

PENGARUH INTERNET DAN MEDIA KONVENSIONAL TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG ISU SOSIAL

Kusnanto¹⁾, Candra Gudiato²⁾, Blasius Manggu³⁾, dan Benedhikta Kikky Vuspitasari⁴⁾

^{1,2}Teknologi Informasi, Institut Shanti Bhuana

³Kewirausahaan, Institut Shanti Bhuana ⁴Manajemen, Institut Shanti Bhuana

^{1,2,3,4}Jl. Jalan Bukit Karmel SeboPET No.1, Suka Bangun, Bengkayang, Bengkayang Kalimantan Barat 79211

E-mail : kusnanto@shantibhuana.ac.id¹⁾, candra.gudiato@shantibhuana.ac.id²⁾, Blasius@shantibhuana.ac.id³⁾, Benedhikta Kikky Vuspitasari@shantibhuana.ac.id⁴⁾

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan media telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan informasi. Penelitian ini membandingkan pengaruh internet dan media konvensional terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial. Dalam sampel 150 responden dari berbagai kelompok demografi, melalui pengumpulan data melalui kuesioner, analisis regresi linear digunakan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kedua platform secara signifikan memengaruhi persepsi masyarakat tentang isu sosial. Sebagian besar responden menganggap baik internet maupun media konvensional berpengaruh, meskipun terdapat perbedaan dalam kualitas dan akurasi informasi yang diperoleh dari kedua sumber tersebut. Pengaruh media dianggap sebagai faktor yang paling signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat memainkan peran penting dalam pembentukan opini dan kebijakan sosial. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ukuran sampel dan konteks yang lebih luas. Kerja sama antara pemerintah, media, dan masyarakat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial melalui internet dan media konvensional. Regulasi yang tepat dan pendidikan yang kritis juga penting untuk memastikan informasi yang akurat dan pemahaman yang lebih baik. Keterlibatan masyarakat dalam diskusi dan dialog tentang isu-isu sosial dapat memperkaya persepsi dan pemahaman yang lebih luas. Penelitian ini memberikan wawasan tentang peran media dalam membentuk persepsi masyarakat tentang isu-isu sosial yang kompleks dan penting.

Kata Kunci: Media, Persepsi, Isu Sosial, Regulasi, Pendidikan Kritis

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan informasi dan media. (Amalia & Sagita, 2019) Internet dan media konvensional telah menjadi dua bentuk media yang paling dominan dalam menyajikan berita dan informasi kepada masyarakat. (Gani, 2020) Fenomena ini berdampak signifikan terhadap persepsi masyarakat terhadap isu-isu sosial yang sedang berkembang. (Haqqu, 2020)

Isu-isu sosial seperti kemiskinan, lingkungan, hak asasi manusia, dan kesehatan publik menjadi topik yang semakin penting dan relevan dalam kehidupan sehari-hari (Lukito & Fahmi, 2020). Dalam konteks ini, media berperan sebagai saluran utama untuk menyampaikan informasi tentang isu-isu ini kepada masyarakat (Siahaan dkk., 2021). Namun, internet dan media konvensional memiliki karakteristik yang berbeda dalam menyajikan informasi, dan hal ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu sosial tersebut. (F. Zahra dkk, 2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh internet dan media konvensional terhadap persepsi masyarakat mengenai isu-isu sosial. Dengan

menggali lebih dalam, tujuan khususnya adalah untuk menentukan sejauh mana penggunaan internet dan media konvensional dapat membentuk atau memengaruhi pandangan masyarakat terhadap berbagai isu sosial yang sedang berkembang.

Perkembangan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran internet dan media konvensional dalam membentuk opini dan sikap masyarakat terkait isu-isu sosial. Selain itu, penelitian ini diarahkan untuk menyelidiki potensi perbedaan dalam pengaruh antara internet dan media konvensional, serta bagaimana interaksi keduanya dapat membentuk persepsi yang kompleks.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menyampaikan informasi terkait isu-isu sosial melalui media. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan kebijakan yang lebih baik dalam mengelola konten media dan internet, sehingga dapat membentuk persepsi masyarakat yang lebih positif dan berkelanjutan terhadap isu-isu sosial. Melalui pemahaman yang

