



DESKRIPSI PENGALAMAN PERILAKU SELEKTIF MEMILIH INFORMASI DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA MEDIA MASSA TELEVISI

DESCRIPTION OF SELECTIVE BEHAVIORAL EXPERIENCE OF CHOOSING COVID-19 INFORMATION IN MASS MEDIA TELEVISION

Maylanny Christin¹, Rico Kurnia Yudhaswara², Dasrun Hidayat³

¹Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Jl. Telekomunikasi No 1 Terusan Buahbatu Bandung, Jawa Barat

^{2,3}Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya (ARS University) Jl. Sekolah Internasional No. 1-2 Bandung, Jawa Barat

Email: maylannychristin@telkomuniversity.ac.id¹, rikokurnia30@gmail.com², dasrun@ars.ac.id³

(Diterima: 03-07-2020; Direvisi: 08-05-2021; Disetujui terbit: 10-05-2021)

Abstrak

Televisi merupakan salah satu media yang menyampaikan informasi seputar COVID-19. Di tengah kondisi darurat COVID-19, televisi memang pantas menjadi sumber informasi terdepan, berkualitas dan terpercaya. Peneliti tertarik meneliti tentang bagaimana pengalaman perilaku selektif masyarakat dalam memilih informasi COVID-19 di media massa televisi. Adanya perilaku selektif diharapkan masyarakat mampu mengurangi kecemasan akibat terpapar media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengalaman perilaku selektif masyarakat dalam memilih informasi tentang COVID-19 di media televisi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Teknik pengumpulan data melalui wawancara bersama 5 informan dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Hasil penelitian fokus pada pengalaman perilaku selektif memilih informasi COVID-19 meliputi memastikan informasi sesuai dengan kebutuhan, mengatur frekuensi mengakses informasi COVID-19, dan melakukan kroscek informasi dari sumber lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan berimplikasi pada tingkat kesadaran akan pentingnya literasi media. Perilaku selektif mencerminkan bahwa khalayak cerdas dalam menentukan saluran media dan isi yang sesuai.

Kata kunci: covid-19, televisi, informasi, perilaku selektif

Abstract

Television is one of the media that delivers information about COVID-19. In the midst of the COVID-19 emergency, television deserves to be the foremost, quality and reliable source of information. Researchers are interested in researching how people experience selective behavior in choosing COVID-19 information in television mass media. The existence of selective behavior is expected by society to be able to reduce anxiety due to media exposure. The purpose of this study was to find out how the community experiences selective behavior in choosing information about COVID-19 on television media. The research used a descriptive-qualitative approach with the type of phenomenological research. Data collection techniques through interviews with 5 informants with criteria that have been determined by the researcher. The results of the study focus on the behavioral experiences of selectively selecting COVID-19 information including ensuring information is in accordance with needs, adjusting the frequency of accessing COVID-19 information, and cross-checking information from other sources. The results of this study are expected to have implications for the level of awareness of the importance of media literacy. Selective behavior reflects that the audience is smart in determining the appropriate media channels and content.

Keywords: covid-19, television, information, selective behavioral

PENDAHULUAN

Perilaku masyarakat dalam mengonsumsi media mengalami perubahan

di tengah pandemi COVID-19. Frekuensi dan intensitas mengakses media semakin bergairah seiring dengan keingintahuan mereka terkait perkembangan pandemi.

Televisi adalah salah satu media yang diakses oleh masyarakat. Fenomena yang sedang marak diperbincangkan di media televisi yakni upaya berbagai pihak dalam mengendalikan penyebaran virus mematikan tersebut. Hampir setiap hari, media cetak hingga media elektronik mengulas dan menyajikan informasi perkembangan virus corona.

Media massa di Indonesia yang masih memiliki kekuatan salah satunya adalah media televisi. Meskipun di tengah gempuran media sosial, televisi tetap berusaha melakukan inovasi melalui strategi konvergensi, upaya menghadirkan tayangan televisi melalui jaringan internet sehingga mempermudah dan mempercepat akses informasi (Hidayat & Anisti, 2015). Keberadaan televisi di Indonesia diperkuat atas hasil riset yang dilakukan lembaga oleh riset pemasaran MARS di tahun 2000. Riset tersebut menyebutkan bahwa durasi yang habiskan oleh masyarakat dewasa di Indonesia menonton suatu tayangan televisi yakni berkisar 4 jam sehari. Durasi ini tergolong pada kategoripenonton kelas berat (Saefudin, H.A & Venus 2019).

Media massa televisi memiliki fungsi utama yaitu fungsi informatif, edukatif, dan rekreatif (Siahaan, 2018). Ketiga fungsi tersebut semestinya dijalankan secara seimbang. Televisi berusaha menghadirkan informasi yang akurat dan dibutuhkan oleh masyarakat. Televisi juga mampu memberikan tayangan yang sifatnya mengedukasi kepada masyarakat. Televisi idealnya mampu mengimbangi konten siaran berupa konten hiburan yang mampu membangkitkan fase baru di tengah kesulitan masyarakat.

Tercatat sejak tanggal 1 – 18 Maret 2020 terjadi peningkatan pemberitaan COVID. Situasi ini juga selaras dengan bertambahnya penonton televisi secara signifikan mencapai

lebih dari 25%. Bahkan di Jakarta tercatat jumlah penonton televisi bertambah 16,2 % selama pandemi. Kenaikan jumlah penonton menjadi bukti bahwa televisi masih menjadi pilihan masyarakat sebagai saluran informasi yang dapat dipercaya.

