

## **Media vs kepercayaan publik di masa pandemi**

**Diyah Indiyati, Hartin Nur Khusnia, Muhlis, Siti Chotijah**

<sup>1</sup>Universitas Mataram, Mataram, Indonesia, [dewi.indi@unram.ac.id](mailto:dewi.indi@unram.ac.id)

### **Media vs public trust during the pandemic**

#### **ABSTRACT**

*The pandemic puts mass media on the main stage in the public spotlight. In the midst of rampant misinformation and disinformation related to the Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) pandemic, the public's expectations for truthfull information are often wrapped in bubbles that make the public even more confused as to which media to trust. Meanwhile, the main role of the mass media, which is expected to be able to increase public awareness of the pandemic that has occurred, actually leads to a point of view that questioned media trust. This paper analyzes the things that affect public confidence in the media during a pandemic.*

**Keyword: Media, public trust, pandemic**

#### **ABSTRAK**

Pandemi menempatkan media massa berada di panggung utama yang menjadi sorotan masyarakat. Di tengah maraknya misinformasi serta disinformasi terkait pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), harapan publik atas informasi yang bersumber pada kebenaran (truth) kerap kali berbalut gelembung-gelembung yang membuat masyarakat kian kebingungan untuk mengurai media mana yang harus dipercaya. Sementara peran utama media massa yang diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pandemi yang terjadi justru berujung pada sudut pandang yang justru mempertanyakan kepercayaan pada media massa. Tulisan ini menganalisis hal-hal yang mempengaruhi kepercayaan publik pada media di masa pandemi.

**Kata kunci:** Media, kepercayaan publik, pandemi.

### **Pendahuluan**

Pandemi memicu krisis yang menempatkan masyarakat dalam kondisi ketidakpastian, demikian halnya pada media situasi ini juga meningkatkan munculnya spekulasi akan penyebaran virus atau penyakit yang dianggap tengah mewabah. Beragam liputan media bermunculan hingga masyarakat mengalami banjir informasi mengenai hal yang terus berkembang setiap saat dan bahkan bisa berubah dalam hitungan detik.

Tak dapat dipungkiri konsumsi masyarakat akan informasi di media terus meningkat di masa pandemi, karena memang kebutuhan akan informasi terkini seputar Covid-19 terus ditunggu dan dipantau secara global. Bagi sebagian media, tentunya bisa memanfaatkan meningkatnya jumlah audiens ini untuk tampil mengemuka, sementara yang lain juga mengambil kesempatan untuk menghindar dari keterpurukan bisnis yang sempat menerpa industri media sebelum pandemi terjadi. Sebuah tantangan yang dihadapi oleh media manakala jurnalistik dipertanyakan akurasi dan kebenaran informasi yang disajikannya di tengah ekosistem media yang dipenuhi disinformasi.

Masifnya berita dan informasi terkait Covid-19 yang beredar luas di media massa dan media sosial dengan intensitas tinggi telah membuat masyarakat jenuh. Meskipun demikian, masyarakat tetap memantau berita untuk memastikan sejauh mana situasi dan perkembangan pandemi ini. (Yuniarto, 2020)

Menurut survei yang dilakukan *YouGov* per 18 Mei 2020, mengenai tingkat kepercayaan masyarakat dalam menerima informasi melalui tenaga medis, teman atau saudara, pemerintah dan juga media, masyarakat di Malaysia memiliki kepercayaan lebih pada media mereka. Tingkat kepercayaan mereka terhadap medianya lebih unggul dibandingkan dengan informasi dari teman atau saudara mencapai 82 persen. Masyarakat Indonesia masih memiliki tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap media yaitu 68 persen. Namun kepercayaan terhadap media masih tidak cukup tinggi, jika dibandingkan dengan tingkat kepercayaan kepada tenaga medis, informasi dari teman dan saudara serta pemerintah yang masing-masing mencapai 95 persen, 78 persen dan 76 persen tingkat kepercayaan masyarakat. Sementara Vietnam, 90 persen warganya menyatakan mereka mempercayai liputan tentang pandemi di negaranya. Negara yang memiliki lanskap media sangat ketat dan terkontrol oleh pemerintah ini terhitung sukses dalam menahan laju penyebaran penyakit. (Tercatat hanya 320 kasus dan tanpa angka kematian hingga 20 Mei 2020). (McCarthy, 2020)