lebih baik terhadap interaksi antara media, internet, dan persepsi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang berharga bagi pembuat kebijakan, praktisi media, dan peneliti di masa depan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi sosial dan memperkuat partisipasi masyarakat dalam isu-isu sosial. Dalam pengembangan penelitian ini, penting untuk melibatkan metode penelitian yang holistik, seperti survei, wawancara, dan analisis konten, guna menggali persepsi masyarakat secara menyeluruh. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pandangan mendalam terhadap peran media dalam membentuk narasi dan opini publik. Keterlibatan aktif masyarakat dalam proses penelitian dapat meningkatkan validitas temuan, sekaligus memperkaya perspektif yang diperoleh. Kedepannya, penelitian ini dapat merinci dampak media sosial dan platform daring terkini, menyelidiki peran algoritma dan filter bubble dalam membentuk opini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu merancang intervensi positif untuk meningkatkan literasi media masyarakat dan mengoptimalkan manfaat internet dalam membentuk pandangan yang inklusif terhadap isu-isu sosial.

2. RUANG LINGKUP

Aspek penting yang menjadi fokus eksplorasi dampak penggunaan internet dan media konvensional terhadap persepsi masyarakat mengenai isu sosial. (Mualim, 2017) Pertama-tama, penelitian ini memeriksa secara rinci profil responden, mencakup karakteristik demografis seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, dan pekerjaan saat ini. Selanjutnya, fokus diberikan pada pola penggunaan internet, termasuk frekuensi dan durasi penggunaan harian, sejauh mana responden membaca berita isu sosial online, dan apakah mereka berpartisipasi dalam diskusi online. Selain itu, penelitian ini juga mendalami pola konsumsi media konvensional, dengan memeriksa kebiasaan menonton televisi, membaca berita dari media tradisional seperti koran dan majalah, dan apakah responden terlibat dalam diskusi offline tentang isu sosial. Persepsi terhadap pengaruh internet dan media konvensional menjadi fokus analisis, mencakup bagaimana responden menilai dampak keduanya terhadap pandangan masyarakat mengenai isu sosial. (Juanita, 2020)

Melalui perbandingan kualitas informasi, penelitian ini juga menyelidiki pandangan responden tentang perbedaan antara informasi yang diperoleh dari internet dan media konvensional. (Alaslan, 2021) Faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi persepsi masyarakat, seperti pengaruh media, pengalaman pribadi, pendidikan, dan latar belakang sosial, juga menjadi fokus dalam penelitian ini. (Turnip et al., 2020) Terakhir, penelitian mencermati sejauh mana responden

mengakui pentingnya persepsi masyarakat dalam membentuk opini dan kebijakan sosial. Melalui kerangka ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kompleksitas pola perilaku, pandangan, dan faktor-faktor yang turut memengaruhi dalam penggunaan internet dan media konvensional pada persepsi masyarakat mengenai isu-isu sosial.

3. BAHAN DAN METODE

Pada tahap ini akan diuraikan secara lebih rinci teori tentang variabel penelitian serta metode penelitian.

3.1. Persepsi Masyarakat

Persepsi masyarakat, sebagai cara individu atau kelompok memahami, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap informasi atau stimulus dari lingkungan mereka, melibatkan sejumlah konsep kunci. Salah satu konsep utama adalah kognisi, yang mencakup pemahaman dan pengetahuan individu atau kelompok tentang informasi yang mereka hadapi. Kognisi ini mencerminkan bagaimana orang memproses dan memahami informasi dalam pikiran mereka. Afeksi, sebagai aspek emosional dalam persepsi, membawa dimensi perasaan dan tanggapan emosional terhadap informasi atau situasi tertentu. (Jubba, 2021) Sikap, yang mencakup evaluasi positif atau negatif terhadap objek, gagasan, atau situasi, juga merupakan elemen penting dalam membentuk persepsi masyarakat dan dapat memengaruhi perilaku. Keyakinan dan nilai-nilai yang dianut oleh individu atau kelompok turut membentuk kerangka pandang moral dan etika, memengaruhi cara pandang terhadap dunia sekitar. Komunikasi, baik melalui interaksi antarindividu atau kelompok maupun melalui media massa, juga memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu sosial. (Triyaningsih, 2020)

Selanjutnya, perlu diperhatikan bahwa persepsi masyarakat bukanlah entitas statis, melainkan sebuah realitas bersama yang terbentuk di antara anggota kelompok atau komunitas. Realitas bersama ini menciptakan identitas kolektif dan memberikan arah pada cara individu melihat dunia. Pengalaman pribadi memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, dengan pengalaman masa lalu yang membentuk keyakinan, sikap, dan nilai-nilai pribadi yang memengaruhi cara individu melihat dunia. Pembentukan opini dan sikap sosial juga menjadi elemen tak terpisahkan dari konsep persepsi masyarakat, di mana informasi dievaluasi dan dipahami untuk membentuk pandangan bersama. Dinamika kelompok, melibatkan interaksi antaranggota kelompok, konformitas, dan pengaruh sosial, menjadi landasan penting dalam menjelaskan persepsi masyarakat. Perubahan persepsi, terutama dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, atau politik, juga harus diakui sebagai bagian yang tak terpisahkan dari dinamika sosial.

