

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini merupakan sebuah karya tulis yang berusaha menangkap fenomena bagaimana penerimaan generasi Y terhadap berita mengenai Kota Surabaya yang menjadi Zona Hitam Covid-19 di Indonesia khususnya pada media sosial Twitter, twitter sendiri merupakan media sosial dengan pertumbuhan penggunaannya salah satu yang terbesar di Indonesia berkaitan dengan pandemi Covid-19 yang terjadi. Melihat lonjakan pengguna media sosial tersebut. Organisasi Media Massa memanfaatkan *official* akun mereka di platform media sosial. Akun Twitter tersebut merupakan bagian dari portal berita *detik.com*, *kompas.com*, dan *Tribunnews.com*. Merupakan salah satu media yang sering menjadi rujukan khalayak masyarakat internet terkait fenomena Covid-19 serta sebagai akun media massa yang mengalami peningkatan traffic dalam jangka masa pandemi dibulan maret hingga april, yakni sebesar 22% dari bulan sebelum pandemi Covid-19 terjadi di Indonesia. (<https://technologue.id/inilah-data-efek-covid-19-pada-traffic-situs-berita-pekerjaan-belanja-kesehatan-dan-travel/amp/>).

Melalui media sosial Twitter khalayak cukup diberi ruang untuk dapat mengakses berbagai jenis informasi, Akan tetapi setelah dilakukan berbagai

macam penelusuran berita-berita tersebut dinilai tidak benar, dalam penerimaan terhadap berita tersebut tentu saja informasi yang didapatkan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda. Pemanfaatan teori *reception analysis* sebagai pendukung dalam kajian terhadap khalayak sesungguhnya tidak semata pasif namun dilihat sebagai agen kultural (cultural agent) yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media. Makna yang di usung media lalu bisa bersifat terbuka dan bahkan bisa ditanggapi secara opositif oleh khalayak.

Mengenai berita Surabaya menjadi Zona hitam Covid-19 dipilih sebagai objek penelitian merupakan berita-berita yang kontroversi dan ada beberapa pihak yang menilainya keliru. Mengenai virus Corona yang menjadi pandemi di Indonesia yang saat ini telah masuk dan mewabah di Kota Surabaya, sedangkan generasi Y kota Surabaya dan sekitarnya sebagai subjek untuk penelitian. Hasil survei *We Are Social* pada Januari 2020 pengguna media sosial kebanyakan berumur antara 18 hingga 34 Tahun, maka berdasarkan data tersebut peneliti menjadikan khalayak generasi Y umur 21 hingga yang berumur 30 tahun sebagai subjek penelitian (<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia?rq=indonesia>). Selain itu dengan alasan generasi Y merupakan khalayak yang paling banyak aktif di media sosial khususnya twitter serta sudah akrab dengan teknologi dan *new media*.

Keberadaan teknologi *new media* menurut Pavlik (2006) didalamnya memiliki fungsi sebagai teknologi baru. Pertama, sebagai produksi yaitu menciptakan cara baru untuk mengumpulkan dan mengartikan demi mendapatkan segala bentuk informasi baru. Selain itu, juga memungkinkan untuk memecahkan masalah-masalah yang ada dengan cepat dan efisien. Kedua, distribusi, adalah teknologi yang terlibat kedalam penyaluran informasi teknologi. Ketiga, *display*, yaitu variasi teknologi untuk menampilkan informasi ke pengguna akhir, audiens, atau konsumen informasi. Maksudnya bagaimana tampilan dari informasi itu saat sampai ke konsumen. Keempat, yaitu penyimpanan, adalah teknologi yang digunakan untuk menyimpan informasi ke dalam format elektronik. Adanya fungsi dari *new media* yang dalam hal ini adalah internet membuat manusia diharapkan menjadi kritis terhadap berbagai macam persoalan yang ada.

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah mengetahui bagaimana resepsi khalayak generasi Y terhadap berita-berita mengenai Surabaya menjadi Zona Hitam Covid-19 mendapat reaksi penerimaan, pemahaman serta menginterpretasikan masing individu terhadap teks berita yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis resepsi (*reception analysis*) dengan teknik pengumpulan data wawancara dan studi literatur. Saat ini, kasus Covid-19 menjadi permasalahan serius yang terjadi di seluruh dunia termasuk di Indoensia. Fenomena Covid-19 ini sendiri telah menjadi masalah

