

Peran Media Sosial Dalam Pemberitaan Hoax Pasca Covid 19

Oleh

I Putu Mardika

Sekolah Tinggi Mpu Kuturan Singaraja

putumardika88@gmail.com

Ni Putu Ayu Desi Wulandari

Karyasiswa Pascasarjana UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

desiwulandari2313@gmail.com

ABSTRACT

The trend of mainstream media consumption during the pandemic has increased rapidly. The public is bored with hoax information circulating about Covid-19 on social media. The rapid circulation of various information on the corona virus is also not a little misleading. Finally, the public withdrew to seek credible information through the mainstream media. The study in this paper focuses on the confusing information circulating in the public space (social media) about Covid-19. The rise of information and rumors surrounding this pandemic has caused an overload of information. In the end, it gave birth to an infodemic against Covid-19. By using qualitative methods referring to literature sources from various online media reports about Covid-19 along with the latest research on mainstream media. This paper presents the view that it is time for the mainstream media to take control of the news that has been dominated by social media which is dominated by invalid, bombastic and fake information. With the principle of quality, professional and credible journalism, the mainstream media should become a reference and reference for information during the Covid-19 pandemic.

keywords: infodemic, social media, mainstream media

ABSTRAK

Tren konsumsi media mainstream selama pandemi meningkat pesat. Publik sudah jenuh dengan informasi hoax yang beredar seputar Covid-19 di sosial media. Beredarnya beragam informasi virus corona yang begitu pesat juga tidak sedikit menyesatkan. Akhirnya publik menarik diri untuk mencari informasi yang kredibel melalui media arus utama. Kajian pada tulisan ini memfokuskan pada informasi simpang siur yang beredar di ruang publik (media sosial) seputar Covid-19. Maraknya info dan desas-desus seputar pandemi ini menyebabkan *overload* informasi. Pada akhirnya melahirkan infodemic terhadap Covid-19. Dengan menggunakan metode kualitatif mengacu pada sumber literatur dari berbagai pemberitaan media online seputar Covid-19 beserta riset-riset terkini seputar media arus utama. Tulisan ini menyajikan pandangan bahwa sudah saatnya media mainstream mengambil kendali atas pemberitaan yang selama ini terlalu didominasi oleh media sosial yang didominasi informasi yang tidak valid, bombastis dan palsu. Dengan prinsip jurnalisme berkualitas, profesional dan kredibel media mainstream sudah seharusnya menjadi rujukan dan panglima referensi informasi di saat pandemic Covid-19.

kata kunci: infodemic, media sosial, media mainstream

I. PENDAHULUAN

Pada saat pandemi Covid-19 berlangsung, media sosial ikut berperan dalam menebarkan semua nilai, baik yang positif maupun negatif yang sejalan dengan kehidupan masyarakat modern yang terus menerus dinamis. Tersebarinya berita hoax saat pandemi Covid-19 berlangsung turut menebarkan nilai-nilai negatif yang merudiksi sikap moderat dalam beragama. Salah satu bentuk dari adanya perkembangan teknologi saat ini bisa dilihat dan kita rasakan dengan hadirnya berbagai fitur media sosial (selanjutnya disebut medsos), diantaranya facebook, twitter, instagram, WhatsApp, line, telegram, dan fitur-fitur lainnya yang biasa digunakan untuk berkomunikasi. Dengan demikian, kehadiran berbagai fitur medsos itu harus diperhatikan sisi positif dan negatifnya (Kosasih, 2020).

Hingga saat ini, platform media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi saat wabah virus Covid-19. Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), banyak jurnal, dan organisasi perawatan kesehatan lainnya secara teratur memasang panduan di berbagai platform. Tim yang dipekerjakan oleh platform media sosial yang lebih besar juga telah terlibat dalam tanggapan karena pencarian informasi tentang virus corona meningkat dan, terkadang, mendominasi percakapan online.