Keterlibatan dalam partisipasi sosial dan pola konsumsi media dan informasi turut membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Dengan memahami konsep-konsep tersebut, dapat diperoleh pemahaman yang lebih holistik dan komprehensif tentang bagaimana masyarakat merespons, membentuk opini, dan memahami isu-isu sosial. Dalam menyusun konsep persepsi masyarakat, terdapat beberapa aspek tambahan yang dapat memberikan gambaran lebih mendalam tentang bagaimana individu atau kelompok membangun pengetahuan dan makna dari informasi yang mereka hadapi. Realitas bersama, sebagai hasil dari persepsi bersama dalam kelompok atau komunitas, mencerminkan kesamaan pandangan terhadap dunia di sekitar mereka. Hal ini memainkan peran penting dalam membentuk identitas kolektif dan dapat memengaruhi cara individu berinteraksi dalam kelompok tersebut.

Peran pengalaman pribadi menjadi lebih menonjol dalam membentuk persepsi individu. (Mualim, 2017) Pengalaman masa lalu menciptakan landasan untuk keyakinan, sikap, dan nilai-nilai yang membentuk perspektif seseorang terhadap dunia. Pembentukan opini dan sikap sosial adalah proses dinamis di mana informasi dievaluasi dan dipahami untuk membentuk pandangan bersama dalam masyarakat. Bagaimana individu merespons informasi dan isu-isu tertentu dapat memengaruhi bagaimana opini dan sikap sosial berkembang. Dinamika kelompok, termasuk interaksi antar anggota kelompok, konformitas, dan pengaruh sosial, membentuk dasar bagi persepsi bersama. Kelompok dapat menciptakan pandangan kolektif yang dapat memengaruhi persepsi individu. Perubahan dalam persepsi masyarakat merupakan hal yang alami dan terjadi seiring waktu, terutama dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, atau politik. Perubahan ini dapat menciptakan ketidakpastian atau pergeseran dalam cara masyarakat melihat dan merespons isu-isu tertentu.

Keterlibatan dalam partisipasi sosial, baik dalam kegiatan politik maupun sosial, dapat membentuk cara individu melihat dunia. (Syahputra & Putra, 2020) Tingkat partisipasi ini juga dapat memengaruhi tingkat keterlibatan dan pemahaman terhadap isu-isu sosial. Pola konsumsi media dan informasi, termasuk sumber berita yang diikuti, juga membentuk persepsi masyarakat. Media massa memegang peran penting dalam membentuk opini masyarakat dan dapat memengaruhi cara individu melihat dan memahami berbagai isu. Dengan memahami konsep-konsep ini, kita dapat lebih baik menggali kompleksitas dan dinamika di balik cara masyarakat mempersepsikan isu-isu sosial. Persepsi masyarakat tidak hanya mencakup pemahaman individu, tetapi juga melibatkan interaksi sosial, nilai-nilai bersama, dan pengaruh lingkungan sekitar. (Qomariah, 2019)

3.2. Pendekatan Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif dengan survei kuesioner. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian di mana pengukuran ditujukan untuk mendapatkan data berbentuk numerik dan diolah dengan menggunakan teknik-teknik statistik. (Supriyanto & Kusumastuti, 2022) Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif karena ingin mengetahui besarnya pengaruh internet dan media konvensional terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial.

Sampel dalam penelitian ini diambil secara acak dari populasi masyarakat yang memiliki akses ke internet dan media konvensional yang tidak memiliki akses internet. (Studi dkk, 2022) Tahapan penelitian meliputi perencanaan, pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial. (Sari & Melany, 2023)

Metode analisis data dilaksanakan dengan; 1. mengelompokkan rata-rata skor jawaban masyarakat pada kuesioner berdasarkan kategori skala Guttman, 2. mencari persentase hasil tanggapan masyarakat, 3. menginterpretasi jawaban masyarakat berdasarkan hasil persentase. Perhitungan kemudian dilakukan dengan menggunakan PASW Statistic 18.

