

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Pendahuluan

Pandemi bukanlah hal yang baru bagi umat manusia, tetapi di dunia kita yang saling terhubung secara global, sebuah penyakit menular dapat menyebar dengan sangat cepat. Hal ini terjadi pada penyakit virus corona 2019 (COVID-19) yang disebabkan oleh virus SARS. Setelah pertama kali terdeteksi di Wuhan, sebuah kota di Tiongkok, virus ini segera mulai menyebar ke seluruh dunia, memaksa sebagian besar negara untuk melakukan tindakan pencegahan yang ketat untuk mengurangi penyebaran penyakit dan untuk menghindari kegagalan sistem perawatan kesehatan mereka. Dalam banyak kasus, "*lock-down*" diterapkan selama beberapa minggu, mengurangi aktivitas sosial dan ekonomi hingga seminimal mungkin (Rieger & Wang, 2022). Coronavirus yang ditemukan ini mendatangkan penyakit Covid-19. Dengan adanya pandemi ini membuat kekhawatiran yang berlebihan pada masyarakat, dikarenakan virus ini dapat tertular hanya dengan sentuhan saja.

Pada awal tahun 2020, virus Covid-19 dengan cepat menjadi pandemi hal ini ditandai dengan negara-negara di seluruh dunia yang memberlakukan penutupan perbatasan dan langkah-langkah penguncian nasional untuk menahan penyebarannya. Pandemi Covid-19 dimulai sebagai krisis kesehatan yang membuat berbagai negara mengalami kemerosotan ekonomi yang parah termasuk Indonesia. Pada awal Maret tahun 2020, WHO (World Health Organization) telah menyatakan virus covid 19 sebagai pandemi, yang telah secara signifikan mempengaruhi kesehatan, ekonomi, dan kehidupan sehari-hari secara global. Untuk memerangi penyebaran virus, berbagai negara menerapkan langkah-langkah seperti karantina wilayah, jaga jarak sosial, penggunaan masker, dan pembatasan perjalanan. Namun, langkah-langkah ini juga menyebabkan gangguan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba dan meluas. Output ekonomi menurun tajam karena turunnya permintaan dan gangguan rantai pasokan, yang menyebabkan hilangnya pekerjaan dan penutupan bisnis, terutama di industri perjalanan, pariwisata, dan perhotelan. Pandemi ini secara tidak proposional berdampak pada pekerja berpenghasilan rendah dan mereka yang bekerja di sektor informal, memperburuk kesenjangan ekonomi yang ada dan mengekspos kelemahan dalam sistem ekonomi (The World Bank, 2023).

Penurunan intensitas kegiatan ekonomi sebagai dampak pandemi mengakibatkan menurunnya produksi sebagian besar komoditas sektor riil di Indonesia dan

mengakibatkan daya beli masyarakat terjadi penurunan. Secara kumulatif, pertumbuhan ekonomi Indonesia berkontraksi 2,07 persen di tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019. Pandemi Covid-19, mengakibatkan ketidakstabilan perekonomian global hal ini berdampak pada terjadinya peningkatan dollar Amerika dan mengakibatkan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika Serikat melemah dan terjadi penurunan (Statistik, 2022).

Pada tanggal 5 Mei 2023, Covid-19 tidak lagi menjadi keadaan darurat kesehatan masyarakat global, demikian pernyataan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). WHO mengeluarkan deklarasi covid pertama lebih dari tiga tahun yang lalu, pada 30 Januari 2020. Dimana selama 3 tahun terdapat 767.972.961 kasus Covid-19 yang dikonfirmasi, termasuk 6.950.655 kematian, adapun di Indonesia terdapat 6.812.127 kasus Covid-19 yang dikonfirmasi, termasuk 161.879 kematian yang dilaporkan kepada WHO (WHO, 2023). Di Indonesia pada tanggal 22 Juni 2023, Presiden Joko Widodo menerbitkan Keputusan Presiden Republik Indonesia (KEPPRES) Nomor 17 Tahun 2023 mengenai “penetapan berakhirnya Pandemi Covid 2019 di Indonesia”.

Dengan berakhirnya status Covid-19 sebagai pandemi, Pemerintah sejak mulainya hingga berakhirnya pandemi telah mulai membuat berbagai kebijakan dalam pemulihan ekonomi. Dalam upaya memulihkan perekonomian Indonesia setelah mengalami kontraksi akibat pandemi Covid-19, pemerintah telah mengambil langkah strategis dan kebijakan yang komprehensif. Mengenai kebijakan yang telah di ambil oleh pemerintah salah satunya penerapan new normal untuk pemulihan ekonomi yang telah di lakukan sejak awal pertengahan tahun 2020 (Firmansyah et al., 2022).

Pemulihan ekonomi dan ketahanan nasional adalah serangkaian langkah untuk menstabilkan perekonomian akibat dampak dari Covid-19. Selain merespons masalah kesehatan, pemerintah juga menerapkan langkah-langkah pemulihan ekonomi dan ketahanan nasional untuk mengurangi penurunan ekonomi yang disebabkan oleh berkurangnya aktivitas masyarakat. Selama penerapan awal kebijakan *New Normal*, para ahli kesehatan masyarakat menolak langkah-langkah mitigasi karena khawatir akan penyebaran Covid-19 yang tidak terkendali, sementara bagian lain dari masyarakat, terutama komunitas bisnis, berpendapat bahwa pembatasan sosial yang ada perlu segera dicabut untuk memungkinkan pemulihan ekonomi. Ini adalah perdebatan yang kompleks dengan alasan yang sama kuatnya dari kedua belah pihak (Modjo, 2020).

Ketidakpuasan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19 dapat dengan mudah dipolitisasi. Situasi ini juga mempengaruhi tingkat kepercayaan politik masyarakat selama pandemi. Media berperan dalam mengkritik respon pemerintah yang terlambat, meskipun faktanya hal ini sudah dapat diprediksi sebelumnya. Miskomunikasi dapat menyebabkan kebijakan yang tidak efisien, tetapi ketidakpercayaan publik terhadap pemerintah sudah ada. Karena ini adalah situasi darurat pandemi, maka respon yang diberikan juga harus bersifat darurat. Ketika negara-negara lain sudah melakukan yang terbaik untuk merespons Covid-19, pemerintah Indonesia terlihat kurang serius dan tidak siap ketika situasi menyebar dengan cepat (Sitorus, 2021).

Setelah pandemi Covid-19, konsumsi berita di media arus utama global meningkat. Selama pandemi, banyak pro dan kontra kebijakan yang disebarluaskan melalui pemberitaan Liputan media. Hubungan antara akses terhadap informasi melalui media dan kepercayaan publik terhadap pemerintah terkait dengan kemampuan media untuk membentuk opini publik melalui struktur sosial. Media memiliki kemampuan untuk memobilisasi publik untuk ingatan tertentu dan membentuk opini publik (Nabila et al., 2021).

"Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kemenkominfo, televisi merupakan sumber informasi yang paling terpercaya. Sekitar 47% masyarakat Indonesia menggunakan televisi sebagai media terpercaya, dibandingkan dengan media sosial (22,4%) dan situs web pemerintah (17,9%). Dalam Survei Indikator Politik Indonesia, 79,2% responden menyatakan demikian; sebanyak 47,1% responden mendapatkan informasi tentang Covid-19 dari Whatsapp dan 35,9% responden mendapatkan informasi tentang Covid-19 dari Facebook. Lebih lanjut, 32,2% responden mencari informasi tentang Covid-19 di mesin pencari seperti Google. Sebanyak 20,9% responden juga mencari informasi tentang Covid-19 di Instagram. Hanya 10,4% responden yang mendapatkan informasi tentang Covid-19 dari surat kabar. Sementara itu, 7,1% dan 5,9% responden mendapatkan informasi tentang Covid-19 masing-masing melalui Twitter dan Tiktok (Katadata, 2022).

Di Indonesia, berita mengenai pandemi diberitakan secara aktif melalui media massa, dimana televisi merupakan media alternatif untuk memberikan informasi mengenai Covid-19 dan apa yang harus dilakukan untuk mengatasinya. Dibandingkan dengan media lain seperti media cetak, online, dan radio, televisi memiliki karakteristik yang unik dalam pemberitaan Covid-19. Televisi merupakan salah satu bentuk komunikasi visual dalam memberitakan pandemi Covid-19 karena dapat memberikan berita dalam bentuk video dan audio. Komunikasi

visual memegang peranan penting dalam penyebaran berita di masa pandemi. Dimana dengan komunikasi visual dapat menjadi penghubung antara pemerintah dan masyarakat untuk mengurangi penyebaran infeksi Covid-19 di Indonesia (Bst, 2022).

Media arus utama tidak mampu mengekang jumlah misinformasi dan kebohongan yang tersebar tentang Covid-19 yang tumbuh sebanding dengan liputan besar-besaran yang didistribusikan. Ini disebut infodemic. Di Indonesia, masyarakat lebih mempercayai informasi di media sosial daripada media arus utama. Masyarakat yang sudah terpecah terkadang hanya mempercayai informasi yang dipercayai olehnya dan kelompok afiliasinya (Widiantara, 2020).

Afiliasi politik sebenarnya memiliki hubungan yang erat kaitannya dengan perilaku politik. Hal tersebut dapat terlihat dengan adanya keputusan seseorang pemilih untuk memutuskan pilihan politik dalam berbagai hal yang berkaitan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Sikap politik memiliki efek kesamaan yang kuat, artinya individu akan lebih menyukai individu atau organisasi jika mereka percaya bahwa mereka berbagi afiliasi politik yang sama. Kesamaan efek menyukai dapat mempengaruhi segala sesuatu dimana jika seseorang merasa bahwa organisasi berita tertentu berbagi afiliasi politik, mereka lebih cenderung mendengarkan hal tersebut dan menerima berita dari mereka (Lamberth, 2021).