Televisi di tengah pandemi COVID tentu sangat dibutuhkan. Televisi sebagai media massa dituntut untuk mampu menghadirkan konten yang variatif. Tidak saja menonjolkan informasi, edukasi, ataupun hiburan. Menu tayangan televisi yang berimbang akan membantu pola pikir, pengetahuan, perasaan, dan perilaku masyarakat. Perilaku dalam menonton dipengaruhi oleh minat, pemahaman, dan perhatian (Astuti & Setiowati, 2019).

Perilaku menonton dapat diukur melalui tiga aspek, yaitu total waktu yang dihabiskan dalam menonton, jenis acara yang ditonton, dan frekuensi dalam menonton televisi. Tiga aspek untuk mengukur perilaku menonton tersebut dapat diterapkan dalam menganalisis perilaku menonton masyarakat di tengah pandemi COVID-19. Ketika waktunya dihabiskan untuk menonton berita COVID, tentu saja akan mempengaruhi pengetahuan, emosi, dan perilaku masyarakat.

Lembaga survey *Nielsen Television Audience Measurement* (TAM) menyatakan bahwa ketika pandemi COVID-19 menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen, termasuk dalam hal mengonsumsi media. Sebelas kota di Indonesia menunjukkan rata-rata penonton televisi mulai meningkat, dari rata-rata *rating* 12% menjadi 13,8% atau setara dengan penambahan sekitar 1 juta penonton televisi. Peningkatan ini terjadi karena kegiatan yang di “rumahkan saja” sehingga menarik para penonton untuk menyaksikan tayangan televisi dan mengikuti perkembangan tentang informasi COVID-19.

Perubahan perilaku setelah menerima informasi COVID-19 di media televisi, dapat diamati dari perilaku nyata di tengah masyarakat. Perilaku yang dimaksud seperti kegiatan, pola-pola tindakan, dan kebiasaan berperilaku. Perubahan perilaku merujuk pada pola pemikiran khalayak dalam mengambil sebuah keputusan yang tepat. Untuk itu diperlukan pengambilan keputusan yang tepat dalam memilih tayangan televisi. Keputusan pemilihan informasi dapat diartikan sebagai perilaku selektif. (Prisgunanto, 2015).

Bijak dalam memilah dan memilih informasi COVID-19 di media massa dapat dikategorikan sebagai perilaku selektif. Tindakan ini dinilai mampu mencegah atau mengantisipasi terjadinya berita *hoax* atau berita bohong di tengah masyarakat. Tercatat ada 50 berita *hoax* tentang COVID-19 selama periode Maret-April 2020 (Rahayu & Sensusiyati, 2020).

Perilaku selektif artinya tiap individu mampu memfilter atau memilih konten sesuai dengan kebutuhannya (Rahmiputri dan Irwansyah 2019). Perilaku selektif akan menghindari terjadinya konflik atau situasi apa pun yang tidak diinginkan (Humanes, 2019). Pada konteks penelitian perilaku selektif yang dimaksud yakni selektif memilih jenis program dan saluran program televisi sesuai dengan kebutuhan. Perilaku selektif ini dapat diartikan pula sebagai tindakan aktif yang diperlihatkan oleh khalayak (Griffin, 2011). Perilaku selektif juga dapat bermakna bahwa tiap individu cerdas dalam mengolah pesan dari media massa. Hasil olahan tersebut tentu saja disesuaikan dengan analisa dan realitas di lapangan.

Fungsi dari perilaku selektif itu sendiri sebagai penyaring yang memadai data-data yang tidak penting dan di waktu yang bersamaan mengidentifikasi dan menyoroti

pola yang paling bermanfaat dari data atau informasi tentang COVID-19 yang diterima dari media televisi. Perilaku selektif juga dapat diartikan sebagai upaya mengkroscek data terkait informasi yang disampaikan oleh media (Shin & Thorson, 2017). Oleh karena itu, perilaku selektif juga dipahami sebagai tindakan kritis sehingga tidak mudah menerima informasi tanpa adanya upaya mengkonfirmasi data melalui sumber lainnya. Terdapat 3 tahapan terbangunnya perilaku selektif meliputi persepsi, ingatan, dan tindakan selektif (Evanita, 2009).

Proses perilaku selektif terdapat tiga fase bergantung pada waktu terjadinya terpaan dari media televisi (Hidayat & Anisti, 2015). Fase pertama adalah terpaan media. Selektivitas mencakup pemilihan isi dari pesan yang disampaikan oleh media televisi. Fase kedua adalah fase saat terjadinya terpaan media. Proses selektif di sini mencakup keterlibatan antara personal dan psikologis khalayak media. Situasi ini mencakup bagaimana khalayak mengonsumsi media tersebut. Fase yang ketiga adalah fase pasca atau setelah terjadinya terpaan media. Fase ini khalayak yang akan menentukan apakah suatu informasi yang diberikan oleh media massa tersebut dibutuhkan atau tidak, sesuai atau tidaknya dengan nilai-nilai yang ada dalam diri khalayak.

