

**PENGARUH PROGRAM KABAR PANDEMI CORONA tvOne
TERHADAP PENINGKATAN LITERASI MEDIA
MASYARAKAT KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL**

TESIS

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Magister
Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

Oleh:

NOFRI AFFANDI
NPM: 1920040011



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

PENGESAHAN TESIS

Nama : **NOFRI AFFANDI**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1920040011**

Program Studi : **Magister Ilmu Komunikasi**

Konsentrasi :

Judul Tesis : **PENGARUH PROGRAM KABAR PANDEMI
CORONA tvOne TERHADAP PENINGKATAN
LITERASI MEDIA MASYARAKAT KOTA
MEDAN DI ERA DIGITAL**

Pengesahan Tesis

Medan, 23 November 2021

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., Ph.D

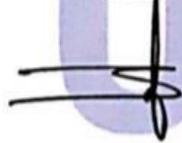


Dr. ARIFIN SALEH, M.SP

Diketahui

Direktur

Ketua Program Studi



Dr. SYAIFUL BAHRI, M.AP

Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., Ph.D

PENGESAHAN
PENGARUH PROGRAM KABAR PANDEMI CORONA tvOne TERHADAP
PENINGKATAN LITERASI MEDIA MASYARAKAT KOTA MEDAN DI
ERA DIGITAL

NOERLAFFANDI
1920040011

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tesis ini telah dipertahankan di Hadapan Komisi Penguji yang dibentuk oleh Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Dinyatakan Lulus dalam Ujian Tesis dan Berhak Menyandang Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) Pada Hari Jumat, Tanggal 20 Agustus 2021

Komisi Penguji

- | | |
|--|--------|
| 1. Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.
Ketua | 1..... |
| 2. Dr. YAN HENDRA, M.Si.
Sekretaris | 2..... |
| 3. Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.
Anggota | 3..... |

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN

PENGARUH PROGRAM KABAR PANDEMI CORONA TVONE TERHADAP PENINGKATAN LITERASI MEDIA MASYARAKAT KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL

Dengan ini penulis menyatakan bahwa :

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan benar merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/ atau doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan tinggi lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan Komisi Pembimbing dan masukan tim penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang penulis sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 23 November 2021

Unggul | Cerdas | Terperinci


Noffi Alfandi
1920040011

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nofri Affandi

NPM : 1920040011

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Univeristas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Hak Bebas Royalti yang Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Program Kabar Pandemi Corona TvOne Terhadap Peningkatan Literasi Media Masyarakat Kota Medan di Era Digital

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non Eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berhak menyimpan, mengalih media /formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 23 November 2021

Unggul | Cerdas | Terpercaya


Nofri Affandi
1920040011

PENGARUH PROGRAM KABAR PANDEMI CORONA TVONE TERHADAP PENINGKATAN LITERASI MEDIA MASYARAKAT KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL

**NOFRI AFFANDI
1920040011**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital. Saat ini di tengah pandemi Covid-19, informasi hoaks kerap kali menjadi konsumsi publik, sehingga kesalahan informasi dan fitnah terus berkembang, dan menyebabkan banyaknya konspirasi yang tersebar di masyarakat, terutama di media sosial dan bahkan dipercaya oleh khalayak ramai. Pemberitaan di televisi pun dianggap terlalu berlebihan dalam memberitakan informasi Covid-19. Salah satu stasiun televisi yang memberitakan informasi mengenai Covid-19 adalah tvOne, dengan menayangkan program khusus yaitu Kabar Pandemi Corona yang tayang setiap hari mulai 15.30 hingga 16.00 WIB. Penelitian ini berlandaskan teori *uses and effect* dan literasi media, dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan variabel (x) program kabar pandemi corona tvOne dan variabel (y) literasi media masyarakat kota Medan, dengan metode survei, yaitu data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Populasi pada penelitian ini berjumlah 403,856 orang yang merupakan masyarakat yang tinggal di 3 kecamatan dengan kasus konfirmasi Covid-19 terbanyak di kota Medan, dengan jumlah sampel 100 orang. Uji hipotesis yang digunakan antara lain uji validitas, reliabilitas, linearitas, normalitas, regresi linear sederhana, uji korelasi *product momen pearson*, uji t dan uji koefisien determinansi. Hasilnya adalah program kabar pandemi corona tvOne secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital, dengan nilai Signifikan untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 7,433 > t_{tabel} 1,660$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan hasil uji koefisien determinansi diketahui pengaruh program kabar pandemic corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital, sebesar 36,1 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Program kabar pandemi corona tvOne, Literasi media, Era Digital.

THE EFFECT OF THE KABAR PANDEMI CORONA TVONE PROGRAM ON INCREASING MEDIA LITERACY FOR THE PEOPLE OF MEDAN IN THE DIGITAL ERA

**NOFRI AFFANDI
1920040011**

Abstract

This research aims to analyze the effect of the kabar pandemi corona tvOne program on increasing media literacy for the people of Medan in the digital era. Currently in the midst of the Covid-19 pandemic, hoax information often becomes public consumption, so that misinformation and causes many conspiracies to spread in the community, especially on social media and are even trusted by the general public. Reporting on television is also considered too excessive in reporting Covid-19 information. One of the television stations that reports information about Covid-19 is tvOne, by broadcasting a special program namely Kabar pandemi corona which airs every day from 15.30 to 16.00 WIB. This research refer to uses and effect and media literacy theory, with quantitative research with the variable (x) kabar pandemic corona tvOne program and the variable (y) of media literacy for the people of Medan, with a survei method, and where data is obtained by distributing questionnaires. The population in this research amounted to 403,856 people who live in 3 sub-districts with the most confirmed cases of Covid-19 in the city of Medan, with a sample amounted to 100 people. The hypothesis tests used include validity, reliability, linearity, normality, simple linear regression, Pearson's product moment correlation test, t test and the coefficient of determination test. The result is that the tvOne corona pandemic news program significantly affects the increase in media literacy of the people of Medan in the digital era, with a Significant value for the influence of X on Y is $0.000 < 0.05$ and t count $7.433 > t$ table 1.660, so it can be concluded that H_0 is rejected and H_a accepted. With the results of the coefficient of determination, it is known that the influence of the tvOne corona pandemic news program on increasing media literacy of the people of Medan in the digital era is 36.1% while the rest is influenced by other factors.

Keywords: Kabar pandemi corona tvOne program, Media literacy, Digital Era.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan tesis ini dengan judul pengaruh program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu almarhum Ayahanda Al Hakim dan Ibunda Musni, engkau adalah orang tua nomor satu di dunia ini. Serta saudara kandung penulis Ilham Afandi S.I.Kom dan Hendri Afandi yang merupakan bagian hidup penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan dari sejak penulis lahir hingga sekarang.

Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Syaiful Bahri, M.AP dan Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Fitra Zambak, S.T., M.Sc selaku Direktur dan Wakil Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D dan Bapak Dr. Muhammad Thariq, S.Sos.,M.I.Kom selaku ketua dan sekretaris program studi magister ilmu komunikasi program pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Hj. Rahmanita Ginting, M.Sc., Ph.D dan Bapak Dr. Arifin Saleh Siregar, S.Sos.,MSP selaku Dosen pembimbing I dan II yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Bapak Dr. Zainal Aziz selaku Dosen Statistik program pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membimbing dan membantu peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta pegawai biro program pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Rekan-rekan seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi 2019 Ganjil program pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf atas segala kekurangan, penulis ucapkan terima Kasih.

Medan, 31 Agustus 2021

Penulis,

Nofri Affandi

NPM : 1920040011

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II URAIAN TEORITIS	10
2.1 Komunikasi.....	10
2.2 Komunikasi Massa.....	11
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa.....	12
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	13
2.2.3 Elemen-elemen Komunikasi Massa	15

2.2.4 Efek Komunikasi Massa	17
2.2.5 Media Massa	17
2.3 Televisi	19
2.3.1 Karakteristik Televisi	19
2.3.2 Fungsi Televisi	20
2.3.3 Program Televisi	20
2.4 Literasi Media	23
2.4.1 Tujuan Literasi Media	24
2.4.2 Alasan Literasi Media	25
2.4.3 Prinsip Melek Media	26
2.4.4 Kompetensi Media	26
2.5 Masyarakat Kota Medan	27
2.6 Teori <i>Uses and Effect</i>	29
2.7 Teori <i>Uses and Gratification</i>	30
2.8 Covid-19	32
2.8.1 Covid-19 di Indonesia	32
2.8.2 Vaksinasi Covid-19	33
2.8.3 Pemberitaan Pandemi Covid-19	33
2.9 Kabar Pandemi Corona tvOne	34
2.10 Era Digital	36
2.11 Kerangka Konsep	37
2.12 Operasionalisasi Variabel	39
2.13 Kajian Penelitian Terdahulu	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian	47
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Hipotesis.....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.5.1 Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.5.2 Uji Hipotesis.....	55
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	60
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	60
3.6.2 Waktu Penelitian.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian.....	61
4.1.1 Deskripsi Penelitian.....	61
4.1.2 Penyajian Data.....	63
4.1.3 Hasil Uji Statistik.....	93
4.1.4 Uji Validitas.....	100
4.1.5 Uji Reliabilitas.....	102
4.2 Hasil Uji Hipotesis.....	103
4.2.1 Uji Linearitas.....	103
4.2.2 Uji Normalitas.....	104

4.2.3 Uji Regresi Linear Sederhana	105
4.2.4 Uji Korelasi <i>Product Moment Pearson</i>	106
4.2.5 Uji Signifikansi Korelasi Sederhana (Uji t).....	111
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi	112
4.2.7 Rata-rata Hasil Instrumen Variabel	112
4.3 Pembahasan.....	115
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	125
5.1 Simpulan.....	125
5.2 Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tujuan Literasi Media.....	24
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel.....	39
Tabel 3.1 Populasi Penduduk.....	48
Tabel 3.2 Jumlah Sampel.....	50
Tabel 4.1 Berita Aktual Kabar Pandemi Corona tvOne.....	63
Tabel 4.2 Informasi Yang Diberitakan Menarik Ditonton.....	64
Tabel 4.3 Pembawa Acara Membuat Responden Tertarik.....	66
Tabel 4.4 Informasi Yang Diberitakan Bermanfaat.....	67
Tabel 4.5 Lokasi Peristiwa Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik	69
Tabel 4.6 Hubungan Profesi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik	70
Tabel 4.7 Keterkaitan Hobi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik	72
Tabel 4.8 Keterkenalan Tempat Memberikan Pemahaman	73
Tabel 4.9 Keterkenalan Orang Memberikan Pemahaman	75
Tabel 4.10 Keterkenalan Benda Memberikan Pemahaman	76
Tabel 4.11 Konflik Yang Diberitakan Memberi Pemahaman	78
Tabel 4.12 Kisah Yang Diberitakan Memberi Pemahaman	79
Tabel 4.13 Meningkatkan Kesadaran Atas Dampak Media.....	81

Tabel 4.14 Memberi Pemahaman Proses Penyajian Berita	82
Tabel 4.15 Membuat Responden Lebih Kritis	84
Tabel 4.16 Membuat Responden Memeriksa Informasi	85
Tabel 4.17 Membuat Responden Mendiskusikan Pesan Media.....	87
Tabel 4.18 Menambah Wawasan	88
Tabel 4.19 Menjadi Ikhtiar Menerima Informasi.....	90
Tabel 4.20 Membuat Responden Mengapresiasi Isi Media	91
Tabel 4.21 Tabulasi Hasil Data Variabel X	93
Tabel 4.22 Tabulasi Hasil Data Variabel Y	96
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X.....	101
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y.....	101
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y.....	102
Tabel 4.26 Hasil Uji Linearitas	103
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas	104
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	105
Tabel 4.29 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Koefisien).....	105
Tabel 4.30 Perhitungan Variabel (X) Dan Variabel (Y).....	106
Tabel 4.31 Hasil Uji Korelasi <i>Product Momen Pearson</i>	110
Tabel 4.32 Hasil Uji Signifikansi Korelasi Sederhana (Uji t).....	111

Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien Determinasi	112
Tabel 4.34 Rata-rata Hasil Instrumen Variabel X.....	112
Tabel 4.35 Rata-rata Hasil Instrumen Variabel Y.....	113

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Berita Aktual Kabar Pandemi Corona tvOne.....	63
Diagram 4.2 Berita Yang Diberitakan Menarik Ditonton.....	65
Diagram 4.3 Pembawa Acara Membuat Responden Tertarik.....	66
Diagram 4.4 Berita Yang Diberitakan Bermanfaat.....	68
Diagram 4.5 Lokasi Peristiwa Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik	69
Diagram 4.6 Hubungan Profesi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik ..	71
Diagram 4.7 Keterkaitan Hobi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik....	72
Diagram 4.8 Keterkenalan Tempat Memberikan Pemahaman	74
Diagram 4.9 Keterkenalan Orang Memberikan Pemahaman	75
Diagram 4.10 Keterkenalan Benda Memberikan Pemahaman	77
Diagram 4.11 Konflik Yang Diberitakan Memberi Pemahaman.....	78
Diagram 4.12 Kisah Yang Diberitakan Memberi Pemahaman.....	80
Diagram 4.13 Meningkatkan Kesadaran Atas Dampak Media.....	81
Diagram 4.14 Memberi Pemahaman Proses Penyajian Berita.....	83
Diagram 4.15 Membuat Responden Lebih Kritis	84
Diagram 4.16 Membuat Responden Memeriksa Informasi	86
Diagram 4.17 Membuat Responden Mendiskusikan Pesan Media.....	87

Diagram 4.18 Menambah Wawasan	89
Diagram 4.19 Menjadi Ikhtiar Menerima Informasi.....	90
Diagram 4.20 Membuat Responden Mengapresiasi Isi Media	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Uses and Gratification Model</i>	31
Gambar 2.2 Kerangka Konsep.....	37
Gambar 4.1 Normal Q-Q Plot Kabar Pandemi Dan Literasi Media.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa sebagai salah satu cabang dari ilmu komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan keterbukaan informasi bagi khalayak ramai, memiliki peranan strategis dalam menanggapi berbagai persoalan yang ada. Bahkan, komunikasi massa dapat memberikan edukasi kepada khalayak sejak dini, yang efektif dan efisien bagi masyarakat luas.

Media massa di tengah pandemi Covid-19 ini, memiliki peranan penting sebagai bentuk pencegahan dan edukasi dini kepada masyarakat. Karena pandemi Covid-19 ini menjadi permasalahan global dan berpotensi memicu adanya tatatan sosial baru, diperulakan komunikasi yang baik, intens dan efektif antara stakeholder dengan masyarakat.

Indonesia telah berjibaku dengan pandemi Covid-19 sudah hampir 2 tahun lamanya, dunia bahkan berada dalam masa sulit dengan mewabahnya virus baru yang mematikan bernama corona ini. Penyebaran virus tersebut menyebabkan ketakutan yang luar biasa di masyarakat dengan tingginya angka orang yang terinfeksi dan meninggal dunia.

Pandemi ini pun menjadi perhatian serius sehingga pemerintah Indonesia pun membuat berbagai kebijakan baru dalam upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Dengan mewajibkan masyarakat untuk msenerapkan protokol kesehatan

dalam beraktivitas seperti memakai masker, rajin mencuci tangan, menjaga jarak dan menjaga daya tahan tubuh agar tidak mudah terinfeksi. Aturan menjaga jarak atau *physical distancing* yang dikeluarkan pemerintah merubah kebiasaan masyarakat dalam beraktivitas, seperti bekerja, pendidikan, berbelanja, dan kebiasaan-kebiasaan lainnya dengan menerapkan protokol kesehatan demi mencegah kerumunan massa.

Media massa baik media konvensional maupun media sosial secara terus menerus memberitakan pandemi Covid-19. Mulai dari jumlah kasus positif hingga *sidebar* mengenai Covid-19. Salah satu stasiun televisi yang memberitakan informasi mengenai Covid-19 adalah tvOne, dengan menayangkan program khusus yaitu “Kabar Pandemi Corona” yang tayang setiap hari mulai 15.30 hingga 16.00 WIB.

Peristiwa peristiwa di tengah pandemi Covid-19 banyak yang mencuri perhatian masyarakat bahkan hingga membuat kegaduhan, seperti yang diberitakan di media massa. Adanya rumah sakit yang dengan sengaja membuat status pasien menjadi positif Covid-19, dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Informasi yang salah mengenai vaksin, pihak rumah sakit salah menguburkan jenazah pasien Covid-19. Bukan hanya itu saja, masih banyak peristiwa atau kebijakan yang terjadi di sepanjang pandemi Covid-19 di Indonesia seperti penerapan PSBB, masker dan apd langka, larangan mudik, wacana new normal, gas rem PSBB, pilkada serentak, kasus kerumunan kepulauan Habib Rizieq, korupsi bansos, vaksinasi dimulai dan PPKM Mikro yang hingga saat ini menjadi pemberitaan di berbagai stasiun televisi.

Melihat hal tersebut, literasi media tentunya sangat diperlukan untuk memberikan pencerahan kepada khalayak dalam menerima dan memberikan

informasi. Yakni kemampuan dalam mengolah, menganalisis, memahami dan menggunakan komunikasi massa, agar kesadaran masyarakat akan validitas informasi yang mereka terima dari media sosial maupun media informasi lainnya menjadi lebih kritis.

Media, informasi dan teknologi komunikasi telah menjadi kebutuhan primer bagi publik untuk mengimplementasikan literasi media. Intensitas terpaan media dan informasi yang tinggi akan cukup menjadi alasan bahwa literasi media perlu menjadi isu penting. Literasi media membutuhkan kemampuan spesifik yang kerap dinamakan dengan media literacy skills atau kemampuan literasi media (Ginting, 2020: 99).

Jurnal berjudul literasi media pada generasi milenial di era digital, oleh Sapta Sari (2019: 31-32) dijelaskan bahwa literasi media di era digital yaitu kemampuan dalam menyaring informasi sekaligus menggunakan internet dan perangkat digital lainnya yang melibatkan kecerdasan kognitif teknis dan kemampuan. Generasi millennial merupakan istilah untuk generasi yang lahir pada era 1980-an sampai tahun 2000 dan tentunya tidak asing dengan perangkat teknologi digital. Mengingat teknologi digital yang terus berkembang pesat dan berperan dalam kehidupan sehari-hari, kedua hal tersebut pun harus saling berkaitan. Generasi milenial dituntut untuk melek terhadap dunia digital sebagai pengguna perangkat digital tersebut, yang berarti harus memahami, mengevaluasi dan menciptakan sesuatu baik sebagai produsen, maupun konsumen. Teknologi internet tidak hanya memudahkan kita dalam mendapatkan informasi terkini, tetapi juga memberikan kesempatan untuk berkarya.

Eksistensi televisi sebagai media informasi saat ini pun mulai tersaingi dengan hadirnya media sosial. Media sosial saat ini seakan sudah menjadi sesuatu yang wajib dimiliki hampir setiap orang. Berdasarkan laman tekno.kompas.com, dalam laporan berjudul *Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital*, disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 61,8 persen. Angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan bulan Januari 2020. Di periode yang sama, pengguna internet di Indonesia tumbuh 27 juta atau 15,5 % (202,6 jiwa).

Pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 berdasarkan laman tekno.kompas.com, mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Hal tersebut dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten HootSuite, dan agensi pemasaran media sosial We Are Social dalam laporan bertajuk "Digital 2021". Aktivitas berinternet yang paling digemari oleh pengguna internet Indonesia ialah bermedia sosial. Saat ini, ada 170 juta jiwa orang Indonesia yang merupakan pengguna aktif media sosial. Rata-rata dari mereka menghabiskan waktu 3 jam 14 menit di platform jejaring sosial.

Pada Januari 2021, berdasarkan laman.kumparan.com jumlah pengguna internet di seluruh dunia mencapai 4,66 miliar, meningkat 316 juta (7,3 persen)

dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Saat ini, tingkat penetrasi internet global adalah 59,5 persen. Namun, wabah Covid-19 berdampak signifikan pada jumlah pengguna internet, sehingga kemungkinan besar angka sebenarnya mungkin lebih tinggi.

Dahulu televisi menjadi media yang menjadi acuan dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, terlepas apa makna dan kepentingan di balik informasi yang disampaikan tersebut. Kini dengan hadirnya ponsel pintar dengan beragam fitur yang dapat mempermudah masyarakat dalam beraktivitas, termasuk salah satunya juga adalah kepuasan informasi, televisi pun mulai di kesampingkan. Namun, tentu ada banyak perbedaan penyebaran informasi di televisi dengan media sosial. Kebebasan dalam menyebarkan informasi apapun di media sosial, berbanding terbalik dengan televisi yang terus dalam pengawasan KPI dan bayang-bayang hilangnya kepercayaan masyarakat jika ada kesalahan dalam menyampaikan informasi.

Kebebasan tersebut tentu menyebabkan banyak disinformasi yang disebarluaskan tanpa ada pertanggungjawabkan. Berdasarkan laman mediaindonesia.com bahwa dari hasil survei Kominfo (Kementerian Komunikasi dan Informatika) kelompok lebih rentan hoaks yakni berumur 35 tahun ke atas yang lahir sebelum teknologi semaju saat ini.

Apalagi di tengah pandemic Covid-19 saat ini, informasi hoaks kerap kali menjadi konsumsi publik, sehingga kesalahan informasi dan fitnah terus berkembang, dan menyebabkan banyaknya konspirasi yang tersebar di masyarakat dan bahkan

dipercaya oleh khalayak ramai. Tentu kasus seperti ini jarang sekali didapati di televisi, meskipun sesekali juga kebablasan. Pemberitaan di televisi pun dianggap terlalu berlebihan dalam memberitakan informasi Covid-19.

