

INFODEMIK COVID-19: MOMENTUM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP MEDIA *MAINSTREAM*

Oleh

I Komang Agus Widiantara

Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Negeri Mpu Kuturan Singaraja
awitaraa@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

Semenjak merebaknya Covid-19 pada pertengahan Maret 2020 lalu di Indonesia, virus ini menjadi teror dan momok bagi masyarakat. Berbagai aktivitas keseharian dan denyut ekonomi lumpuh. Ihtwal ini diperparah dengan akselerasi informasi seputar Covid-19 di berbagai saluran informasi seperti media sosial yang tidak valid. Informasi yang beredar luas seputar virus mematikan ini bias. Riuh rendahnya perbincangan atas penyebaran Covid-19 di ruang publik begitu masif. Tidak sedikit publik (netizen) di media sosial begitu mudah percaya dengan tautan informasi hoax yang mana sumbernya tidak bisa dipertanggungjawabkan.

Media mainstream atau media arus utama idealnya menjadi “juru selamat” atas pemberitaan menyimpang dan tidak mendidik bagi publik. Hal ini menjadi kewajiban moral dan fungsi sebuah media. Namun, hal tersebut bukanlah perkara mudah. Media mainstream nampaknya tidak bisa membendung semua informasi hoax di media sosial. Parahnya lagi masyarakat lebih memercayai informasi dari media sosial daripada media arus utama. Tentu hal ini diperkeruh dengan hadirnya media daring aba-abal berformat *clickbait* yang berseliweran di media sosial. Jurnalisme *clickbait*, saat ini menjadi tren sekaligus strategi bagi pengelola *new media* untuk mengejar *rating* sekaligus menggugah naluri rasa ingin tahu pembaca agar berlomba-lomba mengakses pemberitaan online dengan judul berita yang emosional, bombastis dan memantik empati. Tujuannya tidak lain untuk merengkuh iklan dan keuntungan sebesar-besarnya.

Covid -19 menjadi tantangan terbesar *media mainstream* untuk memberikan informasi sehat bukan menyesatkan publik. Media arus utama belum bisa menahan laju informasi keliru dan bohong tentang virus Corona yang kian berkembang dan berbanding berbanding lurus dengan masifnya pemberitaannya. Hal inilah yang dikenal dengan istilah *infodemic*. Laporan Kompas.id memberikan gambaran terkait infodemic Covid-19. Ada ratusan korban meninggal dunia karena mengikuti anjuran keliru untuk mengobati Covid-19 di berbagai Negara. Setidaknya 800 orang meninggal di seluruh dunia karena kesalahan informasi terkait Covid-19 dalam tiga bulan pertama tahun ini. Banyak korban meninggal karena mengikuti anjuran keliru untuk mengobati penyakit yang disebabkan virus korona baru ini. Indonesia menempati peringkat paling banyak menyebarkan informasi keliru ini.

Hasil kajian ini ditulis Md Saiful Islam dari Program for Emerging Infections, Infectious Diseases Division, Bangladesh, dan para peneliti lain dari sejumlah negara di *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene* edisi 10 Agustus 2020 yang dikutip kompas.id Kajian tersebut mengulas, selain 800 korban meninggal, tim peneliti ini menemukan sekitar 5.800 orang dirawat di rumah sakit akibat informasi palsu tentang penyembuhan Covid-19 di media sosial. Peneliti mengidentifikasi 2.311 infodemic atau informasi keliru terkait Covid-19 dalam 25 bahasa dari 87 negara dalam periode 21 Januari hingga 5 April 2020. Dari jumlah tersebut, 2.049 atau 89 persen laporan diklasifikasikan sebagai rumor, 182 atau 7,8 persen adalah teori konspirasi, dan 82 atau 3,5 persen adalah stigma. Dalam kajian

tersebut bias ditarik kesimpulan bahwa infodemik mendominasi informasi pemberitaan palsu tentang serba-serbi Covid-19.