Selama pandemi, para politisi di berbagai negara telah berusaha untuk mengendalikan jumlah dan jenis informasi yang diterima publik tentang risiko Covid-19 serta secara aktif memperdebatkan wacana ilmiah tentang risiko tersebut. Komunikator yang berpengaruh seperti organisasi sosial/aktivis dan pemimpin opini di antara kelompok sosial atau organisasi merupakan sumber informasi utama dan dapat mempengaruhi wacana seputar informasi risiko. Sebagai contoh, kelompok politik, partai, dan pemimpin merupakan contoh utama dari komunikator berpengaruh yang dapat membentuk bagaimana anggota dan afiliasinya menginterpretasikan informasi risiko selama Covid-19 (Kiviniemi et al., 2022) dimana ketika liputan media terpolarisasi, anggota masyarakat cenderung membentuk opini yang sejalan dengan elit politik yang mereka percayai dan menolak informasi yang tidak selaras dengan pandangan ini, bahkan jika informasi tersebut berasal dari para ahli (Hart et al., 2020).

Dari penelitian Audrey Nathania Priscilla Karundeng dan Agus Naryoso menyimpulkan bahwa penyebaran hoax membuat tingkat kepercayaan masyarakat menurun kepada pemerintah akibat kurang serius dalam menangani Covid-19. Hal ini dikarenakan kebijakan yang dibuat oleh mereka sangat tidak konsisten, bantuan sosial yang lama disalurkan, data

masyarakat yang menerima bantuan tidak tepat, serta penanganan yang lambat dan kebijakan yang tidak selaras seperti bagaimana semestinya (Karundeng & Naryoso, 2020).

Kepercayaan terhadap informasi yang disebarakan melalui media bergantung pada tingkat kepercayaan terhadap penyedia informasi, yaitu pemerintah Indonesia. Media memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik tentang kredibilitas informasi dan otoritas penyedia informasi, dan tanpa kepercayaan publik, media tidak dapat memenuhi fungsi kontrol sosialnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh afiliasi politik dan intensitas media terhadap kepercayaan masyarakat pada kebijakan pemerintah dalam penanganan Covid-19. Dengan adanya informasi terkait kebijakan Covid-19 yang simpang siur, masyarakat banyak yang menjadi bingung, Maka butuh penanganan yang tepat agar bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat. Oleh sebab itu penelti berencana melakukan penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang ingin peneliti capai yaitu bagaimana pengaruh afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

- a. Pengaruh afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid 19.
- b. Pengaruh intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.
- c. Pengaruh afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya dengan topik yang sama.
- b. Memberikan kontribusi positif kepada para mahasiswa dan memperluas kesadaran mereka akan pengaruh afiliasi politik. dan media selama Covid-

19 terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah yang akan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan akan memberikan pengalaman dan pengetahuan tambahan bagi peneliti untuk mengembangkan pemahaman mereka tentang pengaruh afiliasi politik dan media televisi terhadap kepercayaan publik pada pemerintah selama pandemi dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19 dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembaca untuk mengetahui sejauh mana pengaruh afiliasi politik dan media televisi terhadap kepercayaan publik pada pemerintah selama pandemi dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.
- c. Bagi pemerintah penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber dalam mengetahui hal apa saja yang dibutuhkan kedepannya untuk menetapkan kebijakan terkait dengan pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

E. Limitasi Penelitian

Karena luasnya cakupan materi penelitian, keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, maka untuk ketepatan penelitian yang diperoleh, penulis melakukan pembatasan penelitian. Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada kebijakan pemerintah dalam penanganan Covid-19. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dan populasi yang akan digunakan adalah warga Daerah Istimewa Yogyakarta.

F. Kajian Pustaka

1) Penelitian Sebelumnya

Peneliti melihat beberapa hasil penelitian terdahulu. Beberapa penelitian yang menjadi rujukan peneliti, yaitu:

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Penulis, Judul, Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Audrey Nathania Priscilla Karendung dan Agus Naryoso. “ <i>Hubungan Terpaan Hoax Covid-19, Kompetensi Komunikasi Juru Bicara Covid-19 Dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Pada Kinerja Pemerintah Pusat Dalam Menangani Covid-19 (2021)</i> ”. <i>Interaksi Online</i> , vol. 9, no. 1, pp. 77-84, Dec. 2020	Terpaan hoax Covid-19 tidak ada hubungan, sedangkan kompetensi komunikasi jubar Covid-19 terdapat hubungan. Koefisien korelasi adalah 0,435, yang berarti ada tingkat hubungan positif yang moderat.	Objek penelitian.	Tujuan penelitian dan teknik analisis data.
2.	Desy Tri Anggraini dan Ani Rakhmanita. “ <i>Kebijakan Pemerintah Untuk Pemulihan Ekonomi dan Penanganan Virus Covid-19 di Indonesia (2020)</i> ”. <i>Jurnal Akutansi dan Keuangan</i> , Vol. 7 No. 2(2020) pp. 140-152	Pemerintah menerapkan kebijakan moneter melalui Bank Indonesia. Kebijakan fiskal dilaksanakan oleh Kementerian Keuangan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 23/2020.	Metode penelitian.	Tujuan penelitian.
3.	Dr. Muslim Mufti, M.Si. dkk. “ <i>Analisis Pengukuran Tingkat Kepercayaan Publik Terhadap Pemerintah: Kekuatan Bagi Penanganan Covid-19 Berbasis Masyarakat (2020)</i> ”.	Kepercayaan publik terhadap pemerintah relatif rendah, rata-rata 3,27% antara partai politik ASN, dan masyarakat umum. kepercayaan yang tinggi terhadap pemerintah.	Objek penelitian.	Metode penelitian.

4.	Muhammad Yunus Patawari. <i>Media dan Kepercayaan Publik Terkait Informasi Covid 19 (2021)</i> . <i>Jurnal Sosioteknologi</i> , Volume 20. No. 2. Agustus 2021	Pemirsa masih menganggap televisi sebagai referensi informasi yang dapat diandalkan.	Objek penelitian dan Teknik pengambilan sampel.	Tujuan penelitian dan metode penelitian
----	--	--	---	---

Sumber : <https://ejournal3.undip.ac.id>, <https://ejournal.radenintan.ac.id/>, <https://etheses.uinsgd.ac.id/>, <https://journals.itb.ac.id/>

G. Landasan Teori

1. Afiliasi Politik

Afiliasi merupakan hubungan yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dikarenakan adanya hubungan antara seorang penyelenggara negara dengan pihak tertentu, baik karena hubungan darah, perkawinan, atau persahabatan (Alifah & Sari, 2020).

Afiliasi politik dapat diartikan secara konseptual, dimana kepercayaan sebagai keyakinan bahwa suatu objek kepercayaan (seseorang atau institusi) akan menghasilkan hasil yang positif meskipun hal ini tidak dapat dipastikan kepercayaan sebagai relasional, yaitu bahwa A mempercayai B untuk melakukan X. Aspek “politik” dari kepercayaan politik masuk terutama pada “B”, yang dimaksudkan adalah institusi politik, seperti pemerintah, partai, pemimpin politik, badan legislatif, dan sebagainya (Devine et al., 2023).

Kata "politik" berasal dari kata Yunani Polis, yang memiliki arti "negara kota". Di Negara ota Yunani, orang-orang bekerja sama untuk mencapai kemakmuran. Ketika orang mencoba untuk menentukan posisi mereka dalam masyarakat, mencapai kesejahteraan pribadi melalui cara-cara yang ada, atau mempengaruhi orang lain untuk mengadopsi pandangan mereka, mereka terlibat dalam kegiatan yang disebut politik (Mufti, 2012).

Beberapa penelitian yang ada telah memberikan informasi penting tentang faktor-faktor yang mungkin mendasari kategorisasi menurut afiliasi partai politik, tentang apa yang mungkin dimiliki oleh seseorang. Dimana hal ini dengan melihat, misalnya seseorang tersebut apakah dapat dipercaya, dominan atau tidak yang dapat membuat orang yang melihat mempercayai atau takut pada orang tersebut. Namun, ada kemungkinan bahwa keakuratan dalam mengkategorikan seseorang dalam afiliasi politiknya didorong oleh identitas penerima, disposisi, atau keadaan. Sebagai contoh, diketahui bahwa persepsi tentang anggota kelompok yang ambigu dapat dipengaruhi oleh persepsi sikap terhadap kelompok atau paparan terhadap anggota-anggota kelompok (Wilson & Rule, 2014).

Afiliasi politik merupakan kerjasama atau partisipasi seseorang baik sebagai individu maupun kelompok dalam kegiatan politik tertentu. Dimana posisi individu merupakan bagian dari suatu kelompok atau asosiasi. Keanggotaan politik berkontribusi pada pengembangan dan pendewasaan kesadaran politik individu sehingga mereka dapat secara bebas dan bertanggung jawab menggunakan hak-hak politik mereka melalui berbagai kegiatan politik, seperti

bergabung dengan partai politik di pemerintahan dan berpartisipasi dalam pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik (Jayanti, 2022).

Sama seperti hubungan yang memiliki tujuan, afiliasi politik juga didasarkan pada tujuan. Hubungan merupakan hal yang intrinsik dalam proses politik, di mana semakin besar hubungan yang dibangun oleh individu, maka semakin besar pula peluang untuk berpartisipasi.

Beberapa alasan untuk berafiliasi (bergabung dengan orang lain) berdasarkan tiga teori, yaitu (Yanica Nur Laila, 2015):

a) Teori Pertukaran Sosial “*Sosial Change Theory*”

Dimana afiliasi politik seseorang tergantung dari tujuan untuk mencapai suatu hal tertentu. Dengan berafiliasi dengan orang lain dapat menjadi perantara dalam mencapai tujuannya.

b) Teori Penguatan “*Reinforcement Theory*”

Seseorang membutuhkan penghargaan dan identitas diri. Dimana ke dua hal ini hanya bisa di peroleh dari orang lain. Sehingga seseorang dalam berafiliasi dengan tujuan untuk memperoleh penghargaan dan identitas dirinya dalam kehidupan masyarakat yang hanya dapat diperoleh dari orang lain.

c) Teori Perbandingan Sosial “*Social Comparison Theory*”

Tujuan seseorang dalam berafiliasi dengan yang lain yaitu untuk dapat membandingkan antara perasaan diri mereka dengan perasaan orang lain dalam kondisi yang sama.