Media massa seperti program berita televisi, dapat menjadi acuan bagi masyarakat kota Medan dalam memverifikasi informasi-informasi Covid-19 yang beredar di media sosial. Terutama bagi masyarakat yang tinggal di wilayah dengan angka kasus Covid-19 tertinggi, seperti pada laman *website* covid19.pemkoMedan.go.id pada pertengahan bulan Juni 2021 terdapat sebanyak 16940 orang yang terkonfirmasi positif, dan tiga kecamatan dengan kasus Covid-19 tertinggi adalah Kecamatan Medan Selayang, Medan Helvetia dan Medan Johor.

Bahkan Pemerintah Kota (Pemkot) Medan mulai memberlakukan isolasi lingkungan di Kecamatan Medan Johor dan Kecamatan Medan Selayang pada 27 Mei 2021 selama satu minggu, pembatasan kegiatan ini dilakukan mulai pukul 19:00 WIB sampai pukul 06.00 WIB. Pemberlakuan isolasi ini disebabkan karena salah satu lingkungan di dua kecamatan tersebut masuk dalam zona merah penyebaran Covid-19.

Berdasarkan data dari Dinas Kesehatan Kota Medan, terdapat 14 warga dari 6 rumah yang terpapar Covid-19 di Lingkungan VII, Kelurahan Gedung Johor, Kecamatan Medan Johor. Sedangkan, di Lingkungan X, Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Medan Selayang, jumlah warga yang terpapar Covid-19 berjumlah 14 orang dari 8 rumah.

Rating/share merupakan satu-satunya acuan bagi tim produksi program untuk melihat seberapa besar program berita mereka diminati. *Rating/share* menjadi titik tolak keberhasilan mereka mengelola program tersebut. *TVrating* merupakan persentase jumlah penonton dibagi total pemilik TV (*Universe*) di daerah penarikan sampel. Sedangkan *TV Share* adalah persentase jumlah penonton di semua TV yang tengah menonton (Harahap, 2018: 27-28).

Program Kabar Pandemi Corona tvOne memiliki *rating/share* yang cukup baik selama masa pandemic Covid-19 di era digital saat ini, untuk *all market (11 cities)rating* kabar pandemi corona tvOne mencapai rata-rata 0.2/1.9 *TVR/Share*. Sementara untuk di wilayah kota Medan mencapai rata-rata 0.1/1.3 *TVR/Share*, dengan memberitakan berbagai informasi seputar Covid-19 dan bahkan juga menyiarkan secara langsung perbincangan dengan para narasumber dengan berbagai latarbelakang yang ahli di bidangnya mengenai Covid-19.

Rating program tidak menjamin kualitas suatu program. Rating merupakan presentase dari penonton suatu acara dibandingkan dengan total atau spesifik populasi pada waktu tertentu. Yang diukur melalui rating ini kuantitas dan bukan kualitas suatu acara. Nilai rating dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti durasi suatu program, program lain yang menjadi tandingan, kualitas gambar yang diterima penonton, jadwal tayang, waktu-waktu insidental, penonton yang ada (*available audience*), juga pola kebiasaan penonton di daerah-daerah tertentu. Selain di televisi, program tersebut juga dapat disaksikan melalui laman *website* streaming tvOnenews.com dan di kanal youtube tvOnenews.

Permasalahan dan data tersebut pun membuat penulis tertarik untuk meneliti, peran program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan yang tinggal di 3 kecamatan tersebut yang pernah menonton program kabar pandemi corona tvOne, pada rentang waktu bulan Maret hingga Juni 2021, dengan berlandaskan pada teori literasi media dan teori *uses and effect* untuk menganalisis pengaruh program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

Apakah ada pengaruh program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital ?

1.3 Pembatasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

- a. Masyarakat yang tinggal di 3 kecamatan dengan kasus Covid-19 terbanyak di Kota Medan pada bulan juni 2021, kecamatan Medan Selayang, Medan Helvetia dan Medan Johor.
- b. Kelompok yang rentan terpapar hoaks, yakni berumur 35 tahun ke atas.
- c. Pernah menonton program kabar pandemi corona tvOne, dibuktikan dengan melakukan wawancara pra penelitian terlebih dahulu.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri pada tiga aspek :

- a. Aspek teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai peran program televisi terhadap peningkatan literasi media masyarakat di era digital.
- b. Aspek akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan tentang program televisi terhadap peningkatan literasi media masyarakat, bagi program studi Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- c. Aspek praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Kata komunikasi atau yang dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata *communis* yang berarti “sama” “*communico*” “*communication*” atau “*communicare*” yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Kata *communis* adalah kata yang paling sering disebut sebagai asal muasal kata komunikasi. Komunikasi menyiratkan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama, namun definisi-definisi kontemporer menyiratkan bahwa makna komunikasi merujuk pada cara hal-hal tersebut dilakukan, seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran” “kita mendiskusikan makna” dan kita “mengirimkan pesan”. (Mulyana, 2016: 46)

Harold Laswell menjelaskan “cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah menjawab kalimat pertanyaan seperti *who says what in which channel to whom with what effect ?* yang berarti siapa mengatakan apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana. Berdasarkan definisi Laswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu :

- a. Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim atau *sender*.
- b. Pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.
- c. Saluran atau media, yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
- d. Penerima atau *receiver*, yakni orang yang menerima pesan dari sumber.

- e. Efek, yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut (Mulyana, 2016: 69-71).

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dalam Nurudin (2017: 3) menyatakan dari awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari kata *media of mass communication* (media komunikasi massa), sehingga komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai komunikasi melalui media massa.

Joseph A. Devito, sebagaimana dikutip Nurudin (2017: 11-12) mengatakan bahwa *“First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science... Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter”*.

Hal senada juga dikemukakan oleh Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988), *“Mass communication is process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers”*. (Komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen).

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses pengiriman pesan yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang jumlahnya banyak, dengan proses transmisi pesan yang dilakukan dengan menggunakan media massa baik cetak, maupun elektronik.

2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa (Ardianto, 2019: 06), yaitu :

a. **Komunikator Terlembagakan**

Karakteristik yang pertama adalah si pemberi pesan (komunikator), komunikasi massa harus dilakukan oleh lembaga/organisasi yang cukup kompleks.

b. **Pesan Bersifat Umum**

Pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesannya dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Ini disebabkan karena komunikasi massa bersifat terbuka dan ditujukan untuk masyarakat luas.

c. **Komunikannya Anonim dan Heterogen**

Dalam komunikasi massa, komunikator (pemberi pesan) tidak mengenal komunikannya (penerima pesan). Karena proses komunikasi tidak secara langsung tatap muka, melainkan menggunakan media massa.

d. **Media massa Menimbulkan Keserempakan**

Komunikasi massa dengan daya penyebaran pesannya yang cukup luas dan bahkan tidak terbatas memiliki kelebihan, yaitu mampu memberikan informasi yang seragam dalam waktu bersamaan kepada komunikannya.

e. **Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan**

Komunikator tidak harus mengenal dulu komunikannya seperti pada komunikasi antarpersona. Yang paling penting adalah bagaimana pesan tersebut disusun secara sistematis dan mudah dipahami.

f. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan aktif juga menerima pesan. Namun, keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana komunikasi antarpersona. Berarti komunikasi massa bersifat satu arah.

g. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Berbeda dengan komunikasi antarpersona yang dapat mengoptimalkan seluruh alat indra, komunikasi massa terbilang cukup terbatas. Penggunaan alat indra tergantung pada jenis media massa.

h. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung

Komunikasi massa memiliki umpan balik yang tertunda (*delayed*). Hal tersebut dikarenakan prosesnya yang tidak secara langsung bertatap muka antara komunikator dan komunikan. *Feedback* dari komunikan dapat dilakukan menggunakan pesawat telepon, email, sms, dll (itu dikatakan tertunda atau tidak langsung).

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa terdiri dari sebagai berikut (Ardianto, 2019: 14)

a. *Surveillance* (pengawasan)

Fungsi pengawasan Komunikasi Massa dibagi dalam bentuk utama :

- 1). Warning or beware surveillance (pengawasan peringatan);
- 2). Instrumental surveillance (pengawasan instrumental).

b. *Interpretation* (penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih atau memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

c. *Linkage* (pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membantuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

d. *Transmission of Values* (penyebaran nilai-nilai)

Fungsi ini juga disebut sosialitation (sosialisasi), sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan.

e. *Entertainment* (hiburan)

Beberapa stasiun televisi merupakan media massa yang mengutamakan sajian hiburan, begitu pun siaran radio. Demikian pula halnya dengan majalah. Berdasarkan hasil penelitian, siaran langsung olah raga yang ditayangkan televisi diminati paling banyak masyarakat.

2.2.3 Elemen-Elemen Komunikasi Massa

Elemen-elemen komunikasi massa dalam (Nurudin, 2017: 96-129) sebagai berikut:

a. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator bentuk komunikasi yang lain. Komunikator di sini juga meliputi jaringan, stasiun local, direktur dan staf teknis yang berkaitan dengan sebuah acara televisi. Jadi, komunikator merupakan gabungan dari berbagai individu dalam sebuah lembaga media massa.

b. Isi

Masing-masing media massa mempunyai kebijakan sendiri-sendiri dalam pengelolaan isinya. Sebab, masing-masing media melayani masyarakat yang beragam juga menyangkut individu atau kelompok sosial.

c. Audience (Audiens)

Audiens yang dimaksud dalam Komunikasi massa sangat beragam, dari jutaan penonton televisi, ribuan pembaca buku, majalah, koran, atau jurnal ilmiah. Masing-masing audiens berbeda satu sama lain diantaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan yang diterimanya, pengalaman dan orientasi hidupnya. Akan tetapi, masing-masing individu dapat saling mereaksikan pesan yang diterimanya.

d. Umpan Balik

Ada dua umpan balik (*feedback*) dalam komunikasi, yakni umpan balik langsung (*immediated feedback*) dan umpan balik tidak langsung (*delayed feedback*). Umpan balik terjadi jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung atau kemungkinan dapat berbicara secara langsung. Umpan balik secara tidak langsung misalnya di sampaikan lewat media yang sebagai perantaranya.

e. Gangguan

Gangguan dalam saluran komunikasi massa biasanya selalu ada. Di dalam media televisi gangguan dapat berupa gambar tidak jelas di pesawat televisi. Kenyataannya semakin kompleks teknologi yang digunakan saat ini, semakin besar pula peluang untuk mendapatkan gangguan. Semakin banyak variasi program acara yang disajikan, akan semakin meningkatkan munculnya gangguan.

f. Gatekeeper

Gatekeeper merupakan sebuah kata yang berasal dari lapangan sosiologi, tetapi kemudian digunakan dalam lapangan penelitian komunikasi massa.

g. Pengatur

Adanya pola hubungan saling terikat antara media massa dengan pihak lain. Pihak lain yang dimaksud adalah pemerintah dan masyarakat. Hubungan ini biasanya selalu berjalan tidak harmonis sebab masing-masing pihak memiliki tuntutan dan saling menguasai satu sama lain. Hal itu pulalah mengapa

hubungan ketiganya biasa disebut hubungan *trikotom*, yakni hubungan yang tidak serasi antara ketiganya.

h. Filter

Kerangka pikir melalui mana *audience* menerima pesan.

2.2.4 Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa terbagi dua menurut Keith R. Stamm dan John E. Bowes (1990) yaitu efek primer dan efek sekunder :

a. Efek Primer

Efek primer terjadi apabila ada orang yang mengatakan telah terjadi proses komunikasi terhadap objek yang dilihatnya, meliputi terpaan media massa yang mengenai *audience*, perhatian dan pemahaman.

b. Efek Sekunder

Efek sekunder adalah efek yang meliputi kegunaan, kepuasan. Salah satunya seperti pada kajian teori *uses and gratification*. Jadi efek ini meliputi perubahan tingkat kognitif (Perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih) (Nurudin, 2019: 206).

2.2.5 Media Massa

Media massa atau pers dalam Putra (2019: 1) adalah sarana atau alat untuk menyampaikan informasi melalui media massa kepada masyarakat luas, seperti menggunakan media cetak maupun elektronik. Media massa adalah istilah yang digunakan untuk memberikan istilah kepada sebuah media yang mampu mencakup dan memberikan informasi langsung kepada Khalayak luas. Media massa terbagi tiga

jenis, yaitu media cetak seperti koran dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio dan terakhir yaitu media online seperti segala hal yang berkaitan dengan internet, streaming televisi dan informasi yang dapat diakses melalui internet baik menggunakan gadget atau computer, tentunya ini sudah tidak asing lagi dan sedang sangat populer digunakan di tengah masyarakat.

Saluran komunikasi melalui media massa terbagi dua yaitu (Morissan, 2018: 12-13) :

a. Media Massa Periodik

Media massa yang penerbitannya teratur pada waktu yang telah ditentukan, seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, dan lain-lain terbagi pada media elektronik dan media cetak.

b. Media Massa Nonperiodik

Media massa yang bersifat sementara tergantung pada *event* atau peristiwa yang diselenggarakan. Dibedakan atas manusia, misalnya juru kampanye dan benda (poster, spanduk, *leaflet*, dan lain-lain).

Peran media massa bagi peningkatan daya literasi masyarakat dalam Ekawati dan Asri Wijayanti (2017: 921) adalah:

- a. Sumber informasi yang terpercaya. Untuk menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya maka media massa harus menyampaikannya dengan bahasa yang baik dan benar.
- b. Sumber belajar masyarakat. Sebagai sumber belajar, media massa harus dapat dijadikan acuan belajar.

- c. Bahan literasi masyarakat. Sebagai bahan literasi untuk masyarakat, media massa harus mudah diperoleh, mudah diakses, serta mudah dipahami.

2.3 Televisi

Televisi (TV) adalah “alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan media visual/penglihatan.” Televisi merupakan mediatelekomunikasi yang fungsinya sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu hitam-putih maupun berwarna, "televisi" berasal dari gabungan kata *tele*"jauh" dari bahasa Yunani dan *visio*"penglihatan" dari bahasa Latin.

Penggunaan kata "Televisi" merujuk kepada "kotak televisi", "acara televisi", ataupun "transmisi televisi". Penemuan televisi mampu mengubah peradaban dunia. Kotak televisi pertama kali dijual secara komersial sejak tahun 1920-an, dan sejak saat itu televisi telah menjadi barang biasa di rumah, kantor bisnis, maupun institusi, khususnya sebagai sumber kebutuhan akan hiburan dan berita serta menjadi media periklanan (Wikipedia,<https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi>, akses 26 April 2021).

2.3.1 Karakteristik Televisi

Adapun berapa karakteristik televisi (Ardianto, 2019:137) sebagai berikut:

- a. Audiovisual

Kelebihan televisi adalah dapat dilihat (*audiovisual* sekaligus dapat didengar. Berbeda dengan khalayak siaran radio yang hanya mendengar kata-kata, music, music dan efek suara, khalayak televisi dapat melihat visual atau gambar yang bergerak.

b. Berpikir dalam Gambar

Visualisasi dan gambar merupakan dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar.

c. Pengoperasian Lebih Kompleks

Banyak orang yang dilibatkan dalam pengoperasian televisi dan tentunya lebih kompleks.

2.3.2 Fungsi Televisi

Fungsi televisi tentunya tak berbeda dengan fungsi media massa lain seperti surat kabar dan radio siaran, yaitu memberi informasi, menghibur, mendidik dan mempengaruhi. Umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi untuk memperoleh hiburan, dan kemudian selanjutnya untuk memperoleh informasi, sehingga fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi (Ardianto, 2019:137).

2.3.3 Program Televisi

Program memiliki arti acara atau rencana yang berasal dari Bahasa Inggris *programme* atau *'program'*. Di Indonesia digunakan istilah siaran pada Undang-Undang Penyiaran Indonesia, siaran didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun dibanding kata “siaran” kata “program” lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia yang mengacu pada pengertian acara. Program memiliki pengertian yang sangat luas, karena segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya disebut sebagai program (Morissan, 2018: 199).

Baik radio ataupun televisi faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran adalah program atau acara yang disajikan. Seperti halnya produk, barang atau pelayanan, program dapat dijual kepada pihak lain, dalam hal ini *audience* dan pemasang iklan sebagai pemasukan keuntungan bagi stasiun televisi atau radio siaran (Morissan, 2018: 200).

a. Program Informasi

Program informasi adalah program televisi yang memberikan berbagai informasi untuk kebutuhan informasi dan rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal, serta untuk memberikan tambahan pengetahuan kepada khalayak audien. Program informasi tidak hanya berita, namun juga *talkshow* dengan mengundang Narasumber.

Program informasi terbagi dua yaitu, *hard news* (berita keras) dan *soft news* (berita lunak).

- 1) Berita keras adalah segala informasi yang bersifat segera tayang agar dapat diketahui khalayak, karena informasi tersebut penting atau menarik seperti peristiwa atau konflik yang besar.
- 2) Berita lunak adalah berbagai informasi penting dan menarik yang bersifat tidak harus segera ditayangkan. Dan biasanya ditayangkan pada program tersendiri yang berbeda dengan program berita (Morissan, 2018: 208-211).

b. Nilai Berita

Nilai berita sangat penting pada suatu program berita, nilai berita/kadar berita sangat ditentukan kualitasnya. Kualitas berita ditentukan aktualitas, daya tarik, dan kegunaan berita bagi sebagian besar khalayak.

- 1) Aktual : informasi atau kabar terbaru yang hangat-hangatnya bagi penonton, berita aktual atau baru biasanya lebih menarik perhatian pemirsa. Ukuran aktualitas ada dua yaitu kebaruan dan belum diketahui khalayak.
- 2) Menarik : ukuran daya tarik berita tergantung pada keunikan dan besarnya suatu peristiwa yang mampu membuat orang iba, marah dan kagum. Suatu keanehan juga dapat menarik minat orang untuk menyaksikan. Ukuran menarik ada dua yaitu, kebesaran dan keunikan berita.
- 3) Berguna : jika setelah menonton sebuah berita, dan pemirsa memperoleh manfaat maka berita tersebut berguna. Semakin besar manfaat yang diperoleh pemirsa setelah menyaksikan berita, maka semakin besar pula kegunaannya.
- 4) Kedekatan : jarak lokasi peristiwa dengan tempat tinggal, hubungan profesi, hobi, dan psikologis pemirsa merupakan ukuran kedekatan hubungan pemirsa dengan sebuah berita.
- 5) Keterkenalan : semakin dikenal suatu tempat, benda dan seseorang maka semakin menarik untuk dijadikan bahan berita.

- 6) Pertentangan/konflik : konflik adalah bagian dari kehidupan manusia, sehingga segala sesuatu yang bersifat pertentangan akan menarik untuk diberitakan.
- 7) Kemanusiaan : segala kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu, maupun dramatis menarik untuk disimak (Harahap, 2018: 47-50).

2.4 Literasi Media

Kementerian Pendidikan Kanada, merumuskan definisi literasi media yang yaitu berkenaan dengan membantu para siswa untuk mengembangkan pemahaman kritis dan cukup informasi atas watak media massa, teknik yang dipakai media massa dan dampak penggunaan teknik-teknik tersebut. Secara lebih khusus literasi media bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam memahami kerja media, cara media memproduksi makna, cara media diorganisasikan dan cara media mengonstruksi realitas serta bertujuan untuk memberikan kemampuan pada siswa untuk membuat produk-produk media (Iriantara, 2017:17).

Association for Media Literacy menjelaskan hubungan antara media massa, pesan media, dan khalayak dibentuk yaitu: (1) Semua pesan media dibangun, (2) Setiap media memiliki karakteristik, kekuatan, dan keunikan membangun bahasa yang berbeda, (3) Pesan media diproduksi untuk suatu tujuan, (4) Semua pesan media berisi penanaman nilai tujuan yang ingin dicapai, (5) Manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, dan pengalaman mereka untuk membangun arti pesan

media, dan (6) Media dan pesan dapat mempengaruhi keyakinan, dan pengalaman mereka untuk membangun sendiri arti pesan media (Senova, 2016: 146).

