

PENJERNIH INFORMASI BAGI PUBLIK DI MASA COVID-19

Taufik Wal Hidayat, Selamat Riadi

Universitas Medan Area, Indonesia

taufikwhidayat@gmail.com, selamatriadi.kom@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) saat ini sudah tak dapat dibendung. Berbagai platform media bermunculan sehingga arus informasi yang diterima masyarakat (publik) sangat mempengaruhi aktivitas dan perilaku publik. Penyebaran informasi/berita bohong (*hoax*) semakin marak dan paling banyak diakses oleh publik adalah media sosial dengan berbagai platform yang tersedia. Akibatnya fenomena hoaks di media sosial ini menimbulkan keraguan terhadap informasi yang diterima publik, maka media sosial sangat ampuh dalam menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya. Bahkan informasi dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan kebencian dan fitnah. Fenomena informasi tentang pandemi Covid-19 yang dikenal dengan penyakit koronavirus 2019 atau Corona virus disease 2019, disingkat Covid-19 menjadi momok yang menakutkan di seluruh negara di dunia ini, tidak terkecuali masyarakat Indonesia. Informasi hoaks di media sosial tentang Covid-19 menjadi tantangan tersendiri bagi media massa untuk menjernihkan informasi Covid-19 tersebut. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana media massa mengantisipasi informasi *hoaks* bagi publik. Teori yang digunakan yaitu teori *agenda setting*, dimana media massa melakukan penjernihan terhadap informasi hoaks. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library Research*). Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menggunakan literatur (kepustakaan) baik berupa buku, catatan maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa media massa sangat berperan memverifikasi dan menjernihkan informasi yang meresahkan publik.

Kata Kunci : Media Massa, Hoaks, Penjernih Informasi Publik.

Abstract

The development of information communication technology (ICT) can no longer be stopped. Various media platforms have emerged so that the flow of information received by society (the public) greatly influences people's activities and behavior. The spread of fake information/news (hoaxes) is increasingly widespread and the most widely accessed by the public is social media with various available platforms. As a result, the hoax phenomenon on social media raises doubts about the information received by the public, so that social media is very effective in spreading information that is not necessarily true. This information is even used by irresponsible individuals to spread hatred and slander. The phenomenon of information regarding the Covid-19 pandemic, known as the 2019 corona virus disease or Corona virus disease 2019, abbreviated as Covid-19, has become a frightening specter in all countries in the world, including Indonesian society. Hoax information on social media about Covid-19 is a challenge for the mass media to clarify information about Covid-19. This study aims to find out how the mass media anticipates hoax information to the public. The theory used is the agenda setting theory, in which the mass media cleans up hoax information. The research method used is library research. Researchers collect data using literature (libraries) in the form of books, notes or research reports from previous research. The results of this research prove that the mass media plays a very important role in verifying and clarifying information that is troubling the public

Keywords: Mass Media, Hoax, Purification of Public Information.

Pendahuluan

Virus corona atau *severe acture respiratory syndrome corannavirus 2* adalah virus yang menyerang sistem pernapasan, yang menyebabkan kematian. Penyakit infeksi virus ini sering disebut Corona Virus Disease 2019 atau lebih dikenal Covid-19. Virus yang menghebohkan dan digadang-gadang berasal dari Kota Wuhan, China hingga detik ini telah menginfeksi manusia di seluruh dunia termasuk Indonesia. Wabah pandemi ini kini telah meluluh-lantakan negara-negara seluruh dunia di berbagai sektor kehidupan terutama perekonomian dan aktivitas kehidupan masyarakat.

Virus Covid-19 ini menjadi viral di berbagai media yang ada di Tanah Air. Penularan Covid-19 secara keseluruhan hingga saat ini terjadi di 387 kabupaten/kota, yang berada di 34 provinsi di Indonesia. Media massa hingga saat ini terus menginformasikan seputar virus corona dan menjadikan berita utama atau “head line”, baik media cetak, mulai surat kabar, tabloid, majalah, maupun media elektronik seperti radio, televisi dan media *online*. Media massa arus utama ini terus meng-*update* perkembangan pandemi Covid-19.