Ketika penggunaan media sosial mulai berlaku sekitar tahun 2007, penelitian tentang fenomena dalam keadaan darurat massal muncul segera setelahnya. Dalam kurun waktu lebih dari satu dekade, media sosial menjadi platform utama yang memberi kesempatan dan kemudahan kepada seseorang untuk berinteraksi dan berbagi informasi. Penggunaan media sosial berkembang sangat signifikan dari tahun ketahun dengan fungsi yang juga terus berkembang sesuai dengan perkembangan jaman. Mulai dari berkiriman tulisan, gambar, video hingga lokasi bisa dibagikan secara realtime. Selama beberapa tahun terakhir, pengguna media sosial telah memainkan peran yang sangat penting dalam penyebaran informasi kedaruratan dan bencana (Kongthon et al., 2014) dalam Findayani, (2020).

Sebagai contoh, Potts (2013) menyebutkan Peran media sosial dalam penanggulangan bencana sangat dominan dengan melihat respons dunia terhadap gempa bumi Haiti 2010. Kejadian ini telah menyadarkan masyarakat untuk belajar tentang bencana gempa bumi yang dapat mereka akses dengan mudah melalui media sosial. Media sosial menjadi forum baru bagi kecerdasan kolektif, konvergensi sosial, dan aktivisme komunitas. Media, sebagai sumber informasi baik dalam bentuk cetak maupun elektronik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi serta respon publik tentang Covid-19. Sosial media yang berkembang pesat dewasa ini memberikan kemudahan manusia untuk menjalin komunikasi dan mengakses informasi dimanapun dan kapanpun (Findayani, 2020).

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pendekatan kajian literatur atau dokumen dengan menganalisis isi (content analysis) suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa, media online, webinar, buku dan hasil penelitian terkait keberadaan media mainstream (media arus utama) selama Covid-19. Dalam penelitian kualitatif, analisis isi menekankan pada upaya peneliti melihat kejelasan isi komunikasi secara kualitatif, bagaimana peneliti memaknai isi komunikasi, membaca simbol-simbol, memaknai isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi (Bungin, 164: 2015)

Pendekatan konten analisis dalam studi literatur ini akan secara spesifik memulai analisis dengan lambang-lambang tertentu, mengklarifikasi data dengan kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik analisis sehingga lebih jelas alur analisisnya. Konten analisis dalam penelitian ini memfokuskan analisis pemberitaan dan hasil penelitian tentang upaya media arus utama membangun kredibilitas selama pandemi serta mengembalikan prinsip jurnalisme yang menekankan pada esensi bukan sensasi.

III. PEMBAHASAN

Kinerja Media Massa

Terkait dengan media massa, paradigma Peter D. Moss (1999) cukup menarik untuk disimak. Ia mengatakan bahwa wacana media massa merupakan konstruk kultural yang dihasilkan oleh ideologi. Karena itu, berita dalam media massa menggunakan frame atau kerangka tertentu untuk memahaminya realitas sosial. Lewat narasinya, media massa menawarkan definisi-definisi tertentu mengenai kehidupan manusia: siapa pahlawan dan siapa penjahat, apa yang baik dan apa yang buruk bagi rakyat, apa yang patut dan apa yang tidak patut dilakukan seorang elit, pemimpin, atau penguasa; tindakan apa yang disebut perjuangan, pemberontakan, terorisme, pengkhianat; isu apa yang relevan atau tidak; solusi apa yang harus diambil dan ditinggalkan. Bagi Moss, ideologi merupakan seperangkat asumsi budaya yang menjadi normalitas alami dan tidak pernah dipersoalkan lagi. Pandangan itu sejalan dengan hipotesis Sapir-Whorf yang dikenal dalam linguistik bahwa bahasa itu tidak sekadar deskriptif, yaitu sebagai sarana untuk melukiskan suatu

fenomena atau lingkungan, tetapi juga dapat memengaruhi cara kita melihat lingkungan (Muslich, 2008).

Implikasinya, bahasa juga dapat digunakan untuk memberikan aksentuasi tertentu terhadap suatu peristiwa atau tindakan, misalnya dengan jalan menekankan, mempertajam, memperlembut, mengagungkan, melecehkan, membelokkan, atau mengaburkan peristiwa atau tindakan. Terkait dengan media massa sebagai sarana komunikasi massa, selama ini ada dua pandangan, yaitu pandangan positivisme dan pandangan konstruktivisme. Bagaimana fungsi media massa, bagaimana isi dan sifat berita, bagaimana peristiwa disajikan, dan bagaimana tugas wartawan, dipahami secara berbeda oleh kedua pandangan tersebut.

