MASALIQ
Jurnal Pendidikan dan Sains

e-ISSN : 2808-8115
p-ISSN : 2809-1051

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Garuda, Google Scholar, Base, etc

https://doi.org/10.58578/masaliq.v3i3.1103

MEDIA KOMPAS TV DALAM MEMPENGARUHI POLA PIKIR MASYARAKAT PADA PENANGANAN COVID -19 DI MEDAN

Cut Syamsidar
UIN Sumatera Utara Medan
cutkreatif@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to find out how the community's mindset is in handling Covid-19 in Medan, North Sumatra, as well as to find out some of the obstacles and obstacles faced by Kompas TV as well as how Kompas TV deals with these obstacles. This research was conducted at the Kompas TV Medan office, Jalan K.H. Wahid Hasyim No. 37, Babura, Medan Baru District, North Sumatra 20153. In this study using qualitative research methods with a descriptive approach, namely a study that seeks to collect data, process, analyze and interpret qualitatively and describe or describe a number of variables related to problems and units researched. Data collection techniques are used with observation, interviews, and documentation. Then the results of this study are 1. Media Kompas TV in influencing the mindset of the people is trying several ways so that people believe in the Covid-19 virus which is currently spreading in the world including, the Indonesian terrain. Efforts are being made as routinely reporting the number of deaths, positives and also the number of those who have recovered because of this virus. Kompas TV also provides education on how to handle it through its publications. Of course, the appeal that Kompas is making to the public is in accordance with the recommendations of the government and medical personnel. 2. The obstacle faced by Kompas TV in influencing people's mindset in handling Covid-19 in the city of Medan is the difficulty of finding sources who want to meet in person to conduct interviews with Kompas TV. Officials are often opaque in conveying bed inventory data, available vaccine doses. 3. Kompas TV's way of dealing with obstacles that occur in influencing people's mindsets in handling Covid-19 is to look for other sources who are equally competent in the health sector. If there are obstacles such as officials who are not clear in conveying information, Kompas TV will re-check with the party concerned.

Keywords: *Media, Covid-19, Human Mindset, Kompas TV*

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola pikir masyarakat pada penanaganan Covid-19 di medan sumatera utara, juga untuk mengetahui beberapa kendala dan hambatan yang dihadapi kompas Tv sekaligus bagaimana cara kompas tv dalam mengadapi kendala tersebut. Penelitian ini dilakukan di kantor Kompas TV Medan jalan K.H. Wahid Hasyim No. 37, Babura, Kecamatan Medan Baru, Sumatera Utara 20153. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu suatu penelitian yang berupaya menghimpun data, mengolah, menganalisa dan menafsirkan secara kualitatif dan mendeskripsikan atau menggambarkan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Teknik Pengumpulan data digunakan dengan obserasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian hasil

Jurnal Masaliq is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

Penelitian ini yaitu 1. Media Kompas TV dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat mengupayakan beberapa cara agar masyarakat mempercayai virus Covid-19 yang sedang menyebar di dunia termasuk, medan Indonesia. Upaya yang dilakukan seperti rutin memberitakan angka kematian, positif dan juga angka yang sembuh karena virus ini. Edukasi soal cara menanganinya juga dilakukan kompas tv lewat pemberitannya, tentu imbauan yang kompas lakukan kepada masyarakat ini sesuai dengan anjuran pemerintah dan para tenaga medis. 2. Hambatan yang dihadapi Kompas TV dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat pada penanganan covid-19 di kota medan adalah sulitnya mencari narasumber yang mau bertemu secara langsung untuk melakukan wawancara kepada pihak kompas TV. Pejabat yang sering tidak jelas dalam menyampaikan data persediaan tempat tidur, dosis vaksin yang tersedia. 3.Cara kompas tv dalam menghadapi kendala yang terjadi dalam mempengaruhi pola pikir masyarakt pada penanganan covid-19 adalah, mencari narasumber lain yang sama kompetennya di bidang kesehatan. Jika kendala seperti pejabat yang tidak jelas dalam penyampaian informasi maka kompas tv akan melakukan pengecekan ulang kepada pihak yang bersangkutan.