Bahkan tidak ketinggalan, masyarakat juga mengakses informasi dari pergaulan di media sosial (internet) dengan beragam vitur yang terus memberikan informasi terkait penyebaran dan perkembangan Covid-19. Informasi itu tidak hanya berasal dari berbagai wilayah Indonesia, tetapi juga berasal dari seantero dunia. Informasi Covid-19 dari dunia maya tersebut diterima masyarakat dunia, tak terlepas dari kemajuan teknologi informasi komunikasi (TIK). Informasi yang diiterima begitu gampang dan mudah seperti membalikkan telapak tangan.

Informasi seputaran virus corona (Covid-19) membanjiri berbagai laman media sosial (medsos). Media pertemanan seperti WhatsApp (WA), instagram, facebook, twitter dan beragam vitur lainnya dengan narasi perkembangan Covid-19 bermunculan tak terhitung jumlahnya. Pertemanan di dunia maya tersebut saling berbagi informasi ataupun pesan. Informasi dan berita tentang virus berbahaya ini begitu cepat “mencekoki” dan menghiasi pikiran masyarakat. Jumlahnya informasi yang diterima setiap hari, tak terbendung banyaknya. Sayangnya tak semua informasi Covid-19 dan pesan terkait virus corona tersebut memberikan informasi yang positif, menggembirakan dan menyenangkan hati publik. Justru informasi Covid-19 di medsos banyak yang keliru, dan bahkan menyesatkan, sehingga arus globalisasi informasi menimbulkan kepanikan, kegaduhan di tengah-tengah masyarakat.

Globalisasi informasi dari media baru ini pernah diungkapkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy : The Making of Typographic Man* yang menjadi dasar munculnya *technology determinism theory*. Ide dasar teori ini adalah bahwa

perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi (internet) akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat.

Informasi penyebaran covid 19

Informasi penyebaran Covid-19 yang diciptakan oleh beragam bentuk dari media baru tak terlepas dari banyaknya masyarakat mengakses informasi dan pesan dari pertemanan di dunia maya. Masyarakat dalam pergaulan dunia maya, akan saling bergantian menjadi sumber informasi (komunikator) dan penerima informasi (komunikan). Kondisi itu tentu memalingkan banyak orang untuk bermigrasi dari media arus utama ke media alternatif. Padahal informasi dari media massa arus utama, keakurasian data dan fakta telah divalidasi kebenarannya, sesuai karya jurnalistik. Sedangkan semua informasi terkait virus corona (Covid-19) yang ditebar melalui laman pertemanan dari berbagai vitur di media internet, tak semua informasinya benar. Banyak informasi yang palsu, abal-abal dimana informasi yang benar dan terkonfirmasi bercampur dengan informasi hoaks. Informasi yang benar justru terdistorsi oleh beragam informasi keliru.

Dan sangat disayangkan masyarakat tidak menyeleksi atau memvalidasi informasi dari medsos yang diperolehnya, bahkan turut mewarnai dengan men *share* informasi yang tak benar tersebut. Kondisi ini tentu menimbulkan kebingungan, kepanikan, kegaduhan di masyarakat, sehingga sangat meresahkan, dan masyarakat menjadi takut. Apalagi Badan Kesehatan Dunia WHO pada pertengahan Maret 2020 menetapkan Covid-19 sebagai pandemi. Artinya virus ini sudah menjadi wabah dunia. Sebelumnya pada akhir Januari 2020, WHO menyatakan Covid-19 sebagai wabah. Dan Indonesia menjadi negara ke-22 yang terpapar virus corona.

Fenomena banyaknya informasi palsu (tak benar), abal-abal dan hoaks yang merajalela di tengah-tengah kondisi pandemik, tentunya menimbulkan disinformasi, misinformasi dan maliformasi, ternyata turut mempengaruhi penanganan Covid-19 di seluruh Indonesia. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) per 7 April 2020 telah teridentifikasi ada sebanyak 1.096 konten informasi bohong atau hoaks. Konten-kontenn itu tersebar di facebook, instagram, twitter dan youtube.

