan dan perasaan, melainkan organisasi dari keyakinan dan pendapat individu akan suatu objek maupun kondisi yang sama dengan disertai perasaan, kemudian individu memberikan respon dengan cara yang ia pilih. Selanjutnya Kreitner dan Kinicki (2005) mengungkapkan bahwa sikap cenderung memiliki respon terhadap sesuatu secara konsisten untuk tidak mendukung atau mendukung dengan memberikan perhatian pada suatu objek.

Kemudian dari sekumpulan pernyataan tersebut Berkowitz (dalam Azwar, 2013) membuat tiga kerangka pemikiran dari pengertian sikap. Kerangka pertama, sikap merupakan sebuah reaksi perasaan atau bentuk evaluasi. Perasaan individu yang tidak mendukung atau mendukung pada objek tersebut merupakan sikap individu. Kerangka kedua, sikap adalah kesiapan atau kecenderungan potensial dengan cara tertentu terhadap suatu objek. Kerangka ketiga, sikap adalah konsistensi dari komponen-komponen kognitif, afektif, dan konatif atau perilaku. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan intensitas perasaan yang didasari oleh hasil organisasi keyakinan, pemahaman, penalaran, serta penghayatan akan sesuatu yang relatif konsisten serta memberikan dorongan kepada individu dalam membuat respon secara negatif maupun positif terhadap objek, situasi, atau individu lain. Ditinjau dari strukturnya, sikap terdiri atas tiga komponen, yaitu komponen kognitif (kepercayaan), afektif (perasaan), dan konatif (perilaku) (Azwar, 2013).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan beberapa penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan dan dapat dijadikan referensi pada penelitian yang akan dilaksanakan. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian meskipun perspektif penelitian juga ada aspek yang berbeda.

Penelitian pertama diteliti oleh Jang Kyungeun & Min Baek Young (2018), judul *When Information from Public Health Officials is Untrustworthy: The Use of Online News, Interpersonal Networks, and Social Media during the MERS Outbreak in South Korea*. Pada penelitian ini dijelaskan mengenai penggunaan media sosial pada wabah MERS di Korea Selatan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, informasi kurang ditampilkan secara kredibel oleh pihak Dinas Kesehatan, sehingga media sosial dianggap menjadi media untuk memperoleh informasi terkait MERS. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas isu kesehatan dengan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi penyebaran kasus. Perbedaan penelitian akan melihat keaktifan akun Twitter @KemenkesRI dalam menginformasikan kasus COVID-19, sehingga terpaan media bertindak sebagai sarana untuk merubah sikap masyarakat untuk menerapkan protokol kesehatan khususnya penggunaan masker.

Penelitian kedua diteliti oleh Ramona Ludolph, Peter J. Schulz & Ling Chen (2018), judul *Investigating the Effects of Mass Media Exposure on the Uptake of Preventive Measures by Hong Kong Residents during the 2015 MERS Outbreak: The Mediating Role of Interpersonal Communication and the Perception of Concern*. Penelitian ini mengungkapkan dampak terpaan media terhadap pencegahan masyarakat Hongkong selama wabah MERS. Temuan penelitian

menunjukkan bahwa, pelibatan publik dalam keaktifannya di media sosial dianggap mampu mencegah wabah MERS menyebar. Penggunaan komunikasi antarpribadi antara satu pengguna media sosial dengan pengguna lainnya dianggap dampak terpaan media. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas isu kesehatan, yang mana menjadikan pengguna media sosial untuk saling peduli guna pencegahan wabah MERS berlanjut di Hong Kong. Perbedaan penelitian terletak pada variabel pengaruh yaitu menggunakan media sosial Twitter dan variabel terpengaruh yaitu sikap untuk menerapkan protokol kesehatan khususnya penggunaan masker.