global yang sangat perlu diperhatikan. Menurut World Health Organization (WHO), Covid-19 merupakan penyakit menular yang masih merupakan keluarga virus Corona, namun baru ditemukan. Pertama kali virus baru tersebut dikenal adalah ketika terjadi wabah di Wuhan, Tiongkok, pada bulan Desember 2019. (https://covid19.who.int/?gclid=CjwKCAjw1K75BRAEEiwAd41h1J8flpCg7PFcjBIVEB92eIQEKNtohI2VCKJvzx5zTgUqVe6o9oEIFRoCiZ0QAvD_BwE, diakses pada 6 April 2020). Virus Covid-19 ditemukan pada manusia dan hewan, sebagian virusnya dapat menginfeksi manusia serta menyebabkan berbagai penyakit, mulai dari penyakit umum seperti flu, hingga penyakit-penyakit yang lebih fatal seperti infeksi paru-paru (pneumonia), *Middle-East Respiratory Syndrome*(MERS), dan *Severe Acute Respiratory Syndrome*(SARS) yang dapat mengakibatkan kematian. Virus ini bisa menyerang siapa saja, baik bayi, anak-anak, orang deasa, lansia, ibu hamil, maupun ibu menyusui. Hingga saat ini belum ditemukan vaksin untuk mencegah seseorang terinfeksi Virus Corona. Para pasien perlu mendapat perawatan medis ekstra untuk meringankan dan menghilangkan gejalanya (Ladimo, M. P., & Irwan, I. 2020).

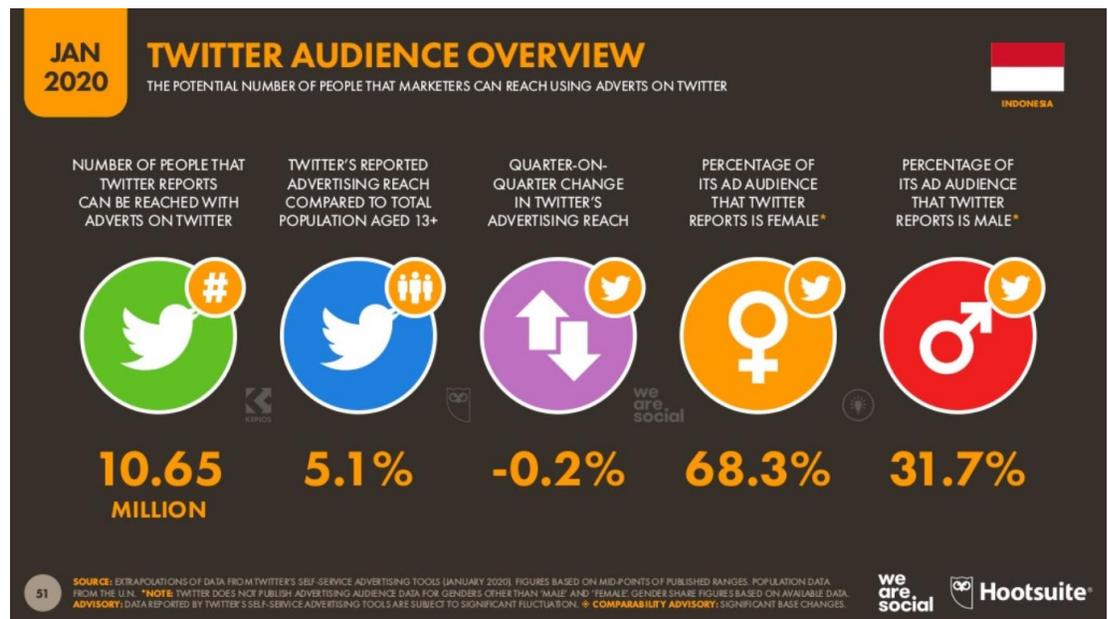
Kasus virus Corona Covid-19 di seluruh dunia mencapai lebih dari 1.2 juta dengan Amerika Serikat memiliki paling banyak pasien hingga tanggal 6 April 2020. Pandemi Covid-19 di Indonesia kasus positif yang pertama kali di

konfirmasi pada 2 Maret 2020. Melalui konferensi pers Presiden Joko Widodo membenarkan dua kasus pertama Covid-19 di Indonesia. Berdasarkan data dari www.covid19.go.id hingga sampai 7 April 2020 peneliti membuat penelitian ini, kasus Covid-19 di Indonesia mencapai 2.738 kasus, dan telah memakan korban meninggal sebanyak 221 orang (<https://covid19.go.id/peta-sebaran>, diakses pada 7 April 2020). Peneliti melihat fenomena mengenai Covid-19 sampai saat ini memang masih menjadi isu besar dunia internasional. Hal tersebut dikarenakan kasus virus belum mengalami penurunan dan masih belum ditemukan vaksin untuk mengatasi persebarannya sehingga hal tersebut khususnya di platform sosial media sering menjadi topik baru yang hangat atau aktual bagi khalayak.

