

## PERAN MEDIA MASSA DALAM MENGHADAPI SERBUAN MEDIA *ONLINE*

### *THE ROLE OF MASS MEDIA IN FACING ONLINE MEDIA ATTACKS*

**Emilsyah Nur**

BBPPSDMP Kominfo Makassar

emilsyah.nur@gmail.com

emil001@kominfo.go.id

#### ABSTRAK

Media massa, media baru /media digital dimasa pandemi Covid-19 telah menimbulkan berbagai dampak di kehidupan masyarakat. Tidak hanya bagi kesehatan, tapi juga berdampak pada masalah kemanusiaan, sosial, dan ekonomi. Pemerintah telah mengimbau kepada seluruh masyarakat untuk bekerja, sekolah dan beribadah dari rumah guna mencegah penyebaran Covid-19. Pertemuan yang biasa dilakukan dengan cara tatap muka, kini harus dilakukan melalui media digital. Masyarakat semakin terbiasa dengan gadget dan terbiasa dengan yang dinamakan *work from home*, pembelajaran *online* dan kegiatan lain yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital. Saat ini keterlibatan media *online* sangat berpengaruh terhadap dunia informasi dan komunikasi. Media sosial pun juga tak terpisahkan dalam strategi komunikasi di sebuah perusahaan. Sebuah tatanan baru terbentuk dan menjadi standar 'new normal' yang berlaku di masyarakat hari ini. Peran jurnalis pun sangat menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan/ institusi atau lembaga di masa pandemi Covid-19 saat ini. New Media merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik. New Media merupakan digitalisasi dari sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains.

**Kata Kunci:** Media *Online*, Media Baru dan Media Massa

#### ABSTRACT

*Mass media, new media / digital media during the Covid-19 pandemic have had various impacts on people's lives. Not only for health but also impact on humanitarian, social, and economic problems. The government has appealed to all people to work, school, and worship from home to prevent the spread of Covid-19. Meetings, which are usually held face-to-face, must now be held through digital media. People get used to gadgets and are familiar with the so-called work from home, online learning, and other activities carried out using digital media. Currently, online media involvement is very influential in the world of information and communication. Social Media is also inseparable from a company's communication strategy. A new order is formed and becomes the "new normal" standard prevailing in today's society. The role of journalists is also the spearhead for a company/ institution or institution during the current Covid-19 pandemic. New Media is a media that uses the internet, technology-based online media, has a flexible character, has the potential to be interactive, and can function privately and publicly. New Media is the digitization of a conceptual understanding of the times regarding technology and science.*

**Keywords:** *Online Media, New Media and Mass Media*

## PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi cukup pesat sehingga memerlukan perhatian yang cukup besar baik masyarakat maupun organisasi. Media komunikasi merupakan sarana penghubung yang dapat membantu melakukan penyebaran informasi. Media komunikasi termasuk didalamnya media massa sebagai perantara dalam penyampaian informasi. Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media *online*. Media cetak terbagi menjadi beberapa macam diantaranya seperti koran, majalah, buku, dan sebagainya, begitu pula dengan media elektronik terbagi menjadi dua macam, diantaranya radio dan televisi, sedangkan media *online* meliputi media internet seperti website, dan lainnya. Jika dilihat dari kemampuannya menarik perhatian manusia (masyarakat), ketiga jenis media massa tersebut sama-sama memiliki strategi dalam menarik perhatian khalayak. Mengenai menarik perhatian masyarakat, media sosial yang merupakan bagian dari media *online* bisa saja lebih aktif dalam mengalihkan perhatian masyarakat dari media massa dan hanya tertuju pada media sosial. Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari 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. Seperti di blog, twitter, youtube dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis.

Media dalam kehidupan manusia menjadi penting seiring dengan hadirnya banyak media di tengah masyarakat. Kehadiran media tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Kondisi dari setiap media dewasa ini, terutama setelah hadirnya media sosial sangat memperluas cakupan komunikasi manusia. Untuk lebih jelasnya tentang posisi media, berikut penjelasannya. **Pertama**, Media Cetak. Koran, sekian tahun lalu keberadaan Koran dianggap segera berakhir. Jika dapat bertahan setelah adanya televisi, koran dinilai tidak akan banyak berpengaruh lagi. Pandangan ini memiliki alasan, karena banyak koran di kota-kota besar terpaksa gulung tikar. Namun sejak 1970-an, koran terbukti mampu bertahan, meskipun prosesnya memang tidak mudah. Sekalipun sebagian koran terbesar gagal bertahan, koran-koran yang mampu menyajikan pelayanan baru, khususnya di daerah pinggir kota berhasil menyelamatkan diri. Majalah, sama halnya dengan koran, majalah juga harus berusaha keras menyesuaikan diri dengan kondisi-kondisi baru. Majalah yang mampu bertahan umumnya adalah yang bersifat khusus, misalnya majalah khusus wisata, olahraga, hobi perahu layar, penggemar acara televisi atau berita-berita ilmiah. **Kedua**, Media Siaran Radio semakin terdesak oleh televisi, namun masih memiliki banyak penggemar. Kecenderungannya adalah jangkauan siaran radio semakin sempit sehingga yang paling mampu bertahan adalah radio-radio yang hanya melayani suatu wilayah kecil saja. Tantangannya tidak kalah dari yang dihadapi oleh koran dan majalah, namun radio terbantu oleh penemuan transistor yang membuatnya jauh lebih ringkas. Selain radio, media siaran juga terdiri dari televisi. Televisi merupakan media baru setelah hadirnya radio. Masyarakat lebih menikmati acara yang disiarkan oleh televisi dibandingkan media lainnya sebab dengan televisi, masyarakat dapat melihat dan mendengar peristiwa yang disampaikan. Berdasarkan dua jenis media massa tersebut setiap media memiliki sejarah dan karakteristik yang berbeda sehingga baik media cetak atau pun siaran sangat dibutuhkan sebagai sarana komunikasi massa.

Perkembangan media massa tentu saja mengalami pasang surut, namun para pengelola media tidak tinggal diam ketika media yang dikelola mengalami penurunan peminat, karena semakin berkembangnya suatu teknologi dan kemampuan manusia dalam menciptakan inovasi untuk berkomunikasi, kini selain media cetak dan media siaran, produk media massa pun berkembang pada media *online*.