Interpretasi atau penafsiran merupakan inti dari persepsi yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Persepsi memiliki kaitan dengan proses selektivitas dalam memilih sebuah tayangan. Pola perilaku khalayak terbentuk berdasarkan persepsi mereka melalui realitas yang dipelajari berdasarkan pengalaman masa lalu yang diterima. Persepsi selektif adalah upaya individu menyeleksi objek hanya dari karakteristik tertentu dan mengabaikan hal lainnya. Perhatian pada suatu rangsangan

merupakan faktor yang menentukan sikap selektif atas sebuah rangsangan. Persepsi bersifat dugaan atau penyimpulan. Jika sesuatu data yang diperoleh terhadap suatu objek melalui penghindaran tidak lengkap maka persepsi merupakan sebuah loncatan langsung pada kesimpulan. Persepsi tidak bersifat akurat, karena setiap persepsi memiliki setidaknya sebuah kesalahan alam kadar tertentu. Hal tersebut disebabkan oleh pengaruh pengalaman dari masa lalu, sikap selektif dan penyimpulan. Ketika sebuah persepsi tidak akurat terjadi karena sebuah simpulan yang terlalu dini, menyamaratakan atau menganggap sama sesuatu yang sebenarnya mirip. Persepsi juga bersifat evaluatif. Kebanyakan yang dilakukan oleh individu bahwa apa yang mereka persepsikan adalah bersifat nyata karena kegiatan menerima dan menafsirkan sesuatu pesan sebagai suatu proses yang alamiah. Persepsi tidak pernah objektif karena individu menginterpretasikan berdasarkan pengalaman dan merefleksikan sikap, nilai, dan keyakinan pribadi individu yang digunakan untuk memberi makna pada objek persepsi.

Televisi sebagai media massa yang tiap saat menyampaikan informasi COVID-19 juga berpotensi untuk menimbulkan perbedaan persepsi. Kondisi ini terjadi karena ragam faktor seperti pengetahuan dan pengalaman tiap individu. Persepsi tersebut bukan tidak mungkin menimbulkan berbagai perasaan. Jika informasi tersebut dikonsumsi berlebihan, maka kemungkinan akan menimbulkan rasa cemas ataupun khawatir. Situasi ini terjadi karena didukung oleh beberapa faktor, diantaranya bahwa masyarakat Indonesia kenyataannya termasuk kategori penonton kelas berat. Mereka lebih menyukai kegiatan menonton dibandingkan dengan kegiatan lainnya. Fakta lainnya bahwa televisi secara penetrasi lebih besar dibandingkan dengan media lain (Mubarok &

Hidayat, 2014). Dengan demikian, televisi mampu memberikan imbas yang luar biasa bagi kehidupan masyarakat. Fakta berikutnya, televisi dengan ragam tayangan mampu merubah pemikiran, dan tindakan khalayak baik dari segi sosial, budaya, politik, dan lainnya (Soemardjo, 2015). Kehadiran informasi COVID-19 yang masif melalui media televisi tentu saja dapat memberikan perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku penonton. Oleh karena itu, pentingnya perilaku selektif sebagai bagian dari literasi media. Diharapkan khalayak terliterasi sehingga dapat membedakan informasi yang benar dan akurat.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik meneliti tentang bagaimana pengalaman perilaku selektif masyarakat dalam memilih informasi COVID-19 di media massa televisi. Adanya perilaku selektif diharapkan masyarakat mampu mengurangi kecemasan akibat terpaan media. Penelitian tentang perilaku selektif memilih informasi COVID-19 penting dilakukan karena salah satu faktor terinfeksi virus ketika rasa cemas berlebih muncul, sehingga menimbulkan gangguan fungsi emosional seperti depresi. Kondisi ini tentu saja akan berpengaruh terhadap kekebalan tubuh menurun. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perilaku selektif memilih informasi di tengah pandemi COVID-19. Perilaku selektif secara tidak langsung dapat membantu memutus mata rantai penyebaran COVID-19. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengalaman selektif khalayak televisi dalam mengonsumsi informasi COVID-19. Menganalisis terkait upaya khalayak memaknai pesan dari informasi COVID-19, dan perilaku yang timbul setelah diterpa informasi COVID-19.

LANDASAN TEORI

Ragam terpaan informasi media massa khususnya televisi bertujuan untuk memperkaya pemahaman dan pengetahuan khalayak. Namun, dibutuhkan pengemasan yang baik sehingga informasi mudah dipahami. Isi pesan dibuat dengan bahasa penyampaian yang mudah dicerna serta tidak menggunakan bahasa-bahasa serapan yang membuat khalayak menjadi ambigu dalam penafsirannya. Penyajian yang baik akan menghilangkan kesalahan interpretasi (Budhirianto, 2014). Ragam informasi di media televisi juga menuntut khalayak untuk berperilaku selektif. Perilaku yang mencerminkan sebuah sikap yang menuntun pada keputusan yang tepat. Hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa perilaku selektif akan membangun sikap kritis (Octavianto, 2015). Demikian pula halnya dalam konteks selektif memilih informasi COVID-19 di media televisi. Selektif sangat penting agar khalayak tidak menilai informasi sebagai realitas sepenuhnya terjadi di sekitar mereka. Situasi ini dikhawatirkan akan membentuk rasa cemas dan khawatir berlebihan.

Teori-teori yang relevan dalam pembahasan ini adalah teori dalam ranah media massa yaitu teori kultivasi dan teori *information seeking behaviour*. Teori kultivasi merupakan teori yang membahas tentang penanaman pesan televisi terhadap khalayak televisi, sedangkan *information seeking behavior* merupakan perilaku penemuan informasi dengan tujuan tertentu sebagai akibat dari adanya kebutuhan untuk memenuhi tujuan tertentu.

