

Tim Editor:

Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom.

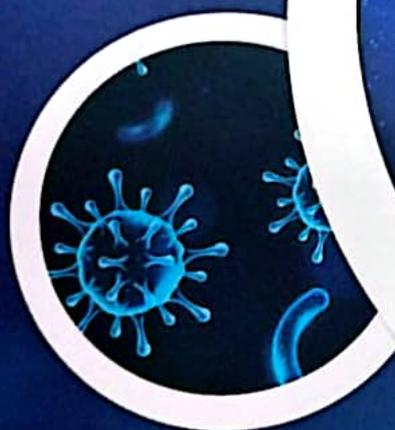
Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom.

Joshua Fernando, S.I.Kom., M.I.Kom.

Veronika, S.Sos., M.Si.



*Cetakan Kedua*



# STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI



# STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI



Tim Editor:

Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom.

Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom.

Joshua Fernando, S.I.Kom., M.I.Kom.

Veronika, S.Sos., M.Si.



## STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI DI MASA PANDEMI

### Tim Penulis:

Rustono Farady Marta, Bonaventura Satya Bharata, Andreas Tri Pamungkas, Olivia Lewi Pramesti, Patricia Robin, Budhi Widi Astuti, Aurellus Rofinus Lolong Teluma, FX. Ari Agung Prastowo, Lela Perangin-angin, Wulan Purnama Sari, Septia Winduwati, Finsensus Yuli Purnama, Michael Ibra El Chris Natalla, Stefanus Andriano, Monika Teguh, Hilda Yunita Wono, Besti Rohana Simbolon, Sarah Rouli Tambunan, Anlendra Christianna, Agustinus Rustanta, Evvy Silalahi, Camelia Pasandara, Benedictus A Simangunsong, Veronika, Magdalena Lestari Ginting, Rosalia Prismarini Nurdianti, Mutiara Dara Utama Watubun, Louisa Christine Hartanto, Roswita Oktavianti, Mia Angeline, Cosmas Theresia Intan Putri Hartiana, Ilona Vicenovie Oislna Situmeang, Meisyanti Hutagaol, Billy X

### Desain Cover:

**Helmaria Ulfa**

### Sumber Ilustrasi:

[www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

### Tata Letak:

**Handarini Rohana**

### Editor:

**Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom.**  
**Dr. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom.**  
**Joshua Fernando, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
**Veronika, S.Sos., M.Si.**

### ISBN:

978-623-459-436-2

### Cetakan Kedua:

**Maret, 2024**

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

---

Copyright © 2024

by Penerbit Widina Media Utama

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

### PENERBIT:

**WIDINA MEDIA UTAMA**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

## ***MEDIA LITERACY DALAM INFODEMIC COVID-19***

---

**Theresia Intan Putri Hartiana**  
***Fakultas Ilmu Komunikasi***  
***Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya***  
***Jl. Dinoyo No.42-44 Surabaya***

### **A. COVID-19: BENCANA NASIONAL**

Pada Tanggal 13 April 2020, Presiden Joko Widodo menyatakan bahwa COVID-19 yang terjadi di Indonesia sebagai bencana nasional. Keputusan ini tertuang dalam Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020. Keppres tersebut menegaskan kembali terkait penanggulangan COVID-19 yang dilaksanakan Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 dalam Keppres 7 Tahun 2020 yang diubah dengan Keppres Nomor 9 Tahun 2020. Dampak Covid memang begitu besar bagi Indonesia tidak hanya pada jumlah korban yang terus bertambah, bahkan berdampak secara ekonomi bagi masyarakat. Khusus untuk Surabaya saja, data pada 2 Mei 2020, Jumlah Korban Positif COVID-19 berjumlah 496 orang, PDP 1.162, ODP 2.589, Sembuh 81, sehingga menjadikan Surabaya menjadi kota Penyumbang kedua terbesar setelah Jakarta untuk jumlah korban COVID-19.

Salah satu hal menarik yang diamati dari peristiwa COVID-19 ini, salah satunya adalah mengenai penyebaran Informasi terkait korban dan keberadaan tempat tinggal pasien melalui Whatsapp. Penyebaran COVID-19 yang begitu mudah dan cepat, membuat orang sekitar tempat tinggal pasien yang berinteraksi dengan pasien turut dalam pengawasan dan harus melakukan isolasi mandiri. Bahkan apabila ada yang mempunyai tanda-tanda sakit seperti Covid-9 akan langsung dikarantina di tempat tertentu oleh petugas kesehatan.

Whatsapp menjadi salah satu platform termudah dalam meneruskan informasi ke semua khalayak. Misalnya saja di salah satu perumahan di Surabaya, whatsapp seolah menjadi dewa kebenaran adanya korban di warga yang terindikasi pasien, atau bahkan berstatus ODP. Orang dengan mudah menyebarkan informasi dan mengklaim informasi yang diberikan adalah benar. Namun ketika ditanya apakah sudah mengecek informasi tersebut ke ketua RT atau mengecek melalui website kota penyedia informasi penyebaran COVID-19, jawaban tidak dan belum lebih banyak diutarakan. Yang tentu saja ketika pesan tersebut dibaca, menimbulkan kepanikan dan resah bagi anggota grup.

Teknologi memang menghasilkan perubahan dalam penyampaian berita di masyarakat. Teknologi seolah memainkan sarana pemain utama-nya. Pembaca diajak untuk menyetujui kebenaran akan informasi tersebut, menjadikan posisi pembaca terombang ambing dalam kebenaran informasi. Namun sebenarnya siapakah pemain utama ini. Komunikator dan komunikan idealnya adalah perantara utama untuk mengendalikan informasi tersebut. Komunikasi dan komunikator merupakan pengontrol utama. Disinilah *media literacy* menjadi kunci-nya. Komunikator dan komunikan dapat menilai dan pesan dalam whatsapp dengan baik.

## B. MEDIA LITERACY: BAGIAN PENTING SAAT BANJIR INFORMASI

*European Comission* dalam pernah mendefinisikan mengenai *media literacy* adalah:

*"Media literacy may be defined as the ability to access, analyse and evaluate the power of images, sounds and messages which we are now being confronted with on a daily basis and are an important part of our contemporary culture, as well as to communicate competently in media available on a personal basis. Media literacy relates to all media, including television and film, radio and recorded music, print media, the internet and other new digital communication technologies". (Celot & Pérez Tornero, 2009)*

Melalui definisi di atas *media literacy* dijelaskan sebagai kemampuan untuk menggunakan, memproduksi, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media yaitu pada *personal competence* dan *social competence*: *Personal Competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten-konten media. Sedangkan *Social Competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial lewat media serta mampu memproduksi konten media.

*Personal competence* terdiri dari dua kriteria: Pertama, *technical skills*, yaitu kemampuan teknik dalam menggunakan media. Artinya, seseorang mampu mengoperasikan media dan memahami semua jenis instruksi yang ada di dalamnya. Kedua, *Critical Understanding*, yaitu kemampuan kognitif dalam menggunakan media seperti kemampuan memahami, menganalisis, dan mengevaluasi konten media.

*Social competence* mencakup pada *Communicative Abilities*, yaitu kemampuan untuk membangun relasi sosial serta berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat melalui media. Selain itu, *communicative abilities* ini juga mencakup kemampuan dalam membuat dan memproduksi konten media.

Henry Jenkins lebih dalam lagi menyatakan *media literacy* harus dilihat sebagai keterampilan sosial, sebagai cara berinteraksi dalam komunitas yang lebih besar, dan tidak hanya sebagai keterampilan individual yang digunakan untuk ekspresi pribadi. Proses produksi dan pemaknaan akan pesan menimbulkan berbagai macam perbedaan interpretasi karena adanya perbedaan pengalaman budaya dari masing-masing individu.

*New media provides powerful new ways of representing and manipulating information. New forms of simulation expand our cognitive capacities, allowing us to deal with larger bodies of information, to experiment with more complex configurations of data, and to form hypotheses quickly and test them against different variables in real time* (Jenkins, 2004)

Media baru (dalam hal ini adalah whatsapp) memberikan cara baru dalam merepresentasikan dan memanipulasi pesan. Suatu proses interpretasi pesan, dimana penerima pesan dapat menghubungkan dan mencari informasi yang berbeda pada saat yang sama. Dalam konteks penyebaran informasi COVID-19 ini, memungkinkan peran *media literacy* dalam memaknai pesan yang berkembang. Bahkan pada 1 Mei 2020 pukul 07:00, Kominfo telah merilis data ada 626 isu hoaks yang beredar terkait corona Virus. Artinya apabila dengan mudah pesan itu tersebar, maka bencana nasional COVID-19 juga kan mampu menimbulkan bencana informasi pada masyarakat. Munich Security Conference menyatakan "We're not just fighting an epidemic; we're fighting an infodemic" (Raoux, n.d.)

### C. WHATSAPP LITERACY: BAGAIMANAKAH

Menghadapi serbuan informasi beragam mengenai keadaan COVID-19 disekitar kita, membutuhkan keterampilan untuk memaknai sebuah pesan. *Media Literacy* pada prinsipnya merupakan kemampuan untuk memilih, memahami konteks, dampak, mengevaluasi dan memproduksi kembali pesan. Lalu bagaimanakah kaitan dalam memahami banjir informasi terkait COVID-19 ini:

1. Kenali sumber berita dan yang menyebarkan berita  
Kemampuan ini berkaitan kenali Kemampuan untuk mengevaluasi kredibilitas berbagai sumber informasi. Pesan melalui whatsapp seringkali mudah disebarkan, terutama kepada mereka yang memiliki ketertarikan dan situasi yang sama. Terlebih pengguna whatsapp seringkali tergabung dalam beberapa grup sesuai dengan profesi, lingkungan kerja, lingkungan agama, lingkungan sekolah, dan masih banyak lagi perkumpulan lainnya. Serbuan pesan COVID-19 akan secara bersamaan dan cenderung terus menerus. Perhatikanlah siapa yang menyebarkan pesan dan sumber pesan.

2. Jelajahi informasi  
Kemampuan jelajah informasi tidak sekedar menggunakan dalam arti mengakses, tetapi juga menjelajahi media baru yang digunakan. Berbagai platform disiapkan untuk membantu memantau dan mendapatkan informasi mengenai kebenaran informasi mengenai COVID-19 salah satunya. Misalnya saja melalui [radarcovid19.jatimprov.go.id](http://radarcovid19.jatimprov.go.id).
3. Sebar benar bukan ketakutan kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat. Salah satu akibatnya adalah timbul kecemasan berlebihan dalam masyarakat.
4. Produksi kembali pesan  
Melalui jelajah informasi yang dilakukan, produksi pesan dapat dilakukan dengan memberikan kepastian informasi melalui sumber-sumber yang lebih kredibel.

Dalam situasi bencana COVID-19 ini, *media literacy* tidak saja memiliki dampak pada individu, dimana individu menjadi kritis dan selektif pada informasi yang diterima. Literasi media seharusnya membantu warga masyarakat untuk mengenali bagaimana media mempengaruhi seleksi mereka atas persepsi dan kepercayaan, membentuk budaya populer dan mempengaruhi pilihan-pilihan personal (Art Silverblatt, Andrew Smith & Julie Smith, n.d.). Literasi media seharusnya membantu memberdayakan mereka dengan kecakapan berpikir kritis dan pemecahan masalah kreatif yang menjadikan mereka konsumen media yang kritis dan aktif serta menjadikan mereka produsen pesan. Pendidikan media merupakan dasar bagi seluruh masyarakat, juga untuk semua negara di dunia, untuk memberikan kebebasan berekspresi dan hak memperoleh informasi (Adiputra, 2008).

Di sisi lain dampak kehidupan sosial menjadi hal penting atas *media literacy*. Tujuan sosial dari literasi media adalah mentransformasi proses konsumsi media menjadi proses yang aktif dan kritis, membantu masyarakat mencapai pemahaman yang lebih luas dari potensi misrepresentasi dan manipulasi (khususnya melalui teknik-teknik komersial dan propaganda), dan untuk membantu masyarakat memahami peran media massa dalam mengkonstruksi realitas. Literasi media bertujuan memberdayakan masyarakat dan untuk mentransformasikan relasi pasif mereka dengan media menjadi keterlibatan yang kritis dan aktif, mampu untuk mempertanyakan: *...the traditions and structures of a privatized, commercial media culture, and finding new avenues of citizen speech and discourse* (Adiputra, 2008)

#### D. DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, W. M. (2008). Literasi Media dan Interpretasi atas Bencana. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 11(3), 287–414. <https://doi.org/10.22146/JSP.10992>
- Art Silverblatt, Andrew Smith, D. M., & Julie Smith, and N. B. (n.d.). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*.
- Celot, P., & Pérez Tornero, J. M. (2009). Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels: A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed. *European Association for Viewers' Interests*, (October), 1–92.
- Jenkins, H. (2004). *The Cultural Logic of Media Convergence*. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. <https://doi.org/10.1177/1367877904040603>
- Raoux, A. (n.d.). COVID-19 and the news media: media literacy during stay-at-home. Retrieved from <http://www.newsmediaeurope.eu/news/COVID-19-and-the-news-media-media-literacy-during-stay-at-home/>

#### BIOGRAFI PENULIS

Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis memiliki minat pada bidang Komunikasi Korporasi Komunikasi dan Pengelolaan Aktivitas Komunikasi. Email: [theresiaintan@ukwms.ac.id](mailto:theresiaintan@ukwms.ac.id)