Media sosial adalah termasuk dalam kelompok produk perkembangan teknologi komunikasi di era *new media*. *New media* era adalah periode masa teknologi komunikasi yang merujuk pada perkembangan teknologi digital yang memungkinkan adanya konvergensi jaringan dan internet adalah salah satu produk yang dilahirkan pada periode waktu tersebut. Internet sudah mentransformasi dan mengajak konsumennya untuk masuk kedalam dunia alternatif lainnya yang disebut dunia maya. Evolusi internet sendiri dimulai sekitar tahun 1980 di mana internet pada saat itu hanya dipandang sebagai salah satu senjata militer milik Amerika dalam bidang teknologi informasi. Para professional IT melihat system yang bekerja dalam internet berpotensi

besar menjadi salah satu teknologi interaktif yang baik (Hartley, 2004). Setelah melewati berbagai macam eksperimen, saat ini setiap individu memiliki kemudahan untuk mengakses internet dimanapun dan kapanpun.

Penelitian ini kemudian dikaitkan dengan fenomena yang terjadi di masyarakat Indonesia bahkan dunia saat ini yaitu begitu banyaknya berita hoax mengenai Virus Covid-19 di sosial media yang pastinya mengubah arah mata angin topik pembicaraan di media sosial. Saat ini Twitter memiliki sebanyak 10.65 Juta pengguna dari Indonesia menurut survei *We Are Social* bersama Datareportal pada Januari 2020.



Gambar 1.1 Survei Pertumbuhan pengguna Media Sosial twitter

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia?rq=indonesia>

Berdasarkan lansiran dari CNN Indonesia, Data resmi dari Pemprov Jawa Timur pandemi Covid-19 masuk ke wilayah Jatim sejak 1 Juni 2020 mencapai 2.633 kasus. Data yang diberikan oleh pemprov dengan visualisasi peta sebaran disertai keterangan warna dimana semakin pekat maka daerah tersebut terdapat banyak kasus Covid-19. Terpantau Kota Surabaya di visualkan dalam data tersebut mendapat warna hitam, sedangkan wilayah lain seperti Sidoarjo dan Gresik hanya berwarna merah tua. Penjelasan dari Gubernur Khofifah hal tersebut dikarenakan pasien positif Covid-19 lebih dari 2.000 kasus. Hal tersebut menjadikan saat itu Jawa Timur merupakan provinsi kedua dengan jumlah kasus positif terbanyak setelah DKI Jakarta. (https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200602181341-20-509172/kota-surabaya-zona-hitam-virus-corona-jatim?utm_source=twitter&utm_medium=oa&utm_content=cnnindonesia&utm_campaign=cmsocmed, diakses 8 Agustus 2020).



Gambar 1.2 Berita mengenai Surabaya menjadi zona hitam oleh CNNIndonesia

Sumber :

<https://twitter.com/CNNIndonesia/status/1267793123410735106>

Presiden Jokowi menegaskan bahwa pemerintah Jatim harus bersinergi saling bekerjasama atau bersinergi guna mempercepat penanganan pasien demi menurunkan laju penularan Covid-19 seperti di kota Surabaya, Sidoarjo dan sekitarnya yang menyumbang kasus positif tertinggi. Presiden juga mengingatkan segera mengkaji terkait kebijakan protokol *New Normal* khususnya wilayah Surabaya raya yang merupakan mobilitas warganya keluar masuk wilayah tersebut cukup tinggi. (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200625125152-20-517350/jokowi-ingatkan-surabaya-tak-bisa-sendiri-tangani-corona>, diakses 9 Agustus 2020).