2. Jenis Afiliasi Politik

(Endra, 1979) menjelaskan bahwa integrasi politik memiliki dua bagian, yaitu integrasi politik *defensive* dan integrasi politik *offensive*:

1) Afiliasi politik *Defensive*

Afiliasi politik defensif artinya, satu kelompok kepentingan bergabung atau berasosiasi kelompok-kelompok kepentingan lainnya. Dengan kata lain, para pihak hanya akan bekerja sama jika kepentingan mereka dilindungi. Namun, kerja sama dapat dengan mudah rusak jika kepentingan diabaikan. Dengan kata lain, kelanjutan kerja sama tergantung pada kesediaan kelompok kepentingan tertentu untuk melindungi kelompok kepentingan lainnya. Komitmen politik ini bersifat pragmatis karena hanya berlangsung dalam waktu yang singkat, selama dua kepentingan tetap selaras. Biasanya, aliansi politik merupakan upaya untuk melindungi kepentingan dari tekanan eksternal (Sanawiyah, 2020).

2) Afiliasi politik *Offensive*

Afiliasi ini adalah hubungan yang dibuat untuk tujuan mempengaruhi atau menyerang kelompok lain sehingga pihak yang diserang atau dipengaruhi akan mendukung kepentingan pihak yang dipengaruhi dengan bergabung dalam kelompok tersebut. Inti dari kecenderungan politik ini adalah menyerang pihak lawan, dengan melibatkan banyak kelompok, untuk mendapatkan keuntungan dan manfaat politik yang lebih besar.

2. Media

I. Definisi Media

Selama pandemi, masyarakat umum didorong untuk menggunakan media untuk mendapatkan informasi tentang langkah-langkah sanitasi sambil tetap terhubung dengan orang lain untuk mendapatkan dukungan sosial. Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan destabilisasi global dan pengurangan miliaran orang di rumah, serta menjadikan jaga jarak sebagai gaya hidup baru. Pada hari-hari awal pandemi dan selama beberapa waktu, otoritas pemerintah telah menyiarkan pembaruan berita suram melalui media setiap hari. Ketergantungan terhadap media (misalnya, media sosial, televisi, atau laporan berita) selama krisis global seperti pandemi Covid-19 memiliki banyak manfaat, termasuk penyebaran informasi penting dan pedoman kesehatan masyarakat. Pada wabah penyakit menular sebelumnya, penyediaan informasi melalui media telah mendorong perilaku pencegahan pada masyarakat umum, seperti memakai masker, menghindari ruang publik yang ramai, dan mencuci tangan (Rivest-Beauregard et al., 2022).

Media massa dapat meningkatkan atau mengurangi upaya pemerintah untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang kebijakan yang ada untuk memodifikasi respons perilaku selama wabah penyakit. Apa pun itu, liputan media memberikan dampak yang besar pada persepsi publik dan perilaku selanjutnya (Ng & Tan, 2022). Di masa pandemi, audiens dan publik kembali dihadapkan pada dilema yang sama, yaitu mempersoalkan informasi yang diberikan oleh media. Dimulai dari pemilihan topik, *priming*, dan *framing* yang dilakukan oleh media seringkali menyebabkan publik tidak langsung mempercayai apa yang diberikan oleh media (Indiyati et al., 2020).

Tingkat kepercayaan masyarakat pada pemerintah dari informasi yang disampaikan melalui media, baik media konvensional maupun media baru merupakan salah satu indikator yang menjadi keberhasilan strategi yang berhasil diterapkan oleh pemerintah dalam memitigasi penyebaran Covid-19. Media lama diantaranya televisi dan surat kabar, sedangkan

untuk media versi baru yaitu media sosial, situs web resmi pemerintah, situs berita, dan sebagainya). Kepercayaan publik pada informasi yang disampaikan oleh pemerintah didasari oleh Persepsi publik yang Konsisten, kompeten, tidak memihak, objektif, dapat dipercaya, dan otentik.; selain itu, pesan harus di sampaikan oleh media yang terpercaya dan oleh orang yang dapat di percaya oleh masyarakat. (Patawari, 2021).

II. Fungsi Media

Fungsi media massa dapat diringkas menjadi tiga: forum publik bagi warga negara, pengawas pemerintah dan lembaga-lembaga publik, dan agen untuk memobilisasi dukungan warga negara untuk posisi-posisi politik.

Pertama, Media dapat digambarkan sebagai ruang sipil (*Civic Forum*). Konsep ruang publik adalah menciptakan ruang sosial antara pemerintahan dan publik (*civil society*), di mana setiap warga negara dapat saling bertukar pendapat dan mendiskusikan isu-isu publik secara bersama-sama, tanpa adanya kontrol atau intervensi dari negara atau kekuatan ekonomi. Selain itu media massa juga berfungsi sebagai media dan institusi dalam pertukaran informasi bagi pemerintahan dan masyarakat untuk mendiskusikan isu-isu publik, dan tayangan yang ditayangkan dapat dipertanggung jawabkan. Ruang publik melalui media massa merupakan bagian penting dari fondasi yang dapat digunakan untuk menopang demokrasi dan memperkuat masyarakat sipil. Oleh karena itu, kontrol dan intervensi sistematis terhadap media massa oleh negara dan pasar sama saja dengan mengontrol kepentingan masyarakat. (Poti, 2019).

Media harus mampu merefleksikan keragaman politik dan budaya yang ada di setiap masyarakat, dan komunikasinya harus dilakukan dengan menggunakan standar jurnalistik yang mencakup aspek objektivitas, termasuk dimensi faktualitas dan ketidakberpihakan. Faktualitas mencakup kebenaran, relevansi, dan keinformatifan, sedangkan imparsialitas mencakup keseimbangan/non-partisan dan representasi yang netral. (Valerisha, 2017).

Kedua, berfungsi sebagai (*Watch dog*) dimana media bertindak sebagai pengawas untuk memantau mereka yang berkuasa di bidang politik (pemerintah), organisasi nirlaba, dan sektor swasta. Hal ini dilakukan untuk meminta pertanggungjawaban mereka atas tindakan mereka. Dalam hal ini, Media dianggap sebagai lembaga keempat dalam pemerintahan, setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif, dan merupakan salah satu lembaga check and balances di antara lembaga-lembaga tersebut. Untuk menjalankan peran ini, media harus mampu menyediakan berbagai macam laporan investigasi dan menunjukkan berbagai penyalahgunaan kekuasaan yang terjadi di berbagai lembaga yang ada (Ngurah Putra, 2013).

Dimensi pertama adalah intensitas keamanan, dimana memuat tingkatan pemberitaan dengan pertanyaan dan interogasi, tingkatan kritik terbuka hingga tingkatan konfrontasi atau pertanyaan “agresif”, bahkan mengungkapkan kemarahan atau menyuarakan tuduhan secara agresif dengan pembuktian yang lengkap. dari kesalahan. Dimensi kedua adalah suara jurnalistik yang berisi pengawasan atau kesaksian berdasarkan narasumber atau pihak ketiga. Bahkan dalam pengawasan intervensionis, jurnalis dapat mengungkapkan pendapatnya. Dimensi ini dapat dicapai melalui kesaksian narasumber atau suara wartawan untuk mempertanyakan, mengkritik, atau menuduh secara terang-terangan. Ketiga, sumber berita acara, dimana wartawan aktif mencari dan mengungkap kasus dengan cara investigasi (Alyatalathaf & Putri, 2022).

Ketiga, media memiliki peran sebagai agen mobilisasi, di mana media menjadi sarana untuk memperluas partisipasi masyarakat dalam kegiatan politik yang sedang berlangsung. Mengingat kompleksitas media dan keterlibatan pemilik media dalam kegiatan politik, praktik pemberitaan cenderung dipersonalisasi sesuai dengan Kepentingan pemilik media. Personalisasi melibatkan penentuan agenda dan konten berita di beberapa media. Dalam banyak kasus, masyarakat memiliki akses ke berbagai informasi dalam bentuk infotainment, musik, dan hiburan. Dalam kasus-kasus seperti itu, media membuat warga negara enggan untuk belajar tentang politik dan urusan publik secara umum, sehingga mereka tidak dapat mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai isu politik. Dengan kata lain, para media mengancam hak warga negara untuk berpartisipasi. dalam media dan merampas peran mereka sebagai pengontrol media (Aziz, 2020).

III. Media Konvensional

Menurut Ensiklopedia Indonesia, media dapat didefinisikan sebagai "alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk." Definisi media mengacu pada alat dan sarana yang digunakan orang sebagai saluran untuk menyebarkan informasi dan sarana untuk mendapatkan informasi. Koran, majalah, radio, dan televisi merupakan sarana komunikasi yang paling umum digunakan oleh masyarakat. Kemunculan media-media ini telah mengubah kehidupan masyarakat dalam hal konsumsi informasi.

Media-media ini juga disebut sebagai media konvensional dalam ranah publik. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, kata konvensional dapat diartikan sebagai kebiasaan. atau tradisional. Oleh karena itu, media konvensional juga disebut sebagai media tradisional.

a. Televisi

1. Definisi Televisi

Kata "televisi" merupakan kombinasi dari bahasa Yunani tele yang berarti "jauh" dan bahasa Latin visio yang berarti "penglihatan". Kata "televisi" berarti "layar televisi", "program televisi", "siaran televisi". Kata "televisi" berarti "layar televisi", "program televisi", "siaran televisi". Penemuan televisi mengubah peradaban dunia. Kata "televisi" juga dapat berarti "layar televisi", "program televisi", dan "siaran televisi". Penemuan televisi dapat dibandingkan dengan penemuan roda karena mengubah peradaban dunia. Di Indonesia, televisi juga secara informal disebut sebagai "TV" (Kustiawan et al., 2022).

