

MEDIA LITERACY: THE EFFECT OF NEWS ON COVID-19 IN MASS MEDIA IN PUBLIC UNDERSTANDING

Eryza¹, Rafinita Aditia²

Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu

Korespondensi: Jalan W.R. Supratman, Kandang imun, Bengkulu

Surel: eryzaeryza@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 23/12/2021

Direvisi: 24/09/2022

Publikasi: 31/01/2023

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Literasi Media;

Berita;

Media Massa;

Covid-19.

Keywords:

Media literacy;

News;

Mass Media;

Covid-19.

ABSTRAK iterasi Media: Dampak Pemberitaan Covid-19 di Media Massa dalam Pemahaman Masyarakat. Artikel ini membahas dampak pemberitaan Covid-19 sebagai iterasi media bagi masyarakat. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan merujuk pada pemberitaan dari CNN Indonesia yang membahas tentang angka kematian Covid-19 yang kecil tetapi lebih mematikan dari flu sedangkan RRI (Radio Republik Indonesia) juga mencerminkan pemberitaan tentang Covid-19 yang dideskripsikan sepuluh kali lebih mematikan dari flu babi. Arus berita yang terus mengalir memberikan berbagai pemahaman makna yang berbeda bagi setiap masyarakat. Simpulannya, dekadensi umat manusia menjadi fenomena yang tak terhindarkan. Dekadensi kemanusiaan ini terjadi dalam bentuk *panic buying* dan penolakan terhadap jenazah positif Covid-19.

ABSTRACT Media literacy: The Effect of News on Covid-19 in Mass Media in Public Understanding. This article discusses the impact of Covid-19 reporting as media literacy for the community. Researchers used qualitative approach with descriptive method, referring to news from CNN Indonesia which discussed the small but deadlier Covid-19 death rate than flu and RRI (Radio Republik Indonesia) which also reflected news about Covid-19 which was ten times deadlier than swine flu. The continuous flow of news provides a variety of different understandings of meaning for each society. In conclusion, the decadence of mankind became an inevitable phenomenon. This decadence of humanity occurs in the form of *panic buying* and rejection of Covid-19 positive bodies.

PENDAHULUAN

Korelasi antarmedia massa dan publik dibangun oleh pesan media, sedangkan pesan media itu sendiri memiliki ciri khas pada setiap media untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat umum secara luas. Satu langkah awal diambil untuk dapat memahami bagaimana hubungan antara pesan media, media massa, dan khalayak itu dapat terbentuk.

Berita merupakan bagian dari isi media massa, berita memiliki unsur terpenting di dalam sebuah media massa. Jurnalistik memiliki aktivitas meliput berita. Berita menduduki posisi 90% dari isi media massa baik media elektronik, media *online*, maupun media cetak. Pemberitaan yang sedang hangat diberitakan oleh media antara 2019–2022 yaitu Covid-19. Pada Januari 2020, penyakit coronavirus baru 2019 (Covid-19) menyebar dari Wuhan ke Provinsi Hubei dan seluruh Cina, sehingga menyebar ke seluruh dunia, dengan begitu cepat. Dikutip dari aman resmi WHO, Covid-19 ialah penyakit yang dapat menular karena coronavirus merupakan virus jenis baru. Virus ini merupakan penyakit yang tidak dikenal sebelumnya, kemudian menjadi wabah di Wuhan, Tiongkok, pada 2019 tepatnya Desember.

Hampir seluruh media massa yang ada menyajikan pemberitaan tentang pandemi yang telah menyerang 212 negara di seluruh dunia, baik dari media *online*, media elektronik, maupun media cetak. Sebagai hasilnya, arus berita yang diberikan oleh media semakin deras dan tak mampu dielak agi oleh masyarakat. Hal ini menjadikan arti penting pemberitaan media yang mampu membuat masyarakat memperoleh edukasi terkait pandemi Covid-19. Tidak sedikit masyarakat tidak paham ataupun tidak mampu menerima informasi yang disampaikan oleh media terhadap kebenaran sebuah informasi yang diterima apakah benar atau palsu (*hoax*) terkait Covid-19. Hal ini terjadi karena kurangnya iterasi media yang dimiliki oleh masyarakat.