Di antara semua kategori informasi yang dilacak, 24 persen terkait penyakit, penularan, dan kematian. Sebanyak 21 persen terkait intervensi, 19 persen untuk pengobatan dan penyembuhan, 15 persen untuk penyebab penyakit termasuk asalnya, 1 persen terkait kekerasan, dan 20 persen untuk lain-lain. Dari 2.276 informasi yang ditemukan, 1.856 atau 82 persen merupakan klaim salah, 204 atau 9 persen berbasis bukti, 176 atau 8 persen menyesatkan, dan 31 atau 1 persen tidak terbukti. Sebagian besar rumor, stigma, dan teori konspirasi secara berurutan berasal dari India, Amerika Serikat, China, Spanyol, Indonesia, dan Brasil. Di antara klaim keliru yang paling populer yakni konsumsi alkohol dengan konsentrasi tinggi bisa mendisinfeksi tubuh dan membunuh virus. Contoh lain informasi keliru meliputi antara lain makan bawang putih berjumlah besar atau mengonsumsi vitamin berjumlah besar. Bahkan, ada yang minum air seni sapi. Meski menempatkan Indonesia dalam urutan keempat negara paling banyak terdapat infodemik terkait Covid-19, laporan ini tidak memerinci secara spesifik. Penelusuran *Kompas* dari pemberitaan di sejumlah media dan media sosial, terdapat laporan kematian akibat mengonsumsi disinfektan. Misalnya, satu remaja di Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan meninggal dan dua lainnya sakit setelah mengonsumsi oplosan minuman energi dengan disinfektan.

Epidemiolog dari Griffith University, Dicky Budiman menjelaskan, info keliru terkait pandemi ini menjadi persoalan global, termasuk di Indonesia. "Untuk mengatasinya, literasi publik perlu ditingkatkan, selain itu pemerintah harus merespons dengan komunikasi risiko yang akurat dan cepat," katanya dikutip dari kompas.id. Dicky mencontohkan, mereka yang menyatakan Covid-19 sebagai rekayasa dan mengajak orang tidak memakai masker misalnya, harusnya mendapat sanksi. Termasuk halnya, mereka yang mengajak menolak vaksin, bisa dianggap mempersulit penanganan wabah. "Seperti virus, jika infodemi ini dibiarkan akan makin merusak dan mempersulit penanganan wabah," tuturnya. Nasi sudah jadi bubur. Informasi bohong yang dibalut dengan fakta dan data yang seolah akurat tidak bisa lagi ditarik. Infodemik sudah menjadi konsumsi pemberitaan di tengah rendahnya literasi informasi publik. Tentu, derasnya arus informasi dan pesan berantai melalui pesan instan seperti WhatsApp (WA) harus disikapi dengan gerakan literasi public yang intensif, edukatif, konsisten, kolaboratif dan massif. Harapan besar sesungguhnya ada pada media mainstream, baik berformat konvensional maupun digital. Karena media yang mengembangkan jurnalisme profesional yang serius memiliki visi dan roh informasi yang akurat, kredibel, bertanggungjawab, menggerakkan dan humanis.

Media massa arus utama menghadapi tantangan yang berat di era media sosial. Di Indonesia, masyarakat lebih memercayai informasi yang berasal dari media sosial daripada media arus utama. Di sisi lain, produk jurnalistik berkualitas juga terancam tenggelam dalam mekanisme algoritma internet. Anita Wahid dari Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) menjelaskan, tantangan media di era media sosial memang lebih berat. Pasalnya, yang mereka hadapi adalah

masyarakat yang sudah terpolarisasi. Masyarakat yang sudah telanjur terbelah itu terkadang hanya memercayai informasi yang dipercayai oleh dirinya sendiri dan kelompok afiliasinya. Fenomena ini dibaca juga oleh Cahyadi (2020) sebagai bentuk dari persaingan keras antarmedia daring dalam memberitakan wabah Covid-19 telah mengorbankan prinsip dasar jurnalistik. Menurutnya, jika dibiarkan, bukan hanya terjadi pembodohan massal, jurnalisme daring juga akan menemui ajal. Pandangan Cahyadi memang logis atas menjamurnya media daring yang memiliki format sama. Setiap ada momentum atau peristiwa besar yang menjadi perhatian public, media daring, menabrak prinsip-prinsip dasar jurnalistik. Jurnalisme pun seakan ikut sekarat di tengah mewabahnya Covid-19 (Darmawan, 2020).