Sementara itu, Kominfo juga melaporkan konten hoaks itu diantaranya “*Presiden Jokowi terinfeksi virus corona*”, “*Asap rokok mampu membunuh corona*”, “*Urin sapi jadi obat virus corona*”, “*Minum alkohol mampu kurangi resiko corona*”, “*Jutaan masker asal Tiongkok mengandung corona dikemas ulang*”, “*Penyembuhan corona dengan bawang putih*”, “*Menghirup uap panas bisa membunuh corona*”, “*Amoxilin dapat membunuh virus corona dengan cara menaruhnya di atas tendon air*”

Derasnya informasi-informasi sesat, tak benar yang beredar di dunia maya tersebut, akhirnya merubah *mindset* dan pola pikir masyarakat terhadap Covid-19. Informasi-informasi

atau pesan berantai yang diterima masyarakat tersebut, pada akhirnya membuahkan atau menciptakan ketakutan yang berlebihan. Ketakutan masyarakat di tengah pandemi Covid-19 semakin memperkeruh penanganan virus corona. Informasi yang diterima tidak membuat masyarakat nyaman dalam menghadapi pandemi Covid-19. Ketidaknyamanan masyarakat tersebut menyebabkan virus corona semakin berkembang secara masif keseluruh wilayah Indonesia. Hal itu dapat dilihat dari perkembangan pasien positif Covid-19 semakin besar.. Sebagaimana data dari situs resmi Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Hingga Kamis, 14 Mei 2020, kasus virus corona di Indonesia yang positif mencapai 15.438 orang, pasien dalam pengawasan (PDP) berjumlah 11.123 orang, orang dalam pemantauan (ODP) berjumlah 251.861 orang, serta yang meninggal mencapai 1.028 orang. Sedangkan untuk Sumatera Utara, positif virus corona sebanyak 200 orang, PDP 162 dan yang meninggal mencapai 24 orang.

Besarnya angka kasus virus corona dan PDP tersebut, tidak terlepas dari informasi yang salah yang beredar di medsos. Artinya sangat sulit untuk menemukan informasi yang baik akurat yang berasal dari medsos. Hal itu yang membuat masyarakat tambah khawatir yang mengakibatkan kepanikan dan ketakutan yang berlebihan. Kondisi itu tentu tidak baik dalam menangkal penyebaran dan perkembangan virus corona di tengah-tengah masyarakat.

Karena itu, dalam suasana seperti ini peran media massa dengan fungsinya harus hadir sebagai bagian penting dalam memberikan informasi yang baik dan benar, menyejukkan dan memberikan kenyamanan tentang informasi Covid-19. Media massa berkewajiban memberikan informasi Covid-19 yang bisa menenangkan, dan memberi klarifikasi dan meluruskan informasi-informasi yang tak benar yang bermunculan di media sosial. Keseimbangan informasi perlu dimunculkan oleh media massa dalam upaya meluruskan informasi yang salah di medsos. Artinya kehadiran media massa dengan peran dan fungsinya, diharapkan mampu menyeimbangkan dan meluruskan informasi yang salah dari medsos. Sehingga keberadaan media massa baik cetak maupun elektronik semakin bermanfaat kepada masyarakat luas. Begitu juga dengan peran lembaga pers (dalam hal ini PWI) yang mewadai dan tempat berkumpul wartawan dari berbagai media massa.. Karena peran PWI juga secara tidak langsung akan “mewarnai” dan berkontribusi untuk memerangi dan meluruskan informasi yang salah dari Medsos.

Hoak Di Media Sosial

Hoaks Di Media Sosial Dewasa ini, media sosial menjadi satu kekuatan baru dalam proses berkomunikasi dan bersosialisasi. Media sosial telah membentuk dan mempengaruhi sikap serta cara berpikir individu dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Menurut Zarella,