Dampak Media Massa

Dampak penyalahgunaan kebebasan berbicara dan menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media dapat dampak luas dalam kehidupan masyarakat bangsa dan negara. • Bagi Kepentingan Pribadi, Media dapat meningkatkan citra positif seseorang atau malah bisa juga sebaliknya menghancurkan reputasi seseorang. Jadi nama baik seseorang dapat dirugikan apabila terjadi penyalahgunaan kebebasan berpendapat dan penyampaian informasi. • Bagi Kepentingan Masyarakat, Media dapat membantu masyarakat untuk menjelaskan fakta yang ada tanpa harus ditutup-tutupi. Masyarakat dapat tertipu karena mendapatkan informasi yang tidak benar. Pemberitaan media dapat menggerakkan masyarakat dalam menggalang dana kemanusiaan. • Bagi Kepentingan Negara, Penyalahgunaan kebebasan berbicara dan penyampaian informasi akan memberikan dampak terhadap kepentingan negara yaitu: 1) tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah berkurang karena tidak percaya pada pemerintah. Masyarakat bersikap acuh tak acuh pada program pemerintah, 2) kepercayaan luar negeri luntur, dampaknya adalah tingkat kepercayaan luar negeri pada Indonesia berkurang.

Faktor Penyebab Munculnya Konten Hoaks

Berita hoaks adalah berita bohong yang kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan oleh siapapun bahkan oleh pembuatnya sendiri. Berikut, alasan mengapa konten hoax tersebar luas di jejaring sosial :

- a) Hanya sebuah humor demi kesenangan belaka. Setiap orang memiliki cara sendiri untuk membuat dirinya merasa senang. Dengan kecanggihan teknologi zaman

sekarang, orang bisa melakukan hal-hal yang aneh, langka dan tidak logis. Namun menimbulkan decak kagum yang lucu dan penuh fantasi.

- b) Ini hanyalah usaha untuk mencari sensasi di internet dan media sosial. Biasanya untuk merebut perhatian lebih banyak user, pemilik website dengan sengaja memberikan konten lebay sekedar untuk mencari perhatian publik..
- c) Beberapa memang menggunakannya (menyebarkan hoaks) demi untuk mendapat lebih banyak uang dengan bekerja sama dengan oknum. (Kasus Saracen).
- d) Hanya untuk ikut-ikutan agar terlihat lebih seru. Ini juga merupakan salah satu strategi internet marketing dengan menyuguhkan berita yang lebay maka akan semakin banyak komentar dan like kesana sehingga kelihatan lebih hidup dan lebih ramai (kalia, 2020)

Hoaks Covid-19 di saat pandemi seperti ini banyak sekali ditemukan di internet. Hal ini menjadi suatu tantangan tersendiri bagi kita semua yang paham akan teknologi jaman sekarang. Ancaman hoaks membawa dampak yang sangat besar. Dengan adanya hoaks Covid-19 yang tersebar di media sosial menyebabkan masyarakat kurang sadar dan sulit untuk membedakan berita yang benar dengan berita hoaks.

Infodemik: Menebar Wabah Ketakutan di Ruang Publik

Pandemi Covid-19 tidak hanya melahirkan kecemasan publik namun juga rasa was-was dan ketakutan berlebihan atas pemberitaan atau informasi yang berkembang dengan cepat dan massif. Saat kemunculannya virus ini di Indonesia, pemberitaan yang berkembang dari berbagai saluran media mainstream hingga media sosial dengan mudah membangun persepsi dan opini publik. Nalar publik betul-betul diuji. Informasi yang valid dan abal-abal sulit dipercaya karena ketakutan dan pesan berantai melalui smartphone tidak lagi bisa dibendung. Masyarakat di Indonesia betul-betul diserang berbagai gelombang informasi dengan *filtering* informasi yang minim.