Penelitian ketiga diteliti oleh Lama Alsudias & Paul Rayson (2020) dengan judul *COVID-19 and Arabic Twitter : How can Arab World Governments and Public Health Organizations Learn from Social Media?* Pada penelitian ini dikemukakan bagaimana pemerintah Arab dan organisasi kesehatan masyarakat melakukan penyebaran informasi di Twitter terkait penanganan COVID-19. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, sebesar 84% secara aktif memposting tweetnya terkait COVID-19. Terdapat klasifikasi *tweet* ke dalam lima kategori, yaitu akademisi, media, pemerintah, profesional kesehatan, dan publik. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas isu kesehatan yang dipublikasikan dalam media sosial Twitter. Selain itu metode yang digunakan juga terdapat kesamaan berupa survei, metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh juga menggunakan metode regresi. Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian yang melihat, pengaruh terpaan media dari akun @KemenkesRI terhadap sikap khalayak sasaran.

Penelitian keempat diteliti oleh Siti Fatonah (2017) dengan judul Pengaruh Terpaan Iklan Layanan Masyarakat Anti Merokok Terhadap Sikap Pada Perilaku Merokok. Pada penelitian ini dikemukakan bahwa adanya perilaku merokok di kalangan remaja dipengaruhi oleh faktor sikap. Faktor sikap ini pada awalnya terlihat dari adanya ketertarikan remaja dalam melihat iklan rokok di media, sehingga iklan disebut sebagai *symbolic modelling*. Dengan demikian, pemerintah melakukan upaya untuk merubah sikap dengan menayangkan iklan peringatan bahaya merokok terhadap kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perubahan sikap dinilai rendah dalam menciptakan sikap anti merkok di kalangan remaja. Dengan demikian iklan layanan anti merokok belum mampu menyajikan perubahan sikap pada remaja untuk peduli terhadap kesehatan. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas isu kesehatan dengan menjadikan iklan sebagai media menyampaikan kampanye kesehatan. Namun terdapat *gap* penelitian terlihat dari adanya iklan layanan anti merokok belum mampu menyajikan perubahan sikap dalam memiliki kepedulian terhadap kesehatan. Maka dari itu, penelitian ini akan melihat adanya konten media dalam media sosial Twitter dari akun @KemenkesRI mengenai ajakan untuk dapat menggunakan masker selama masa pandemi COVID-19.

2.3 Kerangka Teoritis

Penelitian ini membahas mengenai terpaan media sosial Twitter @KemenkesRI terhadap sikap penggunaan masker selama pandemi COVID-19, dimana media sosial menjadi sebuah sumber informasi bagi masyarakat selama pandemi COVID-19. Selama pandemi COVID-19 masyarakat dituntut untuk mengikuti protokol kesehatan khususnya menggunakan masker, maka masyarakat membutuhkan