Sedangkan di China sendiri, liputan seputar virus Corona terus mendapat sorotan karena dianggap tidak transparan dan cenderung meremehkan apa yang sebenarnya tengah terjadi pada wabah yang berawal dari Kota Wuhan, China ini.

## Tinjauan Pustaka

### Media dan Pandemi

Bagi dunia modern, pandemi global memang menjadi ancaman serius yang membutuhkan protokol penanganan, tanggap darurat secara khusus pula. Dunia memang pernah mengalami beberapa kali kasus pandemi global, seperti SARS, flu burung dan lainnya. Kedua hal ini turut memicu liputan intensif media. Peran internet dan media sosial berbarengan dengan media arus utama tidak dapat dianggap remeh, seiring mekanisme internasional terkait pengawasan yang diatur oleh WHO kini juga terbuka untuk menerima peringatan dari media baru ini (Dry, 2010). Ini juga merupakan penanda peranan komunikasi internet dalam menaikkan kewaspadaan saat wabah SARS (Fidler, 2004). Pada kasus SARS, (Pieri, 2018) Pemerintah China awalnya membungkam liputan berita resmi terkait hal serius penyakit yang dipahami sebagai wabah di wilayah China, demikian halnya dengan berita-berita yang terkait tingkat kematian serta spekulasi tentang penyebab dan potensi penyebaran.

Hal yang serupa juga terjadi pada kasus wabah Covid-19 yang awalnya juga seakan-akan ditutup-tutupi oleh Pemerintah China dan liputan berita terkait hal ini pun sangat minim dan

cenderung simpang-siur. Informasi mengenai keseriusan penyebaran virus justru menyebar cepat di internet melalui beragam *platform*.

Bagi media berita, untuk mendapatkan kepercayaan dari audiens dan publik sangatlah penting. Pasalnya, jurnalis selalu menyeleksi sebagian informasi dari informasi yang lain, sehingga audiens harus mengevaluasi apakah mempercayai atau tidak berita spesifik tersebut. (Kohring & Matthes, 2007 p.239). Menurut survei World Values dari 2005-2007 analisis data online menunjukkan bahwa level kepercayaan pada pers beragam di berbagai negara dengan sistem media dan demokrasi yang berbeda. Untuk kasus Indonesia dan Thailand yang memiliki sistem demokrasi rendah, menunjukkan tingkat kepercayaan pada medianya juga ikut rendah. (WVS, 2006-2007).

Pada masa pandemi audiens dan publik kembali menghadapi dilema yang sama, yakni keraguan akan informasi yang diberikan oleh media. Proses seleksi isu, priming dan framing yang dilakukan oleh media seringkali membuat public tidak serta-merta mempercayai apa yang disajikan oleh media. Paper ini mencoba menguraikan factor-faktor apa saja yang menyebabkan kepercayaan public pada media di masa pandemi berubah. Meskipun perilaku konsumsi medianya tinggi, namun kepercayaan pada media masih berada di bawah kepercayaan public pada ilmuan dan tenaga medis yang mereka anggap sebagai rujukan informasi.

