

BAB I

1.01 LATAR BELAKANG

Internet sebagai salah satu media pertukaran informasi yang paling banyak digunakan saat ini, menjadi salah satu hal yang berpengaruh, dan sudah menjadi hal penting pada aktivitas komunikasi di kehidupan sosial dan interaksi antar manusia [1]. Perkembangan internet dan teknologi telah mengubah cara kerja penyebaran informasi, bahkan konsumsi berita online menjadi bertambah sosial dan interaktif, dan sekarang secara umum terkait dengan fasilitas untuk mem-bagikan dan member komentar secara langsung ke artikel berita atau melalui jaringan media sosial seperti Twitter dan Fa-cebook [2]. Masyarakat mulai menikmati segala informasi dan konten yang dibagikan dan ikut berpartisipasi dalam penyebaran serta mengembangkan opini tersendiri terhadap informasi yang ada.

Di dalam penyebaran informasi, terdapat beberapa macam media penyebarannya internet, salah satunya adalah multimedia. Paduan antar internet dan multimedia saling mendukung, dimana internet meningkatkan multimedia dengan dibuat tersedia secara luas dan multimedia membuat internet menjadi populer dan banyak digunakan [3]. Media informasi disebar dengan berbagai bentuk di internet, ada yang berupa berita teks, gambar, dan video. Aspek paling kuat adalah me-lalui media gambar karena sebuah gambar sebanding dengan ribuan kata, dan terlebih lagi jutaan gambar baru setiap harinya diunggah ke internet dan dapat diakses oleh orang-orang [4]. Tetapi media gambar mulai dipadukan dengan teks secara visual dan menjadi video yang kemudian disebarkan dan dapat lebih menarik perhatian orang-orang untuk mem-percayai informasi yang disampaikan. Adopsi multimedia

didasari oleh kepercayaan bahwa penerapan multimedia mengarah ke dampak positif dalam penerimaan pesan oleh konsumen. Penerapan multimedia untuk peningkatan sebuah informasi berita menghasilkan lebih banyak sikap positif konsumen terhadap berita, namun efeknya belum tentu positif [5]. Dampak positif juga mempengaruhi penyebaran informasi yang mengarah pada demokratisasi dan mempercepat pembuatan konten berita [6]. Konsumsi berita oleh masyarakat juga meningkat dengan bertumbuhnya jumlah ketersediaan saluran dan sumber berita, serta peningkatan kemungkinan interaksi dan partisipasi konsumen dalam penyebaran informasi. Selain partisipasi dalam pembuatan informasi, konsumen juga bisa ikut andil dalam mengatur berita di jaringan sosial mereka, memilih dan membagikan informasi yang membutuhkan perhatian lebih, dan juga menjangkir informasi yang tidak relevan [7].

Dalam kaitannya dengan jurnalisme sebagai salah satu pihak penyebaran berita, konsep 'emosi' secara konsisten tidak dianggap. Akibatnya, informasi dan berita yang disajikan jurnalisme sering kali segi emosi diperlakukan dengan acuh tak acuh dan menjadi sebuah penanda jurnalisme yang tidak baik [8]. Saat ini, sebagian besar berita dan informasi di dunia maya memiliki bias negatif, salah satunya adalah Digital Misinformation. Digital Misinformation telah menjadi begitu luas di jaringan sosial sehingga telah terdaftar oleh WEF sebagai salah satu ancaman utama bagi masyarakat manusia [9]. Konsumsi informasi dengan bias negatif yang berlebihan dapat memberikan dampak negatif terhadap orang-orang, bahkan Johnston dan Davey menemukan bahwa paparan singkat (14 menit) ke liputan berita bernada negatif dapat menambah rasa sedih dan rasa kecemasan [10]

yang akan difokuskan pada penelitian ini. Contohnya, pengulangan penyebaran informasi mengenai peringatan atau pencegahan suatu penyakit oleh berbagai orang mengakibatkan rasa cemas yang berlebih. Adapun penyebaran berita yang belum diketahui kebenarannya (hoaks) semakin beragam dan cepat oleh berbagai pihak membuat masyarakat terlebih dahulu merasa cemas sebelum memastikan fakta dan kebenarannya.

Kecemasan sendiri didefinisikan sebagai rasa takut, panik, atau ekspektasi akan hal tidak nyaman yang akan terjadi [11]. Kecemasan didefinisikan oleh Freud sebagai sesuatu yang dirasakan, keadaan emosional yang meliputi perasaan takut, tegang, gugup, dan khawatir disertai dengan rangsangan fisiologis [12]. Terdapat beberapa metode untuk pengukuran kecemasan seseorang yaitu The State-Trait Anxiety Inventory (STAI), Beck Anxiety Inventory (BAI), Hospital Anxiety and Depression Scale Anxiety (HADS-A). Masing – masing metode memiliki tujuan dan konsep tersendiri sebagai instrumen pengukur kecemasan seseorang, namun dalam penelitian ini metode BAI yang dipakai. BAI adalah instrumen pengukur kecemasan yang digunakan sendiri oleh responden melalui self-report dan juga penilaian terhadap gejala seperti rasa gugup, pusing, tidak bisa tenang, dan sebagainya. Sifat BAI juga mendukung untuk kasus kecemasan terhadap informasi berita dikarenakan responden mengindikasikan sendiri seberapa besar mereka terganggu oleh gejala kecemasan yang muncul dalam beberapa minggu terakhir [13].