2.4.1 Tujuan Literasi Media

Bajkiewicz melakukan identifikasi tujuan literasi media kepada penyelenggara pendidikan, dan hasilnya pada tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Tujuan Literasi Media

No	Dimensi		
	Individual	Kreatif	Sosial/politik
1	Mengembangkan pemikiran kritis	Memahami sejarah, kreativitas, pemanfaatan dan evaluasi atas media massa sebagai praktik kesenian	Menyiapkan diri menjadi warga Negara demokratis yang memiliki informasi
2	Mengembangkan kesadaran kritis atas media	Mengenali struktur dan pesan media massa	Dipergunakan untuk advokasi sosial
3	Mengembangkan “otonomi kritis”	Memiliki apresiasi kritis	Mengubah relasi kekuasaan yang mapan antara guru-murid
4	Menyandi-balik, mengevaluasi, menganalisis dan memproduksi media	Terlibat aktif dalam proses produksi	Mengenali informasi sebagai landasan penyusunan pesan
5	Memilih makna, memirsanya secara kritis, mengkaji <i>authorship</i> dan penalaran		

Sumber: Bajkiewicz (2003) dalam Iriantara (2017: 25)

Hasil studi Fedorov (2002) dalam Iriantara (2017:23) menunjukkan keberagaman tujuan penyelenggaraan pendidikan literasi media dengan menyebarkan kuesioner pada 26 orang ahli literasi media dari Asia, Amerika, dan Eropa. Yaitu :

- a. Mengembangkan otonomi/pemikiran kritis pribadi
- b. Mengembangkan apresiasi, persepsi, dan pemahaman serta analisis teks media
- c. Mempersiapkan orang untuk hidup dalam masyarakat demokratis
- d. Mengembangkan kesadaran atas implikasi sosial, kultural, ekonomi, dan politik teks-teks media (yang dikonstruksikan lembaga media-media)
- e. Menyandi-balik (decode) teks/pesan media
- f. Mengembangkan kemampuan komunikatif pribadi
- g. Mengembangkan apresiasi dan persepsi estetis, pemahaman atas teks media, estimasi mutu estetis teks media
- h. Mengajarkan untuk mengidentifikasi, menafsirkan, dan mengalami berbagai teknik yang dipergunakan untuk menghasilkan teks/produk media
- i. Mempelajari teori tentang media dan kultur media
- j. Mempelajari sejarah media dan kultur media

2.4.2 Alasan Literasi Media

- a. Perlu memenuhi kebutuhan informasi (*well-informed*) tentang media, serta mengapa dan bagaimana informasi dikomunikasikan. Manusia harus mampu untuk menilai informasi yang bisa dipercaya (*reliable*).
- b. Kita perlu mengkaji media massa karena media massa merupakan bagian penting bagi pengalaman banyak orang.
- c. Untuk memberikan pembelajaran atas pengalaman anak-anak mengonsumsi media.

- d. Harus memahami bagaimana media massa membentuk makna, karena media massa merupakan sumber pokok informasi dan menjadi bagian dari budaya (Iriantara, 2017:20).

Literasi media dibangun dengan didasari pada beberapa hal, menurut Silverblatt dalam Iriantara (2017:22-23) sebagai berikut :

- a. Kesadaran atas dampak media pada khalayak.
- b. Pemahaman pada proses komunikasi massa.
- c. Kritis dalam menganalisis dan mendiskusikan pesan media massa.
- d. Memahami bahwa konten media member wawasan.
- e. Ikhtiar dalam memahami dan mengapresiasi isi media.

2.4.3 Prinsip Melek Media

Prinsip melek media dalam Iriantara (2017: 32) sebagai berikut:

- a. Literasi media adalah sebuah kontinum, bukan sebuah kategori.
- b. Literasi media bersifat multidimensi yang mencakup dimensi-dimensi kognitif, emosional, estetis dan moral.
- c. Tujuan literasi media adalah member kita control yang lebih besar atas interpetasi karena semua pesan media merupakan hasil konstruksi.

2.4.4 Kompetensi Media

- a. Berkenaan dengan efek media, khususnya yang berkenaan dengan gangguan perasaan, konseptualisasi yang keliru dan orientasi perilaku yang problematis.
- b. Menggunakan media dengan mempertimbangkan secara cermat pilihan-pilihan tindakan yang berbeda dengan merefleksikan pilihan atas tawaran media, dengan

melakukan tindakan alternatif terhadap konsumsi media dan pengambilan keputusan secara tepat dalam hal adanya pertentangan dalam tawaran pilihan dari media massa.

- c. Memproduksi secara aktif media yang bisa berupa media documenter, media fiktional atau eksperimental, media sekolah atau publik, dan media kritis.
- d. Menganalisis media dan mengkritik media sebagai analisis dan kritik atas produk-produk media, situasi resepsi dan institusi media, selain kondisi-kondisi sosial produksi media, resepsi media dan diseminasi media (Iriantara, 2017:38).

Iriantara dalam bukunya literasi media (2017: 27) menjelaskan bahwa literasi media sama sekali bukanlah gerakan anti-media. Tetapi salah satu upaya untuk menjaga media agar tetap bisa menjalankan fungsinya di tengah masyarakat. Dengan melek-media, media massa akan memiliki khalayak-bukan konsumen-yang akan pada gilirannya akan memengaruhi bagaimana seharusnya media menjalankan peran.

Media akan mendapatkan tekanan dari khalayaknya jika tetap menganggap khalayak sebagai konsumen. Melalui literasi media ini, media akan menjalankan perannya di tengah masyarakat termasuk mewujudkan cita-cita luhur “mencerdaskan kehidupan bangsa”, dan khalayak akan berkesempatan memberikan pendidikan kepada media massa.

2.5 Masyarakat Kota Medan

Masyarakat menurut kamus besar Bahasa Indonesia dalam (Rahma, 2018:647), merupakan sekelompok manusia yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah tertentu dengan batas-batas yang jelas dan menjadi faktor utamanya ialah

adanya hubungan yang kuat di antara anggota kelompok dibandingkan hubungan dengan orang-orang diluar kelompoknya.

Kota Medan dalam *Wikipedia*, adalah ibu kota provinsi Sumatra Utara, Indonesia. Setelah DKI Jakarta dan Surabaya, Medan adalah kota terbesar di luar pulau Jawa dan kota ketiga terbesar di Indonesia. Keberadaan pelabuhan Belawan dan bandara terbesar kedua di Indonesia yaitu Bandar Udara Internasional Kuala Namu, kota Medan merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat. Untuk menuju pelabuhan dan bandara dari pusat kota bisajalan tol dan kereta api.

Sejarah kota Medan berawal dari sebuah kampung yang didirikan oleh Guru Patimpus di pertemuan Sungai Deli dan Sungai Babura. Hari jadi Kota Medan ditetapkan pada 1 Juli 1590. Selanjutnya pada tahun 1632, Medan dijadikan pusat pemerintahan Kesultanan Deli, sebuah kerajaan Melayu. Tercatat pada tahun 2020, kota Medan memiliki penduduk sebanyak 2.524.321 jiwa, dan kepadatan penduduk 9.522,22 jiwa/km².

Menurut Bappenas, Medan adalah salah satu dari empat pusat pertumbuhan utama di Indonesia, bersama dengan Jakarta, Surabaya, dan Makassar. Masyarakat yang tinggal di kota Medan terdiri dari orang-orang dengan latar belakang budaya dan agama yang berbeda-beda, sehingga dijuluki kota multietnis. Kota Medan didominasi oleh etnis Batak, Minangkabau, Jawa, Tionghoa, Mandailing dan India, sedangkan Karo dan Melayu sebagai penduduk awal. Mayoritas penduduknya bekerja di sektor perdagangan, sehingga banyak sekalibangunan ruko di berbagai sudut kota.

Di Medan juga terdapat kantor-kantor konsulat berbagai negara seperti Malaysia, Amerika Serikat, Jepang dan Jerman (https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Medan).

2.6 Teori *Uses and Effect*

Teori ini awalnya dikemukakan oleh Steven Windhal (1979), yang merupakan paduan antara pendekatan *uses and gratification* dan teori tradisional mengenai efek. Teori *uses and effects* memiliki pemikiran penting yaitu penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti dimana isi media tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi dan kebutuhan hanya salah satu dari faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media (Ginting & Sri, 2017:111).

Sendjaja dalam modul berjudul pengantar ilmu komunikasi dalam (Ginting & Sri, 2017:111) menjelaskan bahwa kebutuhan menjadi salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media pada teori *uses and effect*. Harapan, persepsi dan tingkat akibat kepada media akan mengantarkan individu pada keputusan untuk menggunakan atau tidak isi media massa.

Sendjaja juga menjelaskan bahwa khalayak memiliki pilihan untuk mengevaluasi berbagai macam tipe media untuk mencapai suatu tujuan komunikasi yang baik oleh karena itulah mereka dikatakan sebagai khalayak aktif. Pengetahuan tentang penggunaan dan penyebab dari suatu media, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa, sehingga konsep “use” adalah bagian pokok dari pemikiran ini (Ginting & Sri, 2017:111).

Merujuk pada isi media, berikut hubungan antara penggunaan dan hasil penggunaan media, dengan memiliki beberapa bentuk yang berbedayaitu:

a. Teori efek tradisional menyatakan bahwa sebagian besar dari hasil atau efek yang diperoleh khalayak ditentukan oleh karakteristik isi media. Yang dianggap sebagai faktor perantara dalam hal ini adalah penggunaan media sementara hasil dari proses tersebut merupakan efek.

b. Efek yang berlebih diperoleh akibat karakteristik isi media yang digunakan. penggunaan media dapat menyebabkan konsekuensi psikologis di antaranya ketergantungan pada suatu media. Disamping itu juga dapat mengecualikan, mencegah atau mengurangi aktivitas lainnya, konsekuensi didapat jika penggunaan media menjadi penyebabnya.

c. Sebagian efek ditentukan oleh isi media dan yang lainnya akibat penggunaan media itu sendiri. Oleh karena itu terdapat dua proses yang bekerja secara bersamaan yang menyebabkan terjadinya “*consequence effects*” (gabungan antara konsekuensi dan efek) (Ginting & Sri, 2017:111-112).

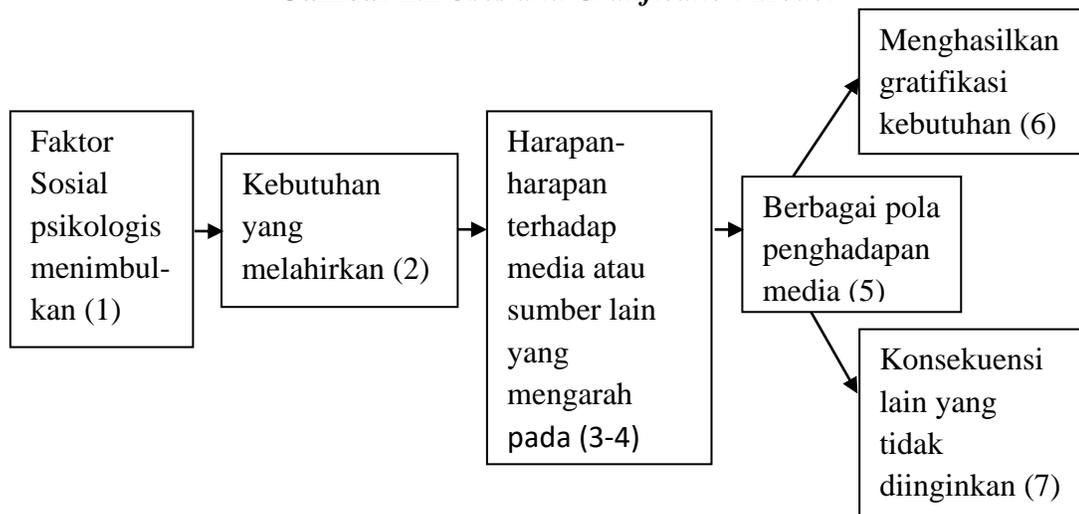
2.7 Teori *Uses and Gratification*

Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz. Teori yang berarti kegunaan dan kepuasan ini dikenalkan pada tahun 1974. Menurut teori ini pengguna media berperan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dalam memenuhi kebutuhannya, pengguna media akan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik. Teori ini lebih menekankan pendekatan manusiawi dalam melihat media massa, yaitu memiliki otonomi, wewenang untuk

memperlakukan media. Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Teori ini berpendapat bahwa pengguna media mempunyai kebebasan untuk memilih dan memutuskan lewat mana mereka menggunakan media dan bagaimana dampak media itu pada dirinya (Nurudin, 2017:191-192).

Dua hal yang menyebabkan digunakannya pendekatan ini menurut McQuail adalah yang pertama, terdapat pertentangan pada pandangan deterministik mengenai efek media. Kedua, terdapat upaya agar lepas dari perdebatan panjang perihal selera media massa. Berikut gambar model logika yang menjadi dasar riset *uses and gratification model* menurut Katz, kawan-kawan dan Dennis McQuail (Ardianto dkk, 2019:74-75) :

Gambar 2.1 Uses and Gratification Model



Sumber: Ardianto, dkk (2019).

Model-model kegunaan dan gratifikasi dirancang untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh

individu atau kelompok-kelompok individu. Model ini menyajikan kerangka bagi sejumlah studi yang berbeda-beda termasuk Katz dan Gurevitch (1994). Penelitian ini menghasilkan sebuah model sederhana bagaimana sebagian besar media itu memiliki kesamaan (Ardianto dkk, 2019:75).

2.8 Covid-19

2.8.1 Covid-19 di Indonesia

Covid-19 atau yang dikenal dengan istilah Covid-19 di awal tahun 2020 menyita perhatian dunia termasuk Indonesia. Virus yang berasal dari kota Wuhan, Cina ini menimbulkan banyak korban dan memporak-porandakan perekonomian Negara Cina. Akibat mobilitas perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat lainnya, termasuk Indonesia, Covid-19 pun pada akhirnya menjangkiti orang-orang yang berada di Negara/wilayah lain. Ratusan orang pun meninggal dunia dan terus menyebar dan bertambah (Boer, dkk, 2020: 86).

Jumlah kasus positif di Indonesia juga terus meningkat, terhitung pada data pertengahan bulan Juni 2021 berdasarkan data SATGAS Covid-19 pada laman *website* covid19.go.id , menunjukkan sudah hampir 2 juta orang yang terkonfirmasi positif Covid-19, sedangkan kota Medan berdasarkan laman covid19.pemkoMedan.go.id pada pertengahan bulan Juni 2021 terdapat sebanyak 16940 orang yang terkonfirmasi positif, Pemerintah pun kini terus berupaya menekan angka pertambahan kasus Covid-19 di Indonesia dengan himbauan untuk menaati protokol kesehatan seperti memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan dan upaya-upaya pencegahan lainnya.

2.8.2 Vaksinasi Covid-19

Vaksinasi untuk memperkuat imun seseorang dari serangan Covid-19 juga telah dilakukan dengan menggunakan berbagai merek vaksin yang sudah diuji klinis seperti *SinoVac*, *Astrazeneca* dan sebagainya. Kelompok-kelompok yang berada di garda terdepan dalam penanganan Covid-19 menjadi prioritas pertama dan utama untuk dilakukan penyuntikan vaksin. Tidak hanya itu, kelompok-kelompok yang sangat berpotensi terjangkit Covid-19 juga turut menjadi orang-orang yang terlebih dahulu mendapatkan vaksin, seperti lansia, tenaga pendidik, jurnalis, aparat keamanan, dan lain-lain. Berdasarkan data SATGAS Covid-19 Indonesia pada laman covid19.go.id pada tanggal 13 Juni 2021 terdapat sebanyak 20.158.937 orang yang telah divaksinasi ke 1 dan 11.568.443 orang yang telah mendapatkan vaksinasi ke 2 (<https://covid19.go.id/berita/data-vaksinasi-Covid-19>).

2.8.3 Pemberitaan Pandemi Covid-19

Media turut ramai dalam memberitakan berbagai perkembangan terbaru Covid-19 termasuk bagaimana kebijakan pemerintah dan dampaknya di masyarakat, seperti media massa baik cetak maupun elektronik.. Media online juga turut memperbarui situasi ter-*update* mengenai Covid-19 dari berbagai sudut pandang. Tingginya konsumsi masyarakat terhadap media, memunculkan dampak terpaan media yang menimbulkan berbagai interpretasi pembaca salah satunya dengan kecepatan dan kemudahan dalam mengakses yang dimiliki oleh media online.

Terpaan media yang secara terus menerus diberitakan sangat berpengaruh pada pembentukan kepercayaan, sikap bahkan perilaku masyarakat. Milla (2015)

menjelaskan munculnya perilaku agresif yang disebabkan oleh terpaan kekerasan pada media audio visual. Ilhami, Santoso, and Setyabudi (2014) menjelaskan terpaan media dapat dilihat dari jenis media, frekuensi dan durasi penggunaan media tersebut (Amali, 2019; Ilhami et al.,2014; Syahril & Meliala, 2019). Hal ini dijelaskan dalam Boer, dkk (2020: 86).

Peristiwa atau kebijakan yang terjadi di sepanjang pandemic Covid-19 di Indonesia dan menjadi pemberitaan di berbagai media dan menarik perhatian khalayak audie antara lain : Penerapan PSBB, Masker dan APD Langka, Larangan Mudik, Wacana New Normal, Gas Rem PSBB, Pilkada Serentak, kasus kerumunan kepulauan Habib Rizieq, Korupsi Bansos, Vaksinasi Dimulai dan PPKM Mikro hingga saat ini.

2.9 Kabar Pandemi Corona tvOne

Kabar pandemi corona tvOne merupakan program televisi yang disiarkan di stasiun televisi tvOne. Berbagai informasi seputar pandemi Covid-19 ditayangkan pada program ini, baik lokal maupun mancanegara. Hasil wawancara dengan Produser program Kabar pandemi corona tvOne, dijelaskan bahwa Program Kabar pandemi corona tvOne ini merupakan program berita di stasiun televisi tvOne yang diluncurkan secara mendadak ketika awal Covid-19 melanda Indonesia pada Maret 2020.

Program ini menyajikan informasi berita perkembangan terbaru seputar Covid-19 baik di tanah air maupun internasional. Mengulas perkembangan kasus, informasi pengobatan dan vaksinasi, serta wawancara khusus dengan narasumber

penting dan terpercaya, mengenai penanganan pandemic Covid-19, serta tak lupa selalu mengedukasi pemirsa untuk selalu menerapkan protokol kesehatan dengan 3M, mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak. Disiarkan secara langsung setiap Senin-Minggu pukul 15.30 WIB.

Sama dengan program berita lainnya, program ini mengedapankan informasi yang aktual, menarik, memiliki manfaat yang besar bagi pemirsa, *proximity* atau kedekatan dengan pemirsa/khalayak dengan memberitakan informasi seputar Covid-19 tidak hanya dari ibu kota namun juga berbagai wilayah di Indonesia, keterkenalan, seperti suatu tempat, benda dan seseorang, sesuatu yang bersifat konflik atau pertentangan serta *humas interest* seperti kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu, dramatis di tengah pandemi Covid-19.

Jenis konten atau informasi yang selalu ditayangkan pada program ini berupa :

- a. Perkembangan jumlah kasus harian Covid-19 di tanah air.
- b. Perkembangan obat dan vaksin Covid-19
- c. Informasi mengenai kasus dan upaya penanganan pandemi di seluruh dunia
- d. Konflik atau permasalahan selama pandemi
- e. Informasi menarik seputar Covid-19 yang mampu mengurangi rasa cemas atau ketakutan bagi khalayak audien.

2.10 Era Digital

Era digital dalam Haris (2017: 34-37). Saat ini seiring perkembangan zaman hampir segala hal berkaitan dengan teknologi atau yang dikenal dengan “Era

Digital”. Teknologi merupakan bahasa Prancis “La Technique”,berartisegala upaya untuk mewujudkan sesuatu secara rasional. Teknologi juga merupakan ciptaan dari kemampuan manusia. Yang dapat menciptakan sebuah komunitas baru (Hermawan, 2020: 304-305).

Era digital menurut Rustam dalam Hermawan (2020 : 304-306), merupakan masa banyaknya “media baru” yang bermunculan,yang bersifat padat, interaktif dengan jaringan yang saling terintegrasi, bukan sekedar digitalisasi konten belaka. Seperti internet, *website*, komputer multimedia, hingga CD-ROMS.

Sesuai dengan yang disampaikan oleh Toffler bahwaterdapat tiga fase dalam gelombang peradaban manusia. Pertama, menemukan pola bercocok tanam dan mulai hidup menetap. Pada awalnya manusia hidup berpindah-pindah dengan mata pencaharian meramu, sehingga menetap merupakan perkembangan yang sangat luar biasa, Ini merupakan suatu revolusi besar, karena manusia mampu mengubah kebiasaan yang sudah diterapkan sejak lama.

Kedua, adalah revolusi industri yangpada awal kemunculannya sekitar abad ke-15, diawali dengan serangkaian inovasi mesin cetak oleh J. Guttenberg. Bisa digandakannya hasil pemikiran manusia sehingga dapat diketahui oleh orang lain merupakan salah satu dampak pembuatan mesin cetak. Secara perlahanpemikiran-pemikiran seperti ini pun mulai berkembang dan booming yang dikenal dengan revolusi industri.

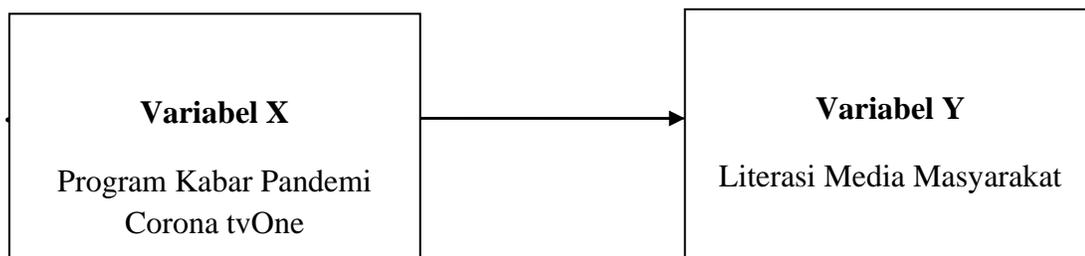
Pada fase ketiga, dikenal sebagai “abad informasi” atau “abad elektronik” atau lebih dikenal dengan istilah era digital di Indonesia. Dikarenakan Toffler belum mendapatkan isitilah yang tepat untuk fase ini.

Setiap orang yang mampu berinovasi dalam konteks teknologi merupakan poin penting pada fase ini, bukan hanya siapa yang mempunyai kekuasaan. Ponsel lebih populer daripada telepon rumah merupakan fakta kenyataan yang tak terbantahkan yang harus diterima.