### **Delegitimasi pers**

Mengutip (Ireton, 2018) dalam informasi kecepatan tinggi dan bebas untuk semua di platform social media dan internet, semua orang bisa menjadi penerbit. Sebagai konsekuensinya, warga berjuang untuk membedakan mana yang benar dan mana yang salah. Sinisme dan ketidakpercayaan mengemuka. Pandangan ekstrem, teori konspirasi dan populisme berkembang dan kebenaran yang semula diterima serta berbagai institusi pun mulai dipertanyakan. Di dunia, ruang redaksi bertempur untuk mengklaim peran historis mereka sebagai penjaga pintu gerbang yang produknya dapat membantu menunjukkan kebenaran. Pada saat yang sama pula, meningkatnya *marketplace* untuk komunikasi strategis dan operasi-operasi informasi termasuk disinformasi dan mal-informasi aktif, telah menjadi faktor utama dalam ekosistem informasi.

Menurut (Poseti, 2018) konsekuensi dari cacat informasi bagi jurnalisme dan industri media antara lain :

- Media, jurnalisme dan jurnalis yang kerap membagikan informasi yang tak akurat, fabrikasi atau menyesatkan akan terus luntur kepercayaannya di mata public.
- Bercampurnya liputan berkualitas dengan disinformasi dan iklan (berbayar) yang dilabeli dengan buruk yang menyerupai berita akan menumbuhkan ketidakpercayaan general.

- Tekanan lebih jauh bagi model bisnis jurnalisme – audiens bisa jadi tidak lagi mengacu pada media berita pada masa krisis dan bencana karena percaya mereka akan disajikan berita yang reliable, informasi terverifikasi yang dibagikan sesuai dengan kepentingan publik. Kepercayaan ini mendukung loyalitas merk-sesuatu yang esensial untuk membangun model bisnis media berita yang berkelanjutan.
- Melemahkan peran jurnalis sebagai agen untuk akuntabilitas (misal melalui jurnalisme investigasi) dengan dampak berkelanjutan untuk masyarakat yang lebih luas.
- Penutupan akses (terkadang menjadi justifikasi untuk membasmi “berita palsu”) yang melemahkan kebebasan pers dan kebebasan berekspresi, termasuk pemutusan jaringan internet, blokir platform dan sensor.
- Kekerasa pada jurnalis (khususnya jurnalis perempuan) dengan penyebaran disinformasi yang meningkatkan pelecehan online untuk mendiskreditkan liputan kritis seiring dengan upaya sengaja untuk menjebak jurnalis dalam distribusi disinformasi dan misinformasi.

## Pembahasan

Pandemi Covid-19 membawa tantangan tersendiri bagi media, khususnya dari sisi dunia jurnalistik. Seiring dengan perubahan media landscape yang membuat ekosistem media digital tumbuh subur dengan beragam platform dan model pendekatan ke audiensnya, masyarakat mulai kritis dalam mencermati narasi yang terlontar dari berbagai media ini. Munculnya premis rasa tidak percaya pada media pun bukan menjadi hal baru, manakala banjir informasi makin sulit untuk disaring oleh masyarakat.

Rasa tidak percaya atau biasa disebut *media distrust* sebenarnya bukan hal yang baru, dan sudah mulai dirasakan sejak beberapa dekade terakhir (Pearl, 2018). Namun, kehadiran pandemi yang mendadak merajai semua kanal informasi turut berdampak pada jurnalistik dan yang membuat media mulai dipertanyakan kembali keakuratannya. Berikut sejumlah factor yang membuat kepercayaan masyarakat pada media mengalami pergeseran:

### Perubahan perilaku konsumsi media

Pada masa-masa awal pandemi, media menjadi rujukan utama bagi masyarakat untuk mencari informasi seputar wabah baru ini. Media arus utama menjadi rujukan utama masyarakat karena melihat dari sisi proses pencarian berita hingga penyajian memiliki tata aturan baik media cetak, media elektronik maupun media online. Sejumlah nama media terkemuka yang sudah lama bergerak di bidang jurnalistik menjadi pilihan masyarakat. Namun, pandemi global ini menumbuhkan stigma yang jauh lebih cepat dari langkah penanganannya hal ini membuat masyarakat makin bimbang dan berupaya mencari sumber informasi alternatif yang diyakini bisa memberikan pencerahan. Perilaku konsumsi

pun mulai berubah dari yang semula mengandalkan media arus utama, sejumlah media alternatif juga menjadi rujukan hingga ke media sosial.