Pada titik ini, kita sampai pada yang disebut WHO sebagai infodemi, kondisi di mana terdapat banjir informasi, baik akurat maupun tidak, yang membuat orang kesulitan menemukan sumber dan panduan tepercaya saat mereka membutuhkannya. Dalam pandemi covid-19, WHO mengingatkan pentingnya peranan informasi yang akurat serta bahaya infodemi. Bahkan, bahaya infodemi disejajarkan dengan bahaya pandemi. Popular dictionary merujuk infodemi sebagai tumpah ruahnya beragam informasi,

kebanyakan di antaranya tidak benar atau tidak dapat diverifikasi. Diantara infodemi covid-19 yang beredar di ruang publik khususnya media sosial yang menjadi percakapan yakni musim panas dapat membunuh virus, jika dapat menahan napas 10 detik berarti bebas covid-19, memakan bawang putih, jahe, dan serai mematikan covid-19, atau pandemi hanya permainan bisnis elit global. Infodemi menghantam, seperti tsunami, menyerang setiap elemen masyarakat. Karena masifnya, masyarakat kesulitan memilah informasi yang benar. WHO menegaskan infodemi saat ini sudah sedemikian luas sehingga diperlukan tindakan global dan terkoordinasi untuk penanganannya.

Infodemi bukan istilah baru terjadi saat pandemic covid-19. Istilah ini pertama kali diperkenalkan Professor David Rothkopf saat outbreak SARS 2003. Sejak itu, infodemi selalu menemani setiap outbreak termasuk H1N1, ebola, dan zika. Namun, jika dibandingkan dengan infodemi sebelumnya, infodemi covid-19 ini lebih masif dan berpengaruh. Hanya dalam periode empat bulan setelah pandemi, social media specialist mencatat beredarnya lebih dari 3 miliar postingan dan lebih 100 juta interaksi yang menggunakan keyword atau hastag covid-19 (Mochtar, 2020).

Ahli ini menambahkan, inilah pertama kali dalam sejarah, manusia dari ratusan negara dan kebangsaan terkespose dan berinteraksi secara masif pada satu topik tunggal. Infodemi saat ini umumnya menyentuh empat domain utama, yaitu asal atau penyebab, pencegahan, diagnosis, dan pengobatan covid-19. Topiknya amat beragam, mulai spekulasi covid-19 merupakan bagian dari senjata biologis (bio-weapon) yang terlepas, tanpa sengaja dari laboratorium, conspiracy theory, spy operation, population control, hingga, penawaran berbagai bahan, alat, atau zat yang diklaim mampu menyembuhkan covid-19 (miracle cures). Penyebarannya lewat media massa, media sosial, dan internet; secara sengaja maupun tidak. Penyebarannya beragam, mulai masyarakat biasa hingga tenaga profesi medis, scientist, pemimpin negara, dan lembaga-lembaga formal maupun nonformal (Widiantara, 2020).

Infodemi sangat berpotensi menciptakan kerancuan informasi (misinformation), yang berujung pada kerancuan persepsi dan tindakan (*misleading perception and action*). Potensi kerancuan terjadi akibat beberapa kondisi. Pertama, saat ini terjadi *shift of information control* dari media tradisional ke media sosial/internet. Sebelum era internet, informasi kesehatan umumnya dirilis surat kabar, radio, dan televisi. Sebelum dirilis, setiap informasi kesehatan menjalani proses pengeditan, *check and re-check* yang ketat.

Ada proses *skrining* dan kualitas kontrol. Informasi yang dirilis dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki nilai keakuratan yang baik. Pada era sekarang, media sosial dan internet mengambil alih peranan media tradisional. Siapa saja yang memiliki akses internet dapat mendistribusikan informasi apa pun. Tidak ada proses standar *skrining*, *editing*, dan *check and re-check*. Seorang ibu rumah tangga dapat memposting ramuan bawang putihnya dapat menyembuhkan covid-19 atau seorang remaja mengklaim bahwa dengan mengetuk dada diagnosis covid-19 dapat ditegakkan. Siapa saja dapat menjadi 'ahli' dan memberikan nasihat dan pendapat kesehatan. Maka, tidak mengherankan bila *issu quality, validity, dan reliability* menjadi keterbatasan utama informasi kesehatan di media sosial (Widiantara, 2020).