Informasi-informasi yang disampaikan melalui pemberitaan media massa, sangat memengaruhi bagaimana pemahaman masyarakat, sehingga kemampuan literasi media menjadi krusial supaya tidak ada salah pemahaman atau penafsiran informasi dari pemberitaan yang disampaikan. Oleh karena itu, literasi media diperlukan sebagai benteng pemahaman masyarakat dalam mencerna informasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Media

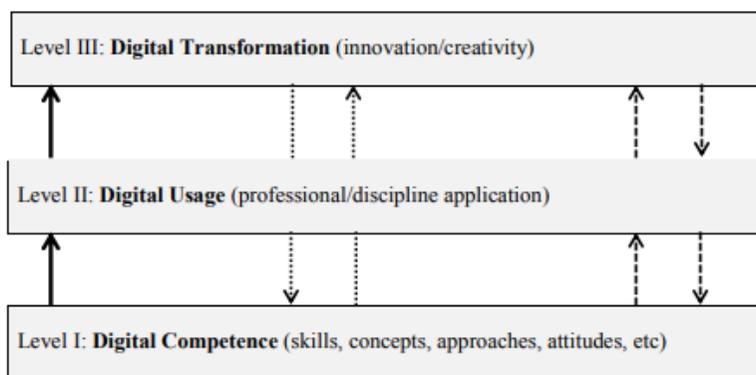
Idalam konteks ini, literasi media mengarah pada kemampuan khalayak yang melek media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Istilah literasi media telah digunakan sejak tahun 1990-an dalam rangka merujuk kepada kemampuan dalam rangka berhubungan dengan informasi *hypertekstual* dalam makna membaca nonsekuensial atau nonurutan berbantuan komputer. Konsep literasi juga telah diperluas oleh *Gilster* dalam bukunya yang berjudul *Media Literacy*. Secara umum, literasi media didefinisikan sebagai kemampuan dalam rangka memahami, menggunakan, serta mengevaluasi informasi dari berbagai sumber digital (*Gilster*, 1997).

Literasi media mampu dikatakan pula sebagai suatu konsep terkait cara-cara masyarakat mempertanyakan apa yang didengar, dibaca, serta ditonton dari media sehingga masyarakat mampu mengontrol isi media secara kritis serta cerdas serta mampu membaca suatu propaganda ataupun kepentingan tertentu dari suatu pemberitaanlmedia.

Dalam kemajuan literasi media kemudian memperhatikan sebagian dari rangkaian kegiatan terorganisasi dalam bentuk pendidikan kepada masyarakat. Tujuan mendasar media literasi adalah mengajar khalayak atau pengguna media dalam rangka menganalisis pesan yang disampaikan oleh media massa, mempertimbangkan tujuan komersil serta politik dibalik suatu citra atau pesan media, serta meneliti siapa yang bertanggung jawab atas pesan atau ide yang dihubungkan oleh pesan atau citra itu.

Tingkatan Literasi Media

Tingkatan literasi media dikembangkan melalui 3 level serta digambarkan melalui model pengembangan individu dalam literasi media (Martin & Grudziecki, 2006).



Gambar 1. Tingkatan Literasi Media

Berdasarkan tingkatan di atas, mampu diketahui bahwa literasi media menunjukkan adanya perkembangan literasi pada setiap individu, kemampuan yang dimiliki individu di setiap tingkatan tidak selalu sama pada hal-hal tertentu. Pada level I, kompetensi literasi media mencakup keterampilan dasar yang meliputi keterampilan, konsep, pendekatan, sikap serta kesadaran. Level II, tingkat penggunaan media mencakup penerapan kompetensi media yang berhubungan dengan konteks tertentu. Level III, tahapan terakhir yaitu transformasi media, yang telah dikembangkan memungkinkan membutuhkan kreativitas serta inovasi pada penggunaan media.

Komunikasi Massa serta Media Massa

Menurut Bittner, komunikasi massa ialah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Pada intinya, penekanan komunikasi massa berada pada media (*channel*) penyampaian pesan melalui media massa.

Media massa salah satu komunikasi yang ditujukan kepada sebagian masyarakat/khalayak yang tersebar, anonim serta heterogen, melalui media cetak

ataupun elektronik, sehingga pesan yang terdapat informasi lserupa mampu diterima secara bersamaan serta sesaat. Asal media massa yaitu dari bahasa Inggris disebut dengan *mass media*. Adapun pengertian lain dari media ialah komunikasi yang menggunakan alat atau saran yang mampu menjangkau massa yang banyak serta area yang sangat luas. Komunikasi massa tidak akan terlepas dari massa sebab pada komunikasi massa penyampaian pesannya menggunakan media.