Selama pandemi Covid-19, hampir semua sektor kehidupan manusia, termasuk media massa, terdampak dengan cara yang berbeda-beda. Televisi menjadi media yang paling banyak dipilih oleh pemerintah untuk mengumumkan berbagai kebijakan kepada masyarakat Indonesia, termasuk kebijakan untuk tinggal di rumah dan pembatasan sosial secara masif. Beberapa perubahan telah terjadi di industri televisi Indonesia, termasuk penghentian syuting program sementara, siaran langsung tanpa penonton, siaran dari rumah, pengenalan protokol kesehatan di studio dan di lokasi yang disesuaikan dengan kebutuhan kru, dan bekerja dengan jumlah kru yang minimal (Bst, 2022).

2. Keunggulan Televisi

Televisi sebagai salah satu media komunikasi massa berbeda dengan media lainnya. Televisi memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya. Kelebihan tersebut antara lain sebagai berikut (Alba, 2021):

- (a) Salah satu karakteristik televisi adalah dapat mentransmisikan informasi audio dan visual secara bersamaan. Karena televisi menggunakan kedua indera, penerima dapat memproses informasi yang diterima dengan lebih cepat.
- (b) Menjangkau khalayak luas Televisi adalah media yang dapat diakses oleh hampir semua orang. Kemampuan televisi untuk menjangkau khalayak yang luas, dari perkotaan hingga pedesaan, memastikan bahwa pesan-pesan yang dibawanya dapat menjangkau khalayak luas.

3. Karakteristik Televisi

Terdapat karakteristik televisi (Rahmadhani, 2020) sebagai berikut:

- a) Audiovisual; keuntungan dari televisi adalah bahwa ia dapat dilihat secara visual dan juga didengar. Dengan radio, kita hanya mendengar kata-kata, musik, dan efek suara. Disisi lain Televisi, memungkinkan kita untuk melihat gambar dan gambar bergerak.
- b) Pemikiran gambar. Proses berpikir gambar pertama memiliki dua tahap: visualisasi, atau penerjemahan kata-kata yang berbeda, termasuk ide, ke dalam gambar-gambar individual.
- c) Pengoperasiannya lebih kompleks. Operasi penyiaran Peralatan yang digunakan dalam pekerjaan ini lebih luas dan kompleks, dan harus dilakukan oleh personel yang terampil dan hati-hati.

4. Fungsi Televisi

Televisi (TV) adalah media komunikasi massa yang mentransmisikan gambar bergerak dan suara secara elektronik dari sumber ke penerima. Televisi telah memberikan pengaruh yang besar pada masyarakat dengan memperluas indera penglihatan dan suara melampaui jarak fisik. Televisi ditemukan pada awal abad ke-20 sebagai media pendidikan dan komunikasi interpersonal, tetapi pada pertengahan abad ke-20 telah menjadi media siaran langsung yang menggunakan format stasiun radio untuk menyampaikan berita dan hiburan kepada orang-orang di seluruh dunia. Saat ini, penyiaran televisi memiliki banyak bentuk: radio terrestrial (penyiaran tradisional), kabel koaksial (televisi kabel), dan pantulan dari satelit di orbit geostasioner (televisi kabel). (direct broadcast satellite, atau DBS, TV); dialirkan melalui Internet; dan direkam secara optik pada cakram video digital (DVD) dan cakram Blu-ray (Fisher et al., 2023).

Fungsi televisi adalah menginformasikan, mendidik, menghibur, dan membujuk. Namun, fungsi hiburan televisi lebih menonjol. Fungsi utama televisi adalah audiovisual, yaitu dapat dilihat dan didengar (Endri & Fitri, 2022). Dibandingkan dengan media lainnya, televisi memiliki kelebihan yaitu bersifat audio visual, mampu menggambarkan realitas dan dapat berkomunikasi langsung dengan pemirsa dimanapun mereka berada, tentang apa yang terjadi di rumah mereka (Mailistia, 2021).

5. Tahapan dalam Produksi Siaran Televisi

Dibawah ini adalah tahapan-tahapan dalam produksi program televisi, diantaranya:

- a) Pra-produksi, merupakan tahap pengambilan data awal yang dilakukan oleh penulis untuk memandu tahap produksi, dimana data yang diperoleh akan dijadikan bahan untuk menentukan alur video kampanye yang akan diproduksi. Sebelum memasuki tahap produksi, hal pertama yang perlu dipersiapkan adalah storyline, storyboard, dan naskah berdasarkan data yang diperoleh.
- b) Produksi, semua kegiatan syuting di dalam dan di luar studio. Disebut juga dengan tapping. Pengecekan ulang harus dilakukan setelah kegiatan syuting selesai. Jika ditemukan kesalahan, syuting dapat diulang.
- c) Pascaproduksi: Semua kegiatan setelah syuting hingga materi selesai dan dinyatakan siap disiarkan atau diputar. Pada tahap pascaproduksi, program yang telah direkam harus melalui beberapa proses, antara lain editing, narasi, mixing, dan mastering (Ramadhan et al., 2021).

6. Televisi sebagai Media Informasi selama Covid-19

Media telah memainkan peran penting sejak masa-masa awal Covid-19. Menurut studi World Economic Forum, selama pandemi Covid-19, sekitar 80-90% orang mengonsumsi rata-rata hampir 24 jam seminggu untuk berita dan hiburan. Televisi adalah media yang paling populer bagi masyarakat ketika kebijakan berada di rumah. Televisi merupakan sumber informasi yang lebih dapat diandalkan (Mustafa, 2021).

Terdapat 23 stasiun televisi milik negara, termasuk 23 stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI) di daerah dan pusat serta 10 stasiun televisi komersial. Selain televisi nasional, ada lebih dari 30 stasiun TV daerah, yang dikelola oleh sektor swasta dan beberapa pemerintah daerah. Semua stasiun TV ini menjangkau sekitar 67,2% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 219.898.300 jiwa. Dengan kemajuan waktu dan teknologi, TVRI bersaing dengan televisi siaran lainnya. Banyak TVRI milik negara yang telah didirikan, yang berkontribusi pada revitalisasi penyiaran televisi di Indonesia. Hingga saat ini, 11 lembaga penyiaran milik negara mendominasi industri pertelevisian Indonesia: TVRI, RCTI, SCTV, INDOSIAR, ANTV, MNC TV, METRO TV, TRANS TV, GLOBAL TV, TRANS 7, dan TV ONE (Mailistia, 2021). Berdasarkan laporan Nielsen Television Audience Measurement (TAM), terdapat perubahan perilaku konsumen dalam hal konsumsi media selama pandemi Covid-19. Di 11 kota di Indonesia, rata-rata tingkat menonton TV mulai meningkat dari 12

persen menjadi 13,8 persen, yang setara dengan 1 juta penonton TV tambahan. Peningkatan ini didorong oleh kebijakan pemerintah yang mendorong pemirsa untuk "tinggal di rumah" untuk menonton acara TV dan mengikuti perkembangan informasi Covid-19 (Christin et al., 2021).

Televisi menjadi salah satu media yang memberitakan penyebaran virus corona. Televisi merupakan media yang populer di Indonesia dan menjadi media yang dapat menginformasikan mengenai Covid-19. Pada awal Maret 2020, masyarakat Indonesia diberitahu bahwa virus ini telah mewabah di Indonesia, dan sejak saat itu, media televisi mulai menyiarkan berbagai informasi tentang virus corona. Media telah memberitakan berapa banyak orang yang telah terinfeksi virus ini, bagaimana pemerintah menangani masalah serius ini dan bahkan berapa banyak orang yang telah meninggal akibat virus ini. Informasi yang disiarkan melalui media televisi antara lain (1) menginformasikan kepada masyarakat tentang dampak Covid-19 di Indonesia (2) mensurvei mereka yang terus menghimbau orang lain untuk tetap tinggal di rumah (3) mengingatkan masyarakat Indonesia untuk mengikuti panduan pemerintah. Mulai dari aktivitas online yang dikenal sebagai work from home (WFH) (mis. sekolah, kulai, bekerja, beribadah) hingga pembatasan sosial di tempat umum dan kepatuhan terhadap protokol kesehatan, misalnya memakai masker setiap saat dan selalu menyediakan hand sanitizer (Marta et al., 2022).

7. Intensitas Terpaan Media

Intensitas adalah kekuatan atau kedalaman hubungan terhadap sesuatu. Intensitas dapat digambarkan sebagai bentuk perhatian dan ketertarikan berdasarkan kualitas dan kuantitas keterlibatan seseorang. Menurut Rometty, Reeves, dan Bee, penggunaan media seseorang dapat dikonseptualisasikan dalam hal waktu (frekuensi, perhatian, dan durasi), konten media, dan hubungan antara media dan individu (Ningrum & Prihantoro, 2020).

Intensitas mengacu pada upaya yang dilakukan seseorang atau individu dalam melakukan perilaku tertentu. Seseorang yang melakukan upaya tertentu akan memiliki sejumlah pola perilaku atau perilaku yang sama, yang mewakili upaya tertentu dari orang tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Ada serangkaian perilaku yang dikatakan memiliki intensitas, yang mengacu pada perilaku yang terjadi selama periode waktu tertentu. Intensitas mengacu pada kualitas tingkat kedalaman, dan mencakup kompetensi, intensitas yang digunakan untuk memfokuskan sesuatu, serta frekuensi dan kedalaman sikap atau perilaku seseorang terhadap subjek tertentu. Intensitas kontak media dengan demikian dapat diartikan

sebagai tingkat frekuensi, kualitas atau durasi kedalaman dan kemampuan untuk berkonsentrasi dalam memperoleh informasi dari suatu sumber (Kartika, 2020).