Untuk mendapatkan data dan informasi mengenai kaitan aspek kecemasan dan konsumsi media interaktif, penelitian ini menggunakan aspek eye-tracking

serta metode Beck Anxiety Inventory dari segi kecemasan. Teknologi eye-tracking memberikan sumber khusus atas informasi respon, latency, dan pergerakan mata untuk menunjukkan bagaimana seseorang mengamati lingkungannya secara visual. Melalui eye-tracking, penelitian ini dapat memahami dan melakukan investigasi terhadap proses kognitif yang terjadi pada aktivitas visual seperti perhatian, pemilihan, dan diskriminasi [14]. Penelitian ini lebih berfokus pada aspek eye-fixation sebab fixations adalah dasar dari analisis aktivitas dan performa pengguna dikarenakan berhubungan langsung dengan konsep "attention" [15]. Aspek eye-movement yang diteliti dan di-evaluasi pada penelitian ini adalah fixation time, fixation number, dan gaze duration [16] pada saat meng-konsumsi informasi multimedia pada komputer yang telah disediakan. Selanjutnya, responden akan mengisi kuisisioner yang diadopsi dari kerangka BAI (Beck Anxiety Inventory) sebagai kerangka untuk menilai tingkat kecemasan responden. Pada responden dengan tingkat kecemasan tinggi, data dari tiga aspek eye-movement akan digunakan untuk mengetahui faktor dari informasi multimedia yang menyebabkan tingkat kecemasan tinggi dan juga mendalami alasan serta akibat yang diperoleh dari proses wawancara interaktif dengan responden.

1.02 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah: "ANALISIS DAMPAK ANXIETY DARI KONSUMSI INFORMASI MULTIMEDIA DI INTERNET MENGGUNAKAN EYE-TRACKING"

1.03 BATASAN MASALAH

Permasalahan pada penelitian ini akan dibatasi oleh beberapa hal berikut:

1. Dalam proses analisis, informasi multimedia yang digunakan berupa beberapa berita dari berbagai situs di internet yang sudah melewati proses pemilihan.
2. Penelitian ini akan menggunakan eye-tracker sebagai alat bantu untuk pelacakan mata responden.
3. Analisa aspek kecemasan pada responden hanya terbatas pada kecemasan di kehidupan sehari-hari.

1.04 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi unsur dari berita online di internet yang menimbulkan aspek kecemasan terhadap responden berdasarkan hasil pelacakan pergerakan mata responden menggunakan eye-tracking yang dipadukan dengan data dari BAI serta wawancara. Analisis ketiga data tersebut akan menghasilkan kesimpulan mengenai unsur apa saja dari informasi multimedia pada informasi jaman sekarang yang mengakibatkan tingkat kecemasan yang tinggi pada pengguna sehingga diperlukan perbaikan agar tujuan dan isi informasi tersampaikan dengan benar kepada pengguna.

1.05 KEUTAMAAN PENELITIAN

Keutamaan penelitian dengan judul “Analisis Kecemasan Dari Konsumsi Berita Internet Menggunakan Tobii Eye-Tracker” adalah benar adanya. Keutamaan ini dapat dibuktikan dengan belum ditemukannya buku, artikel, jumlah ilmiah yang ditulis oleh penulis lain, walaupun ada beberapa bagian dari penelitian ini yang

mengutip penelitian serupa yang pernah dilakukan tetapi telah disebutkan sumber dengan mengikuti tata cara dan etika pengutipan penulisan karya ilmiah yang lazim.

1.06 HIPOTESIS

Terhadap penelitian dan aplikasi yang akan dibangun, maka dugaan awal penulis yaitu:

1. Berita online memiliki dua unsur yaitu teks dan multimedia yang mencakup gambar dan video dimana kedua unsur tersebut mempengaruhi pengalaman responden dalam membaca berita online
2. Bobot pengaruh kecemasan yang diakibatkan oleh teks ataupun multimedia terhadap responden dapat diketahui dengan eye-tracker
3. Proses wawancara dapat menunjukkan bobot kecemasan dari setiap berita sebagai sumber kecemasan dan alasan kecemasan yang lebih spesifik dari responden
4. Kombinasi data eye-tracker , wawancara, dan BAI dapat menghasilkan data bobot tiap berita terhadap tingkat kecemasan responden terhadap alasan kecemasan responden.
5. Kesimpulan akhir dari penelitian adalah menghasilkan sumber kecemasan serta alasan kecemasan dengan bobot paling besar dan menganalisa efek positif hasil penelitian terhadap pemberitaan di Indonesia.