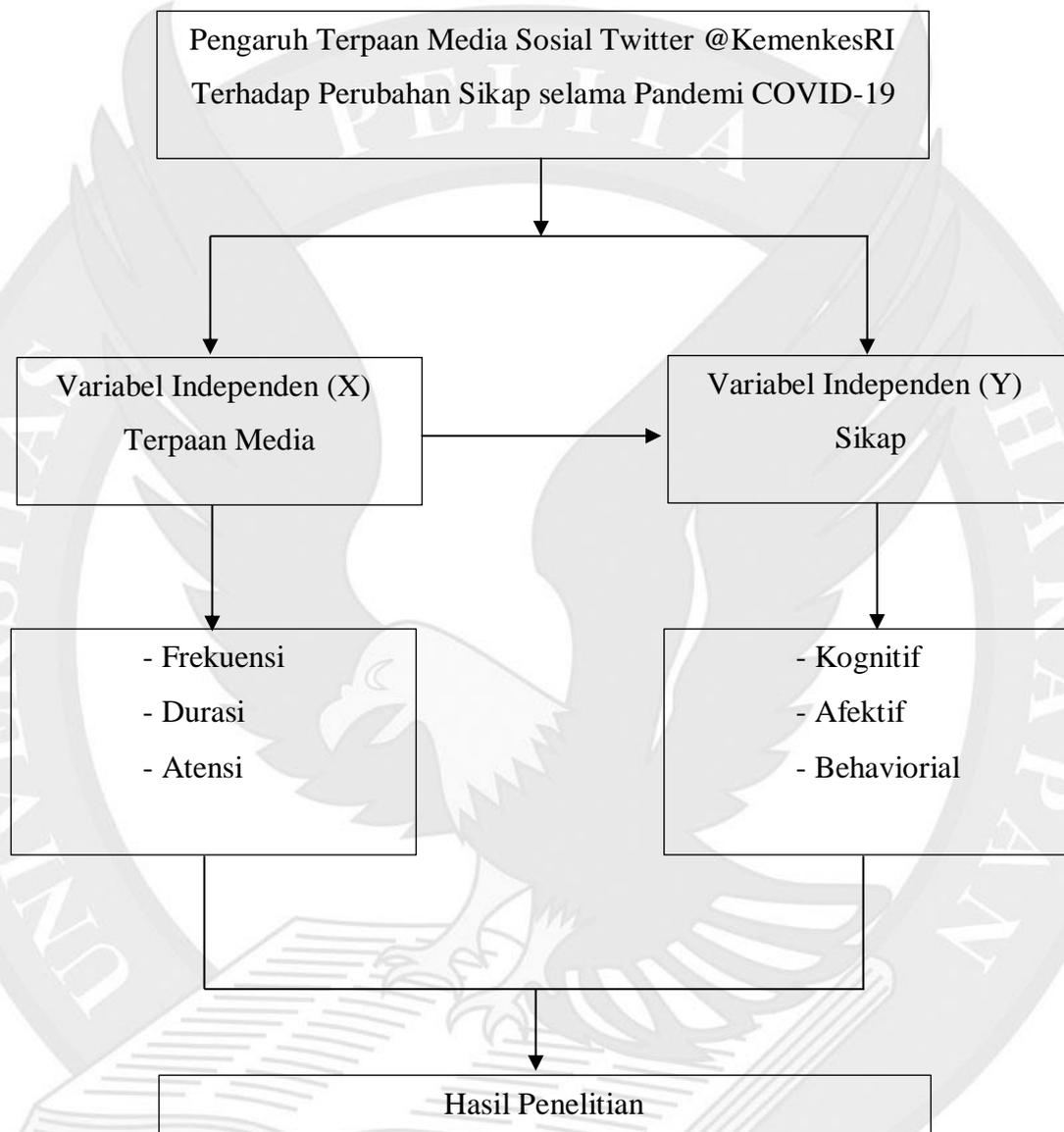
sumber informasi yang terpercaya salah satunya media sosial Twitter @KemenkesRI. Tanpa disadari masyarakat menjadi ketergantungan terhadap media sosial. Untuk dapat menjelaskan fenomena dampak ketergantungan terhadap media maka dasar teori yang dapat digunakan yaitu *Media Dependency Theory*.

Media Dependency Theory atau Teori Ketergantungan Media dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin De Fleur pada tahun 1976 (Littlejohn & Foss, 2008), dimana teori ketergantungan ini berfokus pada kondisi struktural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek dari media. Teori ini memiliki pemikiran dimana masyarakat mempunyai ketergantungan pada media yang dianggap sebagai salah satu sebagai sumber informasi baik pengetahuan maupun gambaran terhadap apa yang sedang terjadi di masyarakat. Teori ketergantungan media mengungkapkan bahwa adanya hubungan intergal antara media, masyarakat, serta masyarakat yang lebih besar (Littlejohn & Foss, 2008). Teori ini memiliki prediksi bahwa informasi dari media yang diberikan kepada masyarakat mencapai tujuan tertentu serta memenuhi kebutuhan. Tetapi hal ini tidak berlaku untuk semua media.

Menurut Ball-Rokeach dan De Fleur (dalam Littlejohn dan Foss 2008), ada dua faktor yang akan menentukan seberapa bergantungnya khalayak kepada media. Faktor pertama, masyarakat akan lebih bergantung kepada media yang dapat memenuhi sejumlah kebutuhannya dibandingkan dengan media yang hanya memenuhi sedikit kebutuhan masyarakat. Faktor kedua, stabilitas sosial saat terjadi terdapat konflik maupun perubahan sosial, biasanya masyarakat dipaksa untuk dilakukan penilaian ulang media dan kemungkinan mengonsumsi media dengan pilihan baru. Masyarakat yang telah bergantung pada suatu media tertentu akan

terpengaruh secara kognitif, afektif, dan behavioral. Namun setiap audiens dipengaruhi dengan tingkatan yang berbeda.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Penulis (2020)