Akan tetapi berita terkait Surabaya yang menjadi Zona Hitam diklaim disinformasi atau hoaks oleh beberapa pihak. Web Kominfo.go.id memberikan penjelasan mengenai informasi viral di Twitter terhadap status Zona Hitam Surabaya, menurut Benny Sampirwanto yang merupakan kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jatim bahwa degradasi warna pada peta sebaran Covid-19 di Surabaya sesuai penambahan kasus positif dan memasuki zona merah tua bukan hitam. (https://www.kominfo.go.id/content/detail/26924/disinformasi-kota-surabaya-dari-zona-merah-menjadi-zona-hitam/0/laporan_isu_hoaks). Tidak hanya Kominfo, website resmi covid19.go.id juga membenarkan bahwa narasi berita Surabaya menjadi Zona Hitam Covid itu salah. Dari hasil periksa fakta oleh

Auliyaa Muhammad anggota Komisariat MAFINDO UI & FC UI, menerangkan bahwa peta sebaran Covid-19 kota Surabaya bukan berwarna hitam melainkan merah tua, berdasarkan gugus tugas Covid-19 tidak ada penggunaan warna hitam, serta legenda warna yang dipakai Diskominfo Jatim tidak ada warna hitam. (<https://covid19.go.id/p/hoax-buster/salah-zona-hitam-surabaya>). Gubernur Jawa Timur Kofifah Indar Parawansa juga menjelaskan di Gedung Negara Graha, Surabaya, Senin malam 1 Juni 2020, bahwa status Surabaya saat itu zona merah tua yang berarti kasus persebaran Covid-19 sangat tinggi. (<https://www.medcom.id/telusur/cek-fakta/nN90325K-cek-fakta-surabaya-masuk-zona-hitam-cek-faktanya>).

[SALAH] Zona Hitam Surabaya
06 Jun 2020

KASUS TOTAL	KONFIRMASI	MENINGGAL	SEMBUK
28,818	18,205	1,721	8,892

[KLARIFIKASI] Penjelasan Zona Hitam Surabaya, Bukan Hitam tetapi Merah Tua

SCREENSHOT BY

1. Zona Hitam adalah zona yang paling berbahaya, artinya kasus persebaran virus corona (covid-19) sangat tinggi.
2. Zona Merah Tua adalah zona yang menunjukkan kasus persebaran virus corona (covid-19) sedang tinggi.
3. Zona Merah Muda adalah zona yang menunjukkan kasus persebaran virus corona (covid-19) sedang rendah.

Hasil Periksa Fakta Auliyaa Muhammad Hesa (Anggota Komisariat MAFINDO UI & FC UI).

Unggahan peta persebaran Covid-19 Jawa Timur mengenai Surabaya bukan zona berwarna hitam, melainkan berwarna merah sangat tua, karena mengacu kepada tingkatan risiko

Penyumbang 60 Persen Kasus Covid-19 di Jatim, Status Surabaya Naik Merah Tua

Surabaya: Kota Surabaya, Jawa Timur, statusnya berubah menjadi zona merah tua (kehitaman), yang artinya kasus penyebaran virus korona (covid-19) sangat tinggi. Sementara Kabupaten Sidoarjo berubah dari merah menjadi merah pekat.

Gambar 1.3 Penjelasan mengenai berita terkait Surabaya menjadi Zona Hitam Covid-19 yang dinyatakan sebagai narasi yang menyesatkan atau hoaks

Sumber : <https://covid19.go.id/p/hoax-buster/salah-zona-hitam-surabaya>

<https://www.medcom.id/telusur/cek-fakta/nN90325K-cek-fakta-surabaya-masuk-zona-hitam-cek-faktanya>

Berita-berita Surabaya menjadi Zona Hitam mendapat berbagai macam respon dari pengguna media sosial khususnya twitter. Penulis menjadikan berita tersebut sebagai objek penelitian dikarenakan melihat kecenderungan arah berita dan resepsi khalayak dilihat dari komentar yang muncul atas beberapa berita yang diunggah di Twitter. Hal tersebut menandakan bahwa berita hoax yang cepat tersebar dan dikonsumsi khalayak. Berita Surabaya menjadi Zona Hitam ini mengakibatkan masyarakat ramai memperbincangkannya serta mendapatkan berbagai macam perspektif dan respon kritis dari khalayak pengguna twitter.



Gambar 1.4 Tagar SurabayaWani trending Media Sosial twitter

Sumber : <https://www.tribunnews.com/corona/2020/06/04/update-covid-19-surabaya-jawa-timur-tagar-surabaya-wani-rajai-trending-twitter>

Netizen Twitter merespon berita-berita yang beredar dengan tagar SurabayaWani hingga menjadi trending pada tanggal 4 Juni 2020. Inisiasi

gerakan itu demi mendukung khususnya kepada Walikota Surabaya Tri Rismaharini dengan meminta untuk tetap kuat memimpin kota Surabaya, salah satunya dari pengguna twitter Nakula dengan akunnya @03_nakula membuat cuitan terkait tagar SurabayaWarni

“Yuk gelorakan jiwa pahlawan arek-arek Suroboyo. Tumbuhkan rasa empati arek-arek Suroboyo. Bangkit kan rasa asih, asah, asuh arek Suroboyo. Karena hanya dengan bergotong royong Surabaya bisa cepat bebas dari virus Corona. Tolong Yo rek, naik kan tagar #SurabayaWani.”