2.11 Kerangka Konsep

Uma Sekaran dalam bukunya *Business Research* (1992) menjelaskan bahwa kerangka berpikir/konsep adalah model konseptual yang menunjukkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam suatu penelitian kerangka konsep perlu dikemukakan apabila membahas dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019: 95).

Gambar 2.2 Kerangka Konsep



Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2021

Setelah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka selanjutnya adalah merumuskan kerangka konsep. Berdasarkan hal tersebut, maka batasan-batasan masalah konsep yang dipakai dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh : Pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Dari pengertian di atas telah dikemukakan sebelumnya bahwa pengaruh adalah merupakan sesuatu daya yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain.
- b. Program Kabar Pandemi Corona tvOne : Kabar pandemi corona tvOne merupakan program berita di stasiun televisi tvOne. Program ini diluncurkan ketika awal Covid-19 melanda Indonesia pada Maret 2020. Program ini menyajikan informasi berita seputar Covid-19 baik di tanah air maupun internasional. Informasi yang disajikan berupa penambahan jumlah kasus Covid-19, kesembuhan, meninggal dunia, vaksinasi dan informasi menarik (*side bar*) seputar Covid-19.
- c. Pandemi Covid-19: Covid-19 atau yang dikenal dengan istilah Covid-19 di awal tahun 2020 menyita perhatian dunia termasuk Indonesia. Virus yang berasal dari kota Wuhan, Cina ini menimbulkan banyak korban dan memporak-porandakan perekonomian Negara Cina. Akibat mobilitas perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat lainnya, termasuk Indonesia, Covid-19 pun pada akhirnya menjangkiti orang-orang yang berada di

Negara/wilayah lain. Ratusan orang pun meninggal dunia dan terus menyebar dan bertambah (Boer, dkk, 2020: 86).

- d. Literasi Media : Literasi media merupakan upaya pembelajaran bagi khalayak media atau masyarakat sehingga berdaya dan lebih kritis menghadapi dunia yang penuh sesak oleh media. Sebagai proses, tujuan maupun keterampilan yang dimiliki oleh orang yang melek-media sehingga memiliki kemampuan mengevaluasi dan kritis terhadap pesan-pesan yang disajikan media massa (Iriantara, 2017: 13-18).
- e. Era Digital : Era digital bukanlah digitalisasi konten belaka, era digital adalah sebuah masa dimana mulai munculnya “media baru” yang dapat dimanipulasi, bersifat jaringan yang saling terintegrasi, bersifat padat, serta interaktif. Contoh konkretnya adalah internet, *website*, komputer multimedia, hingga CD-ROMS (Hermawan, 2020: 304-306).

2.12 Operasionalisasi Variabel

Mengoperasionalisasi variabel atau definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, serta mengetahui baik buruknya variabel dalam suatu penelitian. Definisi operasional penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator
Variabel X Program Berita Kabar Pandemi Corona tvOne	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktual : informasi atau kabar terbaru 2. Menarik : kebesaran dan keunikan berita. 3. Berguna : Semakin besar manfaat yang diperoleh pemirsa, semakin besar pula kegunaannya. 4. Kedekatan : jarak lokasi peristiwa dengan tempat tinggal, hubungan profesi, hobi, dan psikologis. 5. Keterkenalan : semakin dikenal suatu tempat, benda dan seseorang. 6. Pertentangan/konflik : sesuatu yang bersifat pertentangan akan menarik untuk diberitakan. 7. Kemanusiaan : kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu, dramatis.
Variabel Y Meningkatkan Literasi Media Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran atas dampak media pada khalayak : informasi yang disajikan mempengaruhi penonton, baik pengaruh positif maupun negatif. 2. Pemahaman pada proses komunikasi massa : lingkungannya luas, cenderung 1 arah, program sesuai kebutuhan masyarakat. 3. Kritis dalam menganalisis dan mendiskusikan pesan media massa : tidak langsung mempercayai informasi yang diterima. 4. Memahami bahwa konten media memberi wawasan : setiap informasi menambah pengetahuan dan membuka pikiran. 5. Ikhtiar dalam memahami dan mengapresiasi isi media : berusaha memeriksa dan memahami informasi yang diterima.

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

2.13 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang sesuai dan relevan adalah penelitian yang berjudul *Tingkat literasi media masyarakat di wilayah perbatasan papua* oleh Christiany Juditha (2014). Penelitian ini membahas suatu gambaran tentang literasi media masyarakat perbatasan Papua. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan

pendekatan kuantitatif. Dimana didapati hasil bahwa masyarakat lebih memahami dan tertarik pada televisi. Televisi pun menjadi media yang utama bagi masyarakat yang tinggal di perbatasan Papua. Penelitian Judhita mempunyai persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama meneliti tingkat literasi media pada masyarakat dari peran media massa, dimana di wilayah tempat Judhita meneliti televisi menjadi media acuan informasi yang utama. Penelitian Judhita juga menggunakan metode survei penelitian kuantitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Mursia Ekawati dan Asri Wijayanti (2017) yang berjudul *Peran media massa meningkatkan daya literasi masyarakat di era global* juga menjadi kajian penelitian yang relevan bagi peneliti. Penelitian ini membahas mengenai informasi/pemberitaan media massa dalam meningkatkan daya literasi masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya peran media massa bagi peningkatan daya literasi masyarakat.

Penelitian selanjutnya yang relevan ialah *Peran komunikasi massa di tengah pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung)* oleh Latif Syaipudin (2020). Pada penelitian ini dihasilkan bahwa, komunikasi massa berperan penting dalam menanggapi pandemi Covid-19. Kemudian persoalan yang timbul saat pandemi Covid-19 ini berpotensi memicu adanya tatatan hidup sosial yang baru, sehingga diperlukan komunikasi yang baik antara stakeholder dengan masyarakat dalam menyikapi setiap permasalahan ini. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan mengambil data

primer untuk diteliti yang berasal dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada informan.

Penelitian yang berjudul *efek pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat pamekasan tentang Covid-19* oleh Heny Triyaningsih (2020) ini juga menjadi kajian terdahulu yang relevan bagi peneliti. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui efek pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Covid-19 di Pamekasan. Media massa dipenuhi dengan pemberitaan tentang Covid-19 yaitu sebuah virus yang muncul dari Wuhan, Cina sangat cepat dan tersebar luas ke berbagai negara pada Maret 2020. Dari survei yang dilakukan menunjukkan bahwa media sosial menjadi rujukan untuk mendapat informasi tentang Covid-19.

Penelitian selanjutnya yang menjadi acuan bagi peneliti adalah *Pemberitaan dan Opini Publik tentang Kedatangan Tenaga Kerja China Pada Masa Pandemi Covid-19 di Sulawesi Tenggara* oleh Aldilal, Achmad Akbar Sanjaya, Nur Akbar dan Muhammad Ramlan Febriansyah. yaitu menganalisis seberapa besar peran media massa dalam membentuk opini publik mengenai kedatangan tenaga kerja China di Sulawesi Tenggara di tengah pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan *mixed method* yaitu kuantitatif dan kualitatif dengan mengamati dan menganalisis konten berita dari tiga portal media online di Sulawesi Tenggara dari 15 Juni - 15 Juli 2020. Penelitian ini pun menghasilkan bahwa, terdapat adanya dukungan dari beberapa media terhadap kebijakan akan datangnya tenaga kerja asing pada pandemic saat ini, yang menunjukkan terdapat kepentingan yang sedang berlaku terhadap datangnya tenaga kerja asing tersebut, karena awal timbulnya pemberitaan mengenai Covid-19

dari China para penduduk pun tidak setuju karena khawatir jika tenaga kerja China yang dating tersebut akan menyebabkan bertambahnya kasus baru Covid-19, dan bahkan para akademisi menyatakan sangat tidak setuju akan kedatangan tenaga kerja asing saat pandemi.

Penelitian yang relevan berikutnya adalah yang berjudul *Literasi media pada generasi milenial di era digital* oleh Sapta Sari (2019), tujuan penelitian ini untuk melihat sejauh mana literasi media yang diterapkan pada generasi milenial Indonesia di era digital saat ini dengan kajian literatur mendalam. Studi literature pada penelitian ini membahas penerapan literasi media pada generasi milenial di era digital dalam media sosial, untuk melihat literasi media yang diterapkan sudah baik atau belumoleh generasi milenial. Hasilnya pun menunjukkan bahwa masih belum diterapkan dengan baik dalam meskipun sudah mahir menggunakan perangkat digital. Terlihat masih banyak masyarakat yang menyebarkan informasi yang masih diragukan kebenarannya. Perkembangan kemampuan literasi media pada generasi milenial di era digital ini masih jauh dari harapan, meskipun interaksinya sangat intens. Masih banyak yang belum mendapatkan pengetahuan yang baik mengenai literasi media terutama generasi milenial, sehingga masih banyak ditemui pelanggaran dalam hal menyaring dan menyebarkan informasi kepada publik.

Penelitian terdahulu yang relevan berikutnya *Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online* oleh Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahmi Pratiwi & Nalal Muna (2020). Metode penelitian yang digunakan ialah analisis framing Robert N. Entman dengan pendekatan

kualitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pemberitaan mengenai Gugus Tugas penanganan Covid-19 di ketiga media online edisi 20-23 Maret 2020. Penelitian menghasilkan bahwa *Define Problem* dalam pemberitaan mengenai kebijakan pemerintah dalam menggandeng para influencer dinilai bukan pilihan yang tepat, kemudian *Diagnose cause* ditunjukkan dalam bentuk ketidakpedulian generasi milenial terhadap pandemi Covid-19, *Make moral judgment* sebagai bentuk kontribusi *influencer* kepada negara, mereka pun tidak dibayar dalam program ini dan *treatment recommendation* yang ditawarkan adalah pemerintah membekali para *influencer* pemahaman mendalam mengenai Covid-19 sebelum menjadi mediator untuk menyampaikan pesan bagi milenial. Media online dianggap sebagai ruang publik untuk menjadi rujukan terhadap peningkatan literasi informasi pada masyarakat, sehingga informasi yang disajikan diharapkan dapat objektif dan mendidik.

Penelitian berikutnya adalah *Hoax dan Literasi Media Internet di Era Covid-19* oleh Teddy Dyatmika, Syamsul Bakhri dan M. Rikzam Kamal (2021). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penyebab tingginya penyebaran informasi Hoaks. Saat pandemic Covid-19 saat ini informasi tidak semakin mengkhawatirkan. Walaupun sosialisasi tentang berita Hoaks sudah gencar dilakukan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dengan merujuk pada teori *Science and Human Behaviour Skinner*, dengan menggunakan analisis regresi linier yaitu uji t dan uji f untuk menganalisis data.

Penelitian terdahulu yang relevan selanjutnya adalah *Kecemasan Keluarga Lansia Terhadap Berita Hoax Dimasa Pandemi Covid-19* oleh Dewi Rayani dan Dewi Nur Sukma Purqoti (2020). Pembahasan pada penelitian ini tentang rasa terancam dan cemas para lansia yang rentan terpapar Covid-19. Salah satunya akibat berbagai pemberitaan di media, begitu pula dengan dengan generasi milenial yang merupakan anggota keluarga lansia, perkembangan teknologi dan media membuat para millennial sangat rentan dalam kecemasan dan gampang tertipu. Tingkat kecemasan kepada 160 responden diukur menggunakan skala HARS, hasilnya bahwa frekuensi 77 orang mengalami kecemasan sedang yaitu (48.1%) dari 160 responden maknanya rata-rata keluarga mengalami kecemasan sedang terhadap berita bohong.

Berikutnya adalah penelitian berjudul *analisis literasi media televisi dalam keluarga (studi deskriptif pendampingan anak saat menonton televisi di sd islam al ulum terpadu medan)* oleh Rahmanita Ginting dan Sri Pratiwi (2017). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan keterampilan literasi media yang pada orang tua ketika mendampingi anak menonton televisi, serta menjelaskan struktur pengetahuan literasi media yang dipahami oleh orang tua di SD Islam Al Ullum Terpadu Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan mendeskripsikan pendapat informan berdasarkan fakta di lapangan tentang literasi media dalam keluarga sebagai upaya mendampingi anak pada saat menonton televisi di SD Islam Al Ulum Terpadu Medan. Subjek penelitian ini adalah keluarga. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya mengatakan

bahwa struktur pengetahuan yang dipahami oleh orangtua meliputi pengetahuan industri media, pengetahuan efek media dan pengetahuan isi pesan.

Persamaan penelitian ini dengan beberapa kajian penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis adalah sama-sama meneliti efek/pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa yang berhubungan dengan pemberitaan pandemi Covid-19 kepada masyarakat. Serta melihat kemampuan literasi media khalayak atas informasi-informasi yang beredar di media massa, baik media konvensional maupun media baru.

Perbedaannya dengan penelitian ini adalah terdapat beberapa kajian penelitian terdahulu yang menjadi pedoman bagi penulis, tidak meneliti langsung kepada masyarakat/khalayak audien, namun hanya menggunakan studi literatur dan hanya melakukan riset menggunakan metode analisis *framing*. Selain itu juga beberapa kajian penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan, menggunakan metode kualitatif. Serta meneliti efek/pengaruh yang didapatkan khalayak/masyarakat dari informasi di media sosial.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif survei. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019: 16-17), yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik.

Survei menurut Robert Groves, seorang ahli survei terkemuka, dalam Adiyanta (2019: 700) adalah menanyakan kepada beberapa responden tentang kepercayaannya, pendapat-pendapat, karakteristik, dan perilaku yang telah atau sedang terjadi. Pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi lebih tajam ketika responden memberikan jawaban-jawaban atas pertanyaan dari variabel-variabel yang dikehendaki. Ukuran beberapa variabel (seringkali dengan berbagai indikator), dan beberapa uji hipotesis dalam suatu survei tunggal menjadi landasan bagi peneliti.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019: 126), adalah wilayah yang secara umum ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah tiga besar kecamatan dengan jumlah kasus konfirmasi

positif Covid-19 terbanyak di kota Medan untuk mengetahui kemampuan literasi media mereka dalam menerima informasi mengenai Covid-19.

Kecamatan dengan jumlah kasus konfirmasi positif Covid-19 dengan urutan tiga besar terbanyak berdasarkan data laman *website* covid19.pemkoMedan.go.id pada pertengahan bulan Juni 2021 adalah Kecamatan Medan Selayang, Medan Helvetia dan Medan Johor. Berdasarkan laman *website* Medankota.bps.go.id sensus terakhir pada tahun 2019, jumlah penduduk masyarakat di tiga kecamatan tersebut sebagai berikut :

Tabel 3.1 Populasi Penduduk

No	Kecamatan	Jumlah
1	Medan Selayang	111 052
2	Medan Helvetia	155 437
3	Medan Johor	137 367
	Total	403 856

Sumber: Medankota.bps.go.id 2019

3.2.2 Sampel

Sampel adalah subjek/objek yang mewakili populasi yang akan diteliti. Dan apabila kita hasil penelitian sampel digeneralisasikan maka dinamakan penelitian sampel (Arikunto, 2020:174). Peneliti menggunakan rumus Taro Yamane untuk menentukan jumlah sampel, untuk populasi yang lebih besar sehingga diperoleh pendugaan proporsi populasi, digunakan rumus (Ruslan, 2017: 150) :

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d² = presisi yang ditetapkan

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 403,856 orang dimasukkan ke dalam rumus di atas dengan tingkat presisi yang ditetapkan yaitu 10%. Jadi dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

$$n = \frac{403856}{403856 (0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{403856}{403856 (0.01) + 1}$$

$$n = \frac{403856}{403856 .0,01 + 1}$$

$$n = \frac{403856}{4038,56 + 1}$$

$$n = \frac{403856}{4039,56}$$

$$n = 99,97 \approx 100$$

Untuk menentukan sampel dari masing-masing bagian, dalam Aghniya (2017:30) menurut Sugiyono, digunakan rumus *Stratified Random Sampling* sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \cdot n$$

Keterangan:

N_i = jumlah populasi secara stratum

n = jumlah sampel seluruh

n_i = jumlah sampel menurut stratum

N = jumlah populasi seluruh

Maka dari itu, sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2

Jumlah Sampel

No	Kecamatan	Jumlah Populasi	Perhitungan Sampel	Jumlah Sampel
1	Medan Selayang	111 052	$\frac{111052}{403856} \times 100$	28
2	Medan Helvetia	155 437	$\frac{155437}{403856} \times 100$	38
3	Medan Johor	137 367	$\frac{137367}{403856} \times 100$	34
Total				100

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Teknik sampling yang digunakan dalam penentuan sampel adalah sampling kuota, yaitu menentukan sampel dari populasi dengan ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan terpenuhi (Sugiyono, 2019:132).

Ciri-ciri populasi yang telah ditentukannya sebelumnya, yaitu:

- a. Masyarakat kota Medan yang tinggal di 3 Kecamatan dengan jumlah kasus Covid-19 terbanyak di kota Medan berdasarkan data bulan Juni 2021 laman covid19.pemkoMedan.go.id , yaitu Kecamatan Medan Selayang, Medan Helvetia dan Medan Johor.
- b. Berusia 35 tahun ke atas.
- c. Pernah menonton program Kabar Pandemi Corona tvOne.

3.3 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban rumusan penelitian yang bersifat sementara, di mana rumusan masalah telah dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dikatakan bersifat sementara karena jawaban tersebut masih didasarkan pada teori yang relevan belum pada fakta-fakta empiris dari hasil pengumpulan data (Sugiyono, 2019:99-100). Untuk menguji koefisien hubungan antara dua variabel data yang terkumpul, penulis menggunakan rumus uji korelasi *product moment pearson* dan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis nol, penulis menggunakan uji signifikansi korelasi sederhana (Uji t).

Ho : Program kabar pandemi corona tvOne tidak berpengaruh terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital.

Ha : Program kabar pandemi corona tvOne berpengaruh terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kuantitatif pada umumnya menggunakan kuesioner sebagai metode yang dipilih untuk mengumpulkan data dalam penelitian survei. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2019:199).

Kuesioner dalam penelitian ini adalah sejumlah pertanyaan tentang variabel X dan variabel Y yang diberi nilai dengan berpedoman pada skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk memberikan penilaian atau mengukur jawaban responden seperti sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019:146). Dalam Sugiyono (2019:147) Kategori jawaban untuk setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* terdapat 5 pilihan secara berurut dari positif ke negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. Jika menjawab “SS” (Sangat Setuju) maka diberi nilai 5
- b. Jika menjawab “S” (Setuju) maka diberi nilai 4
- c. Jika menjawab “KS” (Kurang Setuju) maka diberi nilai 3
- d. Jika menjawab “TS” (Tidak Setuju) maka diberi nilai 2
- e. Jika menjawab “STS” (Sangat Tidak Setuju) maka di beri nilai 1

3.5 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif, setelah data dari seluruh responden, atau sumber data lain terkumpul kemudia dilakukan analisis data (Sugiyono, 2017:147). Analisis yang digunakan adalah untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh pada faktor variabel X dan variabel Y maka digunakan analisis statistik deskriptif berdasarkan analisis tabel tunggal.

Menurut Sugiyono (2019:206) statistik deskriptif digunakan apabila ingin menganalisis data dengan mendeteskikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud menyimpulkan secara umum. Penelitian ini menggunakan analisis tabel tunggal yaitu suatu analisa penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan yakni membagi variabel penelitian ke dalam jumlah frekuensi dan presentase.

3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji prasyarat analisis digunakan untuk mengetahui data yang akan diuji memenuhi syarat untuk perhitungan uji hipotesis. Pengujian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur instrumen penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data itu valid. Berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019:175-176). Digunakan rumus korelasi *product moment* antara lain dalam Sugiyono (2019:246) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi r

n = Jumlah responden

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

- a. Jika r hitung > r table maka item dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung < r table maka item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut (Sugiyono, 2017: 130) adalah indeks yang menunjukkan dapat dipercaya atau dapat diandalkan suatu alat pengukur, bila dipakai lebih dari satu kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka dapat dikatakan reliabel.

Arikunto (2020: 239) menjelaskan, Pengujian reliabilitas dengan rentang skor 1 sampai 5 menggunakan metode *Cronbach's Alpha* memiliki rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians butir tiap pertanyaan

$\sum \sigma i^2$ = Varians total Jumlah

Keputusan pengujian reliabilitas instrumen adalah instrumen dikatakan reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan instrumen dikatakan tidak reliabel jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.5.2 Uji Hipotesis**a. Uji Linearitas**

Uji linearitas berfungsi untuk apakah variabel X (independen) berbentuk linear atau tidak dengan variabel Y (dependen). Jika tidak linear maka model regresi tersebut akan bias saat dilakukan prediksi terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, uji linearitas dilakukan dalam rangka menguji model persamaan suatu variabel terikat atas suatu variabel bebas.

Kriteria pengujiannya adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka kedua variabel berpola linear dan sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka kedua variabel berpola tidak linear. Oleh karena pada penelitian ini terdapat satu variabel terikat (Y) dan satu variabel bebas (X), maka uji linearitasnya yaitu uji linearitas X terhadap Y (Hevriansyah, 2016: 40-41).

b. Uji Normalitas (*Kolmogorv-Smirnov*)

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data empirik yang diperoleh di lapangan sesuai dengan distribusi teoritik tertentu / distribusi normal (Nasrum, 2018: 1). Prinsip uji normalitas menggunakan *Kolmogorv-Smirnov* untuk mencari simpangan terbesar (D) dari fungsi distribusi kumulatif data observasi (empiris) terhadap fungsi distribusi kumulatif teoritisnya. Besar atau kecilnya simpangan yang terbentuk ditentukan besaran pembanding dengan symbol D_k atau pada tabel *Kolmogorv-Smirnov*. Berdasarkan penjelasan tersebut, jika $D \leq D_k$ maka data yang diuji berdistribusi normal. Sebaliknya jika $D > D_k$ maka data tidak berdistribusi normal (Nasrum, 2018: 30-31).