Hasil survei lembaga Edelman Trust Barometer 2018 mengungkapkan tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap media arus utama memperlihatkan tren menurun pada 2012-2018. Hal itu dipengaruhi di antaranya oleh banyaknya berita bohong (hoaks) di media sosial, media cetak, dan elektronik. Selain itu, juga karena kantor berita dianggap lebih fokus membuat berita yang menarik perhatian khalayak besar (*click bait*) dibandingkan dengan melaporkan berita. Lembaga media juga dianggap tidak netral dan bias dalam memberitakan posisi politik dan ideologi tertentu dalam pemberitaan. Mengacu dari berbagai hasil penelitian dan pengamatan, sesungguhnya penurunan kepercayaan publik terhadap media tidak terjadi semata-mata karena rendahnya literasi medsos. Sebenarnya, ada tantangan berat lain, yaitu jebakan bisnis media daring. Hal ini menyebabkan algoritma yang menenggelamkan berita media arus utama. Hanya media yang disukai kelompok tertentu yang banyak dibagikan di ruang gema. Zen RS (2020) memberikan pandangan tentang media sosial dan ruang gema memang menjadi tantangan tersendiri bagi media arus utama. Apalagi, saat ini terjadi fenomena ketidakpercayaan (*distrust*) dan kecemasan (*anxiety*) masyarakat terhadap media arus utama. Selaian itu Zen berpandangan andil dari otoritas pemerintah yang kerap menyebarkan misinformasi kepada masyarakat. Semasa pandemi, misalnya, misinformasi yang berasal dari pemerintah masih kerap ditemukan terutama pemberitaan yang tidak didasarkan pada riset dan ilmu sains. Soal kalung antikorona, misalnya, ataupun ungkapan bahwa Indonesia kebal korona karena berada di wilayah tropis.

Untuk itu ketidakpercayaan publik terhadap media arus utama itu dapat dilawan dengan jurnalisme yang kredibel. Kerja-kerja jurnalistik harus diperbaiki sehingga menghasilkan informasi yang berkualitas. Di sisi lain, masyarakat juga harus diedukasi agar mau mengonsumsi informasi berkualitas dengan cara berlangganan. Dengan demikian, media tidak hanya mendapatkan pendapatan dari iklan, tetapi juga dari layanan berlangganan. Sebab, mekanisme iklan di media daring saat ini masih menjunjung tinggi asas *rating* yang dapat menurunkan kualitas media arus utama.

Pemimpin Redaksi Tirto.id A Supto Anggoro mengatakan, masa pandemi ini dapat dijadikan momentum untuk memberikan pencerahan kepada publik bahwa kerja

jurnalistik adalah kerja profesional. Berbeda dengan akun bot dan pendengung, media massa tidak menyebarkan informasi yang asal-asalan. Sebelum menerbitkan informasi, media harus melakukan disiplin verifikasi sesuai dengan kode etik jurnalistik. Media massa bekerja sesuai aturan UU Pers dan bertanggung jawab terhadap setiap informasi yang disampaikan. Hal ini yang harus terus digarisbawahi sehingga *literasi* masyarakat terus meningkat.

Parahita (2019) juga menyebut jurnalisme yang merepresentasikan media arus utama saat ini sudah seharusnya kembali pada marwah dan mengemban tugasnya sebagai penyedia informasi berkualitas terkait permasalahan publik. Di tengah guncangan terhadap jurnalisme sebagai sebuah prinsip, praktik, profesi, identitas maupun organisasi, jurnalisme juga mengalami krisis kepercayaan. Meluasnya disinformasi, misinformasi maupun lontaran kebencian mengindikasikan berpalingnya audiens dari media berita untuk mendapatkan berita. Akan tetapi, disinformasi digital justru semakin menuntut hadirnya jurnalisme berkualitas di tengah masyarakat kita. Sebab, ke manakah warga akan mencari informasi pembanding untuk meme hoax selain dari sebuah proses pemeriksaan fakta yang ketat oleh komunitas yang dipercayai? Retorika tersebut sejatinya mengandung dua elemen yang perlu diperiksa lebih lanjut: kredibilitas dan kepercayaan terhadap jurnalisme.