Teori kultivasi menjelaskan tentang dampak kekerasan tayangan televisi. Menonton televisi secara berlebihan akan berpengaruh terhadap keyakinan berlebihan terhadap realitas sosial. Terdapat empat

tahapan proses dalam teori analisis kultivasi. Pertama menganalisis isi dari program televisi, kedua pertanyaan tentang realitas sosial para penonton televisi, ketiga menanyakan bentuk tayangan seperti apa yang disaksikan dan keempat membandingkan proses realitas sosial yang terjadi antara kategori kelas berat dengan penonton kategori kelas ringan (Ulum & Gatut, 2017).

Teori kultivasi dikemukakan oleh George Gerbner. Teori ini memiliki beberapa asumsi pokok diantaranya televisi bersifat audio visual dalam menyampaikan pesannya sehingga pesan lebih persuasif (Griffin, 2011). Hal ini pula yang menjadi alasan masyarakat lebih memilih televisi dalam mencari informasi COVID-19. Namun, jika berlebihan dalam mengonsumsi informasi dikhawatirkan berdampak negatif yakni menimbulkan rasa cemas. Untuk itu, diharapkan teori ini dapat menjelaskan realitas di masyarakat terkait pengalaman perilaku selektif memilih informasi COVID-19.

Perilaku penemuan Informasi (*Information Seeking Behaviour*) merupakan upaya menemukan dengan tujuan tertentu sebagai akibat dari adanya kebutuhan untuk memenuhi tujuan tertentu. Dalam upaya ini, seseorang dapat saja berinteraksi dengan sistem informasi hastawi (misalnya, surat kabar, majalah, perpustakaan), atau yang berbasis komputer (Wilson, 2000).

Terdapat beberapa model yang menjelaskan perilaku penemuan informasi, salah satunya adalah model perilaku informasi Ellis di mana model terletak di antara analisis mikro pencarian informasi dan analisis makro penemuan informasi secara keseluruhan. Perilaku penemuan informasi terdiri dari beberapa fitur (ciri), yaitu:

1. *Starting*, terdiri dari aktivitas-aktivitas yang memicu kegiatan pencarian

- informasi.
2. *Chaining*, kegiatan mengikuti rangkaian sitasi, pengutipan atau bentuk-bentuk perujukan antar dokumen lainnya.
 3. *Browsing*, merawak, mengembara tetapi dengan agak terarah, di wilayah-wilayah yang dianggap punya potensi.
 4. *Differentiating*, pemilahan, menggunakan ciri-ciri di dalam sumber informasi sebagai patokan untuk memeriksa kualitas informasi.
 5. *Monitoring*, memantau perkembangan dengan berkonsentrasi pada beberapa sumber terpilih.
 6. *Extracting*, secara sistematis menggali di satu sumber untuk mengambil materi/informasi yang dianggap penting.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini fokus mengkaji pengalaman selektif masyarakat dalam memilih informasi COVID-19 di media massa televisi. Tujuan penelitian ini untuk membangun pengalaman tersebut sehingga terjadinya konsensus bersama antar individu tentang perilaku selektif memilih informasi COVID-19. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi.

Studi fenomenologi berasumsi setiap individu mengalami sebuah peristiwa atau kejadian secara sadar. Dengan kata lain, studi ini bertujuan untuk mencari lebih dalam kesadaran individu mengenai pengalamannya dalam peristiwa yang terjadi (Hidayat et al., 2020). Fenomenologi juga menjelaskan bahwa tiap realitas terbentuk karena adanya pemaknaan atas pengalaman sama yang dialami tiap individu (Mustopa & Hidayat, 2020).

Penelitian ini mengambil lokasi di kota Bandung, tepatnya di daerah Bandung

Selatan. Peneliti mewawancarai sebanyak 5 (lima) informan yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Kriteria tersebut yakni Ibu rumah tangga yang mengikuti perkembangan informasi tentang COVID-19, rentang usia 28 hingga 40 tahun, memiliki latar belakang pendidikan SMA/ sederajat, dan frekuensi menonton tayangan setidaknya 4 jam per hari.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara *online*. Teknik ini dilakukan menyusul masih diberlakukannya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan *physical distancing*. Wawancara melibatkan 5 informan masyarakat di Kota Bandung. Sebagai sumber data menggunakan teknik purposif dengan memperhatikan kriteria. Kriteria informan adalah ibu rumah tangga yang mengikuti perkembangan informasi COVID-19 di media televisi, yang berada pada rentang umur 28 tahun hingga 40 tahun, latar belakang pendidikan minimal SMA/ sederajat. Selain menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui wawancara, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sekunder melalui telaah data dari berbagai sumber, seperti *website* dan artikel hasil penelitian terkait COVID-19.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, meliputi konstruk data pertama, konstruk data kedua, dan konstruk data ketiga (Yayu et al., 2019). Konstruk data pertama peneliti membuat transkrip hasil wawancara dengan informan terkait perilaku selektif memilih informasi COVID-19. Tahapan pertama ini sering pula disebut dengan istilah reduksi data atau menyeleksi data sesuai dengan tujuan penelitian. Tahapan konstruk data kedua, peneliti memilah atau