(Nakula) (https://twitter.com/03_nakula/status/1268198183160725507).



Gambar 1.5 Tagar SurabayaWani yang diinisiasi oleh pengguna Twitter

Sumber: https://twitter.com/03_nakula/status/1268198183160725507

Dalam penelitian ini, peneliti memilih berita dari media yang paling banyak dikunjungi serta paling banyak di *retweet* dan *like* oleh pengguna Twitter sebagai objek penelitian. Indikator tersebut menandakan bahwa berita banyak dibaca dan berpengaruh ke pengguna sosial media khususnya Twitter di Indonesia. Berita mengenai Surabaya Zona Hitam Covid-19 rentan mengundang berbagai makna atau interpretasi dan respon pendapat baik yang pro ataupun kontra terhadap berita tersebut dan tak jarang menuai kontroversi. Hal ini dilihat dari banyaknya komentar dan respon publik terhadap Berita Covid-19 di Twitter. Penulis mengambil sebuah berita sebagai objek penelitian akan melihat kecenderungan arah berita dan resepsi khalayak dilihat dari komentar yang muncul atas beberapa berita yang diunggah di akun twitternya. Berita pada periode 2 Juni hingga 4 Juni diambil peneliti sebagai objek karena disaat periode tersebut muncul berita-berita yang dinilai terkait Surabaya menjadi zona hitam Covid-19 muncul dan menjadi topik berita yang menarik khalayak netizen dan masyarakat ramai memperbincangkan. Salah satu berita yang diambil yakni berjudul ***Kota Surabaya Zona Hitam Virus Corona Jatim***. Mendapatkan berbagai macam perspektif dan respon kritis dari khalayak pengguna twitter, seperti Fai dengan akunnya *@AssegaffFai* memberikan komentar

“Terlalu percaya diri berlebihan di awal2 tapi selain tingkat disiplin masyarakat yg ada sebagian kurang juga karena keyakinan pemimpinnya

juga kurang tegas mall2 masih buka. Percuma juga sepi karena org takut kluar knapa tidak nutup mall2 mulai awal mungkin skrg sudah menurun.”

(Fai) (<https://twitter.com/AssegaffFai/status/1267914050643431424>).



Gambar 1.6 Berita Surabaya Zona Hitam Covid-19 @CNNIndonesia yang Mendapat Respon Khalayak Pengguna Twitter

Sumber : <https://twitter.com/CNNIndonesia/status/1267793123410735106>

Berita mengenai Surabaya menjadi Zona Hitam Covid-19 yang penulis teliti sebagai objek yakni dengan judul-judul sebagai berikut. *Kota Surabaya*

Zona Hitam Virus Corona Jatim. Berita tersebut dari akun @CNNIndonesia mendapat 826 komentar, 230 *retweet*, dan 2100 *like*. Lalu berita dari @tribunnews berjudul ***Surabaya Jadi Zona Hitam Covid-19, Jawa Timur Kembali Catatkan Kasus Baru Tertinggi.*** Selanjutnya berita dari @detikcom dengan judul ***Jumlah pasien positif COVID-19 di Surabaya hari ini bertambah 115 pasien. Dalam peta persebaran Corona di Jatim, wilayah Surabaya tak terlihat sebagai zona merah lagi, namun warnanya sudah menghitam (zona hitam).*** Judul berita tersebut mendapat 80 komentar, 205 *retweet*, 318 *like*.

Fakta diatas membuktikan bahwa berita-berita hoaks menjadi masalah krusial terkait dampak yang diberikan. Jika informasi hoaks tersebut tidak cepat di klarifikasi atau dilawan maka dapat menjadi alat untuk mengadu domba berbagai golongan masyarakat. Hoaks memiliki makna informasi yang tidak benar sesuai fakta. Dengan kata lain merupakan berita bohong. Istilah hoax dalam buku *Sins Against Science*, muncul pada era industri tahun 1808. Terdapat beberapa pendapat hoaks diambil dari kata "*hocus pocus*" yang memiliki makna untuk mengelabui. (<https://kumparan.com/kumparantech/sejarah-hoaks-dan-andilnya-dari-masa-ke-masa/full>).