Kebutuhan terhadap kredibilitas dan kualitas jurnalisme saat ini mendesak dinanti oleh publik terlebih di tengah pandemik yang belum menunjukkan tren penurunan. Pandangan praktisi di atas dan kajian-kajian mengenai jurnalisme dalam berbagai literatur terkini, juga merekomendasikan harap agar jurnalime kembali pada tugas dan fungsi sucinya. Hal tersebut sejalan dengan konsumsi berita yang meningkat selama masa pandemi Covid-19 yang menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan informasi yang terpercaya. Ini menjadi modal kuat bagi media berita untuk memainkan peranan kunci dalam membatasi konten berbahaya termasuk hoaks melalui penyebaran informasi yang akurat. Data ComScore, perusahaan riset pasar, tentang konsumsi media digital di Asia Pasifik menunjukkan, di Indonesia sejak 2 Maret 2020 banyak orang beralih ke outlet berita untuk mengetahui informasi tentang Covid-19. Pengunjung unik (*unique visitors*) meningkat 8 persen — jumlah pengunjung unik tertinggi tercatat 87 juta – dan terus meningkat. Survei Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) pada April-Mei 2020 juga mencatat kunjungan ke situs media anggotanya meningkat 50-60 persen. Sementara untuk televisi, berdasarkan data Nielsen Indonesia pada medio Maret, kepemirsaaan program berita meningkat 25 persen dibandingkan sebelum 2 Maret 2020. Kondisi tersebut menunjukkan meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada media mainstream.

Kajian pada artikel ilmiah ini akan memfokuskan bagaimana strategi media mainstream dalam menyikapi pandemi dalam berbagai pemberitaanya dan upaya-upaya yang dilakukan untuk mengembalikan kepercayaan *public* terhadap media arus utama.

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.

II. PEMBAHASAN

Infodemi: 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 katakutan 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.

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 mem-posting 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.

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 menyedatkan (Untara & Rahayu, 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 (Untara & Supada, 2020).

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 (Wulandari & Untara, 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 (Purnomo, 2020).

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 publik.

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 kepakaran. 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 (Purnomo, 2018).

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* (Untara & Gunawijaya, 2020).

Kolaborasi dan Literasi Digital

Posisi genting media dan jurnalisme di era pasca-kebenaran, yang ditandai dengan lunturnya kepercayaan masyarakat terhadap media seolah menjadi klimak saat pandemic melanda di seluruh dunia. Hal tersebut menjadi perhatian dalam buku *Journalism, 'Fake News', & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training* (2018). Dalam buku itu disebutkan bahwa jurnalis tenggelam dalam hiruk pikuk informasi baik sebagai korban maupun pelaku. Sebagai korban, jurnalis dihadapkan pada intimidasi dan pelecehan daring kala berupaya mengungkapkan kebenaran. Sebagai pelaku, jurnalis tengah dimanipulasi oleh produsen kekacauan informasi yang bisa jadi berasal dari pelaku luar media atau justru malah pemilik media itu sendiri. Dalam posisi media yang 'rawan' terjebak sebagai pelaku maupun korban kekacauan informasi, salah satu yang bisa dilakukan adalah meningkatkan perannya dalam gerakan literasi digital. Bisa dengan cara menguatkan kompetensi literasi digital, baik bagi jurnalisnya maupun bagi masyarakat luas (Made & Hartaka, 2020).