Rumus mencari simpangan terbesar (D) dalam Nasrum (2018: 31) :

$$D = \max_{1 \leq i \leq n} \left(\left| F(z_i) - F_{n-1}(x_i) \right|, \left| F(z_i) - F_{n_i}(x_i) \right| \right)$$

Keterangan :

$F(z)$: fungsi distribusi kumulatif teoritis

$F_n(x)$: fungsi distribusi kumulatif data observasi

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Kemudian analisis dapat dilanjutkan dengan menghitung persamaan regresinya. Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa

tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (diubah).

Rumus persamaan regresi linear sederhana dalam Sugiyono (2019: 252) :

$$Y=a+b X$$

Keterangan:

Y= Nilai yang diprediksikan

a= Konstanta atau bila harga X=0

b= Koefisiensi regresi

X= Nilai variabel independen

Jika nilai signifikansi < 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel (X) terhadap variabel(Y).

d. Uji Korelasi *Product Moment Pearson*

Untuk mengetahui hasil dari penelitian, efektif atau tidaknya, setelah dilakukannya analisis statistik deskriptif yaitu menganalisa data angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas, jelas, mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian dan makna tertentu dengan menguji koefisien hubungan antara dua variabel data yang terkumpul, selanjutnya untuk menguji validitas hipotesis hubungan digunakan rumus korelasi *product moment* antara lain dalam Sugiyono (2019: 246) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi r

n = Jumlah responden

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

Pearson Product Moment Correlation Bivariate digunakan pada program SPSS untuk membandingkan hasil uji *Pearson Correlation* dengan r tabel. Dalam program SPSS diterima atau tidaknya suatu data valid atau tidak memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika r hitung > r table maka item dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung < r table maka item dinyatakan tidak valid.

e. Uji Signifikansi Korelasi Sederhana (Uji t)

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi korelasi sederhana yang dilakukan dengan Uji t untuk menguji signifikansi hubungan. Rumus uji t dalam Sugiyono (2019: 248) sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai t

r = koefisien korelasi antara variabel x dan y

n = jumlah responden

Jika $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_0 ditolak dan jika $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_0 diterima (Ruslan, 2017: 269).

f. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian R^2 atau koefisien determinasi menurut Sarwono (2012) dalam Simanjuntak (2019: 96), digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. Untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis koefisien determinasi. Rumusnya sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

r^2 = Koefisien korelasi

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Medan, provinsi Sumatera Utara, yaitu Kecamatan Medan Selayang, Medan Helvetia dan Medan Johor yang merupakan peringkat tiga teratas kasus konfirmasi positif Covid-19 tertinggi di kota Medan berdasarkan data covid19.pemkoMedan.go.id pada 15 Juni 2021.

3.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Maret hingga Agustus 2021.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Masyarakat kota Medan berusia minimal 35 tahun, yang tinggal di 3 Kecamatan dengan jumlah kasus Covid-19 terbanyak di kota Medan berdasarkan data bulan Juni 2021 laman covid19.pemkoMedan.go.id , yaitu Kecamatan Medan Selayang, Medan Helvetia dan Medan Johor. Semua responden diberi kuesioner yang berisi 26 instrumen pernyataan dan pertanyaan, terdiri dari variabel bebas (X) 12 pernyataan, variabel terikat (Y) 8 Data-data tersebut disajikan dalam bentuk analisa data dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Terdapat sebanyak 16,940 orang yang terkonfirmasi positif di kota Medan provinsi Sumatera Utara berdasarkan laman *website* covid19.pemkoMedan.go.id pada pertengahan bulan Juni 2021. Bahkan pada awal bulan Agustus saat diterapkannya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat, angka kumulatif kasus Covid-19 di kota Medan mencapai 30,707 kasus. Tiga kecamatan dengan kasus terbanyak Covid-19 yang menjadi lokasi sampel penelitian yaitu Kecamatan Medan Selayang per-awal bulan Agustus mencapai 2,580 kasus, Medan Helvetia 2,492 kasus dan Medan Johor 2,524 kasus.

Pemerintah Kota Medan pun memberlakukan isolasi lingkungan di tiga kecamatan tersebut pada 27 Mei 2021 selama satu minggu, pembatasan kegiatan ini dilakukan mulai pukul 19:00 WIB sampai pukul 06.00 WIB. Pemberlakuan isolasi ini disebabkan karena salah satu lingkungan di dua kecamatan tersebut masuk dalam zona merah penyebaran Covid-19.

Data dinas Kesehatan Kota Medan menunjukkan, terdapat 14 warga dari 6 rumah yang terpapar Covid-19 di Lingkungan VII, Kelurahan Gedung Johor, Kecamatan Medan Johor. Sedangkan, di Lingkungan X, Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Medan Selayang, jumlah warga yang terpapar Covid-19 berjumlah 14 orang dari 8 rumah.

4.1.2 Penyajian Data

a. Variabel (X): Program Kabar Pandemi Corona tvOne

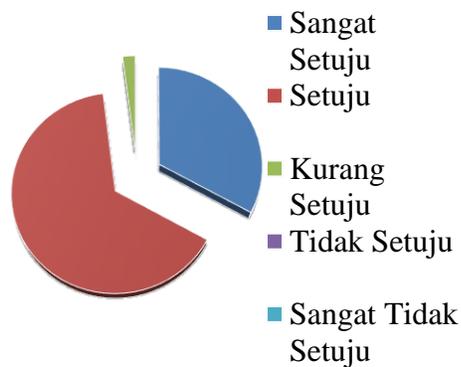
1. Distribusi jawaban responden tentang, informasi yang aktual (terkini/terbaru) Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.1
Berita Aktual Kabar Pandemi Corona tvOne.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	33 %
2	Setuju	65 %
3	Kurang Setuju	2 %
4	Tidak Setuju	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.1
Berita Aktual Kabar Pandemi Corona tvOne.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 65 %. Artinya informasi yang aktual (terkini/terbaru) yang disajikan program Kabar Pandemi Corona tvOne meningkatkan kemampuan literasi media, yaitu membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 33 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju hanya 2 % tanpa ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi yang aktual yang disajikan program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

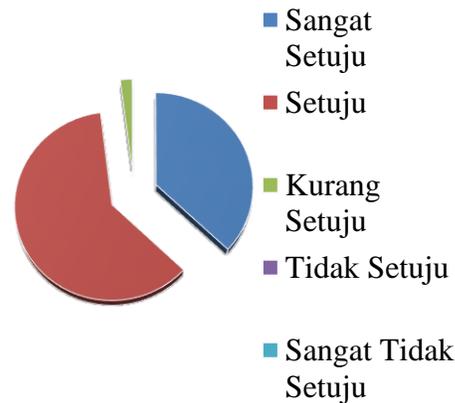
2. Distribusi jawaban responden tentang, informasi yang disajikan/ditayangkan menarik untuk ditonton, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.2
Informasi Yang Diberitakan Menarik Ditonton.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	37 %
2	Setuju	61 %
3	Kurang Setuju	2 %
4	Tidak Setuju	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.2
Informasi Yang Diberitakan Menarik Ditonton.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 61 %. Artinya informasi yang disajikan/ditayangkan menarik untuk ditonton, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 37 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju hanya 2 % tanpa ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi yang aktual yang disajikan progam Kabar Pandemi Corona tvOne menarik untuk ditonton sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

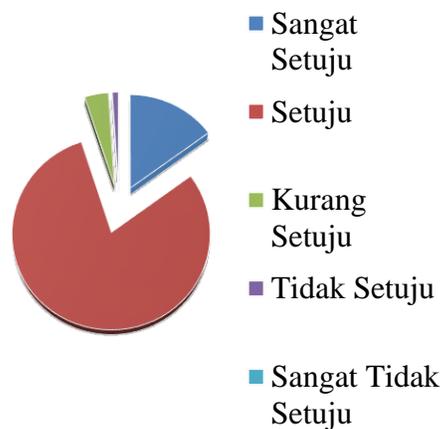
3. Distribusi jawaban responden tentang, pembawa acara Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden tertarik untuk menonton.

Tabel 4.3
Pembawa Acara Membuat Responden Tertarik.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	15 %
2	Setuju	80 %
3	Kurang Setuju	4 %
4	Tidak Setuju	1 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.3
Pembawa Acara Membuat Responden Tertarik.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 80 %. Artinya pembawa acara Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden tertarik untuk menonton, sehingga menambah wawasan dan pengetahuan dari informasi yang disaksikan. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa pembawa acara Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden tertarik untuk menonton, sehingga pembawa acara Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden tertarik untuk menonton, sehingga menambah wawasan dan pengetahuan dari informasi yang disajikan, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

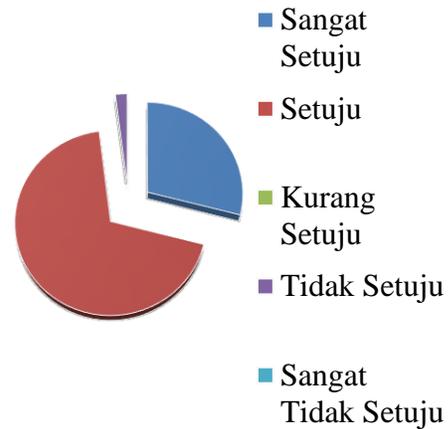
4. Distribusi jawaban responden tentang, berita yang disajikan Kabar Pandemi Corona tvOne bermanfaat, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.4
Informasi Yang Diberitakan Bermanfaat.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	29 %
2	Setuju	69 %
3	Kurang Setuju	0 %
4	Tidak Setuju	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.4
Informasi Yang Diberitakan Bermanfaat.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 69 %. Artinya berita yang disajikan Kabar Pandemi Corona tvOne bermanfaat, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 29 %. Sementara itu yang memilih tidak setuju 2 % tanpa ada yang memilih kurang setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa berita yang disajikan Kabar Pandemi Corona tvOne bermanfaat, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

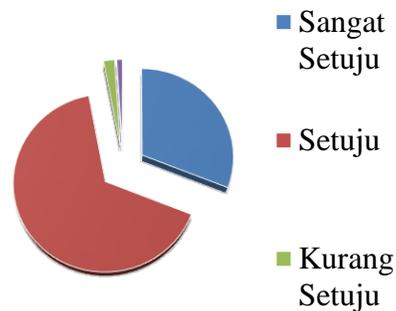
5. Lokasi Peristiwa dari informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.5
Lokasi Peristiwa Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	66 %
2	Setuju	31 %
3	Kurang Setuju	2 %
4	Tidak Setuju	1 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.5
Lokasi Peristiwa Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 66 %. Artinya lokasi peristiwa dari informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah

wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 31 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 2 % dan tidak setuju 1 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

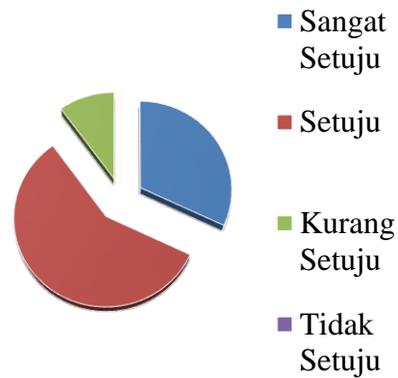
6. Distribusi jawaban responden tentang, hubungan profesi dari informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.6
Hubungan Profesi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	32 %
2	Setuju	58 %
3	Kurang Setuju	10 %
4	Tidak Setuju	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.6
Hubungan Profesi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 58 %. Artinya hubungan profesi dari informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 32 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 10 % tanpa ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan profesi dari informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

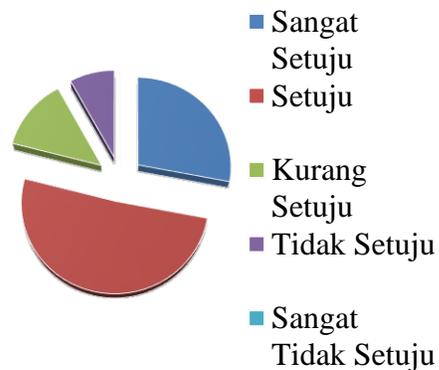
7. Distribusi jawaban responden tentang, keterkaitan hobi saya dengan informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.7
Keterkaitan Hobi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	28 %
2	Setuju	51 %
3	Kurang Setuju	13 %
4	Tidak Setuju	8 %
5	Sangat Tidak Setuju	
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.7
Keterkaitan Hobi Yang Diberitakan Membuat Responden Tertarik.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 51 %. Artinya keterkaitan hobi

dengan informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 28 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 13 % dan tidak setuju 8 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa keterkaitan hobi dengan informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

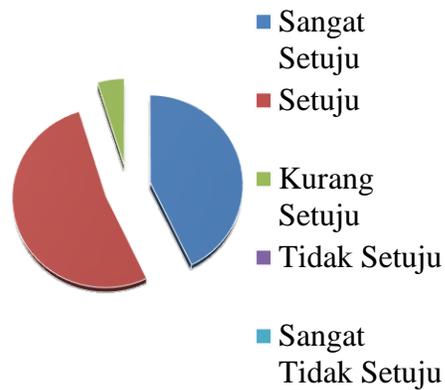
8. Distribusi jawaban responden tentang, semakin dikenal suatu tempat yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.8
Keterkenalan Tempat Memberikan Pemahaman.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	45 %
2	Setuju	55 %
3	Kurang Setuju	5 %
4	Tidak Setuju	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.8
Keterkenalan Tempat Memberikan Pemahaman.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 55 %. Artinya semakin dikenal suatu tempat yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 45 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 5 % tanpa ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasemakin dikenal suatu tempat yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

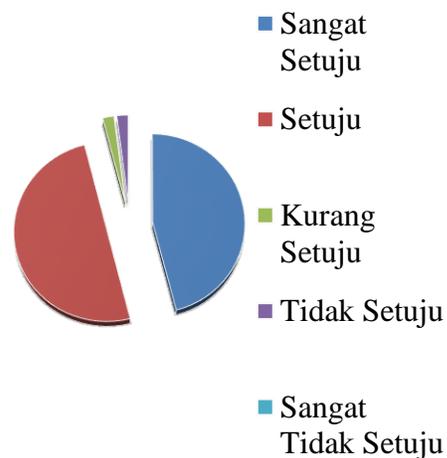
9. Distribusi jawaban responden tentang, semakin dikenal orang yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.9
Keterkenalan Orang Memberikan Pemahaman.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	46 %
2	Setuju	50 %
3	Kurang Setuju	2 %
4	Tidak Setuju	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.9
Keterkenalan Orang Memberikan Pemahaman.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.9 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 50 %. Artinya semakin dikenal orang yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 46 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 2 % dan tidak setuju 2 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasemakin dikenal orang yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuanmereka, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

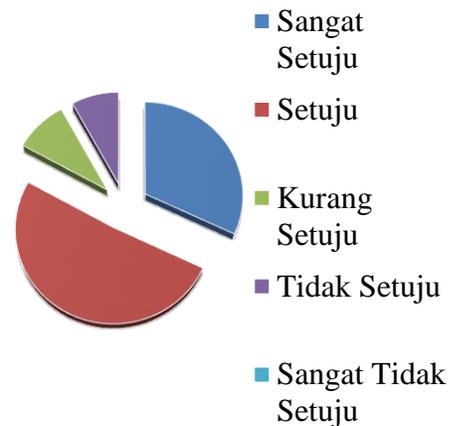
10. Distribusi jawaban responden tentang, semakin dikenal benda yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.10
Keterkenalan Benda Memberikan Pemahaman.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	32 %
2	Setuju	51 %
3	Kurang Setuju	9 %
4	Tidak Setuju	8 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.10
Keterkenalan Benda Memberikan Pemahaman.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 51 %. Artinya semakin dikenal benda yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 32%. Sementara itu yang memilih kurang setuju 9 % dan tidak setuju 8 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasemakin dikenal benda yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuanmereka, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

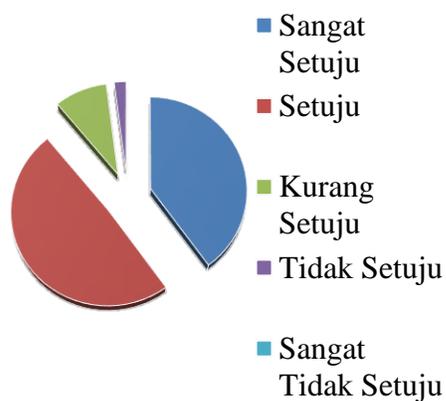
11. Distribusi jawaban responden tentang, konflik yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.11
Konflik Yang Diberitakan Memberi Pemahaman.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	40 %
2	Setuju	49 %
3	Kurang Setuju	9 %
4	Tidak Setuju	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.11
Konflik Yang Diberitakan Memberi Pemahaman.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 49 %. Artinya konflik yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 40 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 9 % dan tidak setuju 2 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

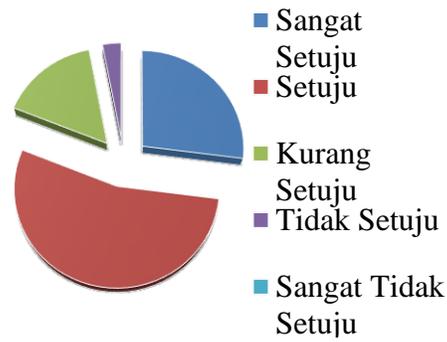
12. Distribusi jawaban responden tentang, kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu, dramatis yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Tabel 4.12
Kisah Yang Diberitakan Memberi Pemahaman.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	27 %
2	Setuju	54 %
3	Kurang Setuju	16 %
4	Tidak Setuju	3 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.12
Kisah Yang Diberitakan Memberi Pemahaman.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.12 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju dengan persentase sebesar 54 %. Artinya kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu, dramatis yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 27 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 16 % dan tidak setuju 3 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwakisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu, dramatis yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka, sehingga dapat dikatakan berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan.

b. Variabel (Y) : Literasi Media Masyarakat

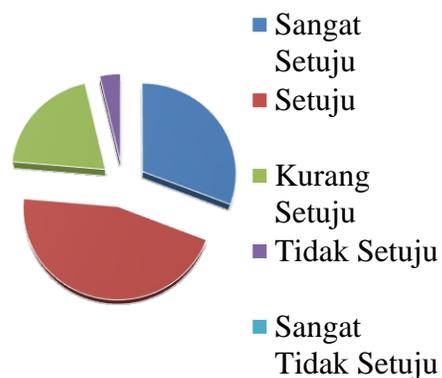
1. Distribusi jawaban responden tentang, Program Kabar Pandemi Corona tvOne meningkatkan kesadaran atas dampak media pada khalayak/masyarakat.

Tabel 4.13
Meningkatkan Kesadaran Atas Dampak Media.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	34 %
2	Setuju	50 %
3	Kurang Setuju	22 %
4	Tidak Setuju	4 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.13
Meningkatkan Kesadaran Atas Dampak Media.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne meningkatkan kesadaran atas dampak media pada khalayak/masyarakat, dengan persentase sebesar 50 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 34 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 22 % dan tidak setuju 4 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh meningkatkan kesadaran atas dampak media pada khalayak/masyarakat.

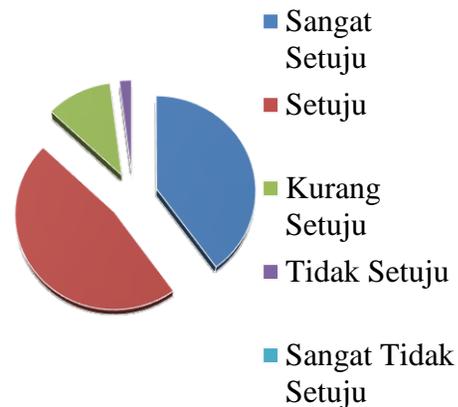
2. Distribusi jawaban responden tentang, program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden paham pada proses penyajian berita di media massa dalam menangkal hoaks (informasi tidak benar).

Tabel 4.14
Memberi Pemahaman Proses Penyajian Berita.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	40 %
2	Setuju	47 %
3	Kurang Setuju	11 %
4	Tidak Setuju	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.14
Memberi Pemahaman Proses Penyajian Berita.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.14 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden paham pada proses penyajian berita di media massa dalam menangkal hoaks (informasi tidak benar), dengan persentase sebesar 47 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 40 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 11 % dan tidak setuju 2 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh dalam membuat responden paham pada proses penyajian berita di media massa dalam menangkal hoaks (informasi tidak benar).

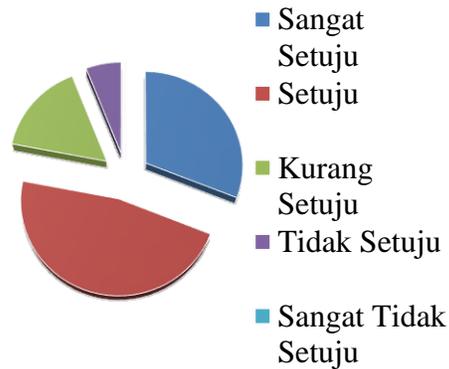
3. Distribusi jawaban responden tentang, program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden lebih kritis dalam menerima informasi.