Saat ini dengan adanya internet serta era yang serba instan dan digital semakin memperparah sirkulasi berita hoaks. Sangat mudah tersebar melalui

dan artikel (Romli, 2018,p.37). Media online kini juga dapat memperluas cakupannya dengan format yang bervariasi. Salah satunya adalah memanfaatkan jejaring sosial. Ada pula survei yang dilakukan Nielsen mengungkapkan penduduk Indonesia menghabiskan rata-rata 21 jam per minggu untuk *online* di internet atau rata-rata 3 jam sehari. Sehingga saat ini perusahaan media massa merespon sikap khalayak tersebut dengan konvergensi media salah satunya media online.

Khalayak media sosial atau netizen merupakan hal yang penting bagi organisasi berita dalam distribusi dan promosi berita (Messner, LinkedIn and Eford, 2011, p.18). Media online dapat menghubungkan unggahan kontennya pada media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram dan sebagainya. Media Sosial masih dianggap mempunyai peran penting bagi masyarakat untuk mendapatkan berita online, khususnya pada generasi muda (Nielsen and Schoder, 2014, p.473). Menurut survei Pew Research mengatakan bahwa sebagian besar anak muda mendapatkan berita melalui media sosial (Shearer & Matsu, 2018, p.2). Itu sebabnya media sosial menjadi strategi utama organisasi berita dalam mendistribusikan kontennya (Newman, Levy and Nielsen, 2015,p.78-79). Konten berita tersebut didistribusikan melalui media sosial dengan cara, salah satunya dengan menautkan artikel dalam unggahan di akun media sosialnya. Selain itu, khalayak atau pembaca juga dapat

langsung memberikan tanggapan kepada berita yang telah dipublikasikan di akun media sosial tersebut.

Para khalayak dapat disebut juga warga berjejaring, karena dengan adanya internet mereka dapat berhubungan satu sama lain dan membentuk jejaring di media sosial. Melalui media sosial juga individu berjejaring dalam internet ini dapat meningkatkan komunikasinya dengan media massa serta masyarakat jejaring lainnya (Newman, Dutton & Blank, 2012, p.16). Sehingga tidak hanya media, masyarakat berjejaring juga memiliki peran dan kekuatan di media sosial terhadap isu-isu yang mereka anggap penting di sekitar mereka. Dengan memanfaatkan ruang publik yang tercipta akibat adanya internet, masyarakat berjejaring dapat memanfaatkan hal tersebut untuk bebas beropini. Opini tersebut kemudian dapat berkembang menjadi lebih besar, hingga menjadi opini publik. Konsep dari masyarakat tersebut yang membentuk jejaring ini dinamakan *the fifth estate* atau pilar kelima demokrasi (Dutton, 2009, p.3). Mereka dapat memilih dan berperan aktif dalam mencari informasi dan menciptakan informasi, contohnya video video yang diunggah secara online melalui telepon genggam (Dutton et al, 2017, p.6). Masyarakat yang tergolong dalam pilar kelima demokrasi diantaranya ialah *blogger*, *warganet/netizen*. *citizen journalism*, gerakan politik dan sosial, dan sebagainya yang terhubung dengan jejaring internet.

Adanya masyarakat berjejaring dapat membantu media online menjadi lebih mudah dalam mencari isu yang tengah terjadi di masyarakat melalui media sosial. Tidak jarang media online menggunakan media sosial sebagai pencarian sumber beritanya. Maka dari itu, sosial media bukan hanya digunakan organisasi berita untuk mendistribusikan konten berita saja, namun juga tempat untuk mencari berita.



JAN 2020 **MOST-VISITED WEBSITES (SIMILARWEB)**
RANKING OF TOP WEBSITES BY AVERAGE MONTHLY TRAFFIC ACCORDING TO SIMILARWEB

#	WEBSITE	CATEGORY	MONTHLY TRAFFIC	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	SEARCH	1,689,000,000	8M 53S	7.3
02	YOUTUBE.COM	STREAMING VIDEO	651,300,000	26M 17S	10.4
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	644,800,000	8M 47S	8.7
04	TRIBUNNEWS.COM	NEWS & MEDIA	216,700,000	4M 24S	3.0
05	DETIK.COM	NEWS & MEDIA	156,700,000	5M 20S	3.3
06	INSTAGRAM.COM	SOCIAL	107,500,000	8M 04S	11.8
07	WHATSAPP.COM	SOCIAL	105,700,000	2M 08S	1.7
08	UCWEB.COM	BROWSER HOMEPAGE	102,300,000	1M 35S	1.7
09	KOMPAS.COM	NEWS & MEDIA	98,950,000	4M 51S	2.2
10	TWITTER.COM	SOCIAL	90,260,000	11M 45S	13.0