Kedua, *health information illiteracy*. Tidak semua masyarakat memiliki latar belakang pengetahuan yang memadai untuk memahami prinsip dan kaidah ilmiah bidang kesehatan yang menjadi standar diterima atau tidaknya sebuah narasi atau tindakan kesehatan. Narasi atau tindakan dapat diterima apabila memenuhi kaidah ilmiah yang disepakati. Untuk membuktikan klaim manfaat sebuah bahan, misalnya, perlu dilakukan uji *in vitro*, *in vivo*, dan uji klinis. Ketiga uji ini memakan waktu minimal 10 tahun dengan standar uji yang ketat. Bila tidak melewati uji klinis, bahan dianggap tidak memiliki bukti klinis dan tidak dapat diterima. Bahan yang lolos uji klinis, tidak serta-merta direkomendasikan. Ironisnya, masyarakat kebanyakan mengalami *post-truth syndrome*. Mereka lebih tertarik pada narasi yang bermuatan harapan, sederhana (*hopeful and shircut*), dan mengandung pengalaman emosional dan pribadi jika dibandingkan dengan fakta ilmiah. Apalagi bila narasi tersebut dilontarkan *prominent people*, seperti dokter, selebritas, atau politikus. Infodemik pada akhirnya tidak saja membuat publik kalut akan informasi yang tidak terkontrol dan minim validasi, namun juga menjadi bayang-bayang ketakutan yang menyesatkan (Widiantara, 2020).

Tren Konsumsi Media Mainstream Dikala Pandemi

Simpang siur pemberitaan selama merebaknya Virus Coron pada Awal Maret 2020 di tanah air membuat publik jenuh akan informasi. Informasi yang menjejali publik dari berbagai channel media, membuat masyarakat seolah kehilangan akal sehat. Seolah logika dan nalar untuk memverifikasi informasi tidak berjalan padahal tidak sulit untuk melakukannya melalui saluran informasi dengan jemari. Maklum saja publik sudah penat

dengan berbagai jenis informasi seputar Covid-19 lengkap dengan desas-desusnya di ruang maya yang sulit dipertanggungjawabkan.

Meski demikian, momentum infodemik selama pandemic membuat publik mulai memperhatikan sumber informasi dan bacaan. Beredar luasnya hoaks dan korban yang dihasilkan membuat netizen mulai berhati-hati dalam mengkonsumsi dan meneruskan pesan ke forum-forum percakapan online. Harus diakui, tren mengkonsumsi media selama Covid-19 meningkat drastic. Tren tersebut sejalan dengan dengan selektivitas publik memilih dan memilih sumber informasi yang menjadikan media arus utama (media mainstream) sebagai rujukan untuk memperoleh informasi yang berkualitas dan kredibel. (Widiantara, 2020).

Setidaknya hal tersebut tercermin dari riset yang dilakukan oleh Kompas Gramedia pada Bulan Februari hingga April 2020 dengan 2.103 audience yang tidak lain adalah pembaca dari kompas.com. Daru survey tersebut, disebutkan bahwa tren peningkatan konsumsi pemberitaan selama Covid-19 pada situs tersebut mencapai 55,5 juta pengunjung dari 5,9 juta pengunjung. Riset tersebut juga memberikan gambaran akan tren sumber informasi yang digunakan sebagai refrensi, selain media sosial (80%) menempatkan media arus utama (72%) sebagai rujukan untuk memperoleh informasi valid seputar covid. “Ketika masyarakat dihadapkan dengan beragam informasi simpang siur dan membingungkan, publik pada akhirnya kembali kepada sumber informasi dari media arus utama yang dipercaya. Hal ini sejalan dengan tren adaptasi digital selama Covid-1,”demikian pemaparan Wisnu Nugroho dalam Webinar bertajuk “Government Public Relations dalam Penanganan Covid-19” pada 16 Juli 2020 yang digelar oleh Kominfo. Selama pandemic, memang publik menaruh kepercayaan tinggi pada liputan Covid-19 oleh perusahaan media. Kepercayaan ini juga membuka minat publik membayar berita daring. Munculnya kepercayaan publik pada liputan media terkait Covid-19 terlihat dari hasil penelitian Reuters Institute Digital News Report 2020 di 40 negara yang tersebar di benua Eropa, Amerika, Asia, Australia, dan Afrika.