Kata Kunci: Media, Covid-19, Pola Pikir Manusia, Kompas TV

PENDAHULUAN

Kompas TV adalah jaringan televisi swasta nasional di Indonesia yang berfokus pada konten berita. Kompas TV dimiliki oleh KG Media, anak usaha Kompas Gramedia. Diluncurkan awalnya sebagai penyedia konten dengan acara-acara berbasis hiburan pada 9 November 2011, perlahan-lahan statusnya berubah menjadi sebuah jaringan televisi, dan sejak 2016 acaranya menjadi berbasis berita sampai saat ini. Nama Kompas TV sendiri diambil dari surat kabar papan atas yang dimiliki oleh Kompas Gramedia, yaitu Harian Kompas.

Pemberitaan yang rutin, kompas tv tentu memberitakan hal –hal yang dianggap penting oleh masyarakat dan pemerintahan yaitu covid 19. Di samping itu, meski covid-19 diliput dan diberitakan melalui kanal youtub *Kompastv.medan* secara rutin, hal ini bukan malah memberi efek yang sesuai kemauan pemerintah kota medan kepada rakyatnya dalam artian masih sangat banyak masyarakat medan yang enggan mau tau soal bahaya penyebaran Covid-19 ini di Medan. Misalnya, enggan memakai masker, melanggar PPKM, mengadakan acara besar-besaran (tidak menjaga jarak) tetap melakukan kegiatan seperti biasa di luar rumah dan tidak rajin mencuci tangan. Sehingga, rantai penyebaran covid di kota medan pun terus berjalan bahkan sangat meningkat sampai pada angka seribu perhari. Apakah justru semakin banyak media yang memberitakan mengenai covid 19 ini malah membuat masyarakat muak, tidak peduli dan melanggar segala aturan yang ada. (Rial Mantovani, 2021)

Setelah ditelisik, media massa sebagai penyedia informasi. Alih teknologi membuat media massa berubah. Untuk mempertahankan eksistensinya, media massa berbasis daring

harus bertarung dengan jumlah "klik dan views" pada laman berita. Keduanya tentu berimplikasi pada jumlah *adsense* guna menopang operasional dapur redaksi. Media massa berbasis daring juga harus berlomba satu sama lain untuk menjadi yang tercepat dalam menghadirkan pemberitaan.

Beberapa media meletakan kalimat-kalimat yang memancing rasa ingin tahu pembaca pada judul berita (*clickbait*). Tidak jarang, judul yang diberikan justru memuat substansi yang sedikit berbeda dengan isinya. Sayangnya, dalam situasi serangan virus yang telah ditetapkan *World Health Organization* (WHO) sebagai pandemi ini, beberapa media nampaknya masih mempertahankan budaya tersebut.

Pemberitaan korban Covid-19 misalnya, media cenderung menjual embel-embel gelar dan instansi korban dalam judulnya. Contohnya pada judul berita "Pegawai Bank BNI Terindikasi Corona". Alih-alih memperingati masyarakat yang mungkin pernah berinteraksi dengan korban, ketakutan dan spekulasi negatif masyarakat akan instansi tersebut justru yang terjadi.

Perihal substansi, kelihatannya berita-berita yang disajikan oleh media massa juga cenderung bicara tentang angka dan laporan kasus dalam pemberitaan ini. Entah dipengaruhi atas psikologi sang jurnalis yang juga ketakutan, beberapa berita justru melupakan nilai *cover both side*-nya. Perpaduan antara judul yang heboh, isi berita yang kurang edukatif, serta minimnya budaya literasi masyarakat Indonesia berakibat pada menularnya kepanikan di tengah masyarakat. (Tim Redaksi ITS Online, 2022)