mengklasifikasikan data sesuai dengan kebutuhan tiap pertanyaan penelitian terkait pengalaman perilaku selektif memilih informasi COVID-19. Bentuk dari konstruk data kedua ini berupa tabel atau matriks data. Tahapan ini juga lazim disebut tahapan display data. Display artinya menyajikan data hasil penelitian terkait perilaku selektif memilih informasi COVID-19. Display data mengacu pada pembagian pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Display data biasanya disajikan pada hasil penelitian. Tahapan konstruk data ketiga yakni membuat analisis data. Analisis berdasarkan data dan penjelasan teori yang relevan dengan hasil penelitian. Tahapan ini sering pula disebut dengan tahapan penarikan kesimpulan data. Tahapan ini disajikan pada bagian pembahasan hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Ketika pemerintah mengeluarkan kebijakan di “rumah saja” banyak kebiasaan yang ditinggalkan sebelumnya kemudian kembali dilakukan seperti halnya kebiasaan menonton televisi. Selain karena alasan tinggal di rumah, menonton televisi juga bermaksud untuk mengikuti perkembangan informasi COVID-19. Namun, tidak semua informasi yang disampaikan oleh media itu penting dan dibutuhkan. Sebaliknya, bisa saja informasi tersebut justru berdampak negatif terhadap kondisi Psikologis dan daya tahan tubuh. Oleh karena itu, diperlukan perilaku selektif dalam mencari dan menerima informasi COVID-19. Informasi COVID-19 tidak hanya disiarkan dalam berita (*hard news*), akan tetapi dikemas pula dalam bentuk hiburan seperti *infotainment*, dan bahkan iklan. Masifnya informasi tentang wabah virus mematikan ini, maka diperlukan tindakan selektif dalam memilih media dan informasi. Untuk itu, fokus perhatian dalam

penelitian ini adalah fokus pada pengalaman perilaku selektif memilih informasi COVID-19. Penderita paparan virus COVID-19 di Indonesia mulai bermunculan dan Presiden Jokowi menyampaikan bahwa Indonesia termasuk negara yang terpapar virus mematikan tersebut, sejak itu pula media massa secara intens menyiarkan informasi COVID-19. Tidak terkecuali media televisi ikut ambil andil dengan menyajikan berbagai informasi yang dikemas melalui beberapa program berita. Peran televisi dinilai menjadi peranan kunci untuk mencari informasi yang dapat di percaya oleh publik. Hal ini selaras dengan pengakuan informan 2 bahwa:

“Ketika pemerintah Indonesia menyuruh warga nya untuk bekerja di rumah, karena wabah yang terjadi di Indonesia tidak bisa dianggap remeh, lalu saya cari tahu seperti apa penyakitnya dan bagaimana kebijakan- kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah ya dari media televisi sayacari tahu beritanya”.

Bagi sebagian masyarakat di Indonesia televisi dianggap memiliki fungsi penting yakni untuk mendapatkan informasi yang terpercaya. Namun demikian, media juga memiliki peran dalam mengonstruksi realitas sosial melalui *frame* (bingkai) yang dibuat oleh media sehingga apa yang ditayangkan oleh media seakan-akan itu adalah kejadian yang terjadi sebenarnya (Siahaan, 2018).

Fungsi televisi selain menjadi media yang menyebarkan informasi, hiburan, dan juga pendidikan. Fungsi yang terdapat pada media televisi adalah sebagai media yang membentuk realitas sosial secara tidak disadari oleh khalayak. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan kehadiran televisi menjadi wadah untuk mencari informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Pada dasarnya televisi masih menjadi pilihan masyarakat karena media audio visual ini dinilai mudah di

pahami oleh penonton. Informan 4 menjelaskan bahwa:

“Kenapa saya lebih memilih menonton televisi dibandingkan dengan yang lain kayak baca berita online atau dengerin di radio, yah karena tv tuh kan sifatnya bisa di lihat dan di dengar terus penyampaiannya juga jelas. TV juga sudah bisa diakses di internet. Tapi kadang kurang nya tv tuh suka kecepatan ketika nyampein informasi, tapi sedikit- sedikit paham. Tapi kalau di berita online kan kayaknya bener-bener harus yang paham gitu loh ngartiinya, ya kalau yang punya background pendidikan mah enak gampang ngerti.”

Televisi juga dipilih karena biaya terjangkau, dan mudah diakses. Informan lebih memilih televisi sebagai saluran informasi karena menilai karakteristik televisi menjadi kekuatan media tersebut. Karakteristik audio visual salah satu kekuatan yang menjadi alasan mereka memilih televisi sebagai saluran informasi COVID-19. Selain itu, kemajuan teknologi juga menjadikan televisi masih menjadi pilihan informan. Kecanggihan teknologi disebut pula dengan istilah konvergensi media, masyarakat dapat menonton melalui jaringan internet atau televisi *streaming*. Konvergensi hadir sebagai tantangan bagi media konvensional di tengah gempuran teknologi internet (Hidayat & Anisti, 2015). Tidak bisa dipungkiri bahwa kehadiran media televisi disebut sebagai refleksi akan peristiwa sehari-hari yang berada di sekitar kita. Selain itu, televisi masih dinilai akurat dibandingkan dengan media sosial atau media massa berbasis internet.

Menurut informan, kehadiran media berbasis internet atau daring tidak bisa menggantikan keberadaan televisi. Mereka berpendapat bahwa media internet tidak dapat dijadikan tolak ukur untuk

mendapatkan informasi yang sifatnya terpercaya. Pendapat tersebut juga diperkuat oleh hasil survei bahwa sebanyak 63.30% publik menilai berita hoax yang diterima bersumber dari orang yang dapat dipercaya. Sebanyak 55.8% publik mengira berita yang mereka konsumsi sudah melalui proses pemeriksaan oleh lembaga terkait (Mastel, 2019). Keraguan informasi melalui media daring, senada dengan pengakuan informan 3, bahwa:

“Saya tuh mas bukan nggak percaya sama mediasosial, soalnya di situ (media sosial) banyak berita yang nggak jelas atau banyak bohongnya. Kan kalau di televisi itu udah jelas ada peraturan untuk tayang nya, memang di pantau juga sama pemerintah juga. Jadi lebih bisa di percaya.”