SOURCE: SIMILARWEB (JANUARY 2020). FIGURES BASED ON MONTHLY AVERAGES FOR Q4 2019. NOTES: CATEGORIES AND CATEGORY DEFINITIONS AS PER SIMILARWEB'S DEFINITIONS. MONTHLY TRAFFIC DOES NOT REPRESENT UNIQUE VISITORS. TIME PER VISIT FIGURES REPRESENT THE AVERAGE DURATION OF USERS' VISIT, MEASURED IN MINUTES AND SECONDS. ADVISORY: SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNKNOWN WEBSITES.

we are social | Hootsuite

Gambar 1.7 Peringkat website paling banyak dikunjungi oleh netizen Indonesia

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia?rq=indonesia>

Dari sejumlah media yang memberitakan Surabaya zona hitam Covid-19, penelitian ini dilakukan dari berita yang berasal dari akun media yang paling dibanyak di kunjungi berdasarkan data Similarweb lansiran oleh *We Are Social* bersama *Datareportal* pada Januari 2020. Dari data tersebut media

yang sering menjadi rujukan khalayak masyarakat Indonesia di internet adalah Tribunnews.com, Detik.com, dan Kompas.com. Hal tersebut terlihat pada upaya akun media-media tersebut selalu aktual dan *realtime* untuk memberitakan berbagai isu terkait Virus Covid-19 yang mewabah di Indonesia.

Mengenai berita Covid-19 di Indonesia yang diberitakan sejumlah akun media tersebut pada akun *official* Twitternya, selanjutnya informasi yang diterima pembaca menimbulkan terjadinya interpretasi-interpretasi beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan penerimaan (resepsi), hal itu sesuai dengan teori *encoding/decoding* yang dikemukakan Stuart Hall. Tidak hanya interpretasi yang beragam, Hall menyatakan bahwa makna tidak pernah pasti. Jika makna tersebut pasti, maka tidak akan ada pertukaran sehingga tidak terjadi strategi-strategi yang saling membalas interpretasi yang berbeda (Purbayanti, 2013:3).

Adanya interpretasi yang berbeda-beda. Inilah kemudian penulis menjadikan analisis resepsi sebagai pendukung dalam kajian penelitian khalayak. Pendekatan analisis resepsi memberi kesempatan bagi khalayak untuk lebih kritis terhadap pesan yang disampaikan dalam suatu berita media. Pengertian resepsi yakni

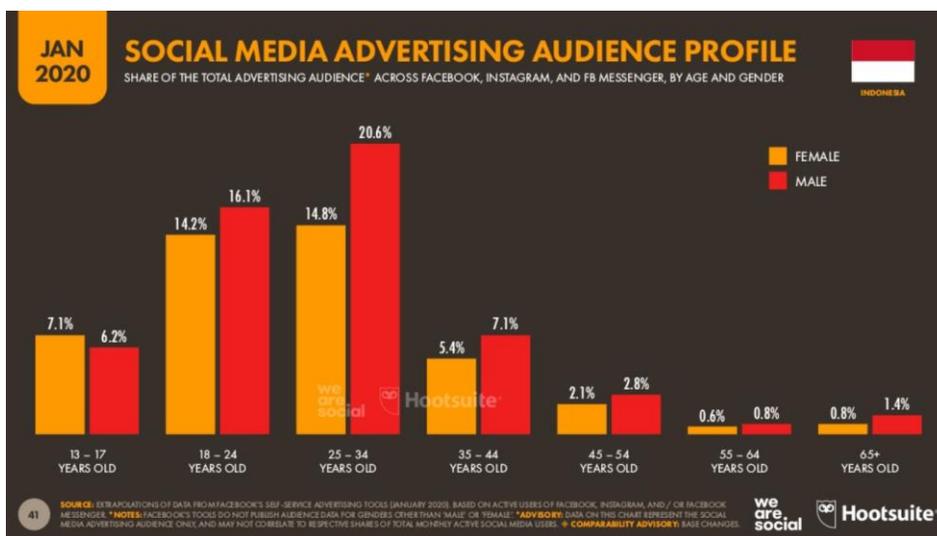
Resepsi adalah penginterpretasian dan pemaknaan terhadap sesuatu yang diterima oleh khalayak. Tidak ada khalayak yang memiliki latar belakang yang sama, maka setiap individu akan memiliki interpretasi dan

pemaknaan yang tidak sama terhadap sesuatu yang sama. Semua proses mental yang terbentuk akan mempengaruhi khalayak dalam memberikan respon terhadap sesuatu. Respon akan ditentukan oleh sikap, dan sikap akan tergantung pada bagaimana khalayak memandang atau memberikan makna pada stimulus yang diterimanya (Setianto, 2012:69).