Tabel 4.15
Membuat Responden Lebih Kritis.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	31 %
2	Setuju	47 %
3	Kurang Setuju	16 %
4	Tidak Setuju	6 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.15
Membuat Responden Lebih Kritis.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.15 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden lebih kritis dalam menerima informasi, dengan persentase sebesar 47 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 31 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 16 % dan tidak setuju 6 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh dalam membuat responden lebih kritis dalam menerima informasi.

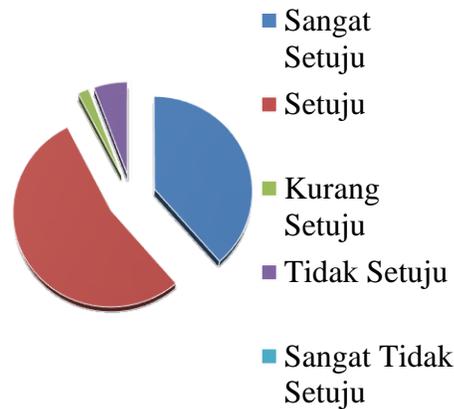
4. Distribusi jawaban responden tentang, program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden memeriksa terlebih dahulu informasi yang diterima.

Tabel 4.16
Membuat Responden Memeriksa Informasi.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	41 %
2	Setuju	57 %
3	Kurang Setuju	2 %
4	Tidak Setuju	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.16
Membuat Responden Memeriksa Informasi.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.16 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden memeriksa terlebih dahulu informasi yang diterima, dengan persentase sebesar 57 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 41 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 2 % tanpa ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh dalam membuat responden memeriksa terlebih dahulu informasi yang diterima.

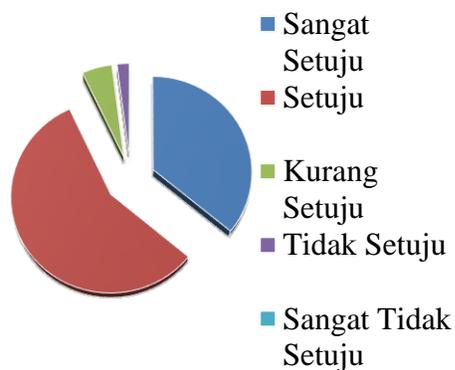
5. Distribusi jawaban responden tentang, program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden mendiskusikan terlebih dahulu pesan media massa, sebelum menerima dan menyebarnya.

Tabel 4.17
Membuat Responden Mendiskusikan Isi Media.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	36 %
2	Setuju	57 %
3	Kurang Setuju	5 %
4	Tidak Setuju	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.17
Membuat Responden Mendiskusikan Isi Media.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.17 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden mendiskusikan terlebih dahulu pesan media massa, sebelum menerima dan menyebarnya, dengan persentase sebesar 57 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 36 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 5 % dan tidak setuju 2 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh dalam membuat responden mendiskusikan terlebih dahulu pesan media massa, sebelum menerima dan menyebarnya.

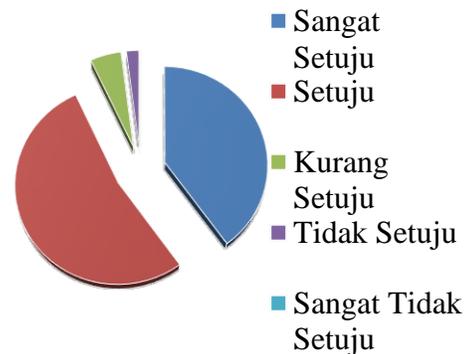
6. Distribusi jawaban responden tentang, program Kabar Pandemi Corona tvOne menambah wawasan responden mengenai informasi seputar Covid-19.

Tabel 4.18
Menambah Wawasan.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	40 %
2	Setuju	53 %
3	Kurang Setuju	5 %
4	Tidak Setuju	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Tabel 4.18
Menambah Wawasan.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.18 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne menambah wawasan responden mengenai informasi seputar Covid-19, dengan persentase sebesar 53 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 40 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 5 % dan tidak setuju 2 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh menambah wawasan responden mengenai informasi seputar Covid-19.

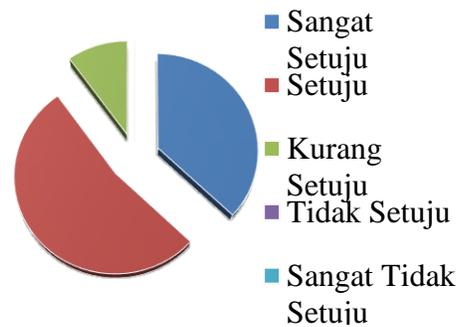
7. Distribusi jawaban responden tentang, program Kabar Pandemi Corona tvOne menjadi Ikhtiar saya dalam memahami informasi Covid-19 yang beredar.

Tabel 4.19
Menjadi Ikhtiar Menerima Informasi.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	37 %
2	Setuju	53 %
3	Kurang Setuju	10 %
4	Tidak Setuju	0 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.19
Menjadi Ikhtiar Menerima Informasi.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.19 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne menjadi Ikhtiar responden dalam memahami informasi Covid-19 yang beredar, dengan persentase sebesar 53 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 37 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 10 % tanpa ada yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne menjadi Ikhtiar masyarakat kota Medan dalam memahami informasi Covid-19 yang beredar.

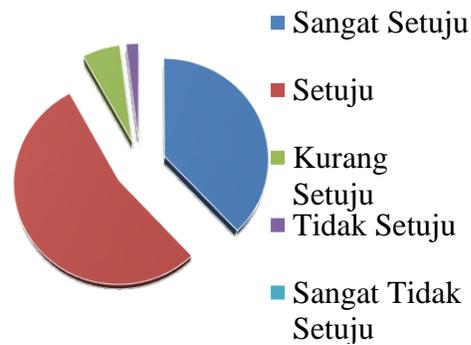
8. Distribusi jawaban responden tentang, program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya mengapresiasi isi media.

Tabel 4.20
Membuat Responden Mengapresiasi Isi Media.

No	Jawaban	Presentasi
1	Sangat Setuju	38 %
2	Setuju	54 %
3	Kurang Setuju	6 %
4	Tidak Setuju	2 %
5	Sangat Tidak Setuju	0 %
Total		100%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Diagram 4.20
Membuat Responden Mengapresiasi Isi Media.



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 4.20 dapat dijelaskan bahwa dari 100 responden yang diteliti banyak yang memilih setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden mengapresiasi isi media, dengan persentase sebesar 54 %. Kemudian semakin diperkuat dengan persentase responden yang memilih sangat setuju sebesar 38 %. Sementara itu yang memilih kurang setuju 6 % dan tidak setuju 2 % tanpa ada yang memilih sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa program Kabar Pandemi Corona tvOne berpengaruh dalam membuat responden mengapresiasi isi media.

Tabulasi Hasil Data Variabel X
Program Kabar Pandemi Corona tvOne (Lanjutan)

No. Responden	Nomor Instrumen Pernyataan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
28	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	53
29	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	55
30	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	53
31	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	54
32	4	3	4	2	4	3	5	5	2	5	4	4	45
33	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	52
34	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	5	3	41
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
36	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	52
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	4	4	4	4	4	2	4	5	5	3	2	3	44
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
41	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	51
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
45	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	54
48	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	52
49	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
50	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	4	4	51
51	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	53
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58

Tabulasi Hasil Data Variabel X
Program Kabar Pandemi Corona tvOne (Lanjutan)

No. Responden	Nomor Instrumen Pernyataan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
63	4	4	5	5	5	4	4	5	5	2	4	4	51
64	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	44
65	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	5	49
66	4	4	4	5	5	4	3	5	5	3	5	5	52
67	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	55
68	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	54
69	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	46
70	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	53
71	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	56
72	5	5	4	4	4	4	4	5	5	2	5	4	51
73	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	52
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	5	5	4	4	5	5	2	5	5	5	5	4	54
76	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	48
77	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
78	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	51
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	48
81	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	50
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
83	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	52
84	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	56
85	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	55
86	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	2	43
87	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	54

Tabulasi Hasil Data Variabel X
Program Kabar Pandemi Corona tvOne (Lanjutan)

No. Responden	Nomor Instrumen Pernyataan												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
89	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	54
90	4	4	4	4	4	4	2	5	5	2	5	4	47
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
93	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	48
94	5	5	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	50
95	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	45
96	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	45
97	5	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	3	50
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
99	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	47
100	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	51

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Tabel 4.22

Tabulasi Hasil Data Variabel Y
Meningkatkan Literasi Media Masyarakat

No. Responden	Nomor Instrumen								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	2	4	4	4	4	2	29
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	2	4	4	4	2	2	4	2	24
5	4	4	4	5	5	5	5	4	36
6	3	4	3	4	4	4	3	4	29
7	3	5	4	5	4	5	5	4	35

Tabulasi Hasil Data Variabel Y
Meningkatkan Literasi Media Masyarakat (Lanjutan)

No. Responden	Nomor Instrumen								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
8	2	4	5	5	5	5	4	4	34
9	4	5	5	5	3	2	4	4	32
10	2	5	4	4	4	5	4	4	32
11	3	3	3	4	4	3	3	4	27
12	4	4	3	4	4	3	3	4	29
13	3	3	4	4	3	4	3	5	29
14	4	4	3	3	3	4	4	3	28
15	3	4	4	5	4	5	4	4	33
16	5	5	3	4	4	4	4	4	33
17	4	4	5	4	4	5	4	5	35
18	5	5	3	5	5	4	5	4	36
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	4	4	5	5	4	37
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	4	4	4	4	5	4	4	4	33
23	4	4	4	5	4	5	5	4	35
24	4	4	3	4	4	4	4	4	31
25	4	4	4	5	5	4	4	4	34
26	3	4	5	4	4	4	4	5	33
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	5	4	5	4	4	5	35
29	5	4	4	4	4	4	5	4	34
30	5	5	4	4	4	5	4	4	35
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	5	3	5	5	5	4	3	34
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	5	3	5	3	4	5	5	34
35	5	5	3	4	3	5	5	5	35

Tabulasi Hasil Data Variabel Y
Meningkatkan Literasi Media Masyarakat (Lanjutan)

No. Responden	Nomor Instrumen								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
64	3	3	3	3	4	3	3	3	25
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	5	2	5	5	5	5	5	37
67	4	4	2	5	5	5	3	3	31
68	3	3	3	5	5	3	5	4	31
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	3	3	5	5	5	4	4	4	33
71	5	5	4	4	4	5	5	5	37
72	4	5	4	4	4	4	4	5	34
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	2	4	4	4	4	4	4	30
75	5	2	5	5	5	5	5	4	36
76	4	4	4	4	4	4	3	4	31
77	2	4	4	4	4	4	4	5	31
78	4	3	3	5	4	5	4	4	32
79	4	4	3	4	4	4	4	4	31
80	5	5	4	4	4	5	5	5	37
81	3	3	3	4	4	5	4	4	30
82	5	5	4	5	5	5	4	4	37
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	3	5	3	5	5	4	5	5	35
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	5	3	5	5	5	4	4	3	34
87	5	5	2	5	5	4	5	5	36
88	5	5	5	4	5	5	5	5	39
89	4	4	4	4	4	4	5	4	33
90	5	5	5	5	4	5	5	5	39
91	5	5	3	5	5	4	3	4	34

**Tabulasi Hasil Data Variabel Y
Meningkatkan Literasi Media Masyarakat (Lanjutan)**

No. Responden	Nomor Instrumen								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
92	4	4	4	4	4	5	5	5	35
93	5	5	2	5	5	5	5	5	37
94	5	4	4	4	4	5	5	5	36
95	4	3	3	4	4	4	4	4	30
96	4	4	4	4	2	4	4	4	30
97	4	3	4	4	5	3	3	3	29
98	4	3	3	5	5	4	3	3	30
99	5	4	5	4	4	4	4	4	34
100	4	5	4	4	4	4	4	4	33

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

4.1.4 Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen ini merupakan hasil uji dari 30 sampel responden yang berbeda dari sampel penelitian, yaitu kecamatan Medan Sunggal, Tuntungan dan Denai, untuk melihat valid tidaknya instrumen tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur pada sampel responden yang sebenarnya.

Table 4.23
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X

No. Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel} (N=30), Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	0.684	0.361	Valid
2	0.771	0.361	Valid
3	0.782	0.361	Valid
4	0.839	0.361	Valid
5	0.723	0.361	Valid
6	0.715	0.361	Valid
7	0.641	0.361	Valid
8	0.689	0.361	Valid
9	0.815	0.361	Valid
10	0.687	0.361	Valid
11	0.66	0.361	Valid
12	0.613	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Table 4.24
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y

No. Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel} (N=30), Taraf Signifikan 5%	Keterangan
1	0.757	0.361	Valid
2	0.782	0.361	Valid
3	0.618	0.361	Valid
4	0.763	0.361	Valid
5	0.797	0.361	Valid
6	0.782	0.361	Valid
7	0.758	0.361	Valid
8	0.726	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Hasil uji validitas pada tabel 4.23 dan 4.24 bahwa seluruh item pertanyaan untuk seluruh variabel X dan variabel Y dinyatakan valid karena memiliki

$r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.1.5 Uji Reliabilitas

Table 4.25
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel	R_{hitung}	R_{tabel (N=30), TarafSignifikan 5%}	Keterangan
Kabar Pandemi (X)	0,897	0,361	Reliabel
LiterasiMedia (Y)	0,885	0,361	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.25, untuk variabel X diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar $0,897 > r_{hitung} 0,361$ dan hasil uji reliabilitas untuk variabel Y diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar $0,885 > r_{hitung} 0,361$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua kuisisioner dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2 Hasil Uji Hipotesis

4.2.1 Uji Linearitas

Dari hasil pengolahan SPSS versi 26, uji linearitas antara variabel X dan Y penulis sajikan dalam bentuk tabel berikut ini :

Tabel 4.26
Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Literasi	Between	(Combined)	604.994	19	31.842	4.214	.000
Media *	Groups	Linearity	436.004	1	436.004	57.706	.000
Kabar		Deviation	168.989	18	9.388	1.243	.249
Pandemi		from					
		Linearity					
	Within Groups		604.446	80	7.556		
	Total		1209.440	99			

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Diketahui nilai $F_{hitung} 1,243 < F_{tabel} 3,94$ dengan $N= 100$ ($df1 = 1$ dan $df2= 98$). Kemudian Sig. Deviation from Linearity $0,249 > 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

4.2.2 Uji Normalitas

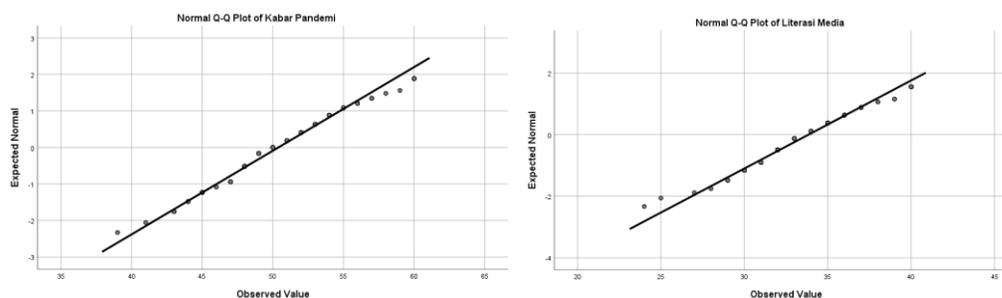
Tabel 4.27
Hasil Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.79508185
Most Extreme Differences		
	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.058
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Diketahui jika nilai *test statistic Kolmogorov-Smirnov* (D) \leq table nilai kritis uji *Kolmogorov-Smirnov* (D_k) maka data yang diuji berdistribusi normal. Terlihat dari tabel di atas $D = 0,102 \leq (D_k) = 0,134$ maka data variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) yang diuji berdistribusi normal.

Gambar 4.1 Normal Q-Q Plot Kabar Pandemi dan Literasi Media



Sumber: Hasil Olahan Peneliti / SPSS Output 26.0

Pada gambar normalitas Q-Q Plot tersebut, terlihat jika titik-titik mendekati garis lurus menyudut, yang berarti data berdistribusi normal.

4.2.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.28

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	436.004	1	436.004	55.245	.000 ^b
	Residual	773.436	98	7.892		
	Total	1209.440	99			

a. Dependent Variable: Literasi Media
b. Predictors: (Constant), Kabar Pandemi

Sumber: Hasil Olahan Peneliti / SPSS Output 26.0

Dari output tersebut diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 55,245$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Kabar pandemi corona tvOne (X) terhadap variabel Literasi media (Y).

Tabel 4.29
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (Koefisien)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.623	3.270		2.943	.004
	Kabar Pandemi	.481	.065	.600	7.433	.000

a. Dependent Variable: Literasi Media

Sumber: Hasil Olahan Peneliti / SPSS Output 26.0

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, penambahan / kenaikan 1% program kabar pandemic corona tvOne akan meningkatkan literasi media masyarakat kota Medan sebesar 0,481.

4.2.4 Uji Korelasi *Product Moment Pearson*

Tabel 4.30
Perhitungan Variabel (X) Dan Variabel (Y) Untuk Analisis Korelasi *Product Moment Pearson*

No. Responden	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	47	29	2209	841	1363
2	47	32	2209	1024	1504
3	49	33	2401	1089	1617
4	39	24	1521	576	936
5	49	36	2401	1296	1764
6	43	29	1849	841	1247
7	57	35	3249	1225	1995
8	54	34	2916	1156	1836
9	48	32	2304	1024	1536
10	50	32	2500	1024	1600
11	45	27	2025	729	1215
12	44	29	1936	841	1276
13	51	29	2601	841	1479
14	45	28	2025	784	1260
15	53	33	2809	1089	1749
16	50	33	2500	1089	1650
17	51	35	2601	1225	1785
18	52	36	2704	1296	1872
19	53	40	2809	1600	2120
20	53	37	2809	1369	1961
21	50	40	2500	1600	2000

Perhitungan Variabel (X) Dan Variabel (Y) Untuk Analisis Korelasi *Product Moment Pearson* (Lanjutan)

No. Responden	X	Y	X ²	Y ²	XY
22	53	33	2809	1089	1749
23	52	35	2704	1225	1820
24	43	31	1849	961	1333
25	49	34	2401	1156	1666
26	51	33	2601	1089	1683
27	48	32	2304	1024	1536
28	53	35	2809	1225	1855
29	55	34	3025	1156	1870
30	53	35	2809	1225	1855
31	54	40	2916	1600	2160
32	45	34	2025	1156	1530
33	52	32	2704	1024	1664
34	41	34	1681	1156	1394
35	49	35	2401	1225	1715
36	52	36	2704	1296	1872
37	48	32	2304	1024	1536
38	48	32	2304	1024	1536
39	44	30	1936	900	1320
40	48	32	2304	1024	1536
41	51	38	2601	1444	1938
42	48	32	2304	1024	1536
43	60	40	3600	1600	2400
44	60	40	3600	1600	2400
45	57	40	3249	1600	2280
46	48	32	2304	1024	1536
47	54	36	2916	1296	1944
48	52	35	2704	1225	1820
49	57	36	3249	1296	2052
50	51	35	2601	1225	1785

Perhitungan Variabel (X) Dan Variabel (Y) Untuk Analisis Korelasi *Product Moment Pearson* (Lanjutan)

No. Responden	X	Y	X ²	Y ²	XY
51	53	40	2809	1600	2120
52	48	37	2304	1369	1776
53	48	32	2304	1024	1536
54	60	40	3600	1600	2400
55	48	32	2304	1024	1536
56	48	32	2304	1024	1536
57	58	32	3364	1024	1856
58	48	38	2304	1444	1824
59	60	40	3600	1600	2400
60	59	34	3481	1156	2006
61	48	32	2304	1024	1536
62	60	40	3600	1600	2400
63	51	34	2601	1156	1734
64	44	25	1936	625	1100
65	49	32	2401	1024	1568
66	52	37	2704	1369	1924
67	55	31	3025	961	1705
68	54	31	2916	961	1674
69	46	32	2116	1024	1472
70	53	33	2809	1089	1749
71	56	37	3136	1369	2072
72	51	34	2601	1156	1734
73	52	32	2704	1024	1664
74	48	30	2304	900	1440
75	54	36	2916	1296	1944
76	48	31	2304	961	1488
77	47	31	2209	961	1457
78	51	32	2601	1024	1632
79	48	31	2304	961	1488

Perhitungan Variabel (X) Dan Variabel (Y) Untuk Analisis Korelasi *Product Moment Pearson* (Lanjutan)

No. Responden	X	Y	X ²	Y ²	XY
80	48	37	2304	1369	1776
81	50	30	2500	900	1500
82	49	37	2401	1369	1813
83	52	32	2704	1024	1664
84	56	35	3136	1225	1960
85	55	40	3025	1600	2200
86	43	34	1849	1156	1462
87	54	36	2916	1296	1944
88	48	39	2304	1521	1872
89	54	33	2916	1089	1782
90	47	39	2209	1521	1833
91	48	34	2304	1156	1632
92	49	35	2401	1225	1715
93	48	37	2304	1369	1776
94	50	36	2500	1296	1800
95	45	30	2025	900	1350
96	45	30	2025	900	1350
97	50	29	2500	841	1450
98	47	30	2209	900	1410
99	47	34	2209	1156	1598
100	51	33	2601	1089	1683
Jumlah	5039	3384	255803	115724	171427

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.24 tersebut, dapat diperoleh nilai sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N & : 100 \\ \sum X & : 5039 \\ \sum Y & : 3384 \\ \sum X^2 & : 255803 \\ \sum Y^2 & : 115724 \\ \sum XY & : 171427 \end{aligned}$$

Dari hasil pengolahan SPSS versi 26, uji korelasi *product moment pearson* hubungan antara variabel X dan Y penulis sajikan dalam bentuk tabel berikut ini :

Table 4.31
Hasil Uji Korelasi *Product Momen Pearson*

		Kabar Pandemi	Literasi Media
Kabar Pandemi	Pearson	1	.600**
	Correlation		
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	100	100
Literasi Media	Pearson	.600**	1
	Correlation		
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	100	100

**** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).**

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Hasil dari perhitungan menggunakan SPSS versi 26 di atas diperoleh bahwa nilai r_{hitung} sebesar 0,600. Untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y maka digunakan pedoman koefisien korelasi, dengan membandingkan nilai r_{hitung} sebesar 0,600 dan r_{tabel} dengan taraf signifikan 5 %

dengan jumlah responden $N= 100$ sebesar $0,195$. Maka ini menunjukkan $r_{hitung} 0,600 > r_{tabel} 0,195$ bahwa H_a diterima H_o ditolak. Dari hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh hubungan antara variabel X (Program Kabar Pandemi Corona tvOne) terhadap variabel Y (Meningkatkan Literasi Media) di era digital.