Sejak awal khalayak media adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan hanya kalangan tertentu. Pengelola media di Indonesia hingga kini masih terus mengembangkan kemampuannya dalam upaya menghadapi dunia baru dan menyediakan program-program unggulan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta dapat bersaing satu sama lain. Di samping media massa, media sosial yang merupakan salah satu jenis media *online* juga turut hadir dalam kehidupan masyarakat. Media sosial lebih dominan sebagai sarana interaksi dan penyalur informasi. Dewasa ini, media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat sebagai berikut:

1. **WhatsApp (WA)** sebagai sarana interaksi dengan anggota yang nomor WAnya telah diketahui terlebih dahulu dan dapat melihat *story* (tulisan, foto, video) apabila nomor kedua orang yang melakukan interaksi telah disimpan pada kontak HP.
2. **Facebook (FB)** merupakan media komunikasi yang cakupannya lebih luas dari WA, dan anggotanya dapat dicari sesuai dengan nama FB. Melalui FB seseorang dapat menulis sesuatu yang panjang atau pendek yang disebut status, upload foto dan video.
3. **Instagram (IG)**, media ini mirip dengan FB yang memiliki cakupan luas dan anggotanya dapat dicari sesuai dengan nama IGnya. Pengguna IG lebih sering mengupload foto atau video beserta caption dibanding dengan hanya mengupload tulisan dikarenakan kapasitasnya yang terbatas. Berbeda dengan WA, melalui FB dan IG pengguna dapat mengintip beranda atau status seseorang tanpa harus menambah ataupun mengonfirmasi pertemanan terlebih dahulu namun berbeda halnya apabila ada beberapa pengguna IG sengaja mengunci berandanya sehingga orang yang tidak mengikutinya tidak dapat melihat. Selain media sosial tersebut, masih banyak media lainnya, tetapi yang lebih sering digunakan adalah tiga media tersebut. Kebutuhan setiap masyarakat pada berbagai media berbeda-beda sehingga media memiliki posisi yang berbeda pula di kalangan masyarakat. Media cetak menjadi media yang penting dikalangan orang dewasa khususnya bapak-bapak. Media cetak yang masih bertahan hingga saat ini adalah koran sedangkan majalah sudah tidak lagi terlihat. Begitu pentingnya koran bahkan beberapa dari kalangan tersebut sengaja berlangganan koran untuk mendapatkan informasi dan berita hangat. Halaman yang sering diincar oleh pembaca koran adalah halaman yang membahas politik, ekonomi, olahraga dan kolom lowongan pekerjaan. Bagi masyarakat yang menyukai berbagai hal berkaitan dengan politik akan memfokuskan diri untuk membaca koran dengan sub judul politik. Begitupun dengan sub judul lainnya. Sama halnya dengan informasi lowongan pekerjaan, iklan lowongan pekerjaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan tetap. Media siaran, pada media ini khalayaknya mulai dari anak-anak hingga dewasa. Radio biasanya dinikmati oleh masyarakat ketika sedang dalam perjalanan. Misalnya di dalam mobil, agar tidak bosan para pengemudi sering kali menyalakan radio untuk mendengar musik, informasi dan berita sehingga tidak hanya mendapatkan hiburan melainkan juga informasi dan berita. Kemudian Televisi yang memiliki banyak saluran siaran sehingga dapat dipilih oleh khalayak sesuai kebutuhan masing-masing. Setiap saluran memiliki posisi yang berbeda pada setiap khalayak. Saluran siaran yang dominan menayangkan berita akan posisi penting bagi orang dewasa (ibu-ibu dan khususnya bapak-bapak), dengan menonton berita seseorang lebih mengetahui tentang informasi serta kondisi dunia khususnya Indonesia baik dari segi politik, ekonomi, kriminal, bencana alam dan lain sebagainya. Saluran pendidikan, khalayak yang menyukai saluran ini biasanya merupakan dari kalangan ibu-ibu. Pada acara fokus islami yang disiarkan oleh TVRI NTB misalnya, khalayak yang menonton acara tersebut dominan adalah ibu-ibu. Kemudian saluran yang dominan menayangkan acara hiburan akan disukai oleh ibu-ibu, para remaja serta anak-anak.

Media *online*, ini biasanya digemari oleh seluruh kalangan baik dewasa, remaja maupun anak-anak. Beberapa contoh penggunaan media *online* ini misalnya ketika berada di luar rumah dan tidak bisa menonton televisi, di situlah peran media *online* berfungsi sehingga kedudukan atau posisinya menjadi penting bagi masyarakat. Selain itu misalnya bagi remaja, sebelum memasuki dunia perkuliahan, calon mahasiswa akan mencari informasi mengenai universitas yang diminatinya melalui website. Media sosial berada di posisi tertinggi dalam kehidupan masyarakat karena sering digunakan ketika berkomunikasi dan digunakan oleh seluruh kalangan. Selain digunakan untuk berkomunikasi biasa juga dapat digunakan untuk berjualan. Misalnya seseorang yang berjualan pakaian, dapat mempromosikan barangnya melalui WA, FB, IG atau jenis lainnya. Melalui media sosial juga seseorang dapat berdialog mengenai lowongan pekerjaan.

Peran media massa juga tidak bisa terlepas dari fungsi media massa itu sendiri. Ketika menjalankan perannya, media massa harus memperhatikan dan mengingat fungsinya. Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (*social control*) pengawas perilaku publik dan penguasa. Keberhasilan media massa dalam berperan sebagai *agent of change* dapat dilihat dari pengaruh media massa terhadap individu dan masyarakat (Marhaeni, 2004). Media tidak hanya dapat mempengaruhi apa yang seseorang telah ketahui melainkan juga mempengaruhi bagaimana seseorang belajar tentang dunianya dan berinteraksi satu sama lain. Pengaruh media massa meliputi tiga aspek; **Pertama**, aspek kognitif, yang artinya dari tidak tahu menjadi tahu. Contohnya seseorang yang berada di dalam rumah tidak akan mengetahui sesuatu peristiwa yang terjadi di luar, namun dengan adanya media massa seseorang menjadi tahu peristiwa yang sedang atau telah terjadi di luar rumah, luar daerah, bahkan luar negeri. Seperti gempa di Lombok yang terjadi beberapa bulan yang lalu, seseorang yang berada di Bandung tidak akan tahu mengenai gempa di Lombok jika tidak disiarkan melalui media massa, melalui media massa, seseorang memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah dikunjungi secara langsung. **Kedua**, aspek afektif yang berarti dari tidak suka menjadi suka. Pada aspek ini juga dapat meningkatkan atau menurunkan dukungan moral. Contoh dari efek afektif ini seperti iklan peralatan *make up* yang ada di televisi ataupun internet, seorang wanita yang awalnya tidak menyukai riasan akan tergoda dengan iklan yang ditayangkan di televisi dan internet karena melihat aktris yang cantik, dan gaya bahasa yang digunakan sehingga ada hasrat ingin membeli dan memakainya agar dapat terlihat cantik seperti aktris produk tersebut. **Ketiga**, aspek konatif yaitu merubah sikap dan perilaku. media massa sangat berperan dalam perkembangan bahkan perubahan tingkah laku suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa sangat penting. Perubahan sikap dan perilaku ini seperti anak-anak yang menyukai film Upin dan Ipin, dengan menonton dan mendalami karakter Upin dan Ipin yang sopan, ceria dan rajin beribadah, maka secara tidak langsung hal tersebut mengajarkan pada anak untuk berperilaku seperti itu. Melalui tayangan Upin dan Ipin beberapa anak pun rajin beribadah.