Visibilitas kuesioner penelitian dianalisis reliabilitasnya menggunakan skala Guttman. Skala ini menghasilkan binary berdasarkan jumlah responden yang menjawab pertanyaan dari keseluruhan sampel, sehingga jawaban hanya diberi skor 1. Bilangan adalah sesuatu yang tidak dapat dilihat, ditulis, dibaca dan dikatakan, maka diperlukan adanya simbol ataupun lambang yang digunakan untuk mewakili suatu bilangan yang disebut angka. (Fatimah et al., 2020)

Untuk mendapatkan data perlu adanya persiapan pertanyaan yang dikemas dalam bentuk kuesioner. Ada empat kelompok utama pertanyaan dalam penelitian ini yang didalamnya sudah dijabarkan melalui kuesioner sesuai klasifikasi pertanyaan yaitu: 1. Identitas responden 2. Pengaruh Internet terhadap Persepsi Masyarakat tentang Isu Sosial? 3. Pengaruh Media Konvensional terhadap Persepsi Masyarakat tentang Isu Sosial? 4. Kesimpulan, dimana pertanyaan ini lebih diarahkan pada perbandingan berdasarkan pengalaman responden dari kedua media tersebut Internet, dan Konvensional.

3.3. Penyusunan Kuesioner

Berdasarkan pertanyaan penelitian, selanjutnya adalah menyusun kuesioner dalam bentuk Google Form, dan manual yang diprint out berupa

lembaran kertas.(Sianipar, 2019) Jawaban untuk tiap pertanyaan di sini menyesuaikan dari pertanyaan inti responden diminta untuk menandai salah satu jawabannya masing-masing kategori pertanyaan.(Isnawati et al., 2020) Adapun detail pertanyaan dapat dilihat pada Tabel 1.

4. PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian dibagi dalam beberapa sub bagian, yaitu profil responden, statistik deskriptif, dan faktor-faktor lain.

4.1. Data Responden

Tabel 1 dibawah menunjukkan Informasi Responden Pertama-tama, peneliti mengumpulkan informasi tentang responden. Dalam sampel 150 orang, 98 responden (65,3%) adalah laki-laki dan 52 responden (34,7%) adalah perempuan.

Tabel 1. Rentang Usia Responden

Rentang Usia	Frekuensi	%
< 18 tahun	20	13,3%
19-25 tahun	18	12%
26-35 tahun	41	27,3%
36-45 tahun	43	28,7%
46-55 tahun	13	8,7%
> 56 tahun	15	10%
Total	150	100%

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	98	65,3%
Wanita	52	34,7%
Total	150	100,00%

Sedangkan pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat pada Tabel 2 diatas mengenai tanggapan responden bahwa dari 150 responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki (65,3%).

Tabel 3. Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	%
Sekolah Dasar Sekolah	11	7,3%
Menengah Pertama Sekolah	38	25,3%
Menengah Atas Sekolah	67	44,7%
Diploma	12	8%
Sarjana	17	11,3%
Pascasarjana	5	3,3%

Total	106	100,00%
-------	-----	---------

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden adalah sebagai pelajar SMA (44,7%) dan pelajar SMP (25.3%) Sarjana (17%) Diploma (8%) SD (7%) Sarjana (17%) yang paling kecil pada Pascasarjana (3,3%)

Tabel 4. Pekerjaan Responden

Pekerjaan Saat ini	Frekuensi	%
Mahasiswa	21	14%
Wiraswasta	109	72,7%
Karyawan Swasta	13	8,7%
Pegawai Negeri Sipil	7	4,7%
Total	150	100,00%

Tabel 4 diatas memperlihatkan persentase responden menurut pekerjaan responden saat ini dimana mayoritas responden merupakan Wiraswasta (72,7%). Responden lainnya sebagai mahasiswa (14%), Karyawan Swasta (8,7%), Pegawai Negeri Sipil (4,7).

Tabel 5. Tingkat Kepentingan Pengaruh Internet Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Isu Sosial

Keaktifan Responden dalam Penggunaan internet sehari?	F	%
Kurang dari 1 jam	23	15,3%
1-3 jam	20	13,3%
3-5 jam	75	50%
5 jam ke atas	32	21,3%
3 bulan terakhir, dalam membaca berita dari internet tentang isu social?	F	%
Tidak pernah	19	12,7%
Kurang dari 5 kali	24	16%
5-10 kali	46	30,7%
11-20 kali	44	29,3%
Lebih dari 20 kali	17	11,3%
Berpartisipasi dalam diskusi online tentang isu sosial?	F	%
Tidak pernah	89	59,3%
Jarang	21	11,3%
Kadang-kadang	12	11,3%
Sering	23	11,3%
Selalu	5	11,3%
Internet memiliki	F	%



pengaruh terhadap persepsi Masyarakat tentang isu sosial?		
Sangat berpengaruh	102	68%
Berpengaruh	33	22%
Tidak berpengaruh	5	1,5%
Tidak tahu	10	6,7%