Isi pesan yang disampaikan melalui media berbasis internet kecenderungan dipersepsi berbeda oleh tiap individu. Situasi ini terjadi mengingat kondisi pengetahuan dan pengalaman yang berbeda sehingga menimbulkan dampak berbeda pula. Selain itu, media berbasis internet proses seleksi tidak seketat dibandingkan dengan televisi. Namundemikian, bukan berarti televisi tidak meninggalkan dampak negatif. Situasi ini terjadi ketika khalayak menonton televisi terlalu sering tanpa dan adanya pembatasan. Khalayak secara tidak sadar realitas sosialnya terbentuk sesuai dengan apa yang ia terima dari tayangan televisi. Hal tersebut sesuai dengan teori kultivasi yang menjelaskan tentang dampak perilaku penonton televisi dalam jangka waktu yang lama. Ketika khalayak sering menghabiskan waktu menonton televisi, semakin kuat juga kecenderungan untuk menyamakan apa yang terjadi di televisi sama dengan apa yang terjadi di lingkungannya. Kondisi ini sering pula disebut sebagai penonton kelas berat

(*heavy viewers*). Oleh karena itu, perlu ada usaha untuk mengatur kebiasaan menonton televisi secara proporsional.

Hal ini terkait frekuensi, isi pesan, dan memilih sumber informasi. Informan 3 mengakui bahwa ia sangat selektif dalam memilih media dan informasi terutama di saat situasi pandemi COVID-19 *“jangan berlebihan juga nonton informasi virus corona, diatur aja dan disesuaikan. Kalau berlebihan juga nggak bagus dan perasaan jadi lebih khawatir, cemas.”* Efek kecemasan yang di timbulkan bukan hanya dirasakan oleh satu informan, akan tetapi dirasakan oleh semua informan. Rasa cemas (*anxiety*) adalah ketidakberdayaan neurotik, rasa tidak aman, ketidakmatangan perilaku, dan kurangnya kemampuan dalam menghadapi tuntutan terhadap realitas yang dirasakan, kesulitan dan tekanan dalam kehidupan sehari-hari. Kecemasan di kelompokkan menjadi 3 yaitu respon perilaku, kognitif, dan afektif. (Annisa & Ildil, 2016).

Teori kultivasi mengemukakan pecandu berat televisi ini membentuk sebuah citra realitasnya sendiri yang tidak konsisten dengan kenyataan. Semakin tinggi tingkat frekuensi menonton televisi maka tingkat kecemasan semakin meningkat. Tingkat kecemasan terdiri atas 4 tingkatan yaitu kecemasan ringan, kecemasan sedang, kecemasan berat, dan kecemasan panik. Kecemasan ringan menyebabkan individu menjadi waspada dan meningkatkan lapang persepsinya. Kecemasan sedang ini memfokuskan pada masalah penting saja, akan tetapi individu ini tidak memiliki perhatian yang selektif. Kecemasan berat cenderung lebih memfokuskan terhadap suatu yang lebih rinci dan spesifik. Sedangkan kecemasan panik terjadi karena hal yang rinci terpecah dari proporsinya karena mengalami

kehilangan kendali. Informan memiliki pengalaman yang sama bahwa televisi memang memiliki peran sedemikian penting bagi masyarakat, akan tetapi masyarakat juga harus bijak dalam menonton agar secara psikologis tidak terpengaruh oleh tayangan televisi.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa pengalaman proporsional juga ditentukan oleh frekuensi menyaksikan tayangan televisi. Semakin sering frekuensi menonton semakin terbentuk realitas sosial dari individu tersebut. Menonton televisi adalah suatu tindakan yang menarik yang tidak lepas dari dorongan dari masing-masing individu untuk menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi, atau dengan kata lain tindakan menonton televisi adalah kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang berhubungan dengan dorongan yang ada dalam diri individu sehingga seseorang memusatkan perhatiannya terhadap acara yang ditayangkan televisi dengan senang hati serta dengan perasaan puas sehingga pemirsa dapat menikmati apa yang ditayangkan oleh televisi tersebut.

Ketika realitas media terbentuk pada individu, maka individu tersebut akan menafsirkan kondisi yang terjadi pada lingkungannya adalah suatu yang dapat membuat dirinya merasa takut dan tidak aman. Ketika hal tersebut terjadi, semakin lama perasaan yang terbentuk oleh kondisi tersebut maka individu akan mengalami perilaku kecemasan. Pola perilaku kecemasan ini di rasakan oleh informan 4, ia mengatakan.

“Awalnya kaya ngga ngerasa saya sendiri cemas, tapi saking seringnya nonton televisi terus diteleponin sama orang tua juga soal si virus ini. Jadi makin kepikiran sampe ngga bisa tidur, lebih temperamen soal kebersihan, nolak buat pergi ke pasar, sama dikit-dikit cuci tangan.”