media sosial adalah bentuk perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. Dengan media sosial, individu lebih mudah berkomunikasi tanpa dibatasi sekat-sekat wilayah, bahkan negara sekalipun. Mereka terbentuk karena kesamaan tujuan yang akan dicapai. Beragam bentuk media sosial tersedia di dunia. Yang paling mewabah di dunia, termasuk di Indonesia adalah twitter, facebook, dan blog. Twitter adalah layanan jejaring sosial yang memungkinkan pengirimnya menulis dan mengirim pesan mencapai batas 280 karakter. Twitter dianggap merupakan media sangat mudah oleh penggunanya. Membutuhkan waktu singkat tetapi pesan yang dikirim bisa langsung menyebar secara massif. Saat ini, Facebook memiliki jumlah pengguna aktif sebanyak 2,7 miliar pengguna per 25 Januari 2021. Angka ini membuat platform ciptaan Mark Zuckerberg. sebagai media sosial yang unggul di dunia karena paling banyak dimanfaatkan. Selain Facebook, dua nama yang paling menonjol adalah YouTube dan WhatsApp. Dua platform ini memiliki pengguna masing-masing sebanyak 2,3 miliar dan 2 miliar. Sedangkan, jumlah pengguna Facebook Messenger dan Instagram (IG) masing-masing menyentuh angka 1,3 miliar dan 1,2 miliar di seluruh dunia. Terdapat juga lima media sosial lainnya yang berasal dari Tiongkok. WeChat memiliki pengguna sebanyak 1,2 miliar, TikTok dengan pengguna sebanyak 689 juta, lalu ada QQ dengan pengguna sebanyak 617 juta, Douyin dengan pengguna 600 juta, dan terakhir adalah Sina Weibo dengan pengguna sebanyak 511 juta.

Dengan menggunakan internet, masyarakat bisa chatting, juga mampu mengakses berbagai situs yang tersaji di internet, termasuk mengunduh informasi. Beberapa nilai positif penggunaan media sosial di antaranya bisa menambah kawan baru. Berapa pengguna lain memanfaatkan media sosial untuk kepentingan bisnis. Media sosial juga mampu menghibur menjalin sosialisasi dan bermain game online. Media sosial juga menemukan fungsi utamanya dengan kemudahan menyampaikan pesan sekaligus memberi komentar. Data Kominfo bahwa berita hoaks atau tidak benar tumbuh subur di media sosial bisa dipengaruhi berbagai hal. Salah satunya, kebiasaan pengguna media sosial yang ingin sesegera mungkin menyampaikan informasi kepada khalayak. Celakanya, pengguna media sosial tidak punya kepekaan mengoreksi kebenaran informasi yang dia terima. Dari mana asal usulnya dan siapa yang menyampaikan.

Bentuk-Bentuk Media Massa

Bentuk-Bentuk Media Massa Menurut Ardianto, Komala, Karlinah (2009:103), media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi 2 kategori yakni media cetak dan media elektronik

(Taris & Hamdani, 2018). a) Media Massa Cetak Media massa cetak, merupakan salah satu media massa tertua di dunia. Jumlah media massa di dunia cukup besar. Meski dari tahun ke tahun menyusut, seiring dengan meningkatnya pertumbuhan daring (online) yang berbasis siber. Dalam sejarahnya, era media cetak pernah berjaya di Indonesia. Terutama setelah rezim orde baru tumbang. Di era Reformasi, disaat lembaga SIUPP (Seurat Izin Usaha Penerbit Pers) dihapus oleh pemerintahan BJ. Habibie, melalui UU No. 40/1999, tentang pers. Undang-undang ini, membebaskan pers nasional tidak lagi harus mengurus SIUPP tetapi cukup dengan melengkapi kelembagaan berbadan hukum sesuai ketentuan undang-undang. Seperti jamur yang tumbuh di musim penghujan hampir berbagai jenis penerbitan, lokal maupun nasional, bermunculan hingga tidak terhitung jumlahnya. Mereka ada yang berbentuk surat kabar (koran) yang terbit harian, mingguan, bahkan bulanan, serta media yang berformat tabloid, majalah dan lain-lainnya. Tumbuh suburnya media massa di awal era keterbukaan informasi itu, menjadi hal yang wajar. Mengingat media massa dalam kehidupan masyarakat, sebenarnya mempunyai peran sosial yang cukup besar. b) Media Online (Siber) Media online (online media/media siber) adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Semua jenis kanal (channel) komunikasi yang ada di internet atau yang bisa diakses dengan koneksi internet disebut media online. Istilah media online berawal dari penggabungan dua kata: Media dan Online. Secara bahasa (KBBI), media adalah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Media juga berarti perantara, sarana atau penghubung (Asep SM. Romli 2012).