Dalam sejarah gerakan literasi media dan informasi di Indonesia yang dimulai pada awal tahun 1990-an, media, meskipun tidak dominan namun tetap memegang peran penting. Studi yang dilakukan oleh Pusat Kajian Media dan Budaya Populer menunjukkan bahwa media adalah salah satu penggerak literasi media dan informasi, selain lembaga swadaya masyarakat dan sekolah (Poerwaningtyas, 2013). Saat itu, fokus gerakan literasi adalah meningkatkan kemampuan literasi media masyarakat dalam mengkonsumsi produk cetak maupun siaran televisi. Jaringan Pegiat Literasi Media (Japelidi) pada tahun 2017. Media (0.4%) merupakan salah satu pelaku kegiatan literasi digital selain perguruan tinggi, instansi pemerintah, komunitas, lembaga swadaya masyarakat, sekolah, korporasi, asosiasi profesi, dan organisasi massa (Kurnia dan Astuti, 2017). Studi ini juga menunjukkan bahwa sejak tahun 2010 hingga 2017, media digital menjadi bagian yang vital dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Sebab, gerakan literasi media dan informasi berfokus pada media digital. Baik yang ditujukan bagi jurnalisnya maupun bagi masyarakat luas. Media biasanya melakukan beragam pelatihan jurnalistik untuk membekali wartawan agar mempunyai bekal cukup supaya tidak terjebak dalam praktik jurnalisme buruk yang bisa menyeret ke dalam pusaran kekacauan informasi. Program semacam ini dilakukan oleh banyak institusi media.

Beberapa contoh adalah Tirto (Arlin, 2017), Tempo dengan Tempo Institute-nya, hingga Kompas dengan Kompas Institute. Yang menarik, sayap media yang

menangani pelatihan jurnalistik sebagaimana Tempo Institute maupun Kompas Institute tidak hanya melayani pelatihan bagi jurnalis, melainkan juga melayani masyarakat umum yang tertarik pada dunia jurnalistik. Selain melakukan program literasi digital secara mandiri, media juga melakukan kolaborasi dengan media lain, dengan komunitas, ataupun dengan organisasi lain yang sebagian besar berupaya menekan dampak kekacauan informasi di era pasca-kebenaran. Misalnya ketika Tempo Institute berkolaborasi dengan Yukepo, ICT Watch, Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi, dan MAFINDO menyelenggarakan Tempo Goes to Campus (SGTC) di Cilegon, Bandung, Aceh, Batam, Pontianak, Palu, Makassar, Halmahera, Ambon dan Manado.

Kegiatan SGTC bertujuan untuk mengajak kaum muda Indonesia meningkatkan kompetensi literasi digital mereka. Kaum muda yang mempunyai pikiran dan sikap kritis dalam mengelola informasi dianggap sebagai salah satu benteng dalam upaya menangkal kekacauan informasi, baik yang berupa misinformasi, disinformasi, maupun mal-informasi. Dari sini, kita tarik benang merah bahwa kolaborasi tampaknya menjadi isu penting dalam meningkatkan peran media dalam gerakan literasi digital bersama media menjadi solusi di tangan produksi informasi yang massif di ruang publik tentang Covid-19. Terlebih bersifat simpang siur dan kerap membodohi publik.

Prinsip Jurnalisme: Strategi Membangun Kepercayaan Media Mainstream

Saat publik bingung akan informasi yang valid atas berita yang simpang siur, terutama dalam musim pandemic saat ini. Media mainstream perlahan menjadi rujukan. Jika mengacu hasil riset yang dilakukan oleh Kompas Gramedia melalui situs kompas.com dan Nielsen, seperti ulasan sebelumnya tentu adalah momentu bagi media arus utama untuk berbebah. Mengembalikan prinsip dan spirit jurnalisme yang memiliki fungsi mencerdaskan (edukatif) dan control sosial (kritik) di saat krisis tidak semata memberikan informasi satu arah. Momen untuk mengembalikan kepercayaan publik terhadap media mainstream bias ditempuh dengan memaksimalkan kembali prinsip-prinsip jurnalisme (*Journalism Principles*) sebagai asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya) atau dasar jurnalisme yang menjadi pedoman jurnalis dalam bekerja.