Tabel 5 diatas menunjukkan seberapa sering responden menggunakan internet dalam sehari? Mayoritas responden (75 orang atau 50%) menggunakan internet selama 3-5 jam per hari. Berapa kali responden membaca berita dari internet tentang isu sosial dalam 3 bulan terakhir? Mayoritas responden (44 orang atau 29,3%) membaca berita tentang isu sosial sebanyak 11-20 kali dalam 3 bulan terakhir. Seberapa sering responden berpartisipasi dalam diskusi online tentang isu sosial? Mayoritas responden (89 orang atau 59,3%) tidak pernah berpartisipasi dalam diskusi online tentang isu sosial. Bagaimana persepsi responden terhadap pengaruh internet terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial? Mayoritas responden (102 orang atau 68%) menyatakan bahwa internet sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial.

Tabel 6. Tingkat Kepentingan Pengaruh Media Konvensional Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Isu Sosial

Seberapa sering Menonton televisi dalam sehari?		
	F	%
Kurang dari 1 jam	108	72%
1-3 jam	30	20%
3-5 jam	7	4,7%
5 jam ke atas	5	3,3%
Tiga bulan terakhir, berapa kali membaca berita dari media konvensional (koran, majalah) tentang isu sosial?		
	F	%
Tidak pernah	127	84,7%
Kurang dari 5 kali	16	10,7%
5-10 kali	1	0,7%
11-20 kali	2	1,3%

Lebih dari 20 kali	4	2,7%
Berpartisipasi dalam diskusi dengan teman, keluarga, atarekan kerja tentang isu sosial yang Anda lihat di media konvensional?		
	F	%
Tidak pernah	3	2%
Jarang	1	0,7%
Kadang-kadang	5	3,3%
Sering	109	72,7%
Selalu	32	21,3%
Apakah media konvensional memiliki Pengaruh terhadap persepsi asyarakat tentang isu sosial?		
	F	%
Sangat berpengaruh	38	25,3%
Berpengaruh	90	60%
Tidak berpengaruh	9	6%
Tidak tahu	13	8,7%

Tabel 6 diatas menunjukkan seberapa sering responden menonton televisi dalam sehari? Mayoritas responden (108 orang atau 72%) menonton televisi kurang dari 1 jam per hari. Berapa kali responden membaca berita dari media konvensional tentang isu sosial dalam 3 bulan terakhir? Mayoritas responden (127 orang atau 84,7%) tidak pernah membaca berita dari media konvensional tentang isu sosial dalam 3 bulan terakhir. Seberapa sering responden berpartisipasi dalam diskusi dengan teman, keluarga, atau rekan kerja tentang isu sosial yang mereka lihat di media konvensional? Mayoritas responden (33 orang atau 22%) sering berpartisipasi dalam diskusi tentang isu sosial yang mereka lihat di media konvensional.

Bagaimana persepsi responden terhadap pengaruh media konvensional terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial? Mayoritas responden (90 orang atau 60%) menyatakan bahwa media konvensional berpengaruh terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial.

Tabel 7. Pengaruh Internet dan Media Konvensional Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Isu Sosial

Apakah informasi yang diperoleh dari internet dan media konvensional sama atau berbeda dalam hal kualitas dan keakuratan?	F	%
Sama	19	12,7%
Berbeda	122	81,3%
Tidak tahu	9	6%
Faktor apa yang paling mempengaruhi persepsi masyarakat tentang isu sosial?	F	%
Pengaruh media	89	59,3%
Pengalaman pribadi	4	2,7%
Pendidikan	35	23,3%
Latar belakang sosial	22	14,7%
Pentingnya persepsi masyarakat dalam membentuk opini dan kebijakan sosial?	F	%
Sangat penting	134	89,3%
Penting	15	10%
Kurang penting	1	0,7%

Tabel 7 di atas menyatakan Informasi yang diperoleh dari internet dan media konvensional memiliki kualitas dan keakuratan yang berbeda menurut mayoritas responden (122 orang atau 81,3%). Mayoritas responden (89 orang atau 59,3%) menganggap pengaruh media sebagai faktor yang paling mempengaruhi persepsi masyarakat tentang isu sosial. Mayoritas responden (134 orang atau 89,3%) menyatakan bahwa persepsi masyarakat sangat penting dalam membentuk opini dan kebijakan sosial.