Institusi Media Massa

Fenomena merebaknya berbagai informasi palsu atau berita tak sesuai fakta dan data tentang Covid-19 di media sosial, tentunya menjadi persoalan tersendiri yang harus dipecahkan. Banyak fenomena informasi bohong dan hoaks muncul di tengah kondisi pandemi Covid-19. Merebaknya konten-konten yang tidak bisa dipertanggungjawabkan, tentu menguras energi, karena di satu sisi pemerintah meminta masyarakat turut memutus mata rantai penyebaran virus corona. Di sisi lain, informasi yang berkembang terkait virus corona, malah membuat masyarakat cemas, takut dan panik. Kondisi ini tentu berlawanan dengan imbauan-imbauan pemerintah untuk memutus penyebaran virus corona. Dalam situasi ini media massa atau pers sebagai sebuah organisasi yang terstruktur dan memiliki mekanisme kerja yang tersusun rapi dan baik, harus hadir dan berperan.

Keberadaan media massa di tengah kondisi merebaknya pandemi virus corona mampu memberikan informasi yang objektif, menyejukkan dan memberikan rasa nyaman. Objektivitas dan akurasi informasi yang disampaikan, juga mampu mengedukasi dan menetralkan informasi

yang tak akurat, hoaks dan meluruskan kesimpang siuran informasi. Kewajiban media massa mengedukasi masyarakat tentang seputar informasi Covid-19 yang benar, termasuk berperilaku hidup sehat, peduli sesama untuk menangkal dan memutus penyebaran virus corona dan membangun optimisme kepada masyarakat harus menjadi agenda bagi media massa.

Artinya kebijakan redaksi yang dibangun untuk menjernihkan informasi Covid-19 yang tak benar dan hoaks yang bertaburan di media sosial harus diluruskan. Kebijakan redaksi dalam tataran mekanisme redaksional, bisa menjadi acuan dalam memutuskan mana berita atau informasi yang layak dipublikasikan dan mana yang harus di *cut* (tidak diberitakan). Media massa juga dapat mengarahkan dan membentuk informasi atau opini, mana yang akan menjadi perhatian publik dalam agenda setting media.

Manajemen organisasi dalam redaksional media massa secara umum meliputi tiga level. Level *pertama* pemimpin redaksi, yang di dalam ada para wakil pemimpin redaksi, sekretaris redaksi. Level pertama ini memiliki tugas dan tanggungjawab untuk menata manajemen dan bertanggungjawab dalam keredaksian. Level *kedua*, adalah para redaktur pelaksana, redaktur, asisten redaktur yang bertanggungjawab menentukan berita-berita atau informasi yang akan dimuat di media massa baik cetak maupun elektronik. Orang-orang yang berada di level dua ini yang menentukan adalah pemimpin redaksi bersama jajaran pemimpin redaksi. Level *ketiga*, adalah para wartawan atau reporter yang bertugas mencari dan membuat berita. Orang-orang dalam level ketiga ini yang menentukan unit kerja peliputan adalah para manajemen pimpinan redaksi, berdasarkan masukan dari redaktur pelaksana (*redpel*) dan redaktur. Karena itu media massa sebagai rumah besar untuk menjernihkan informasi Covid-19 bagi publik, sangat dipengaruhi oleh kebijakan manajemen redaksional.

- 1) Teori interaksionisme simbolik merupakan teori sosiologi yang digagas oleh Herbet Blumer. Herbert Blumer (1969) dalam (Siregar, 2016) juga memberikan asumsi mengenai teori ini yakni; Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain.
- 2) Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia.
- 3) Makna dimodifikasi melalui proses interpretif. Dari tiga premis tersebut, bisa dibagi ke dalam 3 penjelasan, yaitu: manusia bertindak atas sesuatu pada dasar makna yang dimiliki benda tersebut.

Dari teori tersebut dapat di sini dapat ditarik kesimpulan bahwa kesadaran merupakan elemen kunci dari tindakan bermakna apa pun yang berkaitan media publik, hal tersebut menjadi tantangan di organisasi PWI.

Organisasi PWI

Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) sebagai organisasi wartawan pertama di Indonesia. Organisasi ini berdiri pada tanggal 9 Februari 1946 di Surakarta. Tanggal tersebut kemudian dijadikan Hari Pers Nasional yang saat ini setiap tahun diperingati. Organisasi PWI ini memiliki visi menjadikan organisasi profesional dan bermartabat di era transformasi lanskap media dengan spirit kebangsaan dan kreativitas digital. Sedangkan misinya menjadikan PWI organisasi profesional dan bermartabat di era transformasi lanskap media dengan spirit kebangsaan dan kreativitas digital.

Organisasi PWI sebagai wadah berkumpulnya wartawan dari berbagai media massa baik cetak maupun elektronik, tentunya memiliki peran dalam mengoptimalkan fungsinya sebagai rumah besar bagi awak media massa. Apalagi keberadaan PWI tersebar di seluruh Indonesia. Secara organisasi, lembaga ini memiliki kekuatan untuk mengorganisir para pemilik dan awak media massa menjalankan fungsi pers secara ideal, terutama dalam menjernihkan informasi yang salah tentang virus corona atau Covid-19. Penjernihan informasi Covid-19 tersebut penting dilakukan oleh PWI, karena secara hirarki organisasi ini memiliki keterkaitan dengan para pemilik media, dan terutama insan pers yang bertugas dalam peliputan dan pembuatan berita. Peran PWI dalam menginstruksikan pemilik media, yang seterusnya membuat kebijakan kepada para wartawannya untuk meluruskan informasi Covid-19 yang bertebaran di media sosial. Dengan pelurusan informasi atau menjernihkan informasi Covid-19 kepada publik, merupakan salah satu bentuk dari komponen komunikasi sebagai pembawa pesan yang telah diverifikasi kebenarannya.

Keberadaan PWI sebagai organisasi kewartawanan dalam era media baru harus tanggap terhadap simpang siurnya informasi Covid-19 di tengah – tengah masyarakat. Karena dalam era media baru dan media sosial, keterikatan masyarakat dengan segala bentuk informasi tidak hanya sebatas pada media massa, tetapi juga pada jejaring sosial (pertemanan dunia maya). Jaringan sosial di dunia maya (medsos) merupakan komunikasi antarpribadi, yang berimbas kepada sentuhan informasi. Sentuhan informasi akan memberikan pengetahuan, namun terkadang informasi yang diperoleh tidak sesuai fakta dan kebenaran yang ada. Kondisi seperti setidaknya harus direspon oleh PWI sebagai wadah atau rumah besar para wartawan, untuk bertanggungjawab secara moral menjernihkan informasi yang salah atau tak benar yang diperoleh masyarakat dari dunia maya. Karenan itu PWI harus hadir sebagai “perpanjangan tangan” media massa dalam memberikan informasi yang menyejukan tentang informasi Covid-19. Sehingga tidak menimbulkan kepanikan dan ketakutan di tengah - tengah masyarakat.

Secara organisasi, penulis melihat keberadaan PWI dalam situasi pandemi Covid-19 setidaknya memiliki tiga peran yang mampu menjembatani berbagai lembaga pemerintah dan media massa dalam memberikan dan meluruskan informasi yakni :

1. Sebagai organisasi terbesar kewartawanan di Indonesia, PWI bisa menggalang kekuatan dalam meluruskan informasi Covid-19 secara langsung dengan pemerintah. Sinergi informasi dan komunikasi dengan pemerintah akan memiliki kekuatan dalam menjernihkan informasi yang salah tentang Covid-19.
2. Keberadaan organisasi PWI di seluruh provinsi dan kabupaten/kota di Indonesia bisa langsung menjembatani dengan pemilik media untuk menetralsir informasi yang salah atau tak benar. Pelurusan informasi di setiap media massa akan secara masif mampu memberikan informasi kepada seluruh masyarakat.
3. Organisasi PWI yang berada di seluruh Indonesia, bisa menggalang kebersamaan dengan para wartawan untuk mericek kebenaran informasi yang diterima masyarakat dari media sosial. Mencari kebenaran informasi merupakan bagian dari tugas wartawan.

Dengan demikian kedudukan organisasi PWI sebagai wadah kewartawanan di seluruh Indonesia, secara hirarki keorganisasiannya akan mampu bersinergi dengan pemerintah dan mampu mengorganisir media massa, termasuk awak media (wartawan) dalam perannya menetralsir, dan memberikan informasi yang benar tentang Covid-19. Sehingga krisis informasi dan distorsi informasi bisa dicegah, serta tidak membingungkan dan menakutkan masyarakat.