Meskipun demikian, fenomena *clickbait* pada berita tidak sepenuhnya salah. Terkadang butuh sedikit tekanan dalam judul untuk mengingatkan masyarakat akan pentingnya suatu masalah. Lagi-lagi, *clickbait* nampaknya juga diperlukan guna menekan sisi psikologis masyarakat Indonesia yang minim literasi. Banyak lagi media-media yang kerap mengaitkan wabah ini dengan isu politik dan suku, agama, ras, dan antargolongan yang hangat di Indonesia. Dalam situasi seperti ini, beberapa media justru memanfaatkan wabah ini untuk menggoreng isu-isu yang saling menjatuhkan atau mendiskriminasi pihak-pihak tertentu. (Ahmad shauqi., 2020)

Sadar atau tidak, stigma buruk terhadap salah satu ras manusia semakin bertambah saat media menamai Covid-19 dengan virus Wuhan atau virus China. Bahkan Direktur Jenderal WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus sangat berhati-hati dalam memilih nama

Covid-19. Hal itu tentunya untuk menghindari referensi ke lokasi geografis tertentu, spesies hewan, atau sekelompok orang.

Selain itu, sarana bertukar informasi yang semakin berkembang juga mendorong individu-individu untuk ambil bagian dari penyebaran informasi. Meski memiliki dampak bertanggung jawab. Berbagai hoaks yang terlalu sering beredar seringkali meningkatkan ketakutan atau bahkan menimbulkan rasa acuh tak acuh masyarakat akan bahayanya virus ini. Q.S. Al- Hujuraat ayat 6:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."* (Departemen Agama R.I, 2010)

Sebagai penyedia informasi, Media sangat berperan penting dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat mengenai berita tentang covid 19 yag beredar di Koran, tv dan media lainnya. Kepanikan yang diciptakan media pun tidak main-main. Salah satu fenomena yang terjadi adalah *Panic buying*. Fenomena panic buying sempat terjadi di Indonesia selama masa pandemi Covid-19, Sejak Presiden Indonesia, Joko Widodo, mengumumkan dua kasus pertama virus corona (Covid-19) di Indonesia, secara resmi Indonesia 'panik' corona. Sebagian masyarakat yang panik berlomba melindungi diri. Fenomena *panic buying* pun terjadi, masyarakat membeli barang-barang tertentu terutama kebutuhan pokok dengan jumlah yang tidak masuk akal.

Panic buying merupakan tindakan membeli sejumlah besar produk atau komoditas tertentu, karena ketakutan tiba-tiba akan kekurangan atau terjadi kenaikan harga di waktu yang akan datang. Di luar negeri, fenomena ini dilaporkan sempat terjadi, yakni tisu toilet dan barang kebutuhan lain. Dilansir dari pemberitan yang diunggah kompas TV, ada beberapa bahan pokok yang diincar saat panic buying ini terjadi di masa pandemik yaitu minyak goring, susu beruang yang dipercaya dapat mengkal virus corona, masker dan hand sanitizer. (Luthfia Ayu *Azanella, 2022)*

Saat itu, mungkin kepala mereka dipenuhi bayang-bayang ngeri bagaimana organisme tak kasat mata tersebut berhasil melumpuhkan kota Wuhan di Tiongkok hanya dalam waktu yang relatif singkat. Mereka pun tentunya telah mendengar kabar betapa cepatnya sang virus

menjangkit orang-orang di berbagai belahan bumi lain. Darimana masyarakat mendapat informasi demikian? Media jawabannya.

Salah satu media yang aktif menyebarkan berita tentang covid 19 di kanal yutub atau website yaitu Kompas tv. Seiring perkembangan zaman, Pola pikir masyarakat kini sudah tergantung berita yang beredar, tanpa memahami kebenaran pun, masyarakat dapat langsung mengambil kesimpulan bahwa covid 19 sudah begitu mendunia dan sangat menyeramkan.