Selain merubah sikap menjadi lebih baik, media massa juga merubah budaya suatu masyarakat seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dalam peran media massa. Kemudian media sosial telah berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media kebanyakan audiens menjadi praktik komunikasi dialogis antara banyak audiens. Peran media sosial dalam kehidupan manusia yakni sebagai alat berdialog atau interaksi antar manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web. Untuk menjaga tali silaturahmi, saling tukar informasi dan lain sebagainya, namun dewasa ini masyarakat Indonesia pada khususnya telah salah memperlakukan media sosial dimana para netizen (pengguna media sosial) menyebarkan berita baik yang benar maupun yang hoax. Menurut Khotimah (2018) bahwa sama halnya dengan media

massa, media sosial juga memiliki dampak kepada masyarakat yang merupakan hasil dari peran media sosial, antara lain;

1. **Dampak positif yakni mempererat silaturahmi**, menyediakan ruang untuk berpesan positif seperti melakukan dakwah agama, mengakrabkan hubungan pertemanan di kala seseorang malu berteman di dunia nyata, menyediakan informasi yang tepat dan akurat seperti informasi lowongan pekerjaan, beasiswa dan sebagainya, menambah wawasan dan pengetahuan seperti pengetahuan praktisi.
2. **Dampak negatif yaitu penipuan**, menimbulkan rasa malas belajar, pornografi, bebas berbahasa. Media memiliki posisi yang penting dalam kehidupan masyarakat. Setiap jenis media memiliki khalayak yang setia. Media yang dominan membahas berita sering dimanfaatkan oleh orang dewasa. Media yang lebih dominan membahas informasi dan hiburan memiliki posisi yang penting di kalangan ibu-ibu, remaja serta anak-anak. Media *online* memiliki khalayak yang netral dari kalangan dewasa hingga anak-anak. Peran media dalam kehidupan sehari-hari yakni sebagai komunikator serta *agent of change* dan sarana interaksi. Media memiliki peran yang sangat penting sehingga posisi media massa pun menjadi penting dalam masyarakat. Sebagai bentuk dari pentingnya media dapat dilihat dari pengaruh yang dirasakan oleh khalayak, dari aspek kognitif, afektif, hingga konatif dari media massa dan dampak positif negatif dari media sosial. Walaupun posisi dan peran media sangat penting akan tetapi masyarakat juga harus berhati-hati dengan media mengingat bahwa sifat media yang begitu fleksibel. Nilai negatif atas peranan media di Indonesia bisa saja terjadi baik dari media massa ataupun media sosial, sehingga perlu adanya perhatian dari setiap pihak, baik dari pengelola media hingga masyarakat itu sendiri. Keikutsertaan beberapa pihak dalam memperhatikan media diharapkan dapat menyaring hal-hal negatif yang mungkin dapat terjadi.

## PEMBAHASAN

### Memilih Berita *Online*

Begitu mudahnya orang membuat website, hanya berbekal uang sekitar Rp. 80-100 ribu, kita sudah dapat memiliki sebuah domain sendiri (misalkan st3telkom.com). Kalau mau membuat web gratisan juga bisa. Saat ini ada banyak CMS yang digunakan untuk membuat web gratis. Ada Tomato Cart atau Magneto untuk membuat toko *online*, ada pula tutor dan Moodle untuk membuat *e-learning*, juga ada blogspot dan wordpress untuk membuat blog.

Produk utama *website* adalah informasi, baik itu informasi barang dagangan (toko *online*), informasi perusahaan/sekolah/perguruan tinggi (*company profil*), ataupun informasi kegiatan sehari-hari layaknya buku diary (*blog*). Lalu, jika membuat web saking mudahnya, hingga mahasiswa, dosen, polisi, wartawan, politikus maupun penipu sama-sama bisa membuat website, maka berita mana yang benar dan mana tulisan yang salah? Website ini mengatakan A, sementara website itu mengatakan B. Dari 10 situs yang anda baca mengatakan C. Sekarang anda berada di pihak yang mana? A, B, C atau menggabungkan ketiga berita tersebut?

Saat ini justru banyak orang yang tidak mau sedikit meluangkan waktu untuk memeriksa kredibilitas sumber informasinya. Entah tidak mau atau mungkin tidak memiliki kemampuan (skill, kesabaran) untuk melakukan itu. Dia tidak sadar bahwa orang dapat menilai kualitasnya berdasarkan sumber informasinya itu.

Mudah dipindai alias mudah dan enak dibaca di layar monitor. Tulisan di media *online* harusnya aman bagi mata pembaca. Pembaca media *online* bukan membaca, tapi memindai. Naskah yang mudah dipindai dan nyaman di mata pengujung, antara lain menyangkut ukuran dan

jenis huruf, struktur naskah (tanpa indent/tekuk ke dalam, idealnya maksimal 5 baris per alinea). Berbeda sekali dengan jurnalisme *online*, pelaku / wartawan media *online* tidak harus selalu turun kelapangan untuk mendapatkan berita serta proses yang dilakukan dalam menyampaikan berita melalui media internet, tidak serumit seperti yang terjadi dalam jurnalisme konvensional misalnya saja media cetak seperti surat kabar maupun televisi. Dalam jurnalisme konvensional menurut Kurniawan (2005) wartawan juga dituntut untuk memiliki kemampuan / kepekaan terhadap situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan. Perjuangan serta proses yang dilakukan dalam mencari, mengolah sampai menyebarkan berita juga tidak semudah dan sesimple seperti yang terjadi dalam jurnalisme *online*. Adanya jurnalisme konvensional ini, sangat membantu masyarakat / *public* dalam memenuhi kebutuhannya dalam mendapatkan informasi, terutama bagi masyarakat yang tidak begitu bisa menggunakan media internet (jurnalisme *online*) tersebut. Walaupun publik merupakan pemirsa/penonton yang pasif dalam mendapatkan informasi, karena hanya bersifat satu arah saja tidak seperti pada jurnalisme *online*, namun jurnalisme konvensional selalu berusaha menyuguhkan berita atau informasi penting bagi masyarakat yang penyampaiannya juga factual serta menurut kaidah-kaidah jurnalisme. Kemunculan atau keberadaan jurnalisme *online*, menurut penulis kedudukannya juga tidak dapat menggeser jurnalisme konvensional. Justru dengan adanya kedua jenis jurnalisme tersebut, dapat menambah keberagaman serta wawasan dalam dunia jurnalisme serta saling melengkapi antar keduanya. Komunikasi memiliki peranan penting yang mempengaruhi kehidupan manusia. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, penyampaian komunikasi juga lambat laun mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan teknologi. Media komunikasi yang sangat kita kenal dalam kehidupan sehari-hari adalah media massa. Media massa menyajikan berbagai informasi apa saja dan kapan saja sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kita. Peran media dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern (era globalisasi) tidak ada yang menyangkal, menurut Mc. Quail dalam bukunya *Mass Communication Theories* (2000 : 66), ada enam perspektif dalam hal melihat peran media: Pertama, melihat media massa sebagai *window on event and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa. Kedua, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Ketiga, memandang media sebagai filter, atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk content yang lain berdasar standar para pengelolanya. Di sini khalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian. Keempat, media acap kali pula dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau interpreter, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam. Kelima, media sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekadar tempat berlalu-lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif

### **Media Baru**

Media baru merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan media teknologi digital yang menggunakan sistem komputerisasi yang terhubung secara langsung dengan jaringan. Media-Media dengan perkembangan teknologi menjadikan kehidupan anak dan remaja menyatu dengan media sosial dan digital dalam internet. Anak dan remaja yang masih dalam pertumbuhan, selalu tertarik untuk mencoba informasi atau sesuatu yang baru dan tidak begitu tahu apa akibatnya. Anak dan remaja diarahkan untuk memanfaatkan internet sebagai sumber informasi yang bermanfaat dalam belajar dan bukan hanya memilih informasi yang diinginkan dan menyenangkan saja. Setiap

hari anak dan remaja selalu dekat dan mengkonsumsi produk media (Nukiran, 2017). Mereka lebih banyak belajar dari media dibandingkan belajar dari orang tua. Realitas selanjutnya masyarakat tidak banyak mengharapkan Pendidikan dari media, padahal media itu berfungsi sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan. Media Internet adalah alat penting untuk membantu belajar dan dalam mencapai kualitas hidup yang diinginkan. Dalam hal ini diperlukan literasi media bagi anak dan remaja dalam menginterpretasikan informasi yang diterima melalui media massa dan internet. Hal ini dapat dilakukan oleh lingkungan keluarga, sekolah dan pada level pemerintahan bekerja sama dengan mitra dan dinas terkait. Pendidikan literasi media harus dilakukan tidak hanya untuk anak-anak dan remaja namun seluruh lapisan yang masyarakat (orang tua, guru, LSM, Ormas, Orsos, dan sebagainya) agar secara berantai dan berkesinambungan dapat mengembangkannya pada diri, keluarga dan lingkungannya mengenai betapa pentingnya Pendidikan literasi media tersebut, selain itu juga media massa baru pada dasarnya menghasilkan produk yang terencana. Media tidak begitu saja menjadi cermin realitas, semua pesan dan isi serta tayangan media adalah hasil konstruksi. Media dengan perkembangan teknologi menjadikan kehidupan anak dan remaja menyatu dengan media sosial dan digital dalam internet. Anak dan remaja yang masih dalam pertumbuhan, selalu tertarik untuk mencoba informasi atau sesuatu yang baru dan tidak begitu tahu apa akibatnya. Anak dan remaja diarahkan untuk memanfaatkan internet sebagai sumber informasi yang bermanfaat dalam belajar dan bukan hanya memilih informasi yang diinginkan dan menyenangkan saja (Romadhoni, 2018). Setiap hari anak dan remaja selalu dekat dan mengkonsumsi produk media. Mereka lebih banyak belajar dari media dibandingkan belajar dari orangtua. Realitas selanjutnya masyarakat tidak banyak mengharapkan Pendidikan dari media, padahal media itu berfungsi sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan. Media Internet adalah alat penting untuk membantu belajar dan dalam mencapai kualitas hidup yang diinginkan. Dalam hal ini diperlukan literasi media bagi anak dan remaja dalam menginterpretasikan informasi yang diterima melalui media massa dan internet. Hal ini dapat dilakukan oleh lingkungan keluarga, sekolah dan pada level pemerintahan bekerjasama dengan mitra dan dinas terkait. Pendidikan literasi media harus dilakukan tidak hanya untuk anak-anak dan remaja namun seluruh lapisan yang masyarakat (orang tua, guru, LSM, Ormas, Orsos, dan sebagainya) agar secara berantai dan berkesinambungan dapat mengembangkannya pada diri, keluarga dan lingkungannya mengenai betapa pentingnya Pendidikan literasi media tersebut, selain itu juga media massa baru pada dasarnya menghasilkan produk yang terencana. Media tidak begitu saja menjadi cermin realitas, semua pesan dan isi serta tayangan media adalah hasil konstruksi (Tambunan, 2018).

### **Peran Komunikasi Massa di Tengah Pandemi Covid 19**

Peran media sangat penting dalam penanganan Covid-19, hal ini dikarenakan media berpotensi sangat membantu upaya menekan angka penular Media baru virus Covid-19 karena dapat membantu mengubah pola pikir masyarakat serta perilaku masyarakat. Selain itu pula, peran media dapat membantu masyarakat untuk berpartisipasi dalam penanganan virus Covid-19. Setiap informasi yang akan disampaikan kepada khalayak yang luas dengan menggunakan medium dalam menyampaikannya disebut Komunikasi massa, sedangkan mediumnya disebut media massa, media ini adalah singkatan dari *mass media communication*. Disebut *mass media* ialah karena adanya *character* yang melekat atau dimiliki oleh media itu sendiri. Media massa merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak umum, dalam jumlah yang banyak, dan melalui media cetak atau elektronik, serta dengan bentuk komunikasi tersebut, informasi yang disebarkan dapat menjangkau berbagai unsur lapisan masyarakat. Menurut Latif. (2020) media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti. karakteristik media massa adalah sebagai berikut:

- a. **Publisitas media massa pada dasarnya diperuntukan bagi kalangan masyarakat umum,** tidak ada Batasan siapa saja yang boleh atau harus membaca, menonton, atau mendengarkan dan siapa yang tidak boleh membaca, menonton atau mendengarkan.
- b. **Universalitas media massa bersifat umum dalam menyampaikan suatu materi pada khalayaknya.** Media massa pada dasarnya terbagi kedalam dua kategori, pertama yaitu media massa cetak dan kedua yaitu media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah, sedangkan elektronik radio siaran, televisi, film dan media *online* (internet). Berbagai cara dan media dapat digunakan dalam konsep komunikasi massa, namun dalam penelitian ini lebih mengerucut dan mengarah terhadap efektifitas komunikasi dalam penyampaian informasi. Sehingga, terlepas apapun media yang digunakan oleh pemberi informasi, yang terpenting pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima informasi. Karena pada intinya, komunikasi massa menasar banyak kalangan agar informasi yang disampaikan lekas diterima masyarakat. Guna memberikan Batasan penelitian serta menerangkan secara gamblang arah penelitian yang dilakukan dalam tulisan ini, maka penulis mengutip beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilaksanakan sebelumnya dengan kajian yang identik dengan tulisan ini. **Pertama**, sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Tambunan, media massa dalam perjalanannya syarat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang memberikan pengaruh terhadap pola hidup manusia. Teknologi komunikasi massa mampu memberikan pengaruh terhadap khalayak luas maupun individu. Disebutkan dalam teori yang dibahas dalam penelitiannya, yaitu konsep pengaruh komunikasi melalui satu tahap (*one step follow*) dan melalui dua tahap (*two step follow*). Komunikasi melalui satu tahap (*one step follow*) yaitu bilamana informasi yang diterimanya langsung memberikan pengaruh kepada individu-individu penerima informasi. Sedangkan, komunikasi melalui dua tahap (*two step follow*) yaitu jika seorang individu akan terpengaruh oleh informasi tersebut bilamana pemimpinnya, orang yang ditinggikan, atau seorang yang ditokohnya terpengaruh terlebih dahulu oleh informasi yang diterimanya. Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tambunan, dalam penelitian ini mengkaji bagaimana pentingnya peran komunikasi sederhana yang dapat dilakukan dengan tempo yang singkat namun menjadikan komunikasi tersebut efektif ditujukan kepada masyarakat luas. Bagaimana pentingnya dalam memberikan edukasi dini secara tepat sebagai bentuk antisipasi, pencegahan dan penanganan terhadap kasus penyebaran Covid-19. **Kedua**, sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mendayun dan Wardiana, dalam penelitiannya yang membahas efek komunikasi massa. Yang menyatakan bahwa, program komunikasi massa yang langsung dijalin terhadap suatu media massa, tidak dapat memberikan efek bagi peserta program tersebut dalam memberikan penilaian berbeda terhadap kinerja sebuah organisasi. Atau secara detail hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas program. Letak penelitian ini, mengkaji berbagai potensi yang terjadi dalam perkembangan peran komunikasi massa dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Kehadiran komunikasi massa menjadi salah satu langkah cepat yang dapat menasar berbagai lapisan masyarakat dalam memberikan informasi, edukasi, hingga imbauan soal penanganan Covid-19. Komunikasi dapat dinyatakan menjadi peran sentral dalam memberikan proteksi dini dalam melindungi masyarakat. Dengan demikian, keberadaan komunikasi dalam menjadi jalan pintas, untuk mengatasi penyebaran Covid-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan mengambil data primer dari hasil observasi dan wawancara informan secara langsung dijumpai di lokasi penelitian, serta

dengan memanfaatkan data sekunder yang dapat diakses berbagai moda informasi terkait penanganan Covid-19. Sementara untuk teknik analisis data, digunakan teknik reduksi data sederhana hingga memperoleh tingkat akurasi data yang dinyatakan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. **Ketiga**, Efektifitas Komunikasi Massa di tengah ancaman pandemi Covid-19 komunikasi massa sangat diperlukan untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat luas. Dengan komunikasi massa akan didapatkan sasaran komunikasi yang sangat luas dengan menysasar banyak orang dalam satu waktu sekaligus. Tingkat akurasi informasi yang diberikan menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh pemberi informasi. Dalam hal ini, komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat merupakan pesan-pesan dengan bahasa mudah namun dapat dipahami oleh masyarakat. Komunikasi menjadi hal penting karena menjadi aktivitas dasar manusia. Dengan adanya komunikasi manusia dapat saling berinteraksi baik antar individu maupun individu dengan kelompok massa. Komunikasi juga menjadi bagian penting bagi tatanan sosial manusia dimanapun keberadaannya, misalnya di rumah, tempat kerja, pasar dan tempat lainnya. Manusia tidak akan pernah dapat menghindari proses komunikasi, karena kebutuhan komunikasi menjadi bagian yang melekat dan penting bagi seseorang. Jika seseorang tersebut, mampu menjalankan proses komunikasi dengan baik maka segala aktivitas yang berjalan, akan berlangsung dengan baik dan begitu juga sebaliknya. Komunikasi dalam tatanan organisasi atau sebuah kelompok, dilakukan untuk memberi dan menerima informasi guna memberikan pengaruh terhadap orang lain, bahkan terkadang juga untuk memberikan bantuan kepada orang lain. Komunikasi berperan untuk menyelesaikan permasalahan, menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan keputusan yang diambil, bahkan mengevaluasi perilaku seseorang secara efektif. Efektifitas komunikasi massa, merupakan bagian penting untuk mencapai tujuan-tujuan penyampaian informasi kepada orang lain. Dengan gamblangnya informasi yang diberikan, maka tujuan komunikasi akan dapat dicapai oleh pemberi informasi. Bahkan, dalam situasi yang sulit sekalipun komunikasi yang efektif menjadi sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dalam interaksi untuk saling memberikan edukasi. Dengan tingkat efektifitas. Wawancara dengan Didik Eka Sekretaris Posko Kesehatan Percepatan Penanganan Covid19 yang tinggi, maka dalam suatu proses penyampaian informasi akan dapat berjalan dengan baik, terarah dan utamanya yaitu mampu menyampaikan informasi yang sesuai harapan. Dan setidaknya-tidaknya mampu menghindari adanya potensi negatif yang ditimbulkan adanya kesalahan komunikasi atau komunikasi yang tidak sesuai harapan. Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung sejak bulan Mei 2020 di Indonesia, dan belum dapat diprediksi kapan berakhirnya turut menjadi perhatian bagi berbagai kalangan termasuk masyarakat luas, terlepas dari perdebatan mengenai misteri Covid-19 yang masih belum terpecahkan. Mulai dari cara penularan, apakah vaksinnnya, dan bagaimana cara penanganan yang efektif. Menyikapi hal tersebut, komunikasi massa yang efektif dapat menjadikan salah satu bentuk proteksi dalam hal upaya pencegahan dan penanggulangan dini terhadap semakin menyebarnya virus Corona tersebut. Penanganan Covid-19 dan peran komunikasi massa, menjadi dua hal yang menjadi dalam satu bagian penting sebagai mana teori Muhammad, bahwasanya komunikasi berperan dalam segala aspek kehidupan. Termasuk dalam hal menjalin interaksi yang berhubungan dengan masyarakat luas mengenai pemberitaan maupun informasi-informasi mengenai Pandemi Covid-19 ini. Sehingga, stakeholder terkait dalam menangani Covid-19 harus memberikan informasi-informasi yang jelas dan mudah dipahami masyarakat luas. Selain komunikasi massa untuk masyarakat, komunikasi internal bagi pemerintah juga penting dalam hal penanganan Covid-19 ini. Komunikasi internal dalam organisasi tidak dapat disepelekan arti

pentingnya. Bila komunikasi tersebut, dapat berjalan dengan lancar dan baik dalam suatu organisasi maka akan mempermudah arah dan tujuan penyampaian informasi untuk massa yang lebih luas. Komunikasi dapat memberikan informasi baik kepada pihak luar maupun pihak dalam, memanfaatkan interaksi dalam rangka proses sosial, mendapatkan pengaruh, sebagai alat untuk memecahkan persoalan, pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan mempermudah tujuan perubahan-perubahan yang dituju, serta mempermudah komunikasi kelompok-kelompok kerja. Tanpa keberadaan komunikasi, sebuah visi dan misi suatu organisasi atau kelompok akan sulit tercapai dan berjalan dengan sporadis. Komunikasi pada pelbagai jaman menduduki posisi yang sentral. Karena dengan komunikasi maka seseorang akan memperoleh informasi yang berguna bagi kelangsungan hidupnya. Tanpa adanya informasi, seseorang yang bergerak dalam berbagai organisasi akan ketinggalan dari organisasi atau kelompok lainnya. Jika sebuah organisasi memiliki keinginan untuk mengalami kemajuan, maka informasi menjadi salah satu aspek kebutuhan yang harus terpenuhi. Tujuan utama komunikasi yaitu untuk memperoleh informasi, menyampaikan komunikasi dan saling berinteraksi. Lebih jauh lagi komunikasi dapat digunakan sebagai upaya mempengaruhi seseorang, kelompok, maupun golongan tertentu untuk menyamakan pandangan maupun tujuan-tujuan tertentu. Sesuai hasil pernyataan Tim Gugus Tugas Percepatan menjelaskan bahwa informasi yang disalurkan kepada masyarakat harus tepat sasaran dengan saluran yang tepat. Supaya tidak terjadi kesalahan komunikasi yang berakibat sulitnya diterima informasi yang diberikan, bahkan terjadi salah persepsi antara pemberi informasi dan penerima informasi. Hal-hal seperti itu harus dihindari, terlebih lagi menyangkut dengan pesan yang bersifat sensitif. Proses terjadinya komunikasi, secara garis besar sebagai berikut: **Pertama**, berkaitan dengan sumber informasi, sumber merupakan *ideation* yaitu penciptaan awal suatu gagasan atau suatu pemilihan topik komunikasi yang hendak dikomunikasikan. Identitas ini, menjadi landasan atau merupakan sebuah pesan yang akan disampaikan kepada penerima pesan. **Kedua**, berkaitan dengan penciptaan suatu pesan. Penciptaan sebuah pesan merupakan *encoding*, yaitu berasal dari sumber informasi yang berproses dalam menerjemahkan informasi yang berwujud dalam bentuk kata-kata, tanda-tanda atau lambang-lambang yang sengaja dimunculkan untuk menyampaikan informasi dengan harapan memiliki efek terhadap orang lain yaitu si penerima pesan. Sedangkan, pesan memiliki makna sebuah alat yang dipergunakan sebagai sumber dalam mengekspresikan gagasan seseorang yang dapat berbentuk Bahasa lisan, Bahasa tertulis hingga perilaku non verbal atau gestur seperti Bahasa isyarat, ekspresi wajah atau dapat berupa gambar. **Ketiga**, berkaitan dengan proses komunikasi, yang menjadi suatu penyampaian pesan (*encode*). Sumber penyampaian pesan pada penerima dapat dilakukan dengan berbeda-beda, mulai dari berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui suatu gestur (gerak tubuh). Proses komunikasi, juga berkaitan dengan istilah *channel* atau saluran, yaitu suatu alat untuk menyampaikan pesan, saluran komunikasi kesan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon dan saluran tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi kata-kata tertulis ataupun sebuah media yang dapat memproduksi kata-kata tertulis seperti televisi, kaset video. **Keempat**, berkaitan dengan perhatian bagi penerima pesan. Jika pesan itu bersifat penting, maka penerima harus berperan menjadi seorang pendengar yang baik agar pesan yang dikirim diterima dengan baik, karena jika penerima pesan tidak dapat mendengar pesan dengan baik maka informasi akan hilang. Proses ini, penerima pesan melakukan *decoding*, yaitu melakukan penafsiran atau interpretasi terhadap pesan yang diterimanya. Untuk itu diperlukan pemahaman (*understanding*), yang merupakan kunci dalam melakukan. **Kelima**, berkaitan dengan feedback atau umpan balik, yang terjadi

pada penerima pesan yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali apakah pesan yang telah disampaikan kepada penerima pesan telah dicerna dengan baik. Respon atau umpan balik dari penerima pesan terhadap pesan yang disampaikan oleh sumber, dapat berupa kata-kata atau suatu tindakan-tindakan tertentu. Dalam prosesnya, penerima pesan dapat mengabaikan pesan yang dikirim ataupun memilih menyimpannya, maka dari itu peran umpan balik dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap aktivitas komunikasi yang terjadi. Apakah isi pesan tersebut telah sampai, apakah masih belum tercerna dengan baik oleh penerima pesan. Dari berbagai uraian tersebut, hasil akhir atau inti dari proses komunikasi yang diharapkan yaitu informasi yang dikirimkan oleh pengirim pesan dapat diterima atau dicerna dengan baik oleh penerima pesan. Begitu pula, dalam komunikasi massa yaitu memiliki tujuan utama untuk memberikan pemahaman kepada banyak orang sekaligus dalam satu atau dua kesempatan saja. Sehingga waktu yang dibutuhkan dalam proses tukar menukar informasi dapat berlangsung dengan cepat, efektif dan efisien. Kepekaan masyarakat dalam menanggapi informasi yang diperoleh melalui komunikasi massa juga menjadi poin penting yang tetap menjadi perhatian bagi pengirim informasi atau pesan. Sehingga diperlukan bahasa yang sederhana namun lugas, harus menjadi pertimbangan ketika pesan tersebut dikirim kepada massa. Mengingat, setiap individu dalam massa tersebut memiliki karakternya masing-masing. Dengan tingkat kepekaan yang berbeda-beda, sehingga Bahasa atau pesan yang ringan namun mudah dipahami menjadi hal penting bagi pengirim pesan. Dalam menerjemahkan informasi yang hendak dikirim, pengirim pesan harus mempertimbangkan tingkat kepekaan suatu massa yang disasar sebagai penerima pesan yang hendak dikirimnya (Wardiana dan Medyan, 2018).