Penelitian ini mencerminkan informasi yang relevan mengenai pengaruh internet dan media konvensional terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial. Berikut adalah pembahasan singkat dari tabel-tabel yang telah disajikan: Tabel 1, Tabel 2,

Tabel 3, dan Tabel 4 memberikan gambaran tentang karakteristik responden, termasuk rentang usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, dan pekerjaan saat ini. Data ini penting untuk memahami profil responden dan mengidentifikasi perbedaan dalam pengaruh internet dan media konvensional berdasarkan karakteristik demografis. Mayoritas responden adalah laki-laki, memiliki pendidikan menengah atas, dan bekerja sebagai wiraswasta. Tabel 5 mengungkapkan pola penggunaan internet responden. Mayoritas responden menghabiskan waktu 3-5 jam sehari di internet, membaca berita tentang isu sosial sebanyak 11-20 kali dalam 3 bulan terakhir, dan mayoritas dari mereka tidak pernah berpartisipasi dalam diskusi online tentang isu sosial. Hasil ini menunjukkan tingkat keterlibatan yang beragam dalam penggunaan internet untuk isu sosial.

Tabel 6 menyoroti pengaruh media konvensional dalam kehidupan responden. Mayoritas responden menonton televisi kurang dari 1 jam sehari, namun dari mereka banyak tidak pernah membaca berita dari media konvensional tentang isu sosial. Sebagian besar responden sering berpartisipasi dalam diskusi dengan teman, keluarga, atau rekan kerja tentang isu sosial yang mereka lihat di media konvensional. Tabel 7 membandingkan persepsi responden mengenai kualitas dan keakuratan informasi dari internet dan media konvensional. Mayoritas responden percaya bahwa informasi yang diperoleh dari keduanya berbeda dalam hal kualitas dan keakuratan. Lebih lanjut, mayoritas responden menganggap pengaruh media sebagai faktor yang paling memengaruhi persepsi masyarakat tentang isu sosial, meskipun beberapa juga mengakui pentingnya faktor-faktor seperti pengalaman pribadi, pendidikan, dan latar belakang sosial dalam membentuk persepsi.

Selain itu, hampir semua responden menganggap bahwa persepsi masyarakat sangat penting dalam membentuk opini dan kebijakan sosial. (Amalia & Sagita, 2019) Hasil ini menekankan peran penting yang dimainkan oleh persepsi masyarakat dalam proses pembentukan opini dan kebijakan, baik melalui pengaruh internet maupun media konvensional. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana internet dan media konvensional memengaruhi persepsi masyarakat tentang isu sosial dan bagaimana karakteristik demografis responden dapat memengaruhi pola penggunaan dan persepsi mereka terhadap kedua platform tersebut. Hasil ini dapat menjadi dasar untuk pembahasan lebih lanjut tentang peran media dalam membentuk opini masyarakat dan kebijakan sosial.

Pada tahap analisis data, beberapa asumsi dapat ditarik dari hasil penelitian ini, memberikan pandangan tambahan terkait pola perilaku dan pandangan responden. Asumsi-asumsi tersebut

membantu melihat lebih jauh dari data statistik, merinci keyakinan atau kecenderungan masyarakat terhadap keterlibatan dalam penggunaan internet, preferensi terhadap media konvensional, tingkat partisipasi dalam diskusi online, hingga pandangan terhadap peran media dalam membentuk persepsi sosial. Pertama, dapat diasumsikan bahwa masyarakat menganggap mayoritas responden aktif dalam menggunakan internet, terutama dalam membaca berita isu sosial, mengingat sebagian besar dari mereka menghabiskan waktu 3-5 jam setiap hari online. Asumsi kedua berkaitan dengan preferensi media konvensional, di mana kurangnya partisipasi dalam membaca berita dari media tradisional, seperti koran atau majalah, dapat mengarah pada asumsi bahwa sumber berita seperti televisi atau media online lebih populer di kalangan responden. Selanjutnya, asumsi ketiga dapat dibuat terkait dengan tingkat partisipasi yang rendah dalam diskusi online tentang isu sosial, mengindikasikan potensi keterlibatan yang minim dalam percakapan online ini.