Prinsip jurnalistik merupakan pedoman etis para wartawan yang berlaku universal. Prinsip-prinsip ini lalu dituangkan dalam kode etik jurnalistik yang dirumuskan dan ditetapkan masing-masing organisasi profesi wartawan. Di Indonesia, prinsip jurnalistik berupa kode etik ditetapkan oleh Dewan Pers. Prinsip jurnalistik dikemukakan para ahli, akademisi, dan praktisi. Terpopuler adalah prinsip jurnalistik yang dikemukakan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam rumusan "Elemen Jurnalisme" (*The Element of Journalism*) dalam bukunya *The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (New York: Crown Publishers, 2001). Elemen-elemen ini bias menjadi rujukan kembali dalam membangun media mainstream yang kredibel. Elemen tersebut diantaranya. Pertama, Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran. Kewajiban para jurnalis adalah menyampaikan kebenaran, sehingga

masyarakat bisa memperoleh informasi yang mereka butuhkan untuk berdaulat. Bentuk “kebenaran jurnalistik” yang ingin dicapai ini bukan sekadar akurasi, namun merupakan bentuk kebenaran yang praktis dan fungsional. Ini bukan kebenaran mutlak atau filosofis, tetapi merupakan suatu proses menyortir (*sorting-out*) yang berkembang antara cerita awal, dan interaksi antara publik, sumber berita (*newsmaker*), dan jurnalis dalam waktu tertentu. Prinsip pertama jurnalisisme—pengejaran kebenaran, yang tanpa dilandasi kepentingan tertentu (*disinterested pursuit of truth*)—adalah yang paling membedakannya dari bentuk komunikasi lain.

Kedua, loyalitas pertama jurnalisisme adalah kepada warga (*citizens*). Organisasi pemberitaan dituntut melayani berbagai kepentingan konstituennya: lembaga komunitas, kelompok kepentingan lokal, perusahaan induk, pemilik saham, pengiklan, dan banyak kepentingan lain. Semua itu harus dipertimbangkan oleh organisasi pemberitaan yang sukses. Namun, kesetiaan pertama harus diberikan kepada warga (*citizens*). Ini adalah implikasi dari perjanjian dengan publik. Komitmen kepada warga bukanlah egoisme profesional. Kesetiaan pada warga ini adalah makna dari independensi jurnalistik. Independensi adalah bebas dari semua kewajiban, kecuali kesetiaan terhadap kepentingan publik. Jadi, jurnalis yang mengumpulkan berita tidak sama dengan karyawan perusahaan biasa, yang harus mendahulukan kepentingan majikannya. Jurnalis memiliki kewajiban sosial, yang dapat mengalahkan kepentingan langsung majikannya pada waktu-waktu tertentu, dan kewajiban ini justru adalah sumber keberhasilan finansial majikan mereka. Ketiga, esensi jurnalisisme adalah disiplin verifikasi. Yang membedakan antara jurnalisisme dengan hiburan (*entertainment*), propaganda, fiksi, atau seni, adalah disiplin verifikasi. Hiburan –dan saudara sepupunya “infotainment”—berfokus pada apa yang paling bisa memancing perhatian. Propaganda akan menyeleksi fakta atau merekayasa fakta, demi tujuan sebenarnya, yaitu persuasi dan manipulasi. Sedangkan jurnalisisme berfokus utama pada apa yang terjadi, seperti apa adanya. Disiplin verifikasi tercermin dalam praktik-praktik seperti mencari saksi-saksi peristiwa, membuka sebanyak mungkin sumber berita, dan meminta komentar dari banyak pihak (Darmawan I. p., 2020).

Keempat, Jurnalis harus tetap independen dari pihak yang mereka liput. Jurnalis harus tetap independen dari faksi-faksi. Independensi semangat dan pikiran harus dijaga wartawan yang bekerja di ranah opini, kritik, dan komentar. Jadi, yang harus lebih dipentingkan adalah independensi, bukan netralitas. Jurnalis yang menulis tajuk rencana atau opini, tidak bersikap netral. Namun, ia harus independen, dan kredibilitasnya terletak pada dedikasinya pada akurasi, verifikasi, kepentingan publik yang lebih besar, dan hasrat untuk memberi informasi. Adalah penting untuk menjaga semacam jarak personal, agar jurnalis dapat melihat segala sesuatu dengan jelas dan membuat penilaian independen. Kelima, Jurnalis harus melayani sebagai pemantau independen terhadap kekuasaan. Jurnalis harus bertindak sebagai pemantau independen terhadap kekuasaan. Wartawan tak sekadar memantau pemerintahan, tetapi semua lembaga kuat di masyarakat.