Terpaan media dalam sistem komunikasi tidak hanya mengacu pada kesadaran masyarakat akan keberadaan media informasi. Hal ini juga merujuk pada penerimaan masyarakat terhadap berbagai informasi dan pesan yang diberikan oleh media informasi. Terpaan media ditentukan oleh frekuensi, waktu dan perhatian yang diberikan pada media yang berbeda, bentuk media, bentuk konten informasi yang dikonsumsi di media dan interaksi khalayak dengan konten informasi yang dikonsumsi melalui media massa dan dapat diartikan sebagai berikut (Durhan & Tahir, 2021).

Terpaan berita tentang virus corona dapat diukur dengan dimensi yaitu frekuensi, durasi dan atensi:

(a) Frekuensi

Hal ini dapat diukur dari seberapa seringnya informasi dalam media tersebut dilihat, dibaca, atau didengar. Semakin tinggi frekuensinya, semakin berkesan pesan tersebut bagi pengguna media dan semakin tinggi pula minat dan perhatian pengguna media (pemirsa). Frekuensi dapat diukur dari berapa kali seseorang terlibat dengan media dalam jangka waktu sehari-hari, berminggu-minggu, berbulan-bulan, atau bertahun-tahun (Martinoes, 2022).

(b) Durasi

Pengukuran durasi adalah waktu yang diperlukan untuk menentukan berapa lama waktu yang dibutuhkan pengguna untuk mendapatkan informasi, dan mengacu pada waktu yang dibutuhkan pengguna media untuk mendapatkan informasi, termasuk waktu yang diperlukan untuk melihat, mendengarkan, dan membaca isi pesan media. Durasi dapat diartikan sebagai periode waktu tertentu (misalnya, menit atau jam) (Ayuningtyas et al., 2019).

(c) Atensi

Atensi adalah proses mental untuk mendengarkan atau memperhatikan kedalaman pesan di media. Hal ini melibatkan menonton, membaca, dan mendengarkan, terlepas dari aktivitas lainnya. Atensi memfokuskan proses mental seseorang ketika rangsangan tertentu lebih menonjol dan rangsangan lainnya lebih lemah (Delviyana, 2021).

Paparan informasi sebagai bagian dari kegiatan penggunaan media dapat memberikan dampak yang besar dan kemungkinan besar akan mengubah perilaku, sikap, opini, dan persepsi audiens yang menerima informasi tersebut (Amin et al., 2022).

8. Kepercayaan Masyarakat/Kepercayaan Publik

1) Definisi Kepercayaan Publik

Kepercayaan merupakan hal yang penting untuk membangun hubungan dengan teman atau kenalan. Kepercayaan juga mempunyai elemen kesuksesan dalam hubungan berbisnis, hubungan profesional, dan hubungan kerja (Lewicki & Bunker, 2012). Membangun kepercayaan dimulai dengan menghormati dan menerima kepercayaan itu, yang melibatkan rutinitas sehari-hari dan praktik terus-menerus (Solomon, Robert, 2001).

Kepercayaan publik adalah keyakinan masyarakat untuk percaya (trust) terhadap kekuasaan pemerintah dalam menerapkan kebijakan yang telah ditetapkan sesuai dengan kepentingan publik (Haning et al., 2018). Kepercayaan publik terhadap pemerintah dapat diartikan sebagai segala hal berupa tindakan atau sikap yang dimana terdapat rasa saling memahami dan percaya antara masyarakat dan pemerintah beserta para pejabat pemerintahan untuk mendapatkan administrasi yang sah (Putra, 2017).

Kepercayaan publik diterjemahkan menjadi perasaan positif terhadap birokrasi dan para pejabatnya. Kepercayaan positif ini berbentuk kebahagiaan, kenyamanan, dukungan terhadap pemerintah dan partisipasi dalam pelaksanaan kegiatan sebagai umpan balik dan pendapat setiap kali kebijakan dikeluarkan. Oleh karena itu, kepercayaan publik merupakan elemen penting dalam pengelolaan negara (Arsyad, 2021).

2) Dimensi Kepercayaan Publik

Kepercayaan sosial, seperti yang dijelaskan oleh berbagai ahli, dapat dipersepsikan secara berbeda tergantung pada perspektif yang digunakan. Oleh karena itu, dalam mengukur tingkat kepercayaan sosial perlu dijelaskan dimensi-dimensinya. Yakni, dimensi kognitif, dimensi afektif dan dimensi perilaku (Dwiyanto, 2011) Ketiga dimensi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

a) Dimensi Kognitif

Dimensi ini diartikan bahwa warga negara akan selalu mempercayai pemerintah ketika masyarakat dapat berpartisipasi dalam berbagai kebijakan yang telah ditetapkan oleh

pemerintah. Dengan intensitas interaksi yang tinggi antara masyarakat dengan pemerintah, maka akan terbentuk suatu pengetahuan kognitif yang positif. Intensitas interaksi yang tinggi ini dapat terbentuk jika pemerintah dan aparatnya bersikap terbuka, mudah mengakses informasi dan memberikan kesempatan kepada warga negara untuk berpartisipasi dalam pembuatan kebijakan (Ibrahim, 2021).

Ketika masyarakat mempercayai pemerintah dan para pejabatnya, maka tindakan adalah keputusan kognitif. Mereka bersedia menyerahkan nasib mereka kepada pemerintah. Yang memandu mereka dalam mengambil keputusan ini adalah berdasarkan tindakan pemerintah dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Dengan pengetahuan kognitif yang dimiliki oleh masyarakat, pemerintah dan aparatnya akan semakin diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Namun, bagi masyarakat yang memiliki sedikit interaksi dengan pemerintah, mereka akan tetap memiliki pengetahuan kognitif yang diperoleh melalui positioning politik mereka, mendapatkan sosialisasi dan mungkin juga karena status sosial ekonomi yang tinggi (Putra, 2017).

b) Dimensi Afeksi

Dimensi afektif merujuk pada perasaan atau emosi seseorang dimana terdiri dari reaksi emosional terhadap suatu objek yang diperhatikan. Pada dimensi afeksi menunjukkan bahwa hubungan emosional masyarakat dengan pemerintah ditandai dengan sikap politik masyarakat. Reaksi emosional berhubungan dengan kepercayaan terhadap suatu objek apakah itu merupakan hal yang baik atau tidak baik, bermanfaat atau tidak bermanfaat, positif atau negatif. Ketika keterikatan emosional telah tercipta antara masyarakat dengan sistem pemerintahan, maka secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap tingkat kognisi dan afektif dari kepercayaan public (Chaerunisa, 2022).

c) Dimensi Perilaku

Kepercayaan publik dibentuk oleh kinerja pemerintah saat ini. Kepercayaan institusional atau organisasional terjadi ketika respon terhadap pemerintah positif. Perilaku ini menyangkut tiga hal (Arsyad, 2021), yaitu:

- 1) Pemenuhan kebutuhan masyarakat adalah karena kepentingan pemerintah
- 2) Kepentingan masyarakat dikelola dengan baik oleh pemerintah dan aparat pemerintah
- 3) Janji dan komitmen yang dibuat kepada masyarakat harus ditepati.

Kepercayaan dapat dilihat sebagai variabel interdisipliner yang telah digunakan untuk meneliti berbagai kerangka kerja keilmuan, termasuk politik. Para ahli yang telah mempelajari kepercayaan telah merujuk pada tiga elemen kunci, yaitu orang kepercayaan, prinsipal, dan kepercayaan yang menentukan kualitas hubungan kepercayaan antara orang kepercayaan dan prinsipal. Hubungan kepercayaan merupakan hubungan interpersonal yang dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel (Adinugroho, 2021).

9. Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Pandemi Covid-19

a) Kebijakan Pemerintah

Menanggapi ancaman yang disebabkan oleh pandemi global ini, banyak pemerintah mengambil langkah-langkah untuk mengurangi peningkatan jumlah kasus yang dikonfirmasi dan penyebaran epidemi. Pemerintah memainkan peran penting dalam mengendalikan keadaan darurat publik. meneliti intervensi yang dilakukan oleh pemerintah di berbagai negara pada bulan-bulan sebelum Covid-19; di 84 negara, berbagai inisiatif diimplementasikan untuk memastikan ketersediaan air, sanitasi, dan kebersihan untuk semua, dan pihak berwenang berusaha memberikan dukungan teknis dan keuangan kepada penyedia layanan. Pemerintah dalam melakukan pekerjaan yang baik dalam mengendalikan wabah dengan mengadopsi tindakan karantina yang ketat pada awal wabah, termasuk pembatasan pertemuan, penutupan transportasi, dan karantina komunitas wajib. tanggapan tradisional terhadap tindakan kesehatan masyarakat seperti seperti isolasi, karantina, dan isolasi masyarakat memainkan peran kunci dalam pengendalian Covid-19 sebelum vaksin dikembangkan (Ma et al., 2023).

Berbagai kebijakan pemerintah selama masa pandemi yang telah di implementasikan untuk mencegah penularan Covid-19, yaitu (Tuwu, 2020):

- a. (*Stay at Home*), untuk tetap berada dalam rumah selama covid.
- b. (*Social Distancing*), dimana masyarakat diminta untuk tetap menjaga jarak selama berkegiatan diluar rumah.
- c. (*Physical Distancing*), dimana masyarakat di anjurkan untuk menjaga jarak fisik,
- d. Penggunaan masker selama berkegiatan di luar rumah dan bertemu orang lain
- e. Menjaga PHBS (prilaku hidup bersih dan sehat) selama pandemi
- f. Bekerja dan belajar di anjurkan untuk melakukannya dari rumah.