Riset menemukan, pada April 2020 sebanyak 6 dari 10 responden yang disurvei menaruh kepercayaan kepada berita yang dihasilkan organisasi berita. Tingkat kepercayaan publik ini didasarkan pada manfaat yang diterima masyarakat. Media arus utama dinilai telah menyajikan informasi akurat dalam membantu masyarakat memahami pandemi. Selain itu, publik juga menilai media berita juga memperjelas apa yang dapat

dilakukan masyarakat untuk mengurangi risiko penularan dan dampak pandemi. Di tengah perkembangan teknologi informasi dan media sosial, informasi seputar wabah korona mudah menyebar di tengah masyarakat. Pandemi Covid-19 tidak hanya menyebarkan virus korona ke seluruh dunia, tetapi juga menularkan infodemik berupa berita palsu. Luapan informasi seputar wabah korona membuat warga kesulitan mendapatkan informasi dan berita yang benar. Pada akhirnya, masyarakat lantas memilih informasi bermutu yang ditawarkan organisasi media yang menjalankan prinsip-prinsip etika jurnalistik. Kepercayaan masyarakat pada informasi yang dikelola media arus utama membuat proporsi penggunaan organisasi media sebagai sumber berita, menjadi yang teratas di mata public (Widiantara, 2020).

Publik menggunakan sumber informasi mengenai korona dari organisasi pemberitaan, setelah informasi dari dokter, organisasi kesehatan tingkat nasional, dan organisasi kesehatan global. Referensi sumber berita yang digunakan publik tersebut di atas rujukan informasi masyarakat kepada pemerintah, politisi, dan media sosial, seperti Facebook dan Twitter. Bahkan, di beberapa negara, seperti Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Spanyol, Argentina, dan Korea Selatan, sumber informasi dari organisasi media dipilih masyarakat, di atas pemerintah dan organisasi keparan. Selain menjadi referensi sumber berita, sisi lain munculnya kepercayaan masyarakat pada organisasi media adalah minat masyarakat mencari berita berkualitas. Riset yang dilakukan Reuters Institute Digital News Report 2020 dimuat oleh Kompas.id pada 18 Juli 2020 memaparkan fenomena peningkatan dalam pembayaran untuk berita daring di sejumlah negara. Hingga April 2020, pelanggan berita berbayar di AS sebesar 20 persen. Jumlah ini naik 4 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Demikian pula di Norwegia yang memiliki pelanggan berita daring berbayar 42 persen. Persentase pelanggan berbayar ini juga mengalami kenaikan 8 persen dibandingkan dengan pada 2019.

Intensnya pemberitaan membuat masyarakat mulai memantau setiap perkembangan terkait COVID-19 melalui berbagai media, tak terkecuali televisi. Hal tersebut terungkap dalam hasil pantauan Nielsen Television Audience Measurement (TAM) di 11 kota menunjukkan rata-rata kepemirsaaan TV mulai meningkat dalam seminggu terakhir, dari rata-rata *rating* 12 persen di tanggal 11 Maret menjadi 13,8 persen di tanggal 18 Maret atau setara dengan penambahan sekitar 1 juta pemirsa TV. Durasi menonton TV pun mengalami lonjakan lebih dari 40 menit, dari rata-rata 4

jam 48 menit di tanggal 11 Maret menjadi 5 jam 29 menit di tanggal 18 Maret. Penonton dari Kelas Atas (*Upper Class*) menunjukkan kecenderungan lebih lama menonton televisi sejak 14 Maret dan jumlahnya juga terus meningkat. Peningkatan ini terlihat dari rata-rata *rating* 11.2 persen di tanggal 11 Maret menjadi 13.7 persen di tanggal 18 Maret. Maraknya pemberitaan di sejumlah stasiun televisi terkait COVID-19 di sepanjang periode 1-18 Maret berkontribusi kepada kenaikan kepemirsaaan program berita. Kepemirsaaan televisi terhadap Program Berita naik signifikan (+25%), terutama pada penonton Kelas Atas. Kenaikan juga terlihat pada Program Anak-anak dan *Series* (Widiantara, 2020).