Media memiliki peran yang sangat signifikan dalam merubah keadaan masyarakat, merubah pola pikir mereka dan dengan mudah menggiring sudut pandang mereka terhadap sesuatu. Pada masa Covid-19 kepercayaan masyarakat terhadap virus tersebut sangat dipengaruhi oleh hal-hal yang diinformasikan oleh madia massa. Virus tersebut bahkan pada awal kemunculan nyaris tidak diyakini oleh masyarakat keberadannya, namun

Begitupula dengan proses antisipasi dan penanggulangannya, yang mana pemerintah menerapkan sistem wajib vaksin dalam rangka penanggulangannya, namun hal tersebut pada mulanya mendapatkan spekulasi yang berbeda-beda bahkan penolakan dari berbagai kalangan, namun dengan peran yang dimainkan oleh media massa sehingga membentuk pradigma baru, pengakuan kearah positif adanya vaksin tersebut, melihat fenomena tersebut, dapat disimpulkan, bahwa peran media di tengah pandemic Covid-I9 ini, memiliki peran yang sangat signifikan dalam penanggulangannya.

Peran kompas tv sebagai media yang beroparasi di medan sumatera utara tentu juga sangat urgent dalam menyiarkan berita tentang covid 19 di sekitaran sumatera utara. Melihat latar belakang masalah di atas, Oleh karena itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti dan mngetahui sejauh mana kompas tv dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat medan, suamtera utara.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif berusaha mendeskripsi dan menginterpretasi apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada pendapatan yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau kecendrungan yang tengah berkembang) (Sugiyono, 2015)

Informan dalm penelitian ini adalah mereka yang berperan penting di media Kompas TV Medan, dalam pemberitaan Covid 19 di sumut juga mengerti sejauh mana kompas tv

mempengaruhi pola pikir masyrakat medan tentang covid-19. Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti dalam mendapatkan atau memperoleh data yang diperlakukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi (pengamatan langsung), Wawancara dan dokumetasi. (Sugiyono, 2015)

HASIL

1. Kompas TV

Kompas TV Medan yang beralamat di jalan, Wahid Hasyim kota medan, adalah salah satu cabang jaringan televisi swasta nasional di Indonesia yang berfokus pada konten berita. Kompas TV dimiliki oleh KG Media, anak usaha Kompas Gramedia. Diluncurkan awalnya sebagai penyedia konten dengan acara-acara berbasis hiburan pada 9 November 2011, perlahan-lahan statusnya berubah menjadi sebuah jaringan televisi, dan sejak 2016 acaranya menjadi berbasis berita sampai saat ini. Nama Kompas TV sendiri diambil dari surat kabar papan atas yang dimiliki oleh Kompas Gramedia, yaitu Harian *Kompas*

2. Masyarakat

Medan tentu mempunyai banyak masyarakat dari kecamatan yang berbeda-beda yang termasuk ke dalam penonton Kompas TV Medan, Namun, dalam penelitian ini penulis membatasi informan yang akan penulis teliti dari tiga kecamatan yang ada di medan dengan masing-masing kecamatan yaitu satu informan. Dalam hal ini penulis memasukkan tiga informan dari masyarakat untuk mewakili beberapa kecamatan lainnya.

3. Pola Pikir

Pola pikir adalah cara menilai dan memberikan kesimpulan terhadap sesuatu berdasarkan sudut pandang tertentu. Perbedaan pola pikir sesoernag disebabkan oleh bedanya jumlah sudut pandang yang dijadikan dasar, landasan, atau alasan. Banyaknya sudut pandang seseorang untuk berpikir dipengaruhi oleh emosi (mentality), pendidikan dan pengalaman. Hal ini yang menjadi tolak ukur tinggi rendahnya kedewasaan seseorang. *(Rima Permata Sari, 2015)*

Realistis adalah kondisi dimana seseorang merasa sudah tidak harus berpegang terhadap prinsip dasar, dimana setiap orang pasti memilikinya dari keluarga maupun lingkungan lain. Hal ini berbeda dengan Idealis yang berarti prinsip atau ideologi seseorang

yang mana sangat berpengaruh dalam setiap sisi kehidupan. Salah satu topik yang kini sedang hangat-hangatnya dibicarakan di Indonesia adalah hoaks atau kabar berita bohong. Berubah atau tidaknya pola pikir seseorang juga tergantung pada kemauan yang ada di dalam dirinya untuk memeriksa sumber dan fakta mengenai berita tersebut. Seperti yang sudah disinggung di atas, jika kita tidak memastikan kebenarannya, pola pikir seseorang akan sangat mudah untuk berubah. *(Rima Permata Sari, 2015)*

4. Penanganan Covid 19

Covid-19 merupakan sejenis virus dari famili Coronaviridae yang berimplikasi terhadap penyakit menular dan mematikan yang menyerang mamalia seperti manusia pada saluran pernafasan hingga ke paru-paru. Pada umumnya pengidap Covid-19 akan mengalami gejala awal berupa demam, sakit tenggorokan, pilek dan juga batuk-batuk bahkan sampai parah dapat menyebabkan pneumonia. Virus ini dapat menular melalui kontak langsung dalam jarak dekat dengan pengidap Covid-19 melalui cairan pernafasan yang keluar dari tubuh penderita saat batuk atau mengeluarkan ludah dan riyak. (Yuliana,, 2022)

PEMBAHASAN

1. Media Kompas TV Dalam Mempengaruhi Pola pikr masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan kepada pihak Kompas TV dapat diketahui bahwa sebagai media konvensional, kompas tv pasti berperan penting dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat medan. Karena, fungsi media sendiri adalah memberikan informasi yang benar adanya dan bisa di verifikasi kebenarannya, oleh karena itu masyarakt perlu memilah-milah dalam mengkonsumsi berita yang didapat. Berita yang dilihat di media sosial itu kebanyakan tidak valid karena tidak ada hasil wawancara dari yang bersangkutan langsung dan tidak menggunakan kode etik jurnalistik. (Bahri nasri, 2023)

Kompas TV dalam pemberitaannya sudah sesuai dengan salah satu kode etik jurnalistik, yaitu berimbang. selain memberitakan pasien covid yang yang positif dan meninggal, kompas juga memberitakan cara penanganannnya dan pasien yang berhasil sembuh dari covid, artinya dalam hal ini kompas merasa bertanggungjawab dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat bahwa covid-19 ini benar adanya virus yang bisa berbahaya namun, tetap bisa sembuh asalkan mematuhi anjuran pemerintah dalam menanganinya.

Ditengah 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 menyasar banyak orang dalam satu waktu sekaligus. Tingkat akurasi informasi yang diberikan menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh pemberi informasi. (Risa Disayanti , 2022) Dalam hal ini, komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat merupakan pesanpesan 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. (Muhammad Husni, 2022)

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 vaksinnya, 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 sebagaimana 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.

Sebuah media pasti merasa bertanggungjawab dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat terkait penanganan covid-19 ini namun, disamping itu media mengalami banyak kendala yang dihadapi dala peliputan berita yang cukup ekskulisif ini. Tidak serta merta

mundur, media juga melakukan beberapa solusi dalam menghadapi kendala yang terjadi pada proses pemberitaan covid -19. (Nazmi Agustian, 2022)

Benar, jika zaman sekarang masyarakat merasa media itu banyak yang tidak independen atau kesannya itu melebih-lebihkan sebuah berita. Namun, biasanya yang merasa seperti itu hanya orang-orang yang tidak mau percaya covid saja sehingga berita yang sudah jelas terjadi saja dianggap berlebihan atau hanya sebuah kebohongan publik. Padahal sampai saat ini media masih memegang teguh kode etik jurnalistik dan elemen jurnalistik.

Sebuah media mempunyai cara agar mendapat pembaca yang banyak, dan tentu itu harapannya. Media manapun biasanya menggunakan teknik "*click bait"* yaitu umpan balik, disini media akan membuat judul berita yang membuat pembaca penasaran dan tertarik mau membaca berita tersebut. Media juga mempunyai satu *tagline* yang dipercaya secara suka tidak suka namun benar adanya yaitu *"Bad news is a Good news"* jadi, bisa diketahui bahwa mdia yang terkesan berlebihan dalam pmberitaan, itu hanya termasuk teknik agar berita tersebut bagus dan berhasil menarik hati masyarakat.

Pengaruh media dalam membentuk pola pikir sekaligus pola sikap masyarakat medan sudah ditekuni oleh kompas tv, mulai dari terus memberitakan covid-19 secara berimbang, melakukan pengecekan ulang berita jika data kurang lengkap, turun langsung ke lapangan agar berita covid-19 bisa terus disiarkan. Segala hal sudah kompas tv lakukan untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi tentang covid, rasanya sudah sepatutnya masyarakat pun percaya dan bisa di ajak kerjasama soal lebih memerhatikan gejala virus ini, jika merasa terjangkit segera periksakan ke rumah sakit dan melakukan isolasi atau karantina sesuai dengan arahan dokter dan pemerintah.

2. Hambatan Media Kmmpas TV Dalam Mempengaruhi Pola pikir masyarakat Pada Pennaganan Covid-19

Masyarakat yang mendapat efek negative seperti panik dari media kompas tv pun pasti ada, namun cara kompas tv agar masyarakt tidak panik adalah dengan terus mengedukasi masyarakat tentang cara penanganannya, karena panic bisa membuat imun tubuh menurun dan penyakit lebih gampang masuk lalu menyebar dengan cepat, oleh karena itu tetap tenang adalah solusi utama yang kompas tv berikan ke masyarakat. (Roganda Malau , 2022) Beberapa hambatan yang dihadapi kompas tv juga sudah dihadapi dengan berbagai solusi untuk mendapatkan berita yang cukup untuk diinformasikan ke masyarakat.

Masyarakat juga ada yang beranggapan bahwa media hanya memberi informasi yang tidak benar saja, menurut bebrapa masyarakat covid-19 hanya konspirasi saja untuk keuntungan pribadi beberapa pihak perusahaan seperti masker dan handsnitizer yag terjual ribuan perbulannya. Atau konspirasi yang hanya dibuat-buat oleh elite global saja untuk keuntungan-keuntungan yang kita tidak tahu apa itu.

Memang, kondisi di Indonesia berbeda dengan kondisi di negara-negara tersebut. Banyak hal yang menyebabkan liputan di Indonesia menjadi lebih menantang dan penuh perjuangan.. Misalnya, minimnya dukungan pada kerja jurnalis, belum pahamnya para narasumber dalam memperlakukan jurnalis saat di lapangan serta kenyataan bahwa kondisi perusahaan media tak seluruhnya bisa mendukung penuh kerja para jurnalisnya.

Namun kehati-hatian dalam meliput tetaplah harus dikedepankan. Bagaimanapun, seperti juga para tenaga medis yang menjadi garda terdepan dalam melawan Covid-19, para jurnalis juga menjaga garda terdepan di ujung yang lain.

Agar masyarakat tenang saat harus #dirumahaja, selayaknya informasi yang disampaikan pun yang membuat keingintahuan masyarakat terpenuhi. Tantangan lain kerja jurnalis dan media adalah penyebaran hoaks yang begitu masif. Jika jurnalis melalui medianya dapat dengan jeli menangkap hal-hal yang meresahkan masyarakat kemudian menampilkan informasi resminya di media massa, kemungkinan hoaks dan penyebarannya bisa ditekan.

Sekali lagi, tentu saja, tak bisa berharap terlalu banyak pada media dan jurnalis jika keselamatan dan keamanan kerja jurnalis tak memadai. Namun melihat diskusi dan sharing yang dilakukan oleh para jurnalis di negara lain, setidaknya kita berharap jurnalis kita bisa mengambil hikmah atau pelajaran yang bisa diterapkan dalam keseharian kerjanya dengan segala keterbatasan yang ada.

3. Solusi Media Kmmpas TV Dalam Mempengaruhi Pola pikir masyarakat Pada Pennaganan Covid-19

Sebagai sumber informasi, yang pertama tentunya media massa tidak boleh melupakan kewajiban utamanya untuk mengedukasi masyarakat. Tidak hanya dengan memberikan data statistik korban COVID-19, edukasi yang dimaksud juga termasuk mengkomunikasikan penelitian dan pelayanan kesehatan kepada masyarakat.

Media juga berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan publik tentang kesehatan. Berkaca pada kasus flu babi (*swine flu*) yang lebih dikenal dengan nama

virus H1N1, sebuah jurnal yang diterbitkan Eurosurveillance menjelaskan bahwa respon negatif dari para pekerja pelayanan kesehatan di Yunani pada tahun 2009 terhadap vaksinasi H1N1 justru terjadi saat mereka menambang informasi terkait vaksin lewat televisi atau radio.

Sedangkan respon berbeda justru terjadi saat mereka mendapat informasi terkait vaksin lewat jurnal-jurnal kesehatan atau rumah sakit. Maka kepiawaian media dalam menyampaikan informasi yang mencerdaskan masyarakat terkait Covid-19 akan mempengaruhi keputusan publik terkait peningkatan kesehatan.

Optimisme publik juga harus dibangun lewat media. Informasi terkini memang harus disampaikan. Namun mari tetap berimbang dalam pemberitaan. Misalnya berita kenaikan jumlah pasien teridentifikasi positif dapat diimbangi dengan kabar naiknya jumlah pasien yang sembuh.

Yang ketiga, media tidak boleh lupa untuk memposisikan diri sebagai sarana kontrol masyarakat terhadap kebijakan publik, dalam hal ini terkait Covid-19. Sudah selayaknya media massa bersatu dalam keberpihakan pada kepentingan publik. Dengan kekuatan yang sedemikian besar, media mampu menjadi jembatan untuk mendorong pemerintah agar mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang berdampak positif sekaligus mengedukasi masyarakat sendiri.

Sinergi maupun kolaborasi bisa menjadi kata yang tepat untuk menjawab kompleksitas permasalahan di Indonesia. Dalam kasus ini, alangkah beratnya langkah media jika tanpa dukungan pemerintah maupun masyarakat Indonesia sendiri. Dalam kasus merebaknya ketakutan berlebih terkait Covid-19 di masyarakat, setidaknya pemerintah harus menempuh solusi jangka pendek dan jangka panjang.

Mengenai solusi jangka pendek, sebagai pemegang informasi tertinggi, pemerintah khususnya lewat Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) harus jadi garda terdepan dalam pemberitaan Covid-19. Pemerintah perlu memberikan informasi lewat portal resmi tersendiri. Dengan demikian masyarakat setidaknya memiliki satu sumber informasi yang terpercaya. Selain itu, keresahan masyarakat akibat berita-berita palsu juga dapat berkurang. Dengan catatan, pemerintah juga harus terbuka dalam melakukan pemberitaan.

Sedangkan terkait solusi jangka panjang, pemerintah harus membentuk kesadaran literasi media masyarakat. Misalnya dengan menyusun kurikulum literasi media. Hal ini tentunya berlaku tidak hanya ketika menghadapi wabah Covid-19, tetapi juga dalam berbagai situasi serupa. Kemajuan teknologi informasi yang pesat nampaknya belum siap disambut

masyarakat Indonesia. Berbekal pengetahuan yang minim, masyarakat Indonesia cenderung mudah menerima informasi apapun yang datang padanya.

Tidak hanya lewat kurikulum, kesadaran ini juga dapat dibentuk lewat kampanye-kampanye kreatif melalui media sosial ke berbagai segmen masyarakat. Selain itu, seminar dan lokakarya terkait hal tersebut bisa semakin digalakkan di berbagai perguruan tinggi. Jangan ragu untuk menggandeng media massa lain agar turut bersama memperhatikan hal tersebut.

Lalu apa yang harus kita lakukan sebagai masyarakat? Satu hal yang pasti, di tengah kalut pandemi Covid-19, mari bersama untuk tidak memperburuk keadaan. Alih-alih menerima informasi bulat-bulat, mengapa kita tidak menganalisa dan mencari tahu kebenarannya terlebih dahulu. Sama halnya saat kita hendak menyampaikan informasi kepada orang lain, pastikan kebenaran informasi tersebut.

Tidak hanya itu, ada juga masyarakat yang beranggapan bahwa ini musibah dari Tuhan untuk menegur manusia yang banyak dosa. Untuk itu masyarakat perlu benar-benar waspada dengan apa yang sudah terjadi. Media sudah sngat membantu masyarakt dalam mendapatkan informasi covid-19. Karena kompas tv medan, masyarakat jadi tahu akan berbuat apa saat terkena gejala covid dan cara menanganinya seperti apa. Dalam Q.S. Al-Hujuraat ayat 6:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَل مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu." (Departemen Agama R., 2010)

Allah SWT sudah menjelaskan bahwa sebagai orang yang beriman tidak boleh bagi kita manusia menelan mentah-mentah berita yang ada dan dianjurkan untuk meemeriksa terlebih dahulu berita yang diberitakan agar tidak termakan berita hoaks.

KESIMPULAN

Media Kompas TV dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat mengupayakan beberapa cara agar masyarakat mempercayai virus Covid-19 yang sedang menyebar di dunia termasuk, medan Indonesia. Upaya yang dilakukan seperti rutin memberitakan angka

kematian, positif dan juga angka yang sembuh karena virus ini. Edukasi soal cara menanganinya juga dilakukan kompas tv lewat pemberitannya, tentu imbauan yang kompas lakukan kepada masyarakat ini sesuai dengan anjuran pemerintah dan para tenaga medis sehingga masyarakat dapat sepenuhnya mempercayai media dalam berperan penting dalam mempengaruhi pola sikap dan pikir masyarakat tentang covid-19.

Sebuah media mempunyai cara agar mendapat pembaca yang banyak, dan tentu itu harapannya. Media manapun biasanya menggunakan teknik "*click bait"* yaitu umpan balik, disini media akan membuat judul berita yang membuat pembaca penasaran dan tertarik mau membaca berita tersebut. Media juga mempunyai satu *tagline* yang dipercaya secara suka tidak suka namun benar adanya yaitu *"Bad news is a Good news"* jadi, bisa diketahui bahwa mdia yang terkesan berlebihan dalam pmberitaan, itu hanya termasuk teknik agar berita tersebut bagus dan berhasil menarik hati masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Abu Achmadi , Cholid Narbuko, 2001 *Metode Penelitian* Jakarta: Kencana

Ali S.T., Akbar. 2005. *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web* Volume *13*. Bandung: M2s

Amir, Ma'ruf 1999. *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam* Volume 29. Jakarta: Pt Logos Wacana Ilmu

Choirul Arifin *Https://Www.Tribunnews.Com/Kesehatan/2020/04/13/Ahli-Virologi-Richard-Sutejo-Tes-Massal-Sangat-Efektif-Untuk-Cegah-Meluasnya-Covid-19*. Diakses Pada 12 April 2022 Pukul 15:30

Corona.Kendalkab.Go.Id (2019,10 April). Kenalan Dengan Covid 19 Diakses Pada 10 Februari 2022, Dari *Https://Corona.Kendalkab.Go.Id/Berita/Profil/Kenalan-Dengan-Covid-19*

Hasan M. Iqbal, 2002. *Pokok-Pokok Metodelogi Penelitian Dan Aplikasinya*, Jakarta : Ghalia Indonesia

Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik* Vloume *20*. Yogyakarta: Pembaruan

Mantovani, Rial 2021 *"Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Kota Makassar"* Makassar: Ekonomi Dan Bisnis

Mcquail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory* Volume 66. London: Sage Publication, 2000

Noor Juliansyah, 2011 *Metode Penelitian* Jakarta: Kencana

Saebeni dan Beni achmad 2008, *Metode Penelitian* Bandung: Pustaka Setia

Sarwono, 2002, psikologi Sosial Individu Dan Teori-Teori Psikologi Sosial Volume 98. Jakarta: Balai Pustaka

Shauqi, Ahmad. 2022 *Jalan Panjang Covid19: Sebuah Refleksi Dikala Wabah Merajalela Berdampak Pada Perekonomian* Vol,1 No,1