Pada upaya mencari informasi alternatif tersebut kerap timbul benturan antara apa yang terjadi di satu media dengan media yang lain. Karena masyarakat di masa pandemi tidak semata-mata mengkonsumsi satu media sebagai rujukan informasinya. Kecenderungan untuk mengkonsumsi informasi yang mudah dipahami dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari terkait pandemi menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih sebuah media.

### Teknik penyajian informasi

Kemasan informasi juga mempengaruhi tingkat kepercayaan publik pada media, hal ini disebabkan banyaknya model *click bait*, judul yang menyesatkan ataupun penerapan model-model bahasa pemasaran pada berita membuat masyarakat ragu untuk informasi yang ditampilkan. Model-model inipun sudah berjalan sejak lama namun, di masa pandemi sejumlah media *outlet* dengan beragam tujuan juga berupaya untuk meningkatkan *revenue* dari pembaca yang mampir ke portal berita tersebut.



Gambar 1 : Model click bait

Pada gambar 1 di atas terlihat bahwa media *online* menggunakan kata-kata pancingan yang dapat memantik perhatian pembaca. Pada kemunculan pertama, informasi tersebut menggiring pembaca untuk melihat pada penekanan bahwa BPJS tidak menanggung pasien terjangkit Corona, sepiantas memang dapat memantik reaksi dari masyarakat yang menyangkan keputusan tersebut jika hanya melihat dari judulnya semata. Namun jika dibaca hingga tuntas berita tersebut menjelaskan bahwa sumber pembiayaan pasien memang bukan dari BPJS tapi dari APBN.

Sementara pada edisi berikutnya, merupakan *update* keputusan baru dengan model kemasan berita yang sama digunakan namun untuk tujuan yang berbeda yakni memberikan penekanan bahwa BPJS akan tetap menanggung biaya pasien Covid-19. Model-model semacam

inilah yang kerap muncul di media digital yang mengarah pada munculnya disinformasi manakala hanya disebar pada judulnya saja dan tidak berupa tautan ataupun keseluruhan informasi.

### **Media partisan**

Afiliasi media arus utama pada partai politik tidak hanya terjadi di Indonesia, namun juga di sejumlah Negara lain. Kehadiran media partisan ini juga membuat publik makin berhati-hati untuk mengkonsumsi informasi dari media-media yang terafiliasi dengan partai politik ataupun kelompok tertentu. Terlebih lagi, sebelum masa pandemi terjadi pembelahan pada media juga sempat terjadi di masa pemilihan presiden dan wakil presiden beberapa waktu lalu.

Politisasi kerap membayangi setiap informasi yang disajikan oleh media massa, seakan publik harus menelaah lebih jauh dari mana sumber informasi ini berasal sebelum meyakini kebenarannya. Kedekatan antara media dan politisi membuat publik juga menempatkan jarak untuk tidak langsung mempercayai apa yang disajikan media. Tidak hanya medianya saja, namun juga kedekatan jurnalis dengan aktor-aktor politik juga dapat memicu perubahan kepercayaan publik. Hal ini terlihat pada rekam jejak penulis dan tulisan yang tersaji pada media, khususnya media digital. Pada masa pandemi ini, masyarakat pun mencium aroma politisasi pada setiap insiden yang terjadi tak jarang polemik mengemuka di masyarakat dan saturasinya makin tinggi jika sudah menyentuh media sosial.

### **Narasi figur publik**

Figur publik yang dimaksud dalam tulisan ini adalah para *influencer* yang belakangan bermunculan di media sosial dan menjadi figur panutan atau *role model* bagi para pengikutnya. Media sosial berpeluang memunculkan aktor-aktor kunci dari berbagai lapisan dan latar belakang, sehingga siapa pun dapat beropini dan opini tersebut dapat diterima secara massif oleh pengikut dari aktor-aktor kunci tersebut. Melalui persepsi aktor-aktor ini juga lah media massa juga turut terdampak eksistensinya di mata publik.