4.2.5 Uji Signifikansi Korelasi Sederhana (Uji t)

Dari hasil pengolahan SPSS versi 26, uji signifikansi korelasi sederhana (uji t), hubungan antara variabel X dan Y penulis sajikan dalam bentuk tabel berikut ini :

Table 4.32
Hasil Uji Signifikansi Korelasi Sederhana (Uji t)

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9.623	3.270		2.943	.004
	Kabar Pandemi	.481	.065	.600	7.433	.000

a. Dependent Variable: Literasi Media

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Diketahui nilai Signifikan untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 7,433 > t_{tabel} 1,661$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_o ditolak. Dari hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh hubungan yang signifikan antara variabel X (Program Kabar Pandemi Corona tvOne) terhadap variabel Y (Meningkatkan Literasi Media) di era digital.

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.33
Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 ^a	.361	.354	2.809

a. Predictors: (Constant), Kabar Pandemi

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021 / SPSS Output 26.0

Diketahui pengaruh program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital, sebesar 36,1 %. Sedangkan sisanya 63,9 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

4.2.7 Rata-Rata Hasil Instrumen Variabel

Tabel 4.34
Rata-rata Hasil Instrumen Variabel X

No. Pernyataan	Jumlah Responden (N)	Rata-rata
P1	100	4,32
P2	100	4,35
P3	100	4,07
P4	100	4,21
P5	100	4,21
P6	100	4,15
P7	100	3,94
P8	100	4,39
P9	100	4,39
P10	100	4,05
P11	100	4,26
P12	100	4,05
Rata-rata Total		4,20

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Rata-rata (*mean*) nilai pengaruh program Kabar Pandemi Corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan dengan jumlah data responden 100 adalah 4,20. Ini menunjukkan bahwa nilai pengaruh program Kabar

Pandemi Corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan d era digital dikategorikan tinggi. Rata-rata tertinggi diperoleh instrumen pernyataan nomor 8 dan 9 yaitu semakin dikenalnya orang dan tempat yang diberitakan memberikan pemahaman dan menambah wawasan serta pengetahuan responden, dengan masing-masing instrumen mendapatkan nilai 4,39.

Tabel 4.35
Rata-rata Hasil Instrumen Variabel Y

No. Pernyataan	Jumlah Responden (N)	Rata-rata
P1	100	4,15
P2	100	4,24
P3	100	3,97
P4	100	4,39
P5	100	4,26
P6	100	4,31
P7	100	4,27
P8	100	4,25
Rata-rata Total		4,23

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2021

Rata-rata (*mean*) nilai peningkatan literasi media masyarakat kota Medan dipengaruhi program Kabar Pandemi Corona tvOne dengan jumlah data responden 100 adalah 4,23. Ini menunjukkan bahwa nilai peningkatan literasi media masyarakat kota Medan dipengaruhi program Kabar Pandemi Corona tvOne dikategorikan tinggi. Rata-rata tertinggi diperoleh instrumen pernyataan nomor 4 yaitu program kabar pandemic corona membuat responden memeriksa terlebih dahulu informasi yang diterima, dengan nilai 4,39.

4.3 Pembahasan

Uji hipotesis yang telah dilakukan menghasilkan nilai Signifikan untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 7,433 > t_{tabel} 1,660$, yang berarti bahwa di era digital dengan serba serbi media sosial, program kabar pandemi corona tvOne berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sejatinya suatu program berita haruslah menyajikan informasi yang aktual, karena dengan menyajikan berita yang aktual informasi yang diperoleh oleh khalayak bersifat terkini. Apalagi pada pandemi Covid-19 saat ini kebutuhan informasi masyarakat sangatlah tinggi. Oleh karena itu, tak heran jika berita yang disiarkan tidak aktual, maka berita tersebut akan sulit menjadi perhatian masyarakat/khalayak penonton. Salah satu informasi yang sangat dibutuhkan keaktualannya saat pandemi Covid-19 saat ini adalah mengenai *update* informasi kasus Covid-19 baik dari segi penambahan kasus, kesembuhan, pasien meninggal dunia, dan sebagainya.

Penelitian terdahulu yang berjudul *peran komunikasi massa di tengah pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung)* oleh Latif Syaipudin (2020) yang menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki peranan sentral dalam menanggapi pandemi Covid-19 ini dan diperlukan adanya komunikasi yang erat antara *stakeholder* dengan masyarakat dalam menanggapi permasalahan ini. Penelitian ini juga mengatakan bahwa media massa elektronik menjadi salah satu pilihan utama bagi Tim Gugus Tugas Percepatan

Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung sebagai salah satu corong utama dalam berkomunikasi kepada rakyat dan menyampaikan informasi-informasi terkini, yang berkaitan dengan penanganan Covid-19 di Tulungagung, karena sebagian besar masyarakat juga dapat dengan mudah mengaksesnya (Syaipudin, 2020: 28).

Informasi-informasi aktual yang disajikan Program kabar pandemi corona tvOne mampu memberikan pengaruh bagi kemampuan literasi media masyarakat kota Medan, hal ini terlihat pada table 4.1 tentang informasi yang aktual (terkini/terbaru) kabar pandemi corona tvOne membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan, dengan yang memilih setuju sebesar 65% dengan rata-rata jumlah skala likert sebesar 4,32 dari nilai maksimal 5.

Suatu berita akan memiliki daya tarik tergantung pada keunikan, keanehan dan besarnya konten atau materi berita yang disajikan. Semakin menarik informasi yang disiarkan maka semakin tinggi minat khalayak untuk menontonnya, sehingga dapat memberikan pemahaman serta menambah wawasan dan pengetahuan penonton. Program kabar pandemi corona tvOne juga kerap memberitakan informasi yang menarik, seperti para tenaga kesehatan yang takut pada jarum suntik saat akan divaksinasi, masyarakat yang berpakaian seperti pocong untuk menakuti warga akan kematian jika tidak patuh pada protokol kesehatan, serta informasi penting dan besar saat presiden menjadi orang pertama yang divaksinasi di Indonesia.

Terlihat pada tabel 4.2 sebanyak 37 % memilih sangat setuju dan 61 % memilih setuju bahwa jika informasi yang disajikan menarik, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka, dengan rata-rata jumlah

skala likert sebesar 4,35 dari nilai maksimal 5 yang berarti dikategorikan berpengaruh tinggi.

Tidak hanya itu penampilan pembawa acara/ presenter program berita tersebut juga dapat menarik khalayak untuk menonton, terlihat pada tabel 4.3 sebanyak 80 % responden setuju bahwa pembawa acara Kabar Pandemi Corona tvOne membuat responden tertarik untuk menonton, sehingga menambah wawasan dan pengetahuan dari informasi yang disaksikan, dengan rata-rata jumlah skala likert 4,07 dari nilai maksimal 5, meskipun terdapat 4 % responden kurang setuju akan hal itu.

Proximity atau kedekatan penonton dengan lokasi peristiwa, hobi dan profesi juga menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk menonton sebuah berita. Seperti informasi yang disajikan program kabar pandemi corona tvOne, mengenai *update* kasus Covid-19 dari berbagai daerah, kebijakan-kebijakan yang diterapkan di berbagai daerah untuk mencegah penularan Covid-19, penularan Covid-19 di kantor atau sebuah perusahaan dan di arena olahraga, serta informasi-informasi lain yang memiliki kedekatan dengan pemirsa.

Kedekatan tersebut tentu membuat penonton merasa memiliki hubungan dan kepedulian dengan informasi yang disajikan. Tabel 4.5 , 4.6 dan 4.7 menunjukkan banyak responden yang sangat setuju bahwa hubungan kedekatan lokasi peristiwa, hobi dan profesi dari informasi yang disajikan, membuat responden tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Instrumen pernyataan kedekatan lokasi peristiwa menunjukkan sebanyak 66 % responden setuju diikuti dengan responden yang menyatakan sangat setuju sebesar

31 %, lalu mengenai adanya kedekatan hubungan profesi yang disajikan sebanyak 58 % responden setuju, namun juga terdapat 10 % kurang setuju akan hal itu, sedangkan adanya hubungan kedekatan informasi yang disajikan dengan hobi penonton sebanyak 13 % responden kurang setuju dan 8 % bahkan tidak setuju, meskipun begitu sisanya menyatakan setuju bahkan sangat setuju.

Setiap program berita tentu selalu berupaya dan memastikan bahwa berita-berita yang akan ditayangkan memiliki manfaat dan kegunaan yang besar bagi penonton, pada saat menonton sebuah berita dan penonton memperoleh manfaat dari informasi tersebut maka tentu berita tersebut berguna, jika semakin besar manfaat dari berita tersebut tentu semakin besar pula kegunaannya. Seperti informasi mengenai bagaimana agar terhindar dari penularan Covid-19, pola hidup sehat di tengah pandemi Covid-19, upaya agar mendapatkan kesembuhan, kebijakan-kebijakan yang diterapkan di berbagai tempat atau wilayah, dan sebagainya. Hal itu sudah pasti memberikan pengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media penonton, karena dari informasi tersebut dapat menambah wawasan dan pengetahuan penonton.

Penelitian yang berjudul *efek pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat pamekasan tentang Covid-19* oleh Heny Triyaningsih (2020) yang bertujuan untuk mengetahui efek pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat tentang Covid-19 di Pamekasan. Mengatakan bahwa media memiliki efek kuat yang mampu mempengaruhi dimensi efek komunikasi massa yaitu dari sisi kognitif meliputi peningkatan kesadaran dan tambahan pengetahuan. Terbukti dengan

tingginya tingkat kesadaran bahwa Covid-19 bukan seperti penyakit flu biasa dan berbagai pengetahuan terkait tindakan pencegahan penyebaran virus yang didapatkan responden dari media massa terutama media sosial. Dari media, khalayak terbantu untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat terkait perkembangan berita mengenai Covid-19.

Persepsi yang terbentuk baik secara kognitif, afektif dan behavioral tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat Pamekasan meninggalkan persepsi yang lama (pengetahuan, kesadaran dan perilaku lama menjadi pengetahuan kesadaran dan perilaku yang baru) seperti perilaku hidup dengan kebiasaan mencuci tangan, memakai hand sanitizer, memakai masker dan menjaga kebersihan badan. Kemudian menjaga jarak dengan orang lain sehingga mampu mencegah penularan penyakit dan kehati hatian dalam bercengkrama dengan orang lain (Triyaningsih, 2020:17).

Tabel 4.4 menunjukkan sebanyak 69% responden setuju bahwa berita yang disajikan Kabar Pandemi Corona tvOne bermanfaat, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan dengan rata-rata jumlah skala likert 4,21 dari nilai maksimal 5. Tentunya ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* oleh Katz dan Blumer, bahwa pengguna media mempunyai kebebasan untuk memilih dan memutuskan lewat mana mereka menggunakan media dan bagaimana dampak media itu pada dirinya. Padateori *uses and effect* jika merujuk pada teori efek tradisional, dikatakan Teori efek tradisional menyatakan bahwa sebagian besar dari hasil atau efek yang diperoleh khalayak ditentukan oleh karakteristik isi media yang dianggap

sebagai faktor perantara dalam hal ini adalah penggunaan media sementara hasil dari proses tersebut merupakan efek.

Faktor keterkenalan atau familiarnya suatu materi berita yang disajikan baik dari segi tempat/lokasi, orang dan benda atau objek maka semakin menarik untuk diberitakan. Tentu setiap tim produksi suatu program berita akan memilih dan memilah berita mana yang memiliki keterkenalan atau familiar di kalangan masyarakat yang nantinya dapat menjadi daya tarik bagi penonton, sehingga berefek pada rating program tersebut. Pada program kabar pandemi corona tvOne informasi-informasi seperti penularan Covid-19 di lingkungan kerja, di pesantren, di kantor parlemen dan sebagainya merupakan contoh dari keterkenalan lokasi/tempat. Contoh lainnya adalah bagaimana aturan yang diterapkan di tempat beribadah saat hari besar keagamaan di tengah pandemi saat ini, aturan yang diterapkan di pusat perbelanjaan, dan lain-lain.

Subjek atau tokoh terkenal juga kerap diberitakan mengenai Covid-19, seperti tokoh yang terinfeksi, meninggal dunia, sembuh dan tokoh-tokoh yang berperan dalam penanganan Covid-19. Begitu juga halnya benda seperti masker yang selalu diingatkan agar dipakai dalam upaya pencegahan virus, vaksin yang digunakan untuk mencegah Covid-19 dan benda-benda lainnya. Tabel 4.8 menunjukkan sebanyak 45% responden sangat setuju dan 55% setuju bahwa semakin dikenal tempat/lokasi yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan (literasi media).

Sebanyak 50% responden juga setuju bahwa semakin dikenal orang yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka, hal ini terlihat pada tabel 4.9, sedangkan untuk semakin dikenal benda yang diberitakan membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan disetujui 51% responden, terlihat pada tabel 4.10 dengan rata-rata nilai jumlah skala likert sebesar 4,05 dari nilai maksimal 5, walaupun terdapat 9 % responden kurang setuju dan 8% bahkan tidak setuju.

Instrumen variabel yang menyatakan semakin dikenalnya orang dan tempat yang diberitakan memberikan pemahaman dan menambah wawasan serta pengetahuan responden, dengan masing-masing instrumen mendapatkan nilai 4,39, merupakan nilai-nilai rata-rata tertinggi dibandingkan instrumen pernyataan lain pada variabel X. Menunjukkan bahwa jika tokoh/*public figure* dan lokasi yang beritakan memberikan ketertarikan pada penonton mengenai pemberitaan Covid-19.

Segala sesuatu yang bersifat pertentangan tentu akan menarik untuk diberitakan, selama pandemi Covid-19 ini banyak sekali konflik yang terjadi, mulai dari kebijakan yang diterapkan, kasus korupsi, kasus kerumunan di tengah pandemi, banyaknya warga yang membongkar dan menguburkan sendiri jenazah pasien Covid-19 hingga *public figure* yang menyuarakan ketidakpercayaannya terhadap Covid-19. Pertentangan-pertentangan tersebut tentunya menjadi sasaran empuk bagi para pelaku hoaks dalam menyebarkan informasi yang salah, dan tentunya masyarakat harus kritis dalam menerima informasi.

Semua konflik tersebut pun pernah diberitakan pada program kabar pandemi corona tvOne, dan diharapkan dapat menjadi acuan masyarakat dalam mengkonfirmasi informasi tersebut. Jika dilihat pada tabel 4.11 sebanyak 49 % responden memilih setuju dan 40% memilih sangat setuju bahwa konflik yang diberitakan pada Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat responden paham serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka.

Pandemi Covid-19 menciptakan banyak kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu hingga dramatis yang menarik untuk disimak, seperti pada program kabar pandemi corona tvOne yang pernah menyajikan kisah perjuangan para tenaga kesehatan yang terus bekerja bersusah payah dalam menangani pasien Covid-19, para pedagang atau pengusaha yang bangkrut karena kesulitan ekonomi di tengah pandemi hingga perjuangan pasien Covid-19 dalam melawan virus tersebut hingga sembuh. Informasi berita tersebut pun dianggap mampu membuat responden paham atas apa yang terjadi di tengah pandemi serta menambah wawasan dan pengetahuan mereka. Terbukti sebanyak 54% responden memilih setuju dengan rata-rata jumlah nilai skala likert sebesar 4,05 dari nilai maksimal 5.

Program kabar pandemi corona tvOne memang berpengaruh dalam meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat kota Medan, hal ini terbukti dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan. Beberapa indikator literasi media yang dipengaruhi adalah seperti dapat meningkatkan kesadaran khalayak/masyarakat atas dampak media, karena saat ini banyak sekali media untuk menyebarkan informasi

yang kurang memiliki pengawasan ketat atas validitasnya. Terlihat pada tabel 4.13 sebanyak 50 % responden setuju bahwa Program Kabar Pandemi Corona tvOne meningkatkan kesadaran atas dampak media pada khalayak/masyarakat, sedangkan yang memilih sangat setuju sebesar 34% responden dengan 22% responden kurang setuju.

Program kabar pandemi corona tvOne juga dianggap mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai proses penyajian informasi di media massa dalam menangkal hoaks, seperti pada penelitian yang berjudul *Analisis Literasi Media Televisi Dalam Keluarga (Studi Deskriptif Pendampingan Anak Saat Menonton Televisi Di Sd Islam Al Ulum Terpadu Medan)* oleh Rahmanita Ginting dan Sri Pratiwi (2017) didapati bahwa pengetahuan orangtua terhadap industri media berada pada tingkat pemahaman yang baik, mereka memahami bahwa media sebagai industri kini memiliki keberpihakan terutama dalam kancah politik, selain itu bahwa media bukan hanya sebagai pemberi informasi dan hiburan semata, tetapi ada maksud mencari keuntungan materil untuk memperbesar industrinya (Ginting dan Sri, 2017: 120).

Terlihat pada tabel 4.14 terlihat sebanyak 47% setuju akan hal itu meskipun 11 % responden memilih kurang setuju. Selain itu program tersebut juga mampu membuat khalayak lebih kritis dalam menerima informasi, seperti memeriksa dan mendiskusikan terlebih dahulu informasi yang diterima dari berbagai sumber media. Tabel 4.15 menunjukkan sebanyak 31% responden sangat setuju dan 47% responden setuju bahwa program berita tersebut membuat penonton lebih kritis, sedangkan yang

memilih setuju bahwa program tersebut membuat penonton memeriksa terlebih dahulu dalam menerima setiap informasi dari berbagai sumber sebanyak 57 % dan sangat setuju 41 %, terbukti rata-rata tertinggi pun diperoleh instrumen pernyataan tentang program kabar pandemi corona membuat responden memeriksa terlebih dahulu informasi yang diterima, dengan nilai 4,39.

Sesuai dengan kajian teori *uses and effect* bahwa efek yang berlebihandiperoleh akibat karakteristik isi media yang digunakan. penggunaan media dapat menyebabkan konsekuensi psikologis di antaranya ketergantungan pada suatu media. Disamping itu juga dapat mengecualikan, mencegah atau mengurangi aktivitas lainnya, konsekuensi didapat jika penggunaan media menjadi penyebabnya.

Tak hanya memeriksa namun mendiskusikan informasi yang diterima juga banyak yang setuju, terbukti bahwa program tersebut membuat responden mendiskusikan setiap informasi yang diterima sebesar 57% dan sangat setuju 36 %, kedua hasil tersebut terlihat pada tabel 4.16 dan 4.17. Literasi media juga merupakan kemampuan yang harus dimiliki setiap orang dalam hal memahami bahwa konten media menambah wawasan setiap orang, sehingga mengetahui mana informasi yang benar dan salah apalagi di tengah pandemi Covid-19 saat ini. Terlihat pada tabel 4.18 yang menyatakan bahwa 53% responden setuju program Kabar Pandemi Corona tvOne menambah wawasan responden mengenai informasi seputar Covid-19.

Tak hanya itu literasi media juga sebagai ikhtiar dalam memahami informasi agar terhindar dari informasi yang salah, program kabar pandemi corona tvOne pun dianggap sebagai salah satu media yang menjadi acuan akan hal itu. Terbukti

sebanyak 53% responden setuju walaupun terdapat 10% responden kurang menyetujuinya, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.19. Hal inipun sesuai dengan teori *uses and gratification*, bahwa pengguna media berperan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dalam memenuhi kebutuhannya, pengguna media akan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik.

Program kabar pandemi corona tvOne pun terbukti mampu membuat responden mengapresiasi isi media, dengan persentase yang memilih setuju sebanyak 54 % dan sangat setuju 38 % terlihat pada tabel 4.20.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian pengaruh program kabar pandemi corona tvOne terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital ini diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Nilai signifikan untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 7,433 > t_{tabel} 1,660$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya program kabar pandemi corona tvOne berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan literasi media masyarakat kota Medan di era digital, dengan nilai rata-rata tertinggi instrumen variabel x yaitu semakin dikenalnya orang dan tempat yang diberitakan memberikan pemahaman dan menambah wawasan serta pengetahuan responden, dengan masing-masing instrumen mendapatkan nilai 4,39, serta rata-rata tertinggi instrumen variabel y yaitu program kabar pandemi corona membuat responden memeriksa terlebih dahulu informasi yang diterima, dengan nilai 4,39 dari nilai maksimal 5,00.

5.2 Saran

Sesuai hasil penelitian dan pembahasan serta simpulan, maka saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran teoritis: disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian dengan membahas dan mengaitkan lebih mendalam lagi dengan teori *uses and effect*.
2. Saran akademis: disarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian dengan melihat korelasi antara media cetak terhadap literasi media masyarakat di era digital saat ini.
3. Saran praktis: disarankan ke depannya dengan semakin melonjaknya kasus Covid-19 di Indonesia saat ini, semakin banyak pula program yang mengedukasi mengenai pencegahan Covid-19 dan untuk masyarakat Kota Medan juga mengiringi kebutuhan informasi dari media terpercaya lainnya. Disarankan juga agar masyarakat Kota Medan berperan aktif dalam memberikan pemahaman dan manfaat yang telah didapat dari program kabar pandemi corona tvOne kepada masyarakat lainnya serta lebih kritis dan waspada terhadap maraknya penyebaran informasi tidak benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, F.C. Susila. 2019. *Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris*. *Administrative Law & Governance Journal*. 2(4). 697-709.
- Aghniya, Husnul. 2017. *Kinerja Kepala Sekolah Dan Kinerja Mengajar Guru Dalam Peningkatan Mutu Sekolah Dasar Negeri*. *Jurnal Administrasi Pendidikan*. 24(1). 25-35.
- Aldilal, dkk. 2020. *Pemberitaan dan Opini Publik tentang Kedatangan Tenaga Kerja China Pada Masa Pandemi Covid-19 di Sulawesi Tenggara*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 18(3). 2407-8220.
- Ardianto, Elvinaro, dkk, 2019. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2020. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. 2021. *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2017-2019*. <https://Medankota.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>.
- Boer, Kheyene Molekandella, Mutia Rahmi Pratiwi dan Nalal Muna. 2020. *Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online*. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 4(1). 85-104.
- Ekawati, Mursia dan Asri Wijayanti. 2017. *Peran Media Massa Meningkatkan Daya Literasi Masyarakat Di Era Global*. *PIBSI XXXIX*. 918-922.
- Ginting, Rahmanita. (2020). *Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan*. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 3(1). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.816>
- Ginting, Rahmanita. Sri, Pratiwi. 2017. *Analisis Literasi Media Televisi Dalam Keluarga (Studi Deskriptif Pendampingan Anak Saat Menonton Televisi Di SD Islam Al Ulum Terpadu Medan)*. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(2). 109-122 DOI: <http://dx.doi.org/10.12928/channel.v5i2.7979>
- Harahap, Arifin Saleh. 2018. *Manajemen Pemberitaan Televisi*. Jakarta: Penerbit Indeks.

- Hermawan, Yogik Delta. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Pendidik di Era Digital*. Quality. 8(2). 303-318.
- Hevriansyah, dkk. 2016. *Pengaruh Kemampuan Awal Terhadap Hasil Belajar Matematika*. JKPM, 2(1). 37–44.
- Iriantara, Yosol. 2017. *Literasi Media Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Juditha, Christiany. 2014. *Tingkat Literasi Media Masyarakat Di Wilayah Perbatasan Papua*. Journal Communication Spectrum. 3(2). 107-120.
- Komite Penanganan Covid-19 Dan Pemulihan Ekonomi Nasional. 2021. *Data Vaksinasi Covid-19 (Update 13 Juni 2021)*. <https://covid19.go.id/berita/data-vaksinasi-Covid-19-update-13-juni-2021>.
- Kompas.com. 2021. *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>.
- Kompas.com. 2021. *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>.
- Media Indonesia. 2020. *Usia di Atas 35 Tahun Lebih Rentan Terpapar Hoaks*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/345927/usia-di-atas-35-tahun-lebih-rentan-terpapar-hoaks>.
- Morissan. 2018. *Manajemen Media Siaran*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pemerintah Kota Medan Tim Gugus Tugas-Percepatan Penanganan Covid-19. 2021. *Data Per-Kecamatan Terkait Covid-19 Kota Medan*. <https://covid19.pemkoMedan.go.id/> .
- Putra, Reza Ade. 2019. *Tantangan Media Massa Dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi*. JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi). 5(1). 2623-1662
- Rahayu, Rochani Nani dan Sensusiyati. 2020. *Analisis Berita Hoax Covid - 19 Di Media Sosial Di Indonesia*. Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora. 1(9). 60-73.

- Rahma, Tri Inda Fadhila. 2018. *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology*. At-Tawassuth, 3(1). 642 – 661.
- Rayani, Dewi. Dewi Nur Sukma Purqoti. 2020. *Kecemasan Keluarga Lansia Terhadap Berita Hoax Dimasa Pandemi Covid-19*. Jurnal Realita. 5(1). 906-912.
- Ruslan, Rosady. 2017. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, Sapta. 2019. *Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital*. Jurnal Professional FIS UNIVED. 6(2). 30-42.
- Senova, Annisa. 2016. *Literasi Media Sebagai Strategi Komunikasi Tim Sukses Relawan Pemenangan Pemilihan Presiden Jokowi Jk Di Bandung*. Jurnal Kajian Komunikasi. 4(2). 142 – 153
- Simanjuntak, Puriska. 2019. *Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Inspektur Penerbangan Di Kantor Otoritas Bandar Udara Wilayah II*. Jurnal Creative Agung. 9(2). 88 -101.
- Sugeng Cahyono, Anang. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana 9 (1). 140-157.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syaipudin, Latif. 2020. *Peran komunikasi massa di tengah pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung)*. Kalijaga Journal of Communication. 2(1). 14-34.
- Triyaningsih, Heny. 2020. *Efek pemberitaan media massa terhadap persepsi masyarakat pamekasan tentang Covid-19*. Meyarsa, 1(1). 1-21.
- Wikipedia. 2021. *Kota Medan*. https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Medan.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROGRAM KABAR PANDEMI CORONA tvOne DALAM MENINGKATKAN LITERASI MEDIA MASYARAKAT KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL

Nama Peneliti : Nofri Affandi S.I.Kom
Jurusan : Magister Ilmu Komunikasi UMSU
NPM : 1920040011

Berikut ini adalah kuesioner penelitian tentang pengaruh program kabar pandemi corona tvone dalam meningkatkan literasi media masyarakat kota medan di era digital. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tesis peneliti dalam meraih gelar magister/S2. Oleh karena itu peneliti memohon kesediaan dan partisipasi Anda untuk menjawabnya dengan jujur, terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

1. Isilah kolom di bawah ini dengan memberikan tanda \surd pada jawaban yang anda pilih untuk setiap pertanyaan.
2. Pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan adalah **S (Setuju)**, **SS (Sangat Setuju)**, **KS (Kurang Setuju)**, **TS (Tidak Setuju)**, **STS (Sangat Tidak Setuju)**.

II. PROGRAM KABAR PANDEMI CORONA tvOne

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Informasi yang aktual (terkini/terbaru) Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					

2	Informasi yang disajikan/ditayangkan menarik untuk ditonton, membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
3	Pembawa acara Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya tertarik untuk menonton.					
4	Informasi/berita yang disajikan Kabar Pandemi Corona tvOne bermanfaat, membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
5	Lokasi peristiwa dari informasi yang disajikan, membuat saya tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
6	Hubungan profesi dari informasi yang disajikan, membuat saya tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
7	Keterkaitan hobi saya dengan informasi yang disajikan, membuat saya tertarik dan paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
8	Semakin dikenal suatu tempat yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
9	Semakin dikenal Orang yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
10	Semakin dikenal Benda yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					
11	Konflik yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya					

	(literasi media).					
12	Kisah yang dapat membangkitkan emosi manusia, baik sedih, lucu, dramatis yang diberitakan Kabar Pandemi Corona tvOne, , membuat saya paham serta menambah wawasan dan pengetahuan saya (literasi media).					

III. MENINGKATKAN LITERASI MEDIA MASYARAKAT

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Program Kabar Pandemi Corona tvOne meningkatkan kesadaran atas dampak media pada khalayak/masyarakat.					
2	Program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya paham pada proses penyajian informasi/berita di media massa dalam menangkal hoaks (informasi tidak benar).					
3	Program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya lebih kritis dalam menerima informasi.					
4	Program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya memeriksa terlebih dahulu informasi yang diterima.					
5	Program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya mendiskusikan terlebih dahulu pesan media massa, sebelum menerima dan menyebarnya.					
6	Program Kabar Pandemi Corona tvOne menambah wawasan saya mengenai informasi seputar Covid-19.					
7	Program Kabar Pandemi Corona tvOne menjadi Ikhtiar/usaha saya dalam memahami informasi Covid-19 yang beredar.					
8	Program Kabar Pandemi Corona tvOne membuat saya mengapresiasi isi media.					

Tabel Nilai Kritis Uji Kolmogorov-Smirnov

n	$\alpha = 0,20$	$\alpha = 0,10$	$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,02$	$\alpha = 0,01$
1	0,900	0,950	0,975	0,990	0,995
2	0,684	0,776	0,842	0,900	0,929
3	0,565	0,636	0,708	0,785	0,829
4	0,493	0,565	0,624	0,689	0,734
5	0,447	0,509	0,563	0,627	0,669
6	0,410	0,468	0,519	0,577	0,617
7	0,381	0,436	0,483	0,538	0,576
8	0,359	0,410	0,454	0,507	0,542
9	0,339	0,387	0,430	0,480	0,513
10	0,323	0,369	0,409	0,457	0,486
11	0,308	0,352	0,391	0,437	0,468
12	0,296	0,338	0,375	0,419	0,449
13	0,285	0,325	0,361	0,404	0,432
14	0,275	0,314	0,349	0,390	0,418
15	0,266	0,304	0,338	0,377	0,404
16	0,258	0,295	0,327	0,366	0,392
17	0,250	0,286	0,318	0,355	0,381
18	0,244	0,279	0,309	0,346	0,371
19	0,237	0,271	0,301	0,337	0,361
20	0,232	0,265	0,294	0,329	0,352
21	0,226	0,259	0,287	0,321	0,344
22	0,221	0,253	0,281	0,314	0,337
23	0,216	0,247	0,275	0,307	0,330
24	0,212	0,242	0,269	0,301	0,323
25	0,208	0,238	0,264	0,295	0,317
26	0,204	0,233	0,259	0,290	0,311
27	0,200	0,229	0,254	0,284	0,305
28	0,197	0,225	0,250	0,279	0,300
29	0,193	0,221	0,246	0,275	0,295
30	0,190	0,218	0,242	0,270	0,290
35	0,177	0,202	0,224	0,251	0,269
40	0,165	0,189	0,210	0,235	0,252
45	0,156	0,179	0,198	0,222	0,238
50	0,148	0,170	0,188	0,211	0,226
55	0,142	0,162	0,180	0,201	0,216
60	0,136	0,155	0,172	0,193	0,207
65	0,131	0,149	0,166	0,185	0,199
70	0,126	0,144	0,160	0,179	0,192
75	0,122	0,139	0,154	0,173	0,185
80	0,118	0,135	0,150	0,167	0,179
85	0,114	0,131	0,145	0,162	0,174
90	0,111	0,127	0,141	0,158	0,169
95	0,108	0,124	0,137	0,154	0,165
100	0,106	0,121	0,134	0,150	0,161

Tabel Nilai-Nilai r Product Moment

N (1)	Interval Kepercayaan		N (1)	Interval Kepercayaan		N (1)	Interval Kepercayaan	
	95%	99 %		95 %	99 %		95 %	99 %
	(2)	(3)		(2)	(3)		(2)	(3)
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,874	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,396	300	0,113	0,148

18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,276	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

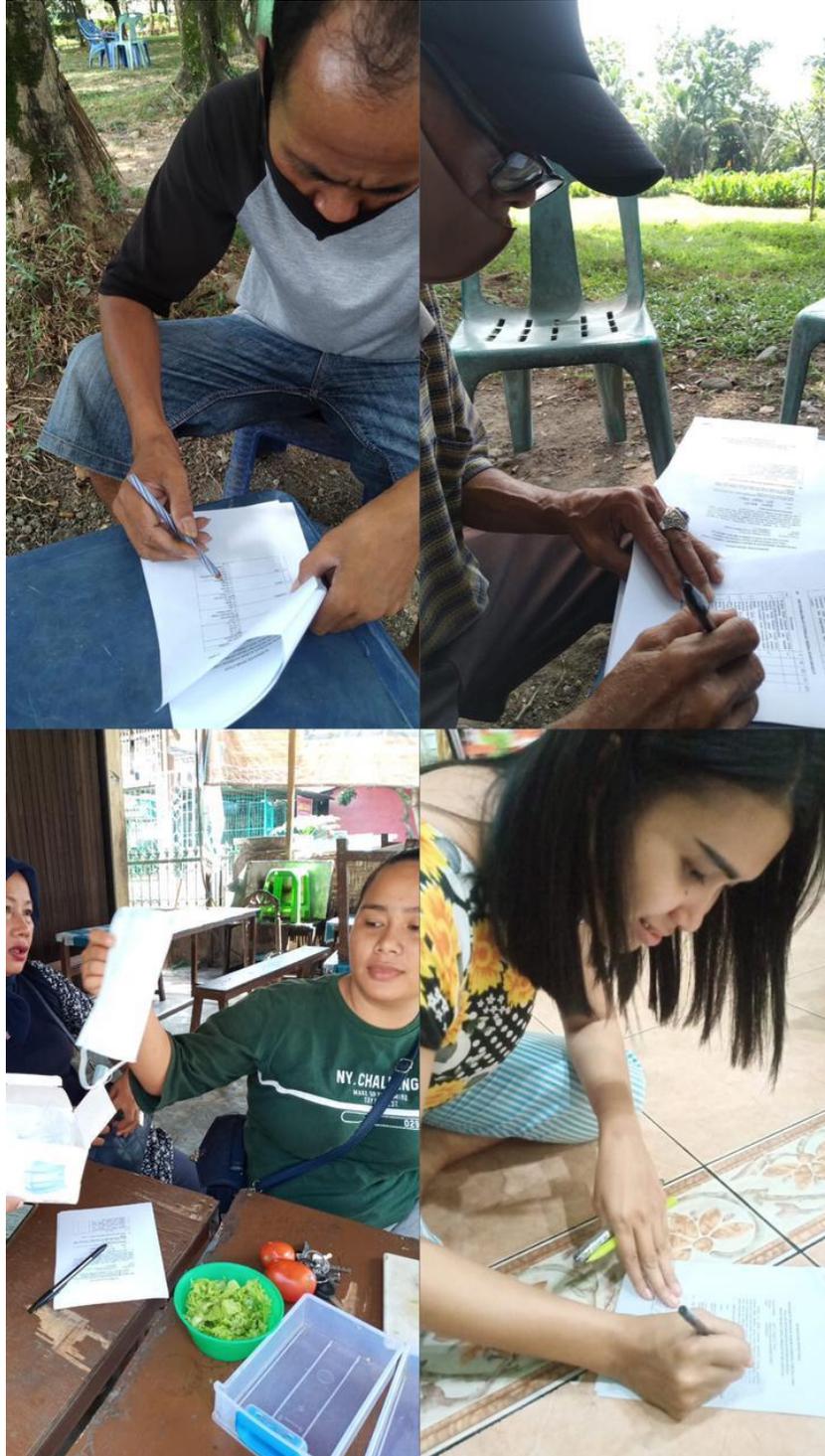
TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
81	0,677531	1,292091	1,663884	1,989686	2,373270	2,637897	3,193922
82	0,677493	1,291961	1,663649	1,989319	2,372687	2,637123	3,192619
83	0,677457	1,291835	1,663420	1,988960	2,372119	2,636369	3,191349
84	0,677422	1,291711	1,663197	1,988610	2,371564	2,635632	3,190111
85	0,677387	1,291591	1,662978	1,988268	2,371022	2,634914	3,188902
86	0,677353	1,291473	1,662765	1,987934	2,370493	2,634212	3,187722
87	0,677320	1,291358	1,662557	1,987608	2,369977	2,633527	3,186569
88	0,677288	1,291246	1,662354	1,987290	2,369472	2,632858	3,185444
89	0,677256	1,291136	1,662155	1,986979	2,368979	2,632204	3,184345
90	0,677225	1,291029	1,661961	1,986675	2,368497	2,631565	3,183271
91	0,677195	1,290924	1,661771	1,986377	2,368026	2,630940	3,182221
92	0,677166	1,290821	1,661585	1,986086	2,367566	2,630330	3,181194
93	0,677137	1,290721	1,661404	1,985802	2,367115	2,629732	3,180191
94	0,677109	1,290623	1,661226	1,985523	2,366674	2,629148	3,179209
95	0,677081	1,290527	1,661052	1,985251	2,366243	2,628576	3,178248
96	0,677054	1,290432	1,660881	1,984984	2,365821	2,628016	3,177308
97	0,677027	1,290340	1,660715	1,984723	2,365407	2,627468	3,176387
98	0,677001	1,290250	1,660551	1,984467	2,365002	2,626931	3,175486
99	0,676976	1,290161	1,660391	1,984217	2,364606	2,626405	3,174604
100	0,676951	1,290075	1,660234	1,983972	2,364217	2,625891	3,173739
101	0,676927	1,289990	1,660081	1,983731	2,363837	2,625386	3,172893
102	0,676903	1,289907	1,659930	1,983495	2,363464	2,624891	3,172063
103	0,676879	1,289825	1,659782	1,983264	2,363098	2,624407	3,171250
104	0,676856	1,289745	1,659637	1,983038	2,362739	2,623932	3,170452
105	0,676833	1,289666	1,659495	1,982815	2,362388	2,623465	3,169670
106	0,676811	1,289589	1,659356	1,982597	2,362043	2,623008	3,168904
107	0,676790	1,289514	1,659219	1,982383	2,361704	2,622560	3,168152
108	0,676768	1,289439	1,659085	1,982173	2,361372	2,622120	3,167414
109	0,676747	1,289367	1,658953	1,981967	2,361046	2,621688	3,166690
110	0,676727	1,289295	1,658824	1,981765	2,360726	2,621265	3,165979
111	0,676706	1,289225	1,658697	1,981567	2,360412	2,620849	3,165282
112	0,676687	1,289156	1,658573	1,981372	2,360104	2,620440	3,164597
113	0,676667	1,289088	1,658450	1,981180	2,359801	2,620039	3,163925
114	0,676648	1,289022	1,658330	1,980992	2,359504	2,619645	3,163265
115	0,676629	1,288957	1,658212	1,980808	2,359212	2,619258	3,162616
116	0,676611	1,288892	1,658096	1,980626	2,358924	2,618878	3,161979
117	0,676592	1,288829	1,657982	1,980448	2,358642	2,618504	3,161353
118	0,676575	1,288767	1,657870	1,980272	2,358365	2,618137	3,160738
119	0,676557	1,288706	1,657759	1,980100	2,358093	2,617776	3,160133
120	0,676540	1,288646	1,657651	1,979930	2,357825	2,617421	3,159539

DOKUMENTASI PENELITIAN



Pengisian Kuesioner Oleh Responden.



Pengisian Kuesioner Oleh Responden.



Pengisian Kuesioner Oleh Responden.



Pengisian Kuesioner Oleh Responden.

CURRICULUM VITAE



NOFRI AFFANDI S. I. KOM.

DATA PRIBADI

Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 01 Nov 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tinggi Badan : 171 cm
Berat Badan : 55 Kg
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jl. Puri No.172
Telepon : 082276330186/
081397906246
Status : Belum Kawin
E-Mail : nofriaaffandi97@gmail.com

PENDIDIKAN

- SD SWASTA KARTINI MDN
2003 - 2009
- SMP SWASTA K.BHAYANGKARI 1 MDN
2009 - 2012
- SMA SWASTA K.BHAYANGKARI 1 MDN
2012 - 2015
- Strata I Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

ORGANISASI

- OSIS SMA (Wakil Ketua)
- HMJ Ilmu Komunikasi (Anggota)
- PERHUMAS Muda Medan (Anggota)

PENGALAMAN PEKERJAAN

- Freelancer Event
- Master of Ceremony
- News Anchor KOMPAS TV MEDAN
- News Reporter tvOne Biro Medan

PRESTASI

- Juara I Lomba Casting Presenter
(Broadcast Class Road to Campus - UISU)
- Juara II Lomba Live Report
(Semarak Teropong - UMSU)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
PROGRAM PASCASARJANA

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Jl. Denai No. 217 Medan 20226 Telp. (061) - 88811104 Fax. (061) - 88811111

<http://pascasarjana.umsu.ac.id> pps@umsu.ac.id [f umsumedan](#) [@ umsumedan](#) [u umsumedan](#) [u umsumedan](#)

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari ini, Jum'at, tgl.20 Agustus 2021 telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, sbb:

Nama Mahasiswa : NOFRI AFFANDI
NPM : 1920040011
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : PENGARUH PROGRAM KABAR PANDEMI CORONA TvOne TERHADAP PENINGKATAN LITERASI MEDIA MASYARAKAT KOTA MEDAN

dengan catatan wajib memperbaiki:

Pembimbing I : perbaiki kesalahan ejaan

Pembimbing II : perbaiki kesalahan ketik dan kesalahan ejaan

Penguji I : _____

Penguji II : _____

Penguji III : _____

Berita acara ini ditandatangani setelah tesis diperbaiki sesuai petunjuk/arahan dari Pembimbing dan Penguji/ pembahas.

Medan, 23 Nov 2021

- Hj. RAHMANITA GINTING, M.Sc., Ph.D
Pembimbing I
- Dr. ARIFIN SALEH, MSP.
Pembimbing II
- Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.
Penguji I
- Dr. YAN HENDRA, M.Si.
Penguji II
- Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom
Penguji III