Metodologi Penelitian

Artikel ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang tujuannya memahami secara mendalam persoalan maraknya informasi dan hoaks diperlukan penjernihan informasi. Persoalan hoaks di media massa disolusikan dengan literasi digital. Metode penelitian yang digunakan dengan studi kasus dengan cara memahami deskripsi berita-berita yang muncul terkait hoaks di media massa tentang Covid 19. Teknik analisis data studi kasus dengan melakukan deskripsi lalu membuat tema dan menyimpulkan. Artikel ini juga menggunakan teknik analisis data dengan studi kepustakaan (*library research*) dalam menelaah banyak bacaan yang relevan dengan apa yang penulis uraikan. Penulis juga menggunakan data dari berbagai sumber guna memahami fenomena ini di media massa

Kesimpulan

Keberadaan media massa atau pers sebagai sebuah lembaga wahana komunikasi massa memiliki peran dan tanggungjawab yang sangat signifikan dalam memberikan informasi dan pendidikan kepada masyarakat atau publik. Cerdas masyarakat suatu bangsa juga tidak terlepas dari keberadaan media massa dalam mendidik dan memberikan informasi. Istilah media massa sebagai mata dan telingahnya masyarakat memang pantas disandang.

Sebab media massa merupakan perpanjangan dari panca indera manusia. Kehadiran dan keberadaan pers atau media massa ini mampu memperluas pancaindra manusia. Pandangan dan pendengaran manusia pun semakin jauh dan meluas, seiring dengan kemajuan teknologi informasi komunikasi (TIK), yang tidak membatasi lagi jarak, ruang dan waktu.

Kajian media massa dalam kajian teroi komunikasi organisasi juga sangat berkaitan dengan model komunikasi dan asumsi – asumsi komunikasi organisasi. Apalagi dalam telaah teori organisasi klasik atau teori tradisional akan kita lihat ada penekanan pentingnya “rantai perintah” dan penggunaan disiplin, aturan dan supervisi untuk mengubah organisasi-organisasi agar beroperasi secara efisien. Sistem perintah dengan *team work* kerja di media massa akan memberikan informasi yang *value* bernilai berita tinggi di tengah masyarakat. Hal itu terkait dengan media informasi dan komunikasi yang berkembang pesat tersebut membawa manusia menuju “dunia baru” yang tidak lagi sulit untuk berkomunikasi.

Komunikasi antarpribadi dalam pergaulan “dunia baru” dengan menggunakan media *online* dalam berbagi konten atau vitur layanan membawa konsekwensi, dimana pesan-pesan atau informasi yang disampaikan di media sosial menimbulkan persoalan baru. Fenomena merebaknya berbagai informasi palsu atau berita tak sesuai fakta dan data tentang Covid-19 di media sosial, tentunya menjadi persoalan tersendiri yang harus dipecahkan. Banyak fenomena informasi bohong dan hoaks muncul di tengah kondisi pandemi Covid-19.

Merebaknya konten-konten yang tidak bisa dipertanggungjawabkan, tentu menguras energi, karena di satu sisi pemerintah meminta masyarakat turut memutus mata rantai penyebaran virus corona. Di sisi lain, informasi yang berkembang terkait virus corona, malah membuat masyarakat cemas, takut dan panik. Kondisi ini tentu berlawanan dengan imbauan-imbauan pemerintah untuk memutus penyebaran virus corona.

Minimnya *cover both side*, dalam penyampaian informasi di media sosial dengan beragam penggunaan konten, menyebabkan rendahnya akurasi fakta dan data informasi yang benar. Akhirnya media sosial yang memudahkan komunikasi pergaulan dunia maya, justru digunakan untuk menyebarkan hoaks, kebencian, dan provokasi. Dan terbukti berdasarkan data

hoaks yang masuk dalam aduan Kominfo umumnya berasal dari media sosial yang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Bahkan informasi komunikasi yang bertaburan di media sosial memunculkan ketakutan dan keresahan yang berlebihan di tengah-tengah masyarakat. Untuk narasi yang muncul di media sosial harus segera disudahi dengan keberadaan media massa sebagai sebuah organisasi.