Pada era disrupsi media seperti sekarang ini, kehadiran *influencer* di media sosial turut berperan sebagai penyebar informasi. Latar belakang *influencer* ini pun sangat beragam, baik dari kalangan artis, praktisi hingga politisi. Narasi yang dikembangkan pun sangat beragam dan tak jarang berbenturan atau berlawanan dengan apa yang disajikan oleh media arus utama. Hal inilah yang selanjutnya menjadi tantangan bagi jurnalis dan media. Manakala muncul narasi yang menyudutkan *brand* media tertentu atau outlet media tertentu maka dengan mudah muncul opini publik yang menganggap bahwa informasi yang ada di media arus utama bias dan sarat kepentingan hingga muncul kecurigaan publik pada media atas afiliasi-afiliasi yang mungkin diarahkan.

Tentunya kemunculan narasi para *influencer* ini juga bukan tanpa sebab, sumirnya informasi dan ketidakpastian yang tiap hari harus dihadapi oleh masyarakat telah membuat masyarakat mencari rujukan-rujukan alternatif. Bagi masyarakat Indonesia dengan tingkat

partisipasi media sosial cukup tinggi, serta literasi yang tidak berbanding lurus dengan pertumbuhan pengguna media sosial maka kerancuan informasi dalam bentuk misinformasi dan disinformasi pun sering terjadi.

### Kesimpulan dan saran

Media massa merupakan rujukan utama masyarakat di masa pandemi, karena kebutuhan untuk *update* informasi terbaru sangat dibutuhkan. Namun, terdapat sejumlah faktor yang mendorong masyarakat untuk mempertanyakan konten media massa karena dianggap tidak cukup untuk menumbuhkan keyakinan publik. Sejumlah faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik pada media di antaranya perubahan perilaku konsumsi media, teknik penyajian informasi yang berkembang saat ini, kecenderungan media partisan dan narasi figur publik yang kerap berbenturan dengan media.

Melihat hal ini tentunya jurnalis dan media massa harus melihatnya tidak hanya sebagai tantangan akan tetapi juga sebagai ancaman pada demokrasi. Media yang semula menempatkan diri sebagai pilar demokrasi tak lagi bisa kokoh berdiri manakala terus digerus oleh lunturnya kepercayaan publik. Di masa pandemi, jurnalis dan media massa diharapkan menjadi ujung tombak penyedia informasi yang terverifikasi. Loyalitas media yang mulai diragukan untuk menyebut sebagai pelayan masyarakat maka perlu ditunjukkan kembali melalui penyajian informasi yang memang bertujuan untuk kepentingan kemanusiaan, bukan pada afiliasi politik ataupun korporasi yang membelenggu. Kunci utama yang membedakan antara produk jurnalistik dan informasi yang berkembang di masyarakat adalah pada keajegan verifikasi dan tujuan utama dalam menyajikan kebenaran.

### Daftar Pustaka

- Christy, F. E. (2020). *(Covid-19) Tingkat Kepercayaan Terhadap Media Selama Pandemi*. Jakarta: Tempo.co.
- Ireton, C. (2018). Truth, trust and journalism: why it matters. In J. P. Cherilyn Ireton, *Journalism, 'Fake News' & Disinformation* (p. 32). Paris: UNESCO.
- McCarthy, N. (2020). *COVID-19: Where Trust In Media Is Highest & Lowest*. statista.com.
- Pearl, H. (2018). Media Distrust: Whose Confidence was Lost? *College Undergraduate Research*, 215.
- Poseti, J. (2018). News industry transformation. In J. P. Cherilyn Ireton, *Journalism, 'Fake News' & Disinformation* (pp. 62-63). Paris: UNESCO.
- Yuniarto, T. (2020). *Publik Jenuh Pemberitaan Covid-19*. Jakarta: Kompas.