Sikap yang diperoleh dari hasil penginterpretasian dan pemaknaan menjadi dasar berperilaku bagi khalayak dan merupakan komponen pengetahuan dan emosional yang didalamnya terdapat nilai-nilai yang membimbing khalayak tersebut untuk memberikan reaksinya.

Sejalan dengan hal tersebut, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi, Ida (2014. P, 77) menjelaskan bahwa analisis resepsi digunakan untuk melihat respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi oleh para pembaca terhadap berita suatu media. Selanjutnya, kerangka yang digunakan dalam metode analisis resepsi yaitu teori Stuart Hall lalu dikembangkan kembali oleh Michelle dalam Little John (2009, hlm.66-67) yaitu teori *audience reception* model Mitchelle. Penelitian penerimaan audiens berfokus pada cara-cara dimana orang memahami arti yang dimediasi. Dengan demikian, pesan media hanya ditransmisikan untuk orang dan menegaskan bahwa aktualisasi makna dari orang termediasi secara metodologis, dalam penelitian penerimaan baru-baru ini berpegang kuat pada doktriner yang melihat bahwa hanya metode kualitatif seperti wawancara yang cocok untuk eksplorasi semacam itu.

Penggunaan teori *audience reception* pada penelitian ini difokuskan pada bagaimana khalayak memahami pesan yang disampaikan dalam berita Surabaya Zona Hitam Covid-19. Menurut Stanley Fish (dikutip dari Little John, 2009,h,134), sebuah teks yang ditulis oleh media, merangsang khalayak aktif untuk memberikan pemaknaan. Oleh karena itu berarti saat khalayak melihat sebuah artikel atau teks yang diterbitkan oleh media, khalayak berusaha untuk memaknai isi teks tersebut menurut dengan pandangannya sendiri. Tentu saja makna yang akan didapatkan dari setiap khalayak akan menimbulkan makna yang berbeda-beda. Khalayak yang membaca, memahami dan menerima pesan yang dimana berita tersebut menuai pro dan kontra. Maka, peneliti berusaha menemukan bagaimana dampak dan respon khalayak tersebut dalam memahami atau mengintepretasi berita mengenai berita Surabaya Zona Hitam Covid-19.



Gambar 1.8

Demografi

umur pengguna

sosial media di

Indonesia per-

Januari 2020

Sumber :

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia?rq=indonesia>

Generasi Y kota Surabaya dan sekitarnya sebagai subjek untuk penelitian. Hasil survei *We Are Social* bersama dengan *datareportal.com* pada Januari 2020 pengguna media sosial kebanyakan berumur antara 18 hingga 34 Tahun, maka berdasarkan data tersebut peneliti menjadikan khalayak generasi Y umur 21 hingga yang berumur 30 tahun sebagai subjek penelitian. Selain itu dengan alasan generasi Y merupakan khalayak yang paling banyak aktif di media sosial khususnya twitter serta sudah akrab dengan teknologi dan *new media* sekaligus merupakan usia produktif dimana mobilitas kesehariannya masih cukup tinggi meski sudah ada larangan untuk aktivitas diluar oleh pemerintah dengan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) serta keterjangkauan peneliti atas subjek itu sendiri.

a. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti, maka rumusan masalah yang didapatkan yaitu “Bagaimanakah Penerimaan Khalayak Generasi Y (Millennial) Surabaya Tentang Berita Surabaya Zona Hitam Covid-19 di Media Sosial Twitter?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerimaan generasi Y Surabaya tentang berita Surabaya Zona Hitam Covid-19 di media sosial Twitter.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah literatur studi Ilmu Komunikasi mengenai *audience reception analysis* tentang berita Surabaya Zona Hitam Covid-19 di media sosial twitter.

Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penilitan selanjutnya mengenai *audience reception analysis* dalam meneliti sebuah penerimaan khalayak dalam melihat suatu fenomena.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada masyarakat mengenai penerimaan dari generasi Y Surabaya tentang berita Surabaya Zona Hitam Covid-19

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan insight baru kepada pembaca dan menambah gagasan baru terkait berita mengenai Surabaya Zona Hitam Covid-19.