Pada pola seperti ini sesuai dengan pandangan peneliti bahwa tingkat kecemasan berada di tahap kecemasan berat. Kondisi ini ditandai dengan adanya keresahan yang berlebihan. Kecemasan yang dirasakan oleh semua informan pada penelitian ini bisa dikatakan berada pada tahap kecemasan berat.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa untuk mengatasi situasi pandemi, sudah seharusnya membatasi konsumsi media termasuk media televisi. Cara yang bisa dilakukan yaitu dengan berperilaku selektif. Perilaku selektif dengan menjaga frekuensi menonton informasi COVID-19 juga diakui informan 5:

“Gini deh mas, kalau saya sendiri sebenarnya buat menghilangkan kecemasan tuh ya udah kurangi aja nonton berita yang ngga penting, contohnya kayak berita kematian, terus berita yang katanya ODP (Orang Dalam Pengawasan) tidak diterima ketika mau berobat, dan sebagainya.”

Perilaku selektif dalam memilih sebuah tayangan akan mengurangi dampak negatif televisi. Perilaku selektif senada dengan asumsi teori *uses and gratification*. Teori ini memposisikan khalayak bersifat aktif sehingga mendorong individu bertindak selektif (Griffin, 2011). Perilaku tersebut dipengaruhi lingkungan sehinggamembangun stimulus untuk berperilaku (Amalliah, 2018). Adanya pengalaman dan pendidikan yang baik dapat membantu individu dalam berperilaku selektif. *“Melakukan pembatasan atau lebih cerdas lagi memilih informasi.”* Dalam menanggulangi dampak media sebenarnya khalayak dituntut untuk aktif. Informan memiliki pegalaman yang sama bahwa kecemasan muncul karena realitas yang dibangun atas informasi yang diterima

dari media. Pengalaman menonton akhirnya dikonstruksi sehingga membangun rasa cemas yang berlebihan.



Gambar 1 Proses perilaku selektif memilih informasi COVID-19 di Televisi

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa informan menyaksikan tayangan informasi pandemi COVID-19 sangat tinggi. Hal ini mengakibatkan hampir semua informan merasa cemas setelah menyaksikan informasi terkait wabah tersebut. Informan menyaksikan informasi COVID-19 dengan frekuensi yang terbilang sering. Mereka beralasan untuk mendapatkan informasi yang cukup tentang COVID-19. Namun, motif tersebut tanpa disadari justru menimbulkan dampak terhadap perubahan perilaku yang berujung pada perilaku kecemasan. Perilaku kecemasan itu timbul karena kurangnya pengetahuan dalam mengolah informasi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh tiap informan.

Realitas lain yang terjadi bahwa ada pula informan yang mengaku sejak awal selektif dalam memilih informasi COVID-19. Informan mengaku bertindak selektif, memilih tayangan yang pantas dan berguna. Perilaku selektif dengan memastikan terlebih dahulu bahwa informasi memang dibutuhkan. Disamping itu, informasi yang sama akan lebih baik apabila dicek kembali dari sumber berbeda. Perilaku selektif sangat membantu dalam mengurangi rasa cemas yang berujung pada daya tahan tubuh selama masa pandemi.

PENUTUP

Kesimpulan

Pengalaman perilaku selektif masyarakat dalam memilih informasi COVID-19, sebagian besar pengalamanyang dialami oleh lima informan adalah sama, yaitu menonton televisi sudah menjadi kebiasaan pada masa pandemi COVID-19 ini, karena masyarakat diimbau untuk berada di dalam rumah untuk menghindari penyebaran virus. Para informan juga menganggap bahwa dengan adanya penayangan informasi terkait COVID-19 dapat memberikan informasi pentingnya menjaga protokol serta kebijakan- kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, namun denganseringnya ditayangkan jumlah kasus COVID-19 yang semakin meningkat dan jumlah kasus kematian karena virus tersebut mengakibatkan kecemasanterseendiri dan selalu kepikiran tentang virus COVID-19 serta menjadi lebih temperamen soal kebersihan dan lebih menjaga protokol kesehatan.

Pengalaman informan dalam mengatasi rasa cemas di tengah pandemi dengan bertindak proporsional. Tindakan ini terdiri dari tiga tahapan yaitu mengatur frekuensi menonton, memastikan informasi sesuai dengan kebutuhan, dan mencari informasi pembandingan dari sumber yang berbeda. Tindakan proporsional ini diakui mampu mengurangi rasa cemas sehingga membantu daya tahan tubuh selama kondisi pandemi.

Pola perilaku selektif bisa terbangun karena adanya kesadaran terhadap dampak negatif menonton secara berlebihan. Selain itu, muncul keinginan untuk membangun perilaku disiplin dalam menonton televisi. Adanya kesadaran tersebut yang mendorong informan mampu membatasi kebiasaan dalam mengonsumsi informasi COVID- 19 di televisi.

Peran dan fungsi televisi di tengah pandemi COVID-19 tentu saja sangat dibutuhkan. Selain memberikan informasi juga memberikan hiburankepada masyarakat. Adanya kecukupan dan keseimbangan antara informasi dan hiburan diharapkan mampu membantu daya tahan tubuh masyarakat. Namun, pada kenyataannya terkadang informasi yang dikonsumsi berlebihan sehingga menimbulkan perasaan cemas di masyarakat.

Saran

Perlu adanya perilaku selektif dalam memilih tayangan informasi COVID-19 di media televisi. Secara keseluruhan informan sepakat bahwa mereka memiliki pengalaman yang sama terkait adanya rasa cemas setelah menonton tayangan terkait informasi COVID-19. Mereka menyadari pula bahwa terkadang terbawa emosi sehingga kebiasaan menonton dengan durasi yang lama serta frekuensi yang sering. Kebiasaan tersebut pada akhirnya menimbulkan perasaancemas. Adapun motif mencari danmenonton informasi yaitu untuk mengetahui perkembangan terutama terkait informasi pencegahan virus mematikan tersebut.