Asumsi keempat berkaitan dengan pengaruh media terhadap persepsi masyarakat, dengan mayoritas responden menyatakan bahwa media konvensional memiliki pengaruh terhadap pandangan sosial. Hal ini dapat menggambarkan keyakinan bahwa media memegang peran penting dalam membentuk opini dan persepsi kolektif. Asumsi kelima mengacu pada persepsi kualitas informasi dari internet dan media konvensional, dimana mayoritas responden menganggap keduanya memiliki kualitas dan keakuratan yang berbeda. Hal ini mungkin mencerminkan kesadaran tentang pentingnya evaluasi kritis terhadap sumber informasi dalam mengonsumsi berita.

Asumsi keenam mengindikasikan bahwa masyarakat cenderung melihat pengaruh media sebagai faktor paling signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat, dibandingkan dengan faktor-faktor lain seperti pengalaman pribadi, pendidikan, dan latar belakang sosial. Terakhir, asumsi ketujuh menyoroti pandangan umum bahwa persepsi masyarakat dianggap sangat penting dalam membentuk opini dan kebijakan sosial. Mayoritas responden yang mengakui pentingnya persepsi kolektif dalam pengambilan keputusan menunjukkan bahwa pemahaman bersama tentang isu-isu sosial dianggap esensial untuk membentuk arah kebijakan yang lebih baik.

4.2. Faktor lain yang mempengaruhi persepsi masyarakat

Terdapat beberapa faktor lain yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu sosial. Pertama-tama, faktor pengalaman pribadi muncul sebagai elemen penting. Meskipun tidak

semua responden secara aktif berpartisipasi dalam diskusi online atau membaca berita, pengalaman pribadi mereka mungkin memberikan dimensi tambahan pada cara mereka memandang isu-isu sosial tertentu. Pengalaman hidup, interaksi langsung, dan konteks personal dapat membentuk perspektif unik yang tidak selalu tercermin dalam interaksi online atau melalui media konvensional. Kedua, pendidikan juga memainkan peran dalam membentuk persepsi masyarakat. Tingkat pendidikan responden dapat memengaruhi kemampuan mereka untuk mengevaluasi informasi, mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu sosial, dan menyusun pandangan yang lebih terinformasi. Pendidikan dapat menjadi filter penting yang memengaruhi cara masyarakat memproses informasi dari internet dan media konvensional.

Selanjutnya, latar belakang sosial responden juga merupakan faktor yang signifikan. Perbedaan dalam latar belakang sosial, termasuk faktor-faktor seperti ekonomi, budaya, dan geografis, dapat memberikan variasi dalam cara masyarakat menafsirkan dan merespons isu-isu sosial. Keberagaman dalam latar belakang sosial dapat menciptakan dinamika kompleks dalam pembentukan persepsi kolektif. Selain itu, lingkungan sosial responden, termasuk interaksi dengan teman, keluarga, atau rekan kerja, juga dapat memberikan pengaruh yang kuat. Diskusi offline dan pertukaran pendapat di lingkungan sekitar dapat membentuk pandangan masyarakat dan memoderasi efek informasi dari internet dan media konvensional.

4. KESIMPULAN

Dapat ditarik beberapa kesimpulan penting mengenai pengaruh internet dan media konvensional terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial. Pertama, mayoritas responden menunjukkan keterlibatan yang signifikan dalam penggunaan internet, dengan sebagian besar menghabiskan waktu 3-5 jam per hari online. Meskipun begitu, partisipasi dalam diskusi online tentang isu sosial relatif rendah, menyoroti bahwa konsumsi informasi lebih dominan daripada interaksi langsung. Kedua, media konvensional, terutama televisi, tetap memiliki dampak yang signifikan, meskipun mayoritas responden cenderung tidak membaca berita dari sumber ini.

Pola ini mencerminkan bahwa sumber-sumber berita yang bersifat visual masih memegang peranan penting dalam membentuk persepsi masyarakat. Ketiga, perbedaan signifikan terlihat dalam persepsi terhadap kualitas dan keakuratan informasi antara internet dan media konvensional. Mayoritas responden percaya bahwa keduanya memiliki peran yang berbeda dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap isu sosial.

Keempat, pengaruh media, termasuk internet dan media konvensional, dianggap sebagai faktor paling signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap isu sosial. Faktor-faktor lain seperti pengalaman pribadi, pendidikan, dan latar belakang sosial juga berkontribusi, tetapi dalam tingkat yang lebih rendah. Kelima, persepsi masyarakat dianggap sangat penting dalam membentuk opini dan kebijakan sosial, menunjukkan bahwa kebijakan yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang pandangan kolektif.