Mc Quail mengungkapkan bahwa media massa ialah *power*, alat kontrol, inovasi serta manajemen di dalam masyarakat yang mampu digunakan sebagai pengganti kekuatan serta sumber daya lainnya. Media juga mampu menjadi sumber dominan yang mampu dikonsumsi oleh khalayak ramai supaya memperoleh gambaran atau citra dalam realitas sosial, baik individu maupun secara kolektif, Ketika media memaparkan nilai-nilai serta penilaian normatif yang digabungkan dengan berita serta hiburan.

METODE

Penelitian kualitatif ini bertujuan dalam rangka menguraikan suatu kejadian dengan fokus kedalaman data yang dikumpulkan dalam rangka mendeskripsikan data secara faktual, sistematis serta akurat (Kriyantono, 2014). Data yang diperlukan dalam penelitian ini ialah data yang bersifat kualitatif sebagai data primer. Peneliti akan lebih banyak mengarahkan analisis data kualitatif sebab menyangkut aktivitas serta dinamika literasi media yang terjadi dalam suatu lingkup pemberitaan media massa. Penelitian ini tidak dimaksudkan dalam rangka memperoleh *external validity*, tetapi lebih bertujuan dalam rangka memperoleh pemahaman terkait suatu realitas dalam konteksnya yang spesifik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan Covid-19 di Media Massa

Pemberitaan terkait covid-19 telah banyak diterbitkan oleh media yang ada di Indonesia. Salah satu media yang memuat pemberitaan ialah dari CNN Indonesia

yang menayangkan tentang angka kematian Covid-19 yang kecil tetapi lebih mematikan dari flu. Data menunjukkan bahwa sekitar 0,66 persen yang terinfeksi Covid-19 akan meninggal dunia. Sementara yang meninggal sebab flu lebih rendah, yaitu hanya sebesar 0,1 persen. Laman Radio Republik Indonesia (RRI) juga merefleksikan pemberitaan tentang virus Covid-19 yang sepuluh kali lebih mematikan dari flu babi.

Pemberitaan tentang tingkat kematian akibat Covid-19 yang tinggi menghasilkan ketakutan tersendiri di masyarakat. Pemberitaan terkait pencegahan Covid-19 menjadi hal yang penting dalam rangka diberitakan oleh media. Seperti pemberitaan oleh IDN Times terkait enam protokol pencegahan Covid-19, di antaranya membeli cairan disinfektan atau membuatnya sendiri, membersihkan diri saat pulang dari bepergian di luar rumah, menyemprotkan disinfektan pada barang yang ada di rumah secara berkala, lebih berhati-hati pada paket atau makanan yang dibeli secara *online*, menghindari kerumunan, dan menggunakan masker.

Media Kompas melalui laman *kompas.com* juga memberikan pemberitaan pencegahan Covid-19 yang berisi himbauan dari WHO dalam rangka menggunakan masker ketika berada di ruang publik ataupun keluar rumah. Hal ini dilakukan dalam rangka mencegah masuknya virus melalui wajah. Selain menggunakan masker, pelaksanaan pembatasan sosial atau fisik harus tetap ditaati meski sudah menggunakan masker.

Wabah Covid-19 ialah keadaan darurat pada kesehatan masyarakat yang khas. Penyebarannya yang sangat cepat tidak hanya memengaruhi kehidupan ratusan juta masyarakat, tetapi juga mengganggu laju perkembangan ekonomi, juga sosial, yang mengakibatkan kerugian ekonomi dan sosial yang tak terhitung (Gao & Yu, 2020). Bahkan setiap hari, media selalu menampilkan statistik perkembangan kasus Covid-19 yang dapat diakses melalui laman resmi <https://www.covid19.go.id/>.