Penelitian ini fokus pada informasi COVID-19 yang disampaikan melalui media televisi. Oleh karena itu, tentu saja masih ada peluang untuk dikaji lebih lanjut terkait masalah penelitian ini dengan memilih media massa lainnya sebagai obyek penelitian. Diharapkan dengan adanya penelitian lanjutan akan memperkuat penelitian sebelumnya serta menambah hasil temuan terkait konsep perilaku selektif dalam mengonsumsi informasi di media massa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Mitra Bebestari (reviewers) dan pengelola Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini

Publik yang telah menelaah dan memberikan masukan yang membangun pada naskah ini

DAFTAR PUSTAKA

- Amalliah. 2018. "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP FENOMENA HOAX DI MEDIA ONLINE PADA ERA POST TRUTH." *Gastrointestinal Endoscopy*, 10(1), 279–88. <https://doi.org/10.1542/peds.2006-2099>
- Annisa, D. F., & Ifdil, I. 2016. "Konsep Kecemasan (Anxiety) pada Lanjut Usia (Lansia)." *Konselor*, 5(2), 93. <https://doi.org/10.24036/02016526480-0-00>
- Astuti, D. R., & Setiowati, E. A. 2019. "Hubungan Antara Perilaku Menonton Tayangan Kekerasan Dan Persepsi Terhadap Pola Asuh Permisif Dengan Agresivitas Pada Siswa SD Di Kota Semarang." 939–948.
- Budhirianto, S. 2014. "Sikap Masyarakat Terhadap Kampanye Televisi Digital Pada Media Televisi." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 18 (3), 123665.
- Evanita, S. 2009. "KAJIAN IKLAN TELEVISI DALAM PERSPEKTIF TEORI PENGARUH SELEKTIF." 7.
- Griffin, E. 2011. "A First Look At Communication Theory." T. Z. Ackley (ed.); 8th ed.). McGraw-Hill.
- H.A & Venus, A. S. 2019. "Cultivation theory." *Media Theory for A Level*, 56, 176–87. <https://doi.org/10.4324/9780429032240-16>
- Hidayat, D., & Anisti, A. 2015. "Wartawan Media Now dalam Mengemas Berita: Perspektif Situational Theory." *Jurnal ASPIKOM*, 2(5), 295. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i5.81>
- Hidayat, D., & Noeraida. 2020. "Pengalaman Komunikasi Siswa Melakukan Kelas Online Selama Pandemi COVID-19." *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 3(2), 172–182. <https://doi.org/10.32534/jike.v3i2.1017>
- Hidayat, D., Rachmiatie, A., Rizkyana, D., Studi, P., Komunikasi, I., Journalistik, P. S., Komunikasi, F. I., Bandung, U. I., & Bandung, K. 2020. "Perilaku Komunikasi dalam Konteks Hanacaraka Masyarakat Kampung Cireundeu." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 6(2), 495–508.
- Humanes, M. L. 2019. "Selective exposure in a changing political and media environment." *Media and Communication*, 7(3) Selective Exposure in a Changing Political and Media Environment), 1–3. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i3.2351>
- Mastel. 2019. "HASIL SURVEY WABAH HOAX NASIONAL."
- Mubarak, Y., & Hidayat, D. 2014. "Analisis Deskriptif Program MQTV Sebagai Media Dakwah." *Jurnal JIKA Universitas BSI*, 1(2).
- Mustopa, A. J., & Hidayat, D. 2020. "Pengalaman Mahasiswa Saat Kelas Online Menggunakan Aplikasi Zoom Cloud Meeting Selama COVID-19." *Jurnal Digital Media & Relationship*, 2(2), 75–84.
- Octavianto, A. W. 2015. "Membangun Sikap Kritis Dan Selektif Anak-Anak Terhadap Tayangan Film/Televisi Di Indonesia." *Jurnal ULTIMA Comm*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.31937/ultimacom.m.v7i1.420>
- Prisgunanto, I. 2015. "PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN BERGAUL SISWA." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(2), 101–112.
- Rahayu, R. N., & Sensusiyati. 2020. "ANALISIS BERITA HOAX COVID - 19 DI MEDIA SOSIAL." *Jurnal Intelektiva*, 01(09), 60–73.
- Rahmiputri, A. A., & Irwansyah, I. 2019. "Paparan Selektif Penggunaan Fitur Senyap dan Teman Dekat pada

- Twitter dan Instagram." *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(3), 460. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i3.1681>
- Shin, J., & Thorson, K. 2017. "Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social Media." *Journal of Communication*, 67(2), 233–255. <https://doi.org/10.1111/jcom.12284>
- Siahaan, C. 2018. "Peran Media Televisi Dalam Pembentukan Realitas." *Online Jurnal Universitas Kristen Indonesia*, 5(23), 9–10.
- Soemardjo, S. 2015. "The Role of Television to Increase the Political Participation of the Society in the President's Election of 2014 (Case in Desa Landungsari Malang)." *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 5(3), 122557.
- Ulum, F., & Gatut, S. 2017. "PERANAN TEORI KULTIVASI TERHADAP PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MASSA DI ERA GLOBALISASI." *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Yayu, N., Hidayat, D., & Suhadi, M. 2019. "Pendekatan intercultural communication pada public relations PT Santos dalam membangun komunikasi empati." *Jurnal Profesi Humas Universitas Padjadjaran*, 4(1), 1–22.