IV. PENUTUP

Virus Covid-19 melahirkan infodemik seluruh dunia menjadikan sumber informasi yang diterima oleh publik tidak akurat. Berbagai kesimpangsiuran informasi yang di amplifikasi di ruang publik melahirkan berbagai perspektif dan opini. Media sosial sebagai sumber informasi yang mendominasi selama Virus Corona merebak di Indonesia tidak mudah dibendung. Terlebih, publik saat ini memiliki gaya dan cara tersendiri mempercayai komunikasi dengan apa yang mereka yakini. Hal tersebut tidak terlepas dari narasi-narasi seputar Covid 19 yang beredar luas (*viral*) yang menghasilkan persepsi-persepsi dangkal, minim kepercayaan terhadap Pemerintah, hingga legitimasi lembaga kesehatan yang kurang kuat. Publik terpolarisasi atas informasi seputar Covid-19.

Meski demikian nalar publik akhirnya realistis dalam menemukan sumber-sumber pemberitaan yang kembali merujuk pada media arus utama (*media mainstream*), karena pada media inilah, publik disajikan berita yang tidak semata informatif, namun juga berkualitas. Beberapa media nasional yang memiliki kredibilitas tingkat nasional seperti Kompas dan Tempo menjadi rujukan cukup kuat akan pemberitaan seputar Covid-19. Meski demikian, tren konsumsi pemberitaan Covid-19 meskipun terbilang pesat namun belum sepenuhnya informasi seputar infodemik atau hoax seputar Virus Corona berhenti begitu saja. Upaya media arus utama sebagai media literasi harus kembali dikuatkan dengan mengadopsi prinsip-prinsip jurnalisme yang kontekstual dan berkolaborasi dengan berbagi komunitas atau lembaga terkait sehingga publik mampu memilah informasi yang kredibel.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Ahmad. 2020, 14 Agustus. Kompas.id Informasi Keliru tentang Covid-19 Mematikan. <https://kompas.id/baca/humaniora/ilmu-pengetahuan-teknologi/2020/08/14/informasi-keliru-tentang-covid-19-mematikan/> (online) Diakses pada 19 Agustus 2020
- Arika, Yovita. 2020, 1 Agustus. Kompas.id. Jurnalisme Berkualitas Merawat Harapan Publik <https://kompas.id/baca/humaniora/dikbud/2020/08/01/jurnalisme-berkualitas-merawat-harapan-publik/>. (Online) Diakses 19 Agustus 2020
- Bungin, Burhan. 2015. Penelitian Kualitatif Edisi Kedua. Prenada Media Group : Jakarta
- Kurnia, Nopi. 2019. Peran Media dalam Mewujudkan Demokrasi Damai Melalui Gerakan Literasi Digital. Siberkreasi: Jakarta
- Kurnia, Novi & Astuti, Santi Indra (2017), Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra, Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi, Vol. 47, No 2, Desember 2017
- Kalia, Shalu Chandani. (2021). *Analisis Penyebaran Berita Hoaks Pandemi Covid-19 di Bondowoso Melalui facebook* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Findayani, A. (2020). Peran Sosial Media dalam Penyampaian Informasi dan Kesiapsiagaan Masyarakat Menghadapi Covid-19 di Kota Semarang. *Jurnal Geografi: Media Informasi Pengembangan dan Profesi Kegeografian*, 17(2), 63-69.
- Rayani, D., & Purqoti, D. N. S. (2020). Kecemasan Keluarga Lansia Terhadap Berita Hoax Dimasa Pandemi Covid-19. *Realita: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 5(1).
- Rasyiida, H., Irfani, F., & Hamdani, I. (2021). Peran Wartawan Radar Bogor dalam Menangkal Pemberitaan Hoax Corona di Media Online. *Jurnal Sosial Sains*, 1(2), 42-52.
- Widiantara, I. K. A. (2020). Infodemik Covid-19: Momentum Membangun Kepercayaan Publik Terhadap Media Mainstream. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 67-81.
- Kosasih, E., Raharusun, A. S., Dalimunthe, R. P., & Kodir, A. A. (2020). Literasi media sosial dalam pemasyarakatan moderasi beragama dalam situasi pandemi Covid-19. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.