5. SARAN

Upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial memerlukan pendekatan holistik. Pertama, dibutuhkan pengembangan program pendidikan yang menitikberatkan pada literasi media, keterampilan kritis, dan kemampuan memfilter informasi. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat diharapkan dapat menghasilkan pendekatan yang komprehensif. Selanjutnya, media perlu didorong untuk komitmen lebih tinggi dalam menyajikan informasi akurat dan berkualitas tinggi, dengan pembuat kebijakan memberlakukan insentif atau sanksi sesuai dengan standar etika jurnalistik.

Melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan mendukung penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih besar adalah langkah penting untuk memahami persepsi masyarakat secara mendalam. Penelitian tambahan yang mendalam juga diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu sosial. Kolaborasi antara pemerintah, media, dan masyarakat dianggap sebagai kunci untuk meningkatkan kesadaran, sementara penguatan pendidikan formal dan informal diharapkan dapat memperdalam pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam menghadapi tantangan sosial. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan masyarakat dapat menjadi lebih kritis dan terinformasi dalam menghadapi isu-isu sosial yang kompleks.

6. DAFTAR PUSTAKA

Alaslan, A. (2021). Persepsi Masyarakat dan Kepemimpinan Perempuan. *Jurnal Otonomi*, 10(20), 1–15.

Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>

Zahra, F., Wilodati, W., & Wahyuni, S. (2023). Disharmonisasi Keluarga: Pemicu Timbulnya

Perilaku Lesbian Dalam Diri Remaja. *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 7–19.

Fatimah, C., Wirnawa, K., & Dewi, P. S. (2020). Analisis Kesulitan Belajar Operasi Perkalian Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama (Smp). *Jurnal Ilmiah Matematika Realistik*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.33365/ji-mr.v1i1.250>

Gani, A. G. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2), 32–42.

Haquq, R. (2020). Era Baru Televisi dalam Pandangan Konvergensi Media. *Rekam*, 16(1), 15–20. <https://doi.org/10.24821/rekam.v16i1.3721>

Isnawati, I., Jalinus, N., & Risfendra, R. (2020). Analisis Kemampuan Pedagogi Guru SMK yang sedang Mengambil Pendidikan Profesi Guru dengan Metode Deskriptif Kuantitatif dan Metode Kualitatif. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 20(1), 37–44. <https://doi.org/10.24036/invotek.v20i1.652>

Juanita, S. (2020). Analisis Sentimen Persepsi Masyarakat Terhadap Pemilu 2019 Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Naive Bayes. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(3), 552. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i3.2140>

Jubba, H. F. N. N. P. W. I. J. J. (2021). Persepsi masyarakat terhadap pandemi COVID-19. *Dialektika*, 14(1), 1–16. <https://doi.org/10.33477/dj.v14i1.2176>

Lukito, W. A., & Fahmi, D. L. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.

Mualim, A. (2017). Kualitas pelayanan Administrasi terhadap kepuasan Pasien. *Journal of the American Chemical Society*, 3, 27–31.

Qomariah, D. N. (2019). Persepsi masyarakat mengenai kesetaraan gender dalam keluarga. *Jendela PLS: Jurnal Cendekiawan Ilmiah Pendidikan Luar Sekolah*, 4(2), 52–58. <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jpls/article/view/1601>

Sari, A. P., & Melany, A. (2023). Kemampuan Pemahaman Membaca Mahasiswa. 27(1), 303–310. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2169>

Siahaan, C., Tampubolon, J. A., & Sinambela, N. B. (2021). Diseminasi Informasi Melalui Media Online Sebagai Transformasi Media Konvensional. *Jurnal Signal*, 9(2), 322.



- <https://doi.org/10.33603/signal.v9i2.6288>
- Sianipar, A. Z. (2019). *Penggunaan Google Form Sebagai Alat Penilaian Kepuasan Pelayanan*. 3(1), 16–22. <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/72/67>
- Studi, P., Wilayah, P., & Teknik, F. (2022). *Pelatihan Pembuatan Sistem Informasi lahan Pertanian di Kabupaten*. 4(1), 79–82.
- Supriyanto, & Kusumastuti, N. A. (2022). *Pengaruh Optimisme Terhadap Coping Stress Pada Penyintas Covid-19*. 26(2), 1–9. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2088>
- Syahputra, A., & Putra, H. R. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (Kpm). *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 1. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v1i1.349>
- Triyaningsih, H. (2020). Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan). *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1). <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v1i1.3222>
- Turnip, H., Hendra, Y., & Matondang, A. (2020). Persepsi Masyarakat Tentang Kinerja Kantor Search and Rescue Medan dalam Pencarian Orang Hilang di Gunung Sibayak. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(1), 7–11. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.181>