Pers percaya dapat mengawasi dan mendorong para pemimpin agar mereka tidak melakukan hal-hal buruk, yaitu hal-hal yang tidak boleh mereka lakukan sebagai pejabat publik atau pihak yang menangani urusan publik. Jurnalis juga mengangkat suara pihak-pihak yang lemah, yang tak mampu bersuara sendiri. Prinsip pemantauan ini sering disalahpahami, bahkan oleh kalangan jurnalis sendiri, dengan mengartikannya sebagai “menggangu pihak yang menikmati kenyamanan.”

Keenam, jurnalisisme harus menyediakan forum bagi kritik maupun komentar dari publik. Apa pun media yang digunakan, jurnalisisme haruslah berfungsi menciptakan forum di mana publik diingatkan pada masalah-masalah yang benar-benar penting, sehingga mendorong warga untuk membuat penilaian dan mengambil sikap. Maka, jurnalisisme harus menyediakan sebuah forum untuk kritik dan kompromi publik. Demokrasi pada akhirnya dibentuk atas kompromi. Forum ini dibangun berdasarkan prinsip-prinsip yang sama sebagaimana halnya dalam jurnalisisme, yaitu: kejujuran, fakta, dan verifikasi. Forum yang tidak berlandaskan pada fakta akan gagal memberi informasi pada publik. Ketujuh, jurnalisisme harus berupaya membuat hal yang penting itu menarik dan relevan. Tugas jurnalis adalah menemukan cara untuk membuat hal-hal yang penting menjadi menarik dan relevan untuk dibaca, didengar atau ditonton. Untuk setiap naskah berita, jurnalis harus menemukan campuran yang tepat antara yang serius dan yang kurang-serius, dalam pemberitaan hari mana pun. Singkatnya, jurnalis harus memiliki tujuan yang jelas, yaitu menyediakan informasi yang dibutuhkan orang untuk memahami dunia, dan membuatnya bermakna, relevan, dan memikat. Dalam hal ini, terkadang ada godaan ke arah infotainment dan sensasionalisme. Kedelapan, jurnalis harus menjaga agar beritanya komprehensif dan proporsional. Jurnalisisme itu seperti pembuatan peta modern. Ia menciptakan peta navigasi bagi warga untuk berlayar di dalam masyarakat. Maka jurnalis juga harus menjadikan berita yang dibuatnya proporsional dan komprehensif. Dengan mengumpamakan jurnalisisme sebagai pembuatan peta, kita melihat bahwa proporsi dan komprehensivitas adalah kunci akurasi. Kita juga terbantu dalam memahami lebih baik ide keanekaragaman dalam berita (Hartaka & Suadnyana, 2020).

Sembilan, jurnalis memiliki kewajiban untuk mengikuti suara nurani mereka. Setiap jurnalis, dari redaksi hingga dewan direksi, harus memiliki rasa etika dan tanggung jawab personal, atau sebuah panduan moral. Terlebih lagi, mereka punya tanggung jawab untuk menyuarakan sekuat-kuatnya nurani mereka dan membiarkan yang lain melakukan hal yang serupa. Agar hal ini bisa terwujud, keterbukaan redaksi adalah hal yang penting untuk memenuhi semua prinsip jurnalistik. Gampangnya mereka yang bekerja di organisasi berita harus mengakui adanya kewajiban pribadi untuk bersikap beda atau menentang redaktur, pemilik, pengiklan, dan bahkan warga serta otoritas mapan, jika keadilan (fairness) dan akurasi mengharuskan mereka berbuat begitu. Dalam kaitan itu, pemilik media juga dituntut untuk melakukan hal yang sama. Organisasi pemberitaan, bahkan terlebih lagi dunia media yang terkonglomerasi dewasa ini, atau perusahaan induk mereka, perlu membangun budaya yang memupuk tanggung jawab individual. Sembilan

prinsip jurnalisme ini sesungguhnya sangat relevan dalam membangun kembali kepercayaan publik terhadap keberadaan media arus utama ditengah infodemi yang saat ini menglobal.