- g. Tidak melakukan perkumpulan dengan banyak orang
- h. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB);
- i. Berlakunya new normal oleh pemerintah

b) Kebijakan Pemulihan Ekonomi

Pemerintah Indonesia telah berupaya untuk menangani pandemi Covid-19 dengan memulai langkah-langkah yang diperlukan seperti memperketat kegiatan masyarakat dan meningkatkan alokasi untuk mengakomodasi sektor kesehatan dan perlindungan sosial bagi warga yang terdampak. Pemerintah Indonesia menerapkan Program PEN (Program Pemulihan Ekonomi Nasional) sebagai instrumen utama. APBN 2021 mengalokasikan Rp 699,43 triliun untuk program PEN, meningkat dari Rp 695,2 triliun pada tahun 2020. Dukungan tambahan diberikan untuk sektor kesehatan dan kebutuhan perlindungan sosial (Putera et al., 2022).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 23 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional melalui kebijakan fiskal Kementerian Keuangan Republik Indonesia dan kebijakan moneter Bank Indonesia serta Dukungan Kebijakan Keuangan Nasional dalam Rangka Pengendalian Penyakit Virus Corona Tahun 2019 (COVID-19), Bank Indonesia melakukan beberapa kebijakan sebagai berikut. Bank Indonesia melakukan kebijakan moneter dari Februari hingga Juni 2020, Bank Indonesia mengambil kebijakan untuk menghadapi risiko Covid-19 terhadap perekonomian dan mendorong pemulihan ekonomi nasional, dan kebijakan tersebut memiliki enam aspek (Bank Indonesia, 2023):

- a. Suku bunga kebijakan moneter diturunkan sebagai upaya menjaga stabilitas ekonomi.
- b. Bank Indonesia tetap mempertahankan penurunan suku bunga moneter (BI7DRR) Hal ini dilakukan dalam ketidakpastian keuangan global untuk menjaga stabilitas perekonomian nilai tukar uang.
- c. Stabilitas dan apresiasi nilai tukar rupiah telah menguat karena adanya peningkatan intervensi di pasar berjangka domestik (DNDF) dan pasar spot.
- d. Perluasan instrumen dan transaksi di pasar uang dan pasar valuta asing.
- e. Menyuntikkan likuiditas dalam jumlah besar (quantitative easing) ke pasar uang dan perbankan untuk menstimulasi pembiayaan dunia usaha dan pemulihan ekonomi domestik.

Kebijakan makroprudensial untuk mendorong bank membiayai bisnis dan perekonomian serta menyediakan likuiditas kepada bank untuk merestrukturisasi pinjaman

kepada UKM dan usaha mikro yang memiliki pinjaman dari lembaga keuangan. Menjaga sistem pembayaran, baik tunai maupun non-tunai, untuk mendukung transaksi ekonomi dan keuangan.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 23/2020 tentang pelaksanaan program PEN, bagian pemerintah dialokasikan untuk bantuan likuiditas kepada bank yang melakukan restrukturisasi kredit atau penambahan kredit/modal kerja. Dana ini akan disimpan di bank-bank yang berpartisipasi.

Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), PEN adalah rencana yang dikembangkan oleh Kementerian Keuangan berdasarkan PP 23/2020, dengan tujuan utama untuk mengatasi penurunan kegiatan usaha formal dan informal masyarakat dan memitigasi dampak Covid-19 terhadap perekonomian Modal untuk program PEN dibiayai dari APBN, investasi dana, penjaminan, penyertaan modal negara dan penyertaan modal pemerintah. Program PEN dibiayai dari APBN, investasi dana, penjaminan, penyertaan modal negara dan penyertaan modal pemerintah. Investasi Pemerintah menanggapi krisis kesehatan serta program PEN untuk mengatasi penurunan aktivitas penduduk dan memastikan bahwa sektor-sektor ekonomi seperti sektor informal dan UKM terkena dampaknya (Keuangan, 2020).

Secara total, pelaksanaan program Covid-19 dan PEN akan mencapai 579,8 T (83,4% dari total), dengan 34T sisanya, termasuk 66,7 T dukungan proyek dari Bank Dunia dan 50,9 T yang akan direalokasikan untuk langkah-langkah kesehatan dan PEN lainnya pada tahun 2021, untuk membatasi defisit menjadi 6,09% dari PDB. Secara umum rincian realisasi program PEN, adalah sebagai berikut (Kemenangan & Setiawan, 2021):

a. Kesehatan.

Realisasi sementara setelah dikurangi pengeluaran Silpa sebesar Rp4,707 miliar untuk program imunisasi, untuk tahun 2021 sebesar Rp6,351 miliar yang akan digunakan insentif bagi tenaga kesehatan dan pengeluaran intervensi untuk mengatasi 19 penyebab (infrastruktur, biaya klaim, dan vaksin). Hal ini berdampak pada volume imunisasi di Indonesia untuk tahun 2021, karena volume imunisasi akan meningkat secara signifikan.

b. Perlindungan sosial.

Realisasi Rp220,39 juta untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan ketimpangan yang meningkat, dengan sasaran KPM, pekerja terdampak, peserta dan siswa dalam DTKS. Selain itu, inklusi keuangan melalui rekening bank atau rekening ponsel meningkat karena adanya

penyaluran berbagai bantuan (monitoring PKH, kartu sembako dan BST oleh Sekretariat Kelompok Pengelola Bansos Nontunai). Hal ini dibuktikan dengan adanya penambahan rekening pada program Kartu Prakerja, Bansos Tunai, dan pendampingan dalam penyaluran tambahan gaji (honorarium, guru).

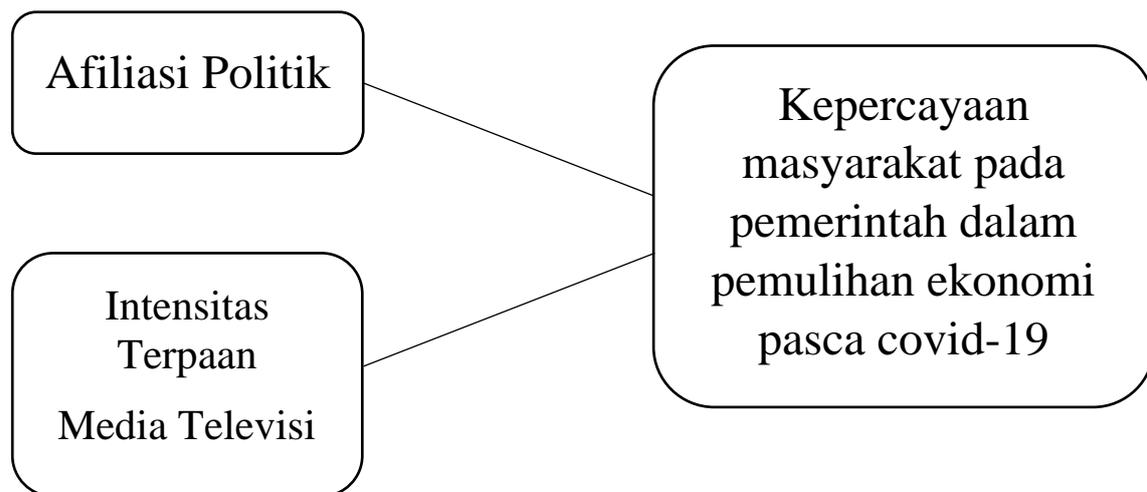
c. K/L sektoral dan pemerintah daerah

Realisasi sebesar Rp66,59 triliun untuk memberikan bantuan kepada pemerintah daerah dan K/L dalam proses pemulihan ekonomi, termasuk bantuan untuk pariwisata, K/L padat karya, rehabilitasi DID, DAK fisik, dan *food real estate*.

d. Bantuan untuk usaha kecil dan menengah.

Realisasi Rp112,44 triliun untuk mendukung permodalan dan arus kas kepada UKM agar dapat bertahan dan keluar dari masa pemulihan ekonomi.

H. Kerangka Pemikiran



Bagan 1.1. Kerangka Pemikiran

I. Definisi Konseptual

1) Afiliasi Politik

Afiliasi politik dapat didefinisikan sebagai keanggotaan atau partisipasi seseorang dalam suatu kelompok yang mendukung suatu kebijakan tertentu. Afiliasi politik membantu masyarakat mengembangkan rasa kebersamaan dan kedewasaan politik sehingga mereka dapat menggunakan hak-hak politiknya secara bebas dan bertanggung jawab dalam berbagai kegiatan politik, termasuk partisipasi dalam partai politik dan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik (Hendrik, 2010).

2) Media Televisi

Terpaan media dalam sistem komunikasi, Berfungsinya media dalam sistem komunikasi tidak hanya menjadi masalah bagi orang-orang yang memiliki pengalaman dengan keberadaan media informasi. Namun juga mengenai apakah masyarakat dapat menerima berbagai informasi dan pesan yang disampaikan oleh media informasi tersebut. Terpaan media dapat diartikan dalam penggunaan media oleh khalayak, yang ditentukan oleh frekuensi, lama waktu dan perhatian yang dihabiskan di media yang berbeda, format media, bentuk konten informasi dalam media yang digunakan, dan interaksi antara khalayak dengan konten informasi yang digunakan melalui media massa secara keseluruhan (Durhan & Tahir, 2021).

3) Kepercayaan Masyarakat/Publik

Kepercayaan publik adalah sikap positif masyarakat terhadap birokrasi dan aparatnya. Perasaan positif terhadap kepercayaan ini dapat berupa kepuasan terhadap pemerintah, kesenangan, dukungan dan partisipasi dalam pelaksanaan kegiatan, serta umpan balik dan pendapat terhadap semua kebijakan. Oleh karena itu, kepercayaan publik merupakan komponen penting dalam administrasi publik. Dalam menjalankan pemerintahan, pemerintah perlu menjalin hubungan yang konstruktif dengan masyarakat dan mendapatkan kepercayaan mereka agar dapat menjalankan kegiatan pemerintahan secara efektif (Arsyad, 2021).

J. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang dibuat oleh peneliti untuk istilah-istilah yang muncul dalam masalah yang diteliti untuk menstandarisasi pemahaman peneliti dan partisipan dalam penelitian. (Sanjaya, 2013). Berikut Definisi Operasional yang telah dirumuskan:

Tabel 1.2 Definisi Operasional

No.	Variabel	Indikator	Operasional
1.	Afiliasi Politik	<i>Defensive</i>	<ol style="list-style-type: none">Responden mendukung partai politik koalisi pemerintah.Responden merupakan anggota partai politik koalisi pemerintah.Responden mendukung partai politik koalisi pemerintah yang mendukung kebijakan pemerintah selama Covid-19.
		<i>Offensive</i>	<ol style="list-style-type: none">Responden bergabung dengan ormas atau partai politikResponden mendukung partai oposisiResponden lebih percaya berita Covid-19 yang disampaikan oleh tenaga kesehatan jika pendapatnya dengan pemerintah berbeda
2.	Intensitas Terpaan Media Televisi	Durasi	<ol style="list-style-type: none">Berapa lama waktu yang digunakan responden dalam mendapatkan berita mengenai Covid-19 di Televisi.Berita Covid-19 di Televisi diberitakan secara aktual (tepat waktu)

			<ul style="list-style-type: none"> c. Responden mendapatkan informasi mengenai Covid-19 secara keseluruhan dari awal sampai akhir
		Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> a. Responden sering memperhatikan informasi tentang Covid-19 di Televisi b. Responden sering mendapatkan informasi Covid-19 di Televisi c. Responden sering mencari informasi tentang Covid-19 dari berbagai saluran di Televisi.
		Atensi	<ul style="list-style-type: none"> a. Responden mencari informasi mengenai Covid-19 di Televisi. b. Responden mengakses informasi tentang Covid-19 di Televisi. c. Responden memahami info tentang Covid-19 di Televisi. d. Responden beranggapan berita Covid-19 di Televisi tentang jumlah korban dan penerapan protokol Kesehatan sesuai dengan fakta. e. Responden beranggapan berita Covid-19 di Televisi tentang jumlah korban sesuai dengan fakta.
3.	Kepercayaan Masyarakat/Publik	Dimensi Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> a. Responden mempercayakan penanganan Covid-19 kepada pemerintah b. Responden percaya bahwa pemerintah dapat meningkatkan perekonomian Indonesia yang sempat terpuruk saat Covid-19 c. Responden percaya bahwa pemerintah terbuka dalam melakukan pengelolaan dana darurat penanganan Covid-19
		Dimensi Afeksi	<ul style="list-style-type: none"> a. Responden mendukung setiap program pencegahan dan penuntasan Covid-19 yang di canangkan pemerintah

	b. Responden mendukung program pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19
Dimensi Perilaku	a. Responden percaya pejabat pemerintah tidak melakukan penyelewangan kekuasaannya dalam menangani kasus b. Responden percaya bahwa kebijakan pemulihan ekonomi pemerintah dapat membantu perekonomian rumah tangga yang terdampak Covid-19 c. Responden percaya pada pemerintah dimana sampai saat ini telah memberikan beberapa kebijakan yang meringankan beban masyarakat

K. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara pada masalah yang menjadi objek dalam penelitian. Berdasarkan penjabaran diatas, maka peneliti memberikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ho₁ : Tidak ada pengaruh afiliasi politik terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

Ho₂ : Tidak ada pengaruh intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

Ho₃ : Tidak ada pengaruh afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

H₁ : Ada pengaruh afiliasi politik terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

H₂ : Ada pengaruh intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

H₃ : Ada pengaruh afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19.

L. Metode Penelitian

I. Jenis Penelitian

Metode deskriptif dan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, yang menurut Arikunto adalah penelitian yang mengumpulkan informasi mengenai keadaan gejala yang ada, yaitu keadaan pada saat penelitian dilakukan (Arikunto, 2013).

II. Lokasi dan Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013) Objek adalah nilai, poin atau ukuran yang berbeda untuk entitas ataupun individu yang berbeda atau konsep yang memiliki lebih dari satu nilai. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta serta menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner dan studi dokumen.

III. Waktu Penelitian

Penelitian ini membutuhkan kurang lebih selama ± 9 bulan, terhitung dengan proses pengerjaan dan selesainya penelitian tersebut.

IV. Metode Pengumpulan Data

➤ Kuesioner

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian untuk melaksanakan kegiatan penelitian terutama melibatkan pengukuran dan pengumpulan data dalam bentuk kuesioner, formulir observasi, dan lain-lain (Sugiyono, 2019). Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang disusun untuk memperoleh data yang ingin dikumpulkan oleh peneliti.

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk mengumpulkan informasi untuk dijawab oleh responden. Kuesioner mirip dengan wawancara, kecuali dilakukan secara tertulis. (M. Makbul, 2021). Kuesioner dilakukan dengan cara penulis membuat beberapa pertanyaan, lalu akan disebarakan untuk dijawab oleh responden. Setiap pertanyaan yang tertera akan berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dari penelitian sebelumnya dan kuesioner yang di buat sendiri oleh peneliti yang di gabungkan menjadi satu dalam penelitian ini di karenakan beberapa variabel yang berbeda dalam tiap penelitian sebelumnya. Adapun kuesioner penelitian sebelumnya untuk mengukur kepercayaan publik yang digunakan ialah kuesioner dari penelitian oleh Mufti, M., Asep Sahid Gatara, H. A., Si, M., Afrilia, A., & Mutiarawati, R. (2020). Dengan judul penelitian “Analisis Pengukuran Tingkat Kepercayaan Publik terhadap Pemerintah: Kekuatan bagi Penanganan Covid-19 Berbasis Masyarakat”. Sedangkan untuk karakteristik, afiliasi politik dan intensitas terpaan media responden di buat sendiri oleh peneliti.

Kuesioner dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali mengenai kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca covid dengan variabel yang akan diteliti yaitu afiliasi politik responden dan intensitas penggunaan media untuk mendapatkan informasi mengenai Covid-19 oleh responden. Peneliti mendistribusikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian dan meminta izin secara individual untuk mengkonfirmasi ulang kesesuaian dengan kriteria penelitian. Jika kriteria

terpenuhi, responden mengisi formulir persetujuan dan kuesioner tentang keamanan dan kerahasiaan data responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini aman dan hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian. Kuesioner didistribusikan dengan menggunakan google form yang di bagikan secara online. Dimana responden dalam penelitian ini terdapat 400 responden yang terbagi dari beberapa responden tiap kabupaten yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tabel. 1.3 Tabel skala likert Kuesioner Penelitian

Keterangan	Skor
Sangat tidak setuju (sts)	1
Tidak setuju	2
Kurang setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan poin tertinggi adalah 5 dan poin terendah adalah 1. Skala ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur pendapat, sikap dan persepsi responden mengenai fenomena sosial yang telah di tetapkan oleh peneliti secara spesifik atau di sebut dengan variabel penelitian.

Tabel 1.4 Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel
Afiliasi Politik	X1.1	0,759	0,3120
	X1.2	0,767	0,3120
	X1.3	0,802	0,3120
	X1.4	0,510	0,3120
	X1.5	0,799	0,3120
	X1.6	0,874	0,3120
	X1.7	0,651	0,3120
Intensitas Terpaan Media Televisi	X2.1	0,560	0,3120
	X2.2	0,605	0,3120
	X2.3	0,766	0,3120
	X2.4	0,894	0,3120
	X2.5	0,946	0,3120
	X2.6	0,887	0,3120
	X2.7	0,882	0,3120
	X2.8	0,701	0,3120
	X2.9	0,855	0,3120
	X2.10	0,877	0,3120
	X2.11	0,784	0,3120
	X2.12	0,668	0,3120
Kepercayaan Masyarakat	Y1	0,918	0,3120
	Y2	0,885	0,3120
	Y3	0,864	0,3120
	Y4	0,896	0,3120
	Y5	0,939	0,3120
	Y6	0,969	0,3120
	Y7	0,961	0,3120
	Y8	0,844	0,3120
	Y9	0,921	0,3120
	Y10	0,950	0,3120
	Y11	0,936	0,3120

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa tiap item pertanyaan R hitung > dibandingkan R tabel, sehingga item pertanyaan dikatakan valid.

Tabel 1.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan	Kriteria
Afiliasi Politik (X1)	0,863	>0,6	Reliabel
Intensitas Terpaan Media Televisi (X2)	0,932	>0,6	Reliabel
Kepercayaan Masyarakat (Y)	0,957	>0,6	Reliabel

Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang dilakukan terhadap 40 responden (n=40) diukur dengan menggunakan program SPSS versi 25. Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan R-tabel dengan uji dua sisi, $DF=N-2$, pada tingkat signifikansi 5%, sehingga diperoleh nilai R-tabel sebesar 0,3120, karena derajat kebebasan (df) = $N-2 = 40-2 = 38$. Berdasarkan analisis yang dilakukan, Tabel 1.4 dihasilkan sebagai pemeriksaan validitas dan Tabel 1.5 sebagai pemeriksaan reliabilitas.

➤ Studi Dokumen

Menurut (Nawawi, 2015) Metode penelitian studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemilahan dan pengklasifikasian sumber-sumber dokumen yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian, dan sumber-sumber tersebut dapat berupa dokumen, buku, koran, jurnal, dan lain-lain. Dengan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa metode analisis dokumen adalah metode pengumpulan data yang membutuhkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dianalisis.

Studi dokumen dalam penelitian ini bersumber dari berbagai hasil penelitian sebelumnya, jurnal internasional dan nasional, literatur atau buku-buku pendukung penelitian dan dari data-data yang ada diantaranya data jumlah penduduk yang di ambil dari studi dokumen yang dikeluarkan oleh BPS (Badan Pusat Statistik).

V. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Populasi adalah sekumpulan elemen yang berfungsi sebagai area generalisasi. Pendekatan praktis untuk penelitian adalah dengan menyertakan "sampel" yang merupakan bagian dari populasi ini. Seluruh populasi kadang-kadang disebut "populasi target" dan populasi sampel kadang-kadang disebut "populasi studi." Ketika melakukan penelitian, harus mempertimbangkan sampel yang serepresentatif mungkin dengan populasi target, dengan kesalahan sesedikit mungkin dan tidak ada gangguan atau ketidaklengkapan. Proses pemilihan populasi sampel dari populasi target disebut "metode pengambilan sampel" (Sugiyono, 2019). Adapun Populasi di Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 2.741.016 orang.

Tabel 1.6 Jumlah Populasi Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

JUMLAH PENDUDUK BERDASARKAN WILAYAH DIY											
KLP. UMUR	SLEMAN		KULON PROGO		BANTUL		GUNUNG KIDUL		YOGYAKARTA		TOTAL
	LK	PR	LK	PR	LK	PR	LK	PR	LK	PR	
15-19	43.139	41.184	16.322	15.629	36.719	34.982	26.362	25.023	15.123	14.802	269.285
20-24	46.235	44.591	16.662	16.126	36.368	36.394	27.636	25.988	16.584	16.941	283.525
25-29	43.210	42.759	15.990	15.510	36.809	37.277	27.709	26.128	15.074	14.527	274.993
30-34	42.763	43.029	15.291	15.049	38.927	38.619	25.744	24.502	14.115	13.979	272.018
35-39	42.301	42.859	14.925	15.220	38.131	37.951	25.198	24.771	13.339	13.522	268.217
40-44	42.670	43.944	15.232	15.411	37.615	37.094	25.275	25.273	12.971	13.849	269.334
45-49	40.750	41.495	14.960	15.137	34.959	35.460	26.203	27.743	12.671	13.542	262.920
50-54	37.193	38.797	15.047	15.508	33.513	34.382	25.680	27.297	11.606	13.076	252.099
55-59	32.054	34.189	14.075	14.837	30.902	31.974	23.451	25.417	11.361	12.722	230.982
60-64	26.638	29.002	12.115	12.972	25.824	26.887	21.227	23.993	9.266	10.746	198.670
65-69	20.567	22.985	9.610	10.996	18.772	19.586	18.659	20.804	7.191	9.803	158.973
JUMLAH	417.520	424.834	160.229	162.395	368.539	370.606	273.144	276.939	139.301	147.509	2.741.016
TOTAL	842.354		322.624		739.145		550.083		286.810		

Sumber: *Data Sekunder, 2023 (BPS)*

B. Sampel

Sampel digunakan untuk memastikan bahwa anggota populasi penelitian mencerminkan populasi sumber dan target, termasuk pengambilan sampel probabilitas dan non-probabilitas. Kekuatan dan ukuran sampel digunakan untuk menentukan jumlah subjek yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Karakteristik individu yang termasuk dalam populasi sampel harus didefinisikan dengan jelas untuk menentukan kelayakan partisipasi dalam penelitian dan meningkatkan daya (Spolarich, 2023).

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih secara acak untuk mewakili populasi yang digunakan sebagai sampel. Untuk menentukan besarnya sampel maka digunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 5%.

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

Keterangan:

N	=	Jumlah populasi
n	=	Jumlah sampel
e	=	Nilai batas ketelitian (0,5)²

Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{2.741.016}{1 + 2.741.016 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{2.741.016}{1 + 2.741.016 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{2.741.016}{1 + 6,852,54}$$

$$n = \frac{2.741.016}{6,852,54}$$

$$n = 399,9416 \text{ responden}$$

$$n = 400 \text{ responden}$$

Untuk menentukan sampel dari masing-masing bagian, digunakan rumus cluster Random Sampling sebagai berikut (Sugiyono, 2012):

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

Kemudian, di dapatkan besarnya sampel per cluster, dengan menggunakan rumusan sebagai berikut:

$$ni = fi \times n$$

Keterangan:

Fi = Sampel pecahan cluster

Ni = Jumlah populasi perwilayah

ni = Nilai cluster populasi

N = Jumlah populasi seluruh

n = Jumlah anggota yang dimasukkan dalam sampel

Maka dari itu, sampel dalam penelitian ini adalah 400 orang dengan rincian sebagai berikut:

$$s\text{ampel} = \frac{\text{jumlah populasi tiap Kabupaten}}{\text{jumlah total populasi DIY}} \times 400$$

Tabel 1.7 Jumlah Sampel tiap Kabupaten

Nama Kabupaten	Jumlah Populasi	Sampel
Sleman	842.354	123
Kulon Progo	322.624	47
Bantul	739.145	108
Gunung Kidul	550.083	80
Yogyakarta	286.810	42
DIY	2.741.016	400

Adapun kriteria inklusi dan eksklusi dari sampel yang diambil. Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah:

- 1) WNI usia 17-65 tahun
- 2) Mengetahui Politik.
- 3) Bersedia menjadi responden.

VI. Teknik Sampling

Teknik sampling digunakan ketika membuat kerangka sampling hampir tidak mungkin dilakukan karena ukuran populasi yang besar. Dalam metode ini, populasi dibagi berdasarkan lokasi geografis menjadi beberapa klaster. Daftar semua klaster dibuat dan peneliti menarik sejumlah klaster secara acak untuk dimasukkan. Metode ini disebut multistage karena seleksi dilakukan dengan dua tahap: pertama, pemilihan cluster yang memenuhi syarat, kemudian, pemilihan sampel dari individu-individu dalam cluster tersebut. Dimana sampel di pilih dari

perwakilan 5 kabupaten yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh karena itu, penulis memilih teknik cluster sampling agar sampel yang di pilih dapat mewakili populasi tiap daerah di Daerah Istimewa Yogyakarta (Sugiyono, 2016).

VII. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data terkumpul dari responden dan sumber data lainnya. Analisis data meliputi, antara lain, pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, penyajian data untuk setiap variabel yang dianalisis, melakukan perhitungan untuk menjawab pertanyaan, dan melakukan uji statistik.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menentukan apakah kumpulan data terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, digunakan uji sebaran dan uji kemencengan. Pada uji skewness-kemuncingan, data dapat dikatakan normal jika nilai distribusi antara statistik dan d kurang dari 1,96: $\text{Std_Error} -1,96 < \text{nilai Kurtosis} > 1,96$.

b. Uji multikolinearitas

Uji ini merupakan salah satu bentuk pengujian asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinieritas adalah asumsi bahwa variabel-variabel bebas tidak boleh saling berkorelasi. Multikolinearitas terjadi apabila terdapat hubungan atau korelasi antara beberapa atau semua variabel independen. Nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF) digunakan untuk memeriksa adanya multikolinieritas. Nilai VIF merupakan nilai yang di gunakan untuk mengetahui seberapa besar korelasi antara variabel afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji hipotesis ini mengasumsikan bahwa varians dari residual dalam analisis regresi tidak sama untuk satu observasi. Jika varians dari residual sama dari satu observasi ke observasi berikutnya, maka hal ini disebut kointegrasi dinamis. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah varians dan residual tidak sama untuk semua pengamatan pada suatu model regresi. Jika data tersebar di sekitar angka nol (0 pada sumbu y) dan tidak membentuk suatu pola atau trend tertentu, maka model regresi dikatakan menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

1. Uji Hipotesis

Setelah uji normalitas dan linearitas hubungan data dilakukan, selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis. Adapun uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t ini dimanfaatkan untuk mengetahui pengaruh secara individu dari independen yang terdiri dari afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi. Variabel dependen yaitu kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19. Dengan kata lain uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh afiliasi politik terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19. Dan untuk mengetahui pengaruh intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19. Dalam regresi linier, uji-t adalah teknik pengujian hipotesis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang berkaitan dengan linearitas hubungan antara variabel independent dan variabel dependent yang berbeda (Riduwan & Sunarto, 2014).

- “Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka hipotesis ditolak, artinya variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)”.
- “Jika nilai t -hitung $<$ t tabel maka hipotesis diterima, artinya variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)”.

b. Uji F (uji simultan)

Dalam penelitian ini, uji hipotesis secara simultan dirancang untuk menilai besarnya pengaruh secara bersama-sama antara afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan publik. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{tabel} dan F_{hitung} pada tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$), jika $F_{\text{hitung}} >$ nilai F_{tabel} maka variabel independen dianggap sebagai variabel yang berpengaruh terhadap variabel dependent.

- “Jika nilai F hitung $>$ F tabel maka hipotesis ditolak, artinya secara bersama-sama variabel independen (X) tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)”.

- “Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen (X) tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)”.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat kemampuan independen mempengaruhi atau seberapa erat pengaruhnya terhadap ketergantungan. Koefisien R yang disesuaikan yang biasanya digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh ketika dua atau lebih faktor independen digunakan dalam sebuah regresi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi terhadap kepercayaan masyarakat pada pemerintah dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19 di Indonesia.

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi, yaitu proporsi pengaruh afiliasi politik (X1), intensitas terpaan media (X2) dan kepercayaan sosial (Y). Menurut (Sugiyono., 2017), analisis koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Data yang terkumpul akan diolah dengan menggunakan regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu afiliasi politik dan intensitas terpaan media televisi, terhadap variabel dependen, yaitu kepercayaan publik terhadap pemerintah pasca reformasi 19 Maret. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Analisis deskriptif dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik responden, antara lain: jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendidikan.
- 2) Analisis regresi linier berganda adalah teknik matematika yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara beberapa variabel prediktor independen dan variabel hasil dependen tunggal (Sugiyono, 2019):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepercayaan masyarakat
- a = Bilangan Konstanta
- b1 = Koefisien regresi afiliasi politik
- b2 = Koefisien regresi intensitas menerpa media
- X1 = Afiliasi Politik
- X2 = Intensitas menerpa media
- e = Faktor Kesalahan