### **Peran Media Massa**

Posisi media menjadi penting seiring dengan hadirnya banyak media di tengah masyarakat. Kehadiran media tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Kondisi dari setiap media dewasa ini, terutama setelah hadirnya media sosial sangat memperluas cakupan komunikasi manusia. Untuk lebih jelasnya tentang posisi media, berikut penjelasannya. Pertama, Media Cetak. Koran, sekian tahun lalu keberadaan koran dianggap segera berakhir. Jika dapat bertahan setelah adanya televisi, koran dinilai tidak akan banyak berpengaruh lagi. Pandangan ini memiliki alasan, karena banyak koran di kota-kota besar terpaksa gulung tikar. Namun sejak 1970-an, koran terbukti mampu bertahan, meskipun prosesnya memang tidak mudah. Sekalipun sebagian koran terbesar gagal bertahan, koran-koran yang mampu menyajikan pelayanan baru, khususnya di daerah pinggir kota berhasil menyelamatkan diri. Majalah, sama halnya dengan koran, majalah juga harus berusaha keras menyesuaikan diri dengan kondisi-kondisi baru. Majalah yang mampu bertahan umumnya adalah yang bersifat khusus, misalnya majalah khusus wisata, olahraga, hobi perahu layar, penggemar acara televisi atau berita-berita ilmiah. Kedua, Media Siaran. Radio semakin terdesak oleh televisi, namun masih memiliki banyak penggemar. Kecenderungannya adalah jangkauan siaran radio semakin sempit sehingga yang paling mampu bertahan adalah radio-radio yang hanya melayani suatu wilayah kecil saja. Tantangannya tidak kalah dari yang dihadapi oleh koran dan majalah, namun radio terbantu oleh penemuan transistor yang membuatnya jauh lebih ringkas. Selain radio, media siaran juga terdiri dari televisi. Televisi merupakan media baru setelah hadirnya radio. Masyarakat lebih menikmati acara yang disiarkan oleh televisi dibandingkan media lainnya sebab dengan televisi, masyarakat dapat melihat dan mendengar peristiwa yang disampaikan. Berdasarkan dua jenis media massa tersebut setiap media memiliki sejarah dan karakteristik yang berbeda sehingga baik media cetak ataupun siaran sangat dibutuhkan sebagai sarana komunikasi massa. Perkembangan

media massa tentu saja mengalami pasang surut, namun para pengelola media tidak tinggal diam ketika media yang dikelola mengalami penurunan peminat, karena semakin berkembangnya suatu teknologi dan kemampuan manusia dalam menciptakan inovasi untuk berkomunikasi, kini selain media cetak dan media siaran, produk media massa pun berkembang pada media *online*.

### **Media Massa Online**

Merupakan wujud dari perkembangan teknologi di dunia pertukaran informasi, saluran penyebaran informasi yang dapat dengan mudah diakses melalui jaringan internet yang hampir tersedia diseluruh penjuru wilayah. Media *online* berasal dari dua kata, yaitu Media dan *Online*. Media ialah bentuk jamak dari kata medium yang memiliki arti saluran atau sarana. *Online* berarti terhubung dengan suatu komputer, jaringan komputer, atau bahkan terhubung melalui internet. Sehingga, dengan pesan dalam suatu media yang terhubung ke dalam jaringan internet, dapat dinyatakan menjadi pesan atau informasi yang diperoleh melalui media massa *online*. Media *online* seringkali disebut sebagai media digital, media siber (*cyber*), dan media internet merupakan media baru (*new media*) setelah media cetak (suratkabar, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi, film). Secara umum, arti dari media *online* yaitu segala jenis media komunikasi yang memerlukan koneksi internet untuk mengaksesnya, baik dari sisi penerima pesan maupun sisi pengirim pesan, dinamakan media *online*. Wawancara dengan Didik Eka Sekretaris Posko Kesehatan Percepatan Penanganan Covid19 pada Tim Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung juga memanfaatkan media *online* sebagai wadah komunikasi massa dengan masyarakat luas dalam hal pemberian informasi yang berkaitan dengan Covid-19. Khususnya dengan adanya media *online*, data penyebaran Covid-19 dapat diakses secara real time pada detik itu juga. Serta, pihak Gugus Tugas juga menyediakan radar penyebaran Covid-19 yang dapat diakses melalui masing-masing Handphone seseorang. Proses komunikasi seringkali dalam perjalanannya memiliki beberapa hambatan yang berpotensi timbul, sebagaimana dijelaskan oleh Marhaeni, beberapa hambatan yang seringkali muncul dalam proses komunikasi, yaitu:

1. **Hambatan yang timbul dari pengirim pesan**, yaitu jika seorang pengirim pesan tidak dapat menyampaikan bentuk emosional sesungguhnya dengan apa yang disampaikannya melalui media. Sehingga memunculkan perbedaan nilai pesan yang dikirimkan melalui media, ataupun jika disampaikan secara langsung. Hal ini, seringkali terjadi jika informasi yang diberikan melalui media tertulis, seringkali maksud dari ucapan seseorang menimbulkan interpretasi yang berbeda.
2. **Hambatan yang berpotensi timbul dalam pesan** yang berbentuk penyandian atau simbol. Hal ini berpotensi terjadi, karena bahasa yang digunakan tidak jelas sehingga mempunyai arti yang jamak atau multi tafsir bagi si penerimanya. Hal itu akan semakin diperparah jika simbol yang digunakan antara pihak pengirim pesan dan pihak penerima pesan tidak memiliki kesamaan dalam penggunaan Bahasa.
3. **Hambatan penggunaan media**, merupakan hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi itu sendiri, misalnya gangguan yang terjadi pada saluran radio dan aliran listrik, sehingga media elektronik akan terbatas dengan keadaan ini. Kecuali bagi media cetak atau media *online* yang tetap dapat dipergunakan.
4. **Hambatan yang timbul dari penerima pesan**, misalnya perhatian penerima pesan yang kurang fokus, sehingga ia akan kesulitan dalam menerima pesan secara utuh atau menyeluruh.
5. **Hambatan dalam memberikan umpan balik atau istilah balikan**. Umpan balik atau balikan yang diberikan oleh penerima pesan tidak menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Akan tetapi hanya sebatas memberikan interpretatif, proses komunikasi umpan

balik terjadi tidak tepat waktu atau tidak jelas dan sebagainya. Selain berbagai hambatan tersebut, dalam komunikasi massa dan media massa. Disisi yang lain juga memberikan dampak yang negatif, bilamana informasi yang tersebar merupakan kabar yang tidak benar. Penyebaran kabar-kabar yang tidak benar itu, atau dewasa ini disebut dengan istilah kabar hoaks menjadi salah satu permasalahan yang berpotensi menimbulkan keresahan masyarakat hingga gejala sosial yang ditimbulkan akibat informasi-informasi hoaks tersebut. Sebagaimana pernyataan yang dilontarkan oleh seorang neurolog, Richard M. Restak, ia menyebut persoalan tersebut dengan istilah darwinisme media: media massa telah ikut menciptakan keretakan yang tajam dalam kehidupan emosi seseorang. Terlepas dari hambatan serta dampak negative tersebut, keberadaan media massa mengambil peran strategis dalam pembentukan konstruksi sosial. Media massa sebagai konstruksi sosial istilah konstruksi atas realitas "*social construction of reality*", menjadi salah satu langkah penting yang dapat digunakan untuk merubah pola hidup masyarakat dalam tatanan konstruksi sosial yang telah ada. Teori tersebut turut dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam bukunya yang berjudul "*The Social Construction of Reality, a Treatise in the Sociological of Knowledge, 1996*". Dalam istilah *social construction of reality* tersebut menggambarkan proses sosial melalui sebuah proses tindakan dan interaksi, yang mana individu dipaksa secara terus. Fajar Marhaeni, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, meneruskan untuk menjalankan pesan apa yang telah diterimanya sebagai sebuah tindakan-tindakan. Konstruksi sosial memiliki keterkaitan dengan keberadaan media massa, karena dengan adanya media massa maka suatu tatanan kehidupan di masyarakat dapat dirubah dengan tatanan konstruksi yang baru. Konstruksi sosial dalam sejarahnya, berasal dari filsafat konstruktivisme, yang dikenal memiliki gagasan-gagasan yang bersifat konstruktif kognitif. Terdapat tiga macam model konstruktivisme, yang dikenal hingga saat ini, yaitu:

- a. Konstruktivisme radikal, yang hanya dapat mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran manusia;
- b. Konstruktivisme realisme hipotesis;
- c. Konstruktivisme biasa. Pengetahuan dalam paham konstruktivisme dapat merefleksikan suatu realitas objektif, sebagai sebuah realitas yang dalam perkembangannya dibentuk oleh pengalaman seseorang.

Media massa dalam konstruksi sosial sesuai dengan teori konstruktivisme tersebut, dapat menjadi salah satu langkah untuk merubah tatatan atau pola kehidupan seseorang. Di masa pandemi Covid-19 hingga masa pasca pandemi Covid-19 merupakan dua masa yang akan memiliki persamaan dalam hal konstruksi sosial, bagaimana masyarakat dapat beradaptasi dengan situasi di masa pandemi. Masa paska pandemi Covid-19 tersebut, akan jauh berbeda dengan masa sebelum pandemik Covid-19 berlangsung. Tatanan sosial dalam rekonstruksi masyarakat seiring berjalannya waktu akan tergeser akibat dampak Covid-19. Dengan demikian diperlukan penyesuaian-penyesuaian yang harus dilaksanakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Bukan hanya pada sektor sosial saja yang terdampak, melainkan sektor ekonomi, pemerintahan dan sektor lainnya sangat terdampak Covid-19 tersebut. Peran media massa ataupun komunikasi massa diperlukan sebagai salah satu langkah solutif dalam penyelesaian akibat dampak yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 ini. Dengan adanya komunikasi yang erat, maka diharapkan dapat meminimalisir dampak yang ditimbulkan oleh penyebaran Covid-19 yang telah menjadi bencana global dan mencatatkan sejarah pada kehidupan manusia. Faktanya, akibat yang ditimbulkan virus corona ini, segala lini kehidupan manusia dan memaksa manusia untuk menyesuaikan diri dengan keberadaan Covid-19 ini. Keberadaan pandemi Covid-19 ini, menjadi salah satu bencana global yang mengancam tatanan kehidupan manusia saat ini. Bencana tersebut turut berdampak kepada kehidupan manusia,

sehingga diperlukan adanya langkah solutif soal bagaimana untuk menemukan pola atau rekonstruksi sosial yang baru. Dengan beradaptasi dengan virus corona yang belum dapat diperkirakan kapan bencana ini akan berakhir di muka bumi ini, yang menjadi sejarah di awal abad ke-21 ini. Media massa ataupun komunikasi massa memiliki letak yang strategis dalam menangani berbagai persoalan yang timbul dalam kehidupan manusia. Pemanfaatan media massa yang baik, semakin membuka peluang dalam hal penyelesaian permasalahan yang timbul. Bahkan, permasalahan tersebut bukan sekedar masalah sederhana, melainkan permasalahan yang timbul dan melibatkan orang banyak seperti pandemi Covid-19 ini. Untuk itu, diperlukan jalinan komunikasi dan pemanfaatan media massa guna memberikan edukasi secara berkesinambungan terhadap masyarakat luas.

## **PENUTUP**

Hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan dengan adanya perkembangan media massa, akan membantu media baru atau media secara *online* melalui sarana media sosial akan semakin kuat untuk memberikan informasi kepada masyarakat baik secara online maupun secara manual. Media sosial sangat membantu masyarakat di tengah pandemi Covid-19 untuk memperoleh informasi dari media massa khususnya media massa secara *online*. Hal ini dikarenakan media *online* langsung dapat di akses secara langsung oleh masyarakat secara cepat dan memberikan informasi yang akurat. Namun terkadang informasi melalui media *online* disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan (Hoax). Adanya perkembangan media secara *online* menyebabkan media massa yang bersifat manual mengalami pergeseran dan kurang mendapat tempat di masyarakat. Hal ini menyebabkan media massa saat ini banyak yang gulung tikar akibat perkembangan media secara *online*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Khotimah, Husnul. 2018. *Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*. Jurnal: Tasamuh volume 16, 1 Desember Yogyakarta : Pasca Sarjana UIN Sunan Gunung Jati.
- Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta. Pembaharuan Press
- Latif, Syaifuddin. 2020. *Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid 19*. Jatim. Program Pasca Sarjana Jurusan Studi Islam IAIN Tulungagung
- Marhaeni, Fajar. 2004. *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. Pustaka Bani Quraisy
- Nukiran, 2017. *Dampak Media Online Terhadap Perkembangan Media Tradisional*. Jakarta. Jurnal : Politikom Indonesiana Volume 2 Nomor 2017. E-ISSN : 2528-2069
- Romadhoni A. Budi. 2018. *Meredupnya Media Cetak Dampak Kemajuan Teknologi Industri*. Semarang. Jurnal : An-Nida volume 10 nomor 1, Januari-Juni 2018. Pasca Sarjana Komunikasi Fisip Undip
- Tambunan, Nurhalimah. 2018. *Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Khalayak*. Jurnal : Simbolik Volume 4 – ISSN : 2442-9996. F Universitas Panca Buana, Medan
- Wardiana dan Medyan. 2018. *Efek Komunikasi Massa Program Citizen Report di Radio PRFM Bandung*. Bandung Kajian Journalism Volume : 2, Nomor : 1, E : ISSN : 2459-1946 . Program Studi : Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Panjajaran Bandung