Dalam situasi ini media massa atau pers sebagai sebuah organisasi yang terstruktur dan memiliki mekanisme kerja redaksional yang dikemas, dan tersusun rapi dan baik, akan menjadi kekuatan besar untuk melakukan edukasi dalam mengempang atau memberikan penjelasan yang benar terhadap informasi Covid-19 dari media sosial yang tak benar diterima oleh masyarakat. Kekuatan media massa meluruskan dan menjernihkan informasi Covid-19 diharapkan mampu mengubah perilaku masyarakat, sekaligus memberikan penyadaran kepada masyarakat agar beretika dalam bermedia sosial (internet).

Media massa harus hadir untuk mempertaruhkan kredibilitasnya dan tanggungjawab sosial dalam membentuk opini yang menyejukan tentang Covid-19. Karena itu fungsi media massa sebagai sarana informasi dan edukasi seperti cerdas dan beretika dalam bermedia sosial, memberikan pencerahan tentang perilaku hidup sehat, memiliki kepedulian dalam memutus mata rantai Covid-19 dan menanamkan kesadaran positif serta membangun optimisme kepada masyarakat, bahwa kehidupan akan normal, jika bersama-sama melawan Covid-19 dengan mematuhi ajakan dan imbauan pemerintah.

Kebijakan pemilik media dan manajemen redaksional, serta keberadaan PWI sebagai lembaga kewartawanan akan untuk mudah memutuskan mana informasi yang layak dipublikasikan, dan mana yang harus di *cut*. Hal ini akan berkontribusi membentuk dan mengarahkan informasi positif kepada masyarakat. Media massa juga dapat mengarahkan masyarakat untuk fokus terhadap hal-hal yang positif dalam memutus mata rantai virus corona. Sehingga keberadaan media massa sebagai organisasi rumah besar penjernih informasi Covid-19 yang muncul di media sosial dapat memberikan informasi yang edukatif bagi masyarakat atau publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, J Stanley, *Pengantar Komunikasi Massa, Melek Media dan Budaya*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012
- Darmastuti Rini, *Media Relations-Konsep, Strategi & Aplikasi*, Yogyakarta, Penerbit ANDI, 2012
- Junaedi Fajar, *Etika Komunikasi di Era Siber, Teori dan Praktik*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2019
- Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, Bandung, Penerbit Nuansam 2004
- Komunikasi dan Informasi, *Lajnah Pentashiran Mushaf Al Quran*, Jakarta: 2011
- Kriyantono, Racmat, *Public Relations Writing Media Public Relations Membangun Citra Korporat*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008
- Liliweri Alo, *Sosiologi Komunikasi dan Komunikasi Organisasi*, Jakarta, PT Bumi Aksara, 2014
- , *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Nasution Zulkarimein, *Etika Jurnalisme Prinsi-prinsip Dasar*, Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT RajaGrafindo Persada, 2015
- Nengah Bawa Atmaja dan Luh Putu Sri Ariyani, *Sosiologi Media Perspektif Teori Kritis*, Kota Depok, Rajawali Pers, 2018
- Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, Jakarta: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT RajaGrafindo Persada, 2019
- Rahmanto Andre, *Covid-19: Media, Literasi Informasi dan Krisis Komunikasi*, Yogyakarta, Buku Litera, 2020
- Ruliana Poppy, *Komunikasi Organisasi, Teori, dan Studi Kasus*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Rustam dkk, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Jakarta: Grifindo Persada, 2012.
- Siregar, N. S. S. (2016). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Perspektif*, 1(2), 100–110. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>
- Sri Herwindya Baskara, dkk, *Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19*, Yogyakarta, Buku Litera, 2020.

Sumber lain :

Andrea Lidwina, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/facebook-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-dunia>, akses 17-2-2021, pukul 14.00

<https://sosmedkini.wordpress.com> *pengertian media sosial*, diakses Minggu 17 Mei, 09.30 WIB

<http://analisadaily.com> *Data Covid-19 Indonesia dan Sumut*, diakses Minggu 17 Mei 2020, 11.00 WIB.

<https://www.alodokter.com/virus-corona> diakses Minggu 17 Mei 2020 pukul 12.00 wib.

<https://www.pwi.or.id/tentangpwi> diunduh Kamis pukul 23.00 9 Juli 2020