III. SIMPULAN

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 berbagai komunitas atau lembaga terkait sehingga publik mampu memilah informasi yang kredibel. Kajian mengenai peran media mainstream harus kembali digaungkan oleh para peneliti sebagai bagian dari agenda literasi nasional. Mengingat riuh rendah informasi yang tersebar di media sosial tidak sepenuhnya menyehatkan. Ditengah arus informasi dan teknologi yang bisa dijangkau siapapun dan kapanpun, konten informasi yang sehat menjadi keniscayaan agar informasi tetap membangun nalar yang rasional dan produktif.

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
- Darmawan, I. P. A. (2020). Animisme Dalam Pemujaan Barong Bulu Gagak Di Bali. *Genta Hredaya*, 4(1).
- Darmawan, I. P. A. (2020). Eksistensi Seni Di Tengah Badai Pandemi Covid-19. *Bali vs COVID-19: Book Chapters*, 151
- Hartaka, I. M., & Suadnyana, I. B. P. E. (2020). DHARMA AGAMA DAN DHARMA NEGARA DI ERA KEKINIAN. *Pariksa*, 2(1).
- 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
- Liputan12. 2019. 19 Oktober. 9 Elemen Jurnalisme plus Elemen ke-10 dari Bill Kovac. (online): <https://liputan12.id/news/2019/10/19/9-elemen-jurnalisme-plus-elemen-ke-10-dari-bill-kovach/> diakses 21 Agustus 2020
- Made, Y. A. D. N., & Hartaka, I. M. (2020). Implikasi Yoga Marga Terhadap Kesehatan Rohani. *JURNAL YOGA DAN KESEHATAN*, 3(2), 152-162.
- Mohsin, Anto. 2020. theconversation.com. Mengapa Infodemi Covid19 Begitu Cepat Menyebar Lewat Media Sosial ?. (Online) <https://theconversation.com/mengapa-infodemi-covid-19-begitu-cepat-menyebar-lewat-media-sosial-137715> diakses 18 Agustus 2020
- Nielsen. 2020, 23 Maret. Nielson.com. Covid-19 dan Dampaknya Pada Tren Konsumsi Media. (Online) <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>. (Online) Diakses pada 18 Agustus 2020
- Prasetyo, Andreas Yoga. 2020, 18 Juli. Kompas.id. Ceruk Pasar Portal Berbayar di Tengah Pandemi. (Online) <https://kompas.id/baca/riset/2020/07/18/ceruk-pasar-portal-berbayar-di-tengah-pandemi/> diakses 20 Agustus 2020.
- Purnomo, I. M. B. A. (2018). Internalisasi Pendidikan Karakter Hindu Melalui Pembelajaran Bhagavad Gita Digital di Pasraman Gopisvara Buleleng. *Satya Widya: Jurnal Studi Agama*, 1(2), 183-190.
- Purnomo, I. M. B. A. (2020). KAJIAN TRI HITA KARANA PADA PEMBERITAAN KOLOM TAKSU PORTAL BERITA ANTARA BIRO BALI. *Maha Widya Duta*, 2(2), 21-29.
- Untara, I. M. G. S., & Gunawijaya, I. W. T. (2020). Estetika dan Religi Penggunaan Rerajahan pada Masyarakat Bali. *Jñānasiddhānta: Jurnal Teologi Hindu*, 2(1), 41-50.
- Untara, I. M. G. S., & Rahayu, N. W. S. (2020). Bissu: Ancient Bugis Priest (Perspective On The Influence Of Hindu Civilization In Bugis Land). *Vidyottama Sanatana: International Journal of Hindu Science and Religious Studies*, 4(2), 243-249.
- Untara, I. M. G. S., & Supada, W. (2020). Eksistensi Pura Tanah Lot Dalam Perkembangan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Tabanan. *CULTOURE: Jurnal Pariwisata Budaya Hindu*, 1(2), 186-197.
- Wulandari, N. P. A. D., & Untara, I. M. G. S. (2020). NILAI-NILAI FILSAFAT KETUHANAN DALAM TEKS ĀDIPARWA. *Genta Hredaya*, 4(1).