Dekadensi Kemanusiaan sebagai Hasil Rendahnya Literasi Media

Arus pemberitaan yang terus melaju memberikan berbagai makna literasi media bagi tiap masyarakat. Sebagian masyarakat masih belum melek media serta

menerima semua pemberitaan mentah-mentah, tanpa adanya telaah serta kajian lebih lanjut perihal pemberitaan Covid-19 yang ditampilkan oleh media. Sebagai hasilnya, dekadensi kemanusiaan menjadi fenomena yang tidak mampu dielakkan. Setiap masyarakat menjadi semakin mementingkan diri sendiri, tanpa memikirkan bagaimana orang lain. Ketimpangan terjadi di segala sisi serta disparitas kelompok kaya serta miskin semakin jelas tampak.

Salah satu bentuk dekadensi kemanusiaan akibat rendahnya literasi media terhadap pemberitaan Covid-19 ialah *panic buying*. *Panic Buying* sangat penting dipahami sebagai tren dampak dari pandemi Covid-19. Lebih penting lagi dalam rangka memahami tren ini dari dimensi perdagangan *online* ataupun interaksi sosial sebab terkuncinya toko-toko serta pembatasan kontak manusia antarmanusia (Addo et al., 2020). Pembatasan interaksi sosial menyebabkan semakin sedikit ruang gerak yang dimiliki oleh masyarakat. Terlebih akibat pemberitaan massif terkait Covid-19 membuat masyarakat semakin ketakutan dengan pandemi ini, serta memilih melaksanakan berbagai pencegahan.

Metode pencegahan Covid-19 telah banyak disebar oleh media melalui pemberitaan media cetak, media elektronik, dan media *online*. Salah satu hal yang mampu dilakukan dalam rangka mencegah terinfeksi Covid-19 ialah dengan menggunakan masker. Akibat dari pemberitaan tersebut, masyarakat berbondong-bondong membeli masker, terutama masker medis yang diklaim efektif menangkal virus. Kebutuhan masker yang semakin tinggi memacu kenaikan harga masker yang melambung dari biasanya. Berbagai pihak yang tidak bertanggung jawab juga melaksanakan penimbunan masker dalam rangka memperoleh keuntungan di tengah pandemi Covid-19. Hal ini merefleksikan terjadinya dekadensi kemanusiaan yang berbagai pihak lebih memilih menyelamatkan dirinya sendiri, menumpuk kekayaan dalam persiapan menghadapi pandemi, tanpa memikirkan keadaan orang lain.

Kebutuhan masker yang semakin meningkat seharusnya ditanggapi dengan produksi masker yang semakin tinggi sehingga harga masker di pasaran mampu

ditekan. Bahkan seharusnya mampu mencapai harga di bawah standar sebelum masa Covid-19. Terutama masker medis yang sangat dibutuhkan oleh tenaga kesehatan dalam menjalankan tugas di garda terdepan. Bukan hanya masker medis, masker kain yang akhir-akhir ini diklaim mampu menurunkan resiko terkena Covid-19 juga melambung harganya. Sebagailakibat tingginya harga masker yang disebabkan *panic buying* masyarakat dengan perekonomian tinggi, menyebabkan rendahnya daya beli masyarakat menengah ke bawah terhadap masker saat ini sangat diperlukan. Tidak hanya masker yang menjadi barang langka akibat fenomena *panic buying*, tetapi juga handsanitizer serta disinfektan lainnya.

Selain fenomena *panic buying*, penolakan jenazah Covid-19 juga menjadi salah satu bentuk dekadensi kemanusiaan. Rendahnya literasi media terhadap jenazah yang terinfeksi Covid-19 menjadikan masyarakat tidak menerima jenazah positif covid-19 dimakamkan di daerah mereka. Masyarakat memiliki ketakutan berlebihan akan tertular Covid-19 melalui jenazah yang positif pada pandemi tersebut. Meskipun protokol pengurusan jenazah covid-19 telah resmi dipublikasikan jugaldi aman <https://www.covid19.go.id/>.



Gambar 2. Protokol pengurusan jenazah positif Covid-19

Penolakan terhadap jenazah Covid-19 ialah bentuk dekadensi kemanusiaan, yang menunjukkan masyarakat seolah tidak menghargai pihak yang terkena musibah akibat Covid-19. Sifat masyarakat yang dahulu selalu menjunjung nilai kebersamaan, tenggang rasa, dan empati yang tinggi semakin terkikis akibat rendahnya literasi yang dimiliki. Padahal sudah jelas, jenazah positif Covid-19 telah memiliki protokol tersendiri sebelum dikuburkan, tidak semata-mata ditelantarkan oleh tenaga medis yang menangani jenazah tersebut.

SIMPULAN

Informasi yang disampaikan melalui pemberitaan media massa, mampu memengaruhi pemahaman masyarakat, sehingga kemampuan literasi media menjadi krusial supaya tidak ada kesalahpahaman penafsiran informasi dari pemberitaan yang disampaikan. Pemberitaan terkait Covid-19 telah banyak ditayangkan oleh media yang ada di Indonesia. Salah satu pemberitaan yang ada ialah dari CNN Indonesia yang membahas tentang angka kematian Covid-19 yang kecil tetapi lebih mematikan dari flu. Laman RRI juga merefleksikan pemberitaan tentang virus Covid-19 yang sepuluh kali lebih mematikan dari flu babi.

Arus pemberitaan yang terus melaju memberikan berbagai makna literasi media tersendiri bagi tiap masyarakat. Sebagian masyarakat masih belum melek media dan menerima semua pemberitaan mentah-mentah, tanpa adanya telaah serta kajian lebih lanjut terhadap pemberitaan Covid-19 yang ditampilkan oleh media. Sebagai hasilnya, dekadensi kemanusiaan menjadi fenomena yang tidak mampu dielakkan, setiap masyarakat menjadi semakin individualis. Ketimpangan terjadi di segala sisi dan disparitas kelompok kaya serta miskin semakin jelas tampak. Dekadensi kemanusiaan ini terjadi dalam bentuk *panic buying* serta penolakan terhadap jenazah positif Covid-19.

DAFTAR RUJUKAN

- Addo, P. C., Jiaming, F., Kulbo, N. B. (2020). Covid-19: Fear Appeals Favoring Purchase Behavior Towards Personal Protective Equipment. *The Service Industries Journal*, 40 (7-8), 1–20.
- Alimudin, A. (2014). *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenada Media
- Ardianto, E., dkk. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Buana, D. R. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(1), 217—226.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa*. Jakarta: Kencana
- Cangara, H. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fitria, R. & Aditia, R. (2019). Prospek dan Tantangan Dakwah Bil Qalam sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 19(2), 224—234.
- Gao, X., & Yu, J. (2020). Public Governance Mechanism in the Prevention and Control of Covid-19: Information, Decision-making, and Execution. *Journal of Chinese Governance*, 5(2), 1–20.
- Herry, H. (2017). *iterasi Media dan Kesadaran dan Analisis*. Yogyakarta: Ipolis
- Kriyantono, R. (2014). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mc Quail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Potter, J.W. (2013). *Media iterasi*. New York: Sage
- Purwaningtias, I. dkk. (2013). *Model-model iterasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*. Yogyakarta: Ull
- Rochadiani, T. H. dkk. (2020). Peningkatan iterasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Pradita*, 1(1), 11-21
- Safitri, I.D. (2020). *6 Protokol Pencegahan Covid-19 di Rumah*. Diakses melalui aman https://www.idntimes.com/health/intan-deviana_safitri_/6-protokol-pencegahan-covid-19-di-rumah-c1c2 pada 8/8/2021.
- Stanley J. B. (2010). *Pengantar Komunikasi Massa: iterasi Media dan Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sumiati, Eti dan Wijonarko. (2020). Manfaat iterasi Digital Bagi Masyarakat dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3(2), 65-80,
- Suryawati, I.S. (2014). *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Press
- Tim Penulis Berita CNN. (2020). *Angka Kematian Corona Kecil Tapi lebih Mematikan dari Flu*. Diakses pada laman <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200331142947-255-488711/angka-kematian-corona-kecil-tapi-lebih-mematikan-dari-flu> pada 6/8/2021

- Tim Penulis. (2020). *Cegah Penularan Virus Corona WHO Kini Dukung Orang Pakai Masker*. Diakses melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/04/102615065/cegah-penularan-virus-corona-who-kini-dukung-semua-orang-pakai-masker-di?page=all> pada 10/8/2021
- Tim Penulis. (2020). *WHO: Virus Corona Covid-19 10 Kali Mematikan dari Flu Babi*. Diakses melalui http://rri.co.id/post/berita/820063/internasional/who_virus_corona_covid19_10_kali_mematikan_dari_flu_babi_h1n1.html pada 6/8/2021.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Zaenuddin, H.M. (2011). *The Journalist*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media