

## Efektifitas Media Komunikasi di Tengah Pandemi: Respon Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung

Latif Syaipudin<sup>(a)(\*)</sup>

<sup>(a)</sup>IAIN Tulungagung

<sup>(\*)</sup>Korespondensi Penulis, Jl. Mayor Sujadi No.46, Kudus, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66221, Email: [latif12syai@gmail.com](mailto:latif12syai@gmail.com)

### A B S T R A C T

*Keywords:*  
Mass  
Communication,  
Mass Media,  
Pandemic,  
COVID-19,  
Tulungagung

This study aims to find the significance of messages conveyed through communication media in a pandemic situation. The demands of a pandemic era have crisis dimensions on various fronts, making the choice of communication media more careful. This problem will then have an impact on the misinformation received by the community. Therefore, the selection of mass communication as a strategic media in response to various existing problems can be an alternative as a means of early education that directly targets the wider community effectively and efficiently. The main discussion in this research is related to the important role of mass communication in the midst of the COVID-19 pandemic. This research uses qualitative methods with the type of field study research. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. To sharpen the data analysis, this study uses the Peter L. Berger and Thomas Luckmann social construction approach. This study found that mass communication has a central role in responding to the COVID-19 pandemic. This role forms a new behavior that emerges from a new social order and reconstruction in the face of a social order that is more adaptive to the pandemic situation. To create this situation, it requires close communication between stakeholders and the community in responding to this problem.

### A B S T R A K

*Kata Kunci:*  
Komunikasi Massa,  
Media Massa,  
Pandemi, COVID-19,  
Tulungagung

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan signifikansi pesan yang disampaikan melalui media komunikasi dalam keadaan pandemi. Tuntutan masa pandemi yang berdimensi krisis dalam berbagai lini, menjadikan pemilihan media komunikasi harus lebih hati-hati. Persoalan ini kemudian akan berdampak pada kesalahan informasi yang diterima oleh masyarakat. Oleh sebab itu, pemilihan komunikasi massa sebagai media yang strategis dalam menanggapi berbagai persoalan yang ada dapat menjadi alternatif sebagai sarana edukasi dini yang langsung menasar terhadap masyarakat luas dengan efektif dan efisien. Bahasan utama dalam penelitian ini berkaitan dengan peran penting komunikasi massa di tengah pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi lapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk mempertajam analisa data, penelitian ini menggunakan pendekatan konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi massa memiliki peranan sentral dalam menanggapi pandemi COVID-19. Peran ini membentuk perilaku baru yang muncul dari tatanan dan rekonstruksi sosial baru dalam menghadapi tatanan sosial yang lebih adaptif dengan keadaan pandemi.

untuk menciptakan keadaan ini, diperlukan komunikasi yang erat antara stakeholder dengan masyarakat dalam menanggapi permasalahan ini.

---

## Pendahuluan

Sejak *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) diumumkan oleh World Health Organization (WHO) sebagai pandemi (World Health Organization (WHO), 2020), banyak kalangan memberikan respon cepat atas wabah tersebut, termasuk di Indonesia. Pemerintah Indonesia mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menekan perluasan penyebaran COVID-19 yang diikuti oleh beragam kebijakan lain dari pemerintah daerah. Respon cepat yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi pandemi ini adalah membentuk satuan gugus tugas percepatan penanganan COVID-19 pada 13 Maret 2020 (Djalante et al., 2020), dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 7 Tahun 2020. Pembentukan satuan gugus tugas tersebut juga berlaku bagi pemerintah daerah yang termaktub dalam pasal 11. Salah satu tujuan dari gugus tugas percepatan penanganan COVID-19 adalah meningkatkan kesiapan dan kemampuan dalam mencegah, mendeteksi, dan merespons terhadap COVID-19.

Dalam rangka merespon instruksi ini, Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung menerapkan kebijakan pemaksimalan komunikasi media informasi untuk memberikan pengetahuan dasar dan merespon masyarakat dalam mengatasi dan menghadapi penyebaran COVID-19. Kebijakan yang dipilih oleh gugus tugas percepatan penanganan COVID-19 Kab. Tulungagung mempertimbangkan kesediaan sarana yang mudah dan gampang untuk diakses oleh seluruh masyarakat Tulungagung. Meskipun demikian, media komunikasi informasi berbasis elektronik

yang sejati dapat diakses dengan mudah dan cepat (Croteau & Hoynes, 1997, p. 12; Mc Quail, 2002, p. 302), telah memunculkan problem baru dalam upaya penanganan COVID-19.

Problem ini tidak teridentifikasi dalam beragam penelitian mengenai kontribusi media dalam penanganan COVID-19. Penelitian yang berkaitan dengan media komunikasi dalam era COVID-19 hanya mengarah pada dua kecenderungan. *Pertama*, penelitian yang mengaitkan kontribusi media sebagai instrument pendukung dalam pendidikan. Terdapat beberapa variasi dalam kecenderungan penelitian ini, beberapa diantaranya menilai bahwa komunikasi pendidikan dengan menggunakan media elektronik memiliki hambatan yang berkaitan dengan kemampuan siswa dan orang tua dalam memanfaatkannya (Atsani, 2020; Fahmi, 2020). Penelitian lain menunjukkan ketidakefektifan pembelajaran dengan menggunakan media komunikasi elektronik (Astini, 2020), meskipun terdapat penelitian yang menyebutkan pemanfaatan media komunikasi dalam pembelajaran daring dinilai efektif (Putri, 2020). *Kedua*, pemanfaatan media komunikasi dalam upaya mitigasi pandemi. Mitigasi pandemi yang dimaksudkan dalam penelitian tersebut adalah efektifitas media poster dalam mendorong *social distancing* (Utoyo, 2020), perubahan perilaku dalam mencegah penularan COVID-19 melalui Balai Edukasi (Zulfa & Kusuma, 2020), dan dampak media terhadap motivasi di era pandemi (Muslih, 2020). Sedangkan penelitian mengenai pemanfaatan langsung media komunikasi dalam penanganan

COVID-19 oleh pemerintah tidak pernah dilakukan sebelumnya.

Atas dasar ini, penelitian ini bertujuan untuk menemukan efektivitas media komunikasi dalam upaya mitigasi penyebaran COVID-19 yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Tulungagung. Penemuan atas peran media di era pandemi dibutuhkan untuk mengukur sejauhmana komunikasi di media bersinergi dengan kebijakan-kebijakan pemerintah yang mengarah pada pengurangan aktivitas komunikasi secara langsung melalui *physical distancing*.

Penelitian ini berangkat dari argumentasi bahwa kemajuan media komunikasi yang begitu pesat, sejatinya dapat mempermudah dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan secara massal, tidak mampu diterapkan dalam keadaan krisis. Hal ini dapat dipengaruhi oleh ketersediaan akses jaringan (Arthur-Nyarko & Kariuki, 2019), kemampuan dalam menangkap pesan secara virtual (Raisiene, 2012), ataupun aksestabilitas media yang tidak merata. Keterbatasan tersebut juga dapat dipengaruhi oleh keadaan geografis kabupaten Tulungagung yang masih dalam kawasan kota kecil.

### **Diseminasi Pesan dalam Komunikasi Massa: Overview**

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 (Richard, 2008, pp. 38–40).

Secara etimologi, komunikasi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yang asal katanya adalah *communication*. Kata ini pertama kali dikenal melalui surat kabar *Journalism*, yang terbit di Amerika Serikat (Roudhunah, 2007, p. 9). Sedangkan secara terminologi, komunikasi adalah setiap tindakan yang didorong oleh upaya untuk menyampaikan dan menjelaskan pesan yang mengandung unsur subjek penyampai, hal yang disampaikan, sarana penyampaian, hambatan dalam proses penyampaian, objek penyampaian pesan, dan dampak yang dihasilkan (Lasswell, 1948, p. 117). Sedangkan komunikasi massa merupakan salah satu jenis komunikasi yang memanfaatkan suatu media dalam penyampaian pesan kepada khalayak banyak. Komunikasi massa juga sering disebut dengan komunikasi publik yang dapat terjadi secara lisan maupun tulisan (Arni, 2008, p. 7).

Kegiatan komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dalam penyampaian keinginan berupa pesan terhadap yang lain. Dengan cara ini, manusia dapat berinteraksi dengan yang lain, baik secara individu maupun secara kelompok. Kebutuhan dasar manusia untuk berkomunikasi menjadikannya menjadi elemen penting dalam kehidupan manusia yang terjadi di setiap kondisi dan tempat. Bahkan, komunikasi dapat menjadi ukuran relasi sosial seseorang dalam sebuah komunitas. Karena jika seseorang menempuh komunikasi yang efektif, maka ia akan lebih mudah untuk melakukan aktivitas kehidupannya, demikian juga sebaliknya (Arni, 2008, p. 1). Hal yang sama juga berlaku dalam

proses komunikasi seseorang dengan kelompoknya dalam sebuah organisasi. Komunikasi ini melibatkan motif untuk mempengaruhi kecenderungan kelompok untuk mengikuti apa yang hendak dicapai oleh orang yang menyampaikan pesan. Dalam titik tertentu, komunikasi dapat dijadikan sarana untuk mengatasi masalah, bahan pertimbangan mengambil keputusan, dan sarana untuk mengevaluasi perilaku secara efektif (Arni, 2008, p. 190).

Komunikasi massa juga dapat dilakukan dengan melibatkan institusi dan lembaga yang disebut dengan media massa. Media ini melakukan serangkaian kegiatan produksi budaya dan informasi yang dilaksanakan oleh berbagai tipe komunikasi massa untuk disalurkan kepada khalayak sesuai dengan kebiasaan yang berlaku (Uchjana, 2001, p. 79). Penggunaan media massa sebagai bagian dari sarana komunikasi telah berlangsung lama semenjak adanya peradaban manusia. Bentuk sederhana dari media ini berupa penggunaan gambar yang diukir di dinding batu sebagai alat untuk mengungkapkan informasi kepada yang lain (Henry, 2010, p. 12). Meskipun dalam perkembangannya, media tidak hanya terbatas pada gambar, akan tetapi juga meliputi manusia, materi atau kejadian yang dapat membangun kondisi yang membuat seseorang mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap tertentu (Gerlach & Ely, 1971, p. 3).

Secara penyampaian, penggunaan media massa dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan secara mudah dan lebih meluas (Sunarjo & Sunarjo, 1983, pp. 70-71). Penyampaian pesan dengan menggunakan media massa dapat ditujukan kepada sejumlah khalayak umum, dalam jumlah yang banyak, dengan menggunakan sarana media cetak atau elektronik, sehingga

jangkauan komunikasi dapat mencapai berbagai unsur lapisan masyarakat. Efektifitas media massa dalam penyebaran informasi yang dimaksud dalam komunikasi menjadikannya menjadi sumber kekuatan baru dalam mengontrol, memajemen, dan menginovasi masyarakat (McQuail, 1987, p. 3).

Dalam konteks ini, efektivitas komunikasi dengan menggunakan media massa merupakan bagian penting untuk mencapai tujuan-tujuan penyampaian informasi kepada orang lain. Pesan yang mudah diterima dan dipahami oleh objek penyampaian informasi mempengaruhi penerimaan dan daya serap informasi, sehingga tujuan informasi dapat tercapai dengan mudah. Terlebih dalam situasi krisis, komunikasi yang mudah dan meluas dibutuhkan sebagai bagian dari proses penyampaian pesan penting dan edukasi terhadap cara menghadapi krisis. Dengan tingkat efektivitas yang tinggi, maka proses penyampaian informasi akan dapat berjalan dengan baik, terarah dan mampu menyampaikan informasi yang sesuai harapan. Hal demikian akan mengurangi beragam potensi negatif yang ditimbulkan dengan adanya kesalahan komunikasi atau komunikasi yang tidak sesuai harapan.

Peran komunikasi massa dalam situasi krisis menjadi bagian dari urgensi komunikasi dalam segala situasi dan keadaan manusia. Media selalu dijadikan pilihan utama oleh para stakeholder untuk memberikan informasi dini mengenai situasi krisis tersebut (Arni, 2008, p. 2). Bila komunikasi 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 dengan memanfaatkan interaksi dalam rangka komunikasi 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 (Husein, 1997, p. 27).

Tanpa adanya komunikasi yang efektif, sebuah visi dan misi suatu organisasi atau kelompok akan sulit tercapai dan berjalan dengan sporadis. Komunikasi pada pelbagai zaman 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 (Hendyat, 2012, p. 190).

Tujuan utama komunikasi adalah memperoleh informasi, menyampaikan komunikasi dan saling berinteraksi. Komunikasi juga terkadang digunakan sebagai upaya mempengaruhi seseorang, kelompok, maupun golongan tertentu untuk menyamakan pandangan maupun tujuan-tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut, proses komunikasi harus melewati beberapa proses, yakni (Marhaeni, 2009, pp. 124–125): *Pertama*, berkaitan dengan sumber informasi. Sumber merupakan *ideation* dalam penciptaan awal suatu gagasan atau suatu pemilihan topik komunikasi yang hendak dikomunikasikan. *Identation*, menjadi landasan atau merupakan sebuah pesan yang akan disampaikan kepada penerima pesan.

*Kedua*, berkaitan dengan penciptaan suatu pesan. Penciptaan sebuah pesan merupakan *encoding*, yakni 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 nonverbal 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 lisan 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 lisan, 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 *decoding*.

*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.

Inti dari proses komunikasi yang diharapkan adalah 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.

## Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi lapangan (*field research*). Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena mampu melihat sebuah fenomena dengan menggambarkan secara naratif dengan mengaitkan pada dampak dari peristiwa tersebut (Erickson, 1968). Sedangkan jenis penelitian lapangan digunakan dengan meninjau penggunaan data yang menjadi sumber penelitian ini dihasilkan dari kasus aktual yang terjadi di masyarakat.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data digunakan dengan dua sumber utama, yakni sumber primer dan sekunder. Sumber primer dihasilkan dengan cara observasi dan wawancara terstruktur kepada informan yang ditetapkan berdasarkan skala prioritas. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen dan hasil penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian. Sementara untuk teknik analisis data, digunakan teknik analisa data dengan tiga langkah, yakni reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1984).

Sebagai bagian dari analisa data,

penelitian ini juga menggunakan pendekatan konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (Berger & Luckmann, 1996). Pendekatan ini digunakan sebagai bagian dari penguatan media sebagai pembentuk konstruksi sosial. Media massa sebagai konstruksi sosial, menjadi salah satu langkah penting yang dapat digunakan untuk merubah pola hidup masyarakat dalam tatanan konstruksi sosial di saat pandemi. Istilah *social construction of reality* menggambarkan proses sosial melalui sebuah proses tindakan dan interaksi. Individu dipaksa secara terus menerus untuk menjalankan pesan apa yang telah diterimanya sebagai sebuah tindakan-tindakan dalam upaya mengatasi penyebaran COVID-19.

### **Komunikasi Massa: Harapan atau Tantangan di Tengah Pandemi di Tulungagung?**

Di tengah ancaman pandemi Covid-19, komunikasi massa sangat diperlukan untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat luas. Melalui 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 oleh gugus tugas percepatan penanganan COVID-19 Kabupaten Tulungagung kepada masyarakat merupakan pesan-pesan dengan bahasa mudah, namun dapat dipahami oleh masyarakat (Eka, 2020).

Tim Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Tulungagung, 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 dapat terjadi akibat kesalahan komunikasi (Eka, 2020). Hal-hal seperti itu harus dihindari, terlebih lagi menyangkut dengan pesan yang bersifat sensitif.

Dalam konteks ini, media menempati posisi yang urgen dalam penyampaian pesan di tengah pandemi, karena dengan media massa suatu wadah yang membawa informasi untuk masyarakat luas akan lebih cepat tersampaikan dengan tingkat sasaran dalam cakupan yang luas. Para pakar komunikasi menyatakan, berkaitan dengan komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa, atau keduanya memiliki hubungan yang saling berkaitan. Media massa merupakan bagian atau cakupan pengertian dari komunikasi massa, yaitu dapat diartikan sebagai surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Bahkan, dalam media massa modern, berbagai kecanggihan akses berbagi informasi melalui akses internet yang merupakan produk teknologi modern juga terhitung sebagai media massa (Uchjana, 2001, p. 20).

Media massa dalam pemanfaatannya memiliki arti penting bagi Tim Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung. Menurut Didik, media massa merupakan suatu wadah penting yang dapat digunakan dalam penyampaian pesan atau informasi dari sumber kepada masyarakat luas (penerima) dengan memanfaatkan alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Eka, 2020). Pemilihan jenis media ini mempertimbangkan perkembangan teknologi, yang secara khusus mendorong bagi berkembangnya

media elektronik dan *online*. Berbagai kemajuan telah ditawarkan keduanya, bahkan untuk media *online* mengalami perkembangan yang sangat pesat karena memberikan akses informasi mudah dalam genggaman tangan. Melalui media massa *online*, berbagai informasi dapat diakses dengan cepat melalui *handphone* masing-masing (Saeful, 1999, p. 95). Pemanfaatan media dalam penanganan pandemi di Tulungagung menggunakan dua jenis media yang mainstream digunakan, yakni media massa elektronik dan media massa *online*.

### Media Massa Elektronik

Media elektronik merupakan media yang dalam operasionalnya menggunakan sarana elektronik bagi pengguna untuk mengaksesnya. Istilah dalam media elektronik, berlawanan dari media statis yang menonjolkan cetakan fisik. Meskipun berada dalam sistem elektronis, media elektronik masih dimungkinkan untuk diakses secara manual. Sumber media elektronik secara umum, dapat berasal dari rekaman audio, rekaman video, presentasi melalui multimedia, dan informasi-informasi yang termuat dalam konten daring. Media massa elektronik yang sering dijumpai yaitu televisi, radio, *Video Compact Disc* (VCD) dan *Digital Video Disc* (DVD) (Kennedy, n.d., p. 15).

Penggunaan media massa elektronik ini, juga menjadi salah satu pilihan utama bagi Tim Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung. Media massa elektronik menjadi salah satu corong utama dalam berkomunikasi kepada rakyat dan menyampaikan informasi-informasi terkini yang berkaitan dengan penanganan Covid-19 di Tulungagung. Media massa elektronik dipilih, karena sebagian besar masyarakat juga dapat dengan mudah

mengaksesnya (Eka, 2020).

### Media Massa Online

Media *online* merupakan wujud dari perkembangan teknologi dalam pertukaran informasi. Saluran penyebaran informasi yang dapat dengan mudah diakses melalui jaringan internet yang hampir tersedia di seluruh 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* (Kennedy, n.d., p. 51).

Media *online* disebut juga sebagai media digital, media siber (*cyber*), dan media internet merupakan media baru (*new media*) setelah media cetak (surat kabar, 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*.

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 *realtime* pada detik itu juga. Tidak hanya menyediakan layanan penuh, pihak Gugus Tugas juga menyediakan radar penyebaran COVID-19 yang dapat

diakses melalui masing-masing *handphone* seseorang (Eka, 2020).

Proses komunikasi dalam perjalanannya berpotensi memunculkan beberapa hambatan. Beberapa hambatan yang muncul, di antaranya: *Pertama*, hambatan yang timbul dari pengirim pesan adalah pengirim informasi yang tidak menyertakan emosi, sehingga maksud yang diinginkan oleh penyampai terkadang tidak sama dengan maksud yang diterima, sehingga memunculkan perbedaan nilai pesan yang dikirimkan melalui media. Hal ini berbeda dengan pesan yang disampaikan secara langsung yang melibatkan emosi penyampai. Hal ini, terjadi karena informasi yang diberikan melalui media tertulis, memiliki kerentanan untuk dipahami berbeda.

*Kedua*, 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.

*Ketiga*, hambatan penggunaan media. Hambatan yang terjadi dalam penggunaan media komunikasi muncul diakibatkan gangguan teknis yang terjadi, misalnya gangguan saluran radio dan aliran listrik, sehingga media elektronik akan terbatas dengan keadaan ini. Hal ini dapat diatasi jika media cetak atau media *online* tetap digunakan.

*Keempat*, hambatan yang timbul dari penerima pesan, misalnya perhatian penerima pesan yang kurang fokus,

sehingga ia akan kesulitan dalam menerima pesan secara utuh atau menyeluruh. *Kelima*, 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 (Marhaeni, 2009, pp. 62–64).

Selain berbagai hambatan tersebut, dalam komunikasi massa dan media massa, kendala yang mungkin dialami adalah penanggulangan dampak negatif dari penyebaran informasi yang tidak benar (*hoax*). Keberadaan informasi yang tidak benar berpotensi menimbulkan keresahan masyarakat, sehingga rentan memunculkan gejolak sosial. Dampak lain dalam keberadaan *hoax* dalam penyampaian informasi memunculkan persoalan lain, yang disebut Richard M. Restak sebagai darwinisme media (*media darwinism*) yang ikut menciptakan keretakan yang tajam dalam kehidupan emosi seseorang (Restak & Mahoney, 1998, p. 65).

## **Perubahan Kebiasaan dalam Menghadapi COVID-19 melalui Media Komunikasi**

Dalam melakukan upaya preventif untuk mencegah penyebaran COVID-19, gugus tugas percepatan dan penanganan COVID-19 menggunakan sarana media komunikasi elektronik dan *online*. Media komunikasi, baik elektronik maupun online, dinilai efektif dalam memberikan peringatan dan edukasi dini terkait peta penyebaran penyakit. Meskipun demikian, potensi hambatan yang akan muncul telah disadari oleh tim gugus percepatan dan

penanganan COVID-19 agar tidak terjadi. Potensi ancaman yang dimunculkan akan menyebabkan kesalahan dalam memahami pesan dan kerentanan terhadap pesan bohong (*hoax*) yang menyebar tanpa terkendali.

Kewaspadaan terhadap ancaman ini, menjadikan penyampaian pesan yang dilakukan oleh gugus tugas percepatan dan penenagan COVID-19 Kabupaten Tulungagung menjadi lebih efektif dan mudah melakukan rekayasa sosial. Fungsi media sosial sebagai bagian dari konstruksi sosial mendapatkan urgensitasnya. Media massa sebagai bagian dari media konstruksi sosial (*social construction of reality*), menjadi salah satu langkah penting yang dapat digunakan untuk mengubah pola hidup masyarakat dari konstruksi sosial yang telah ada sebelum adanya COVID-19. Proses perubahan ini diawali dengan proses tindakan dan interaksi, yang memaksa individu untuk terus-menerus menjalankan pesan yang telah diterima sebagai sebuah tindakan (Bungin, 2003, p. 189).

Konstruksi sosial memiliki keterkaitan dengan keberadaan media massa, karena dengan adanya media massa, tatanan kehidupan masyarakat dapat di rubah dengan tatanan konstruksi sosial yang baru. Konstruksi sosial secara teoritis mengarah pada konstruksi kognitif. Pengetahuan yang dihasilkan dalam narasi media mempengaruhi tingkat reflektif terhadap realitas objektif. Realitas objektif dibentuk oleh pengalaman seseorang (Bungin, 2003, p. 190). Jika pengalaman ini kemudian di rubah melalui konstruksi kognitif akan mempengaruhi perubahan dalam realitas objektif setelahnya. Media yang menjadi sarana dalam penyampaian pesan dalam menghadapi COVID-19, mengubah kebiasaan lama menjadi kebiasaan baru

yang lebih adaptif dengan tuntutan sosial era pandemi.

Kenyataan bahwa realitas sosial tercipta disebabkan oleh pengetahuan yang mengarahkan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang membentuk realitas objektif. Realitas objektif ini kemudian ditangkap dengan interpretasi subjektif masyarakat yang membentuk pemikiran inter-subjektif (Berger & Luckmann, 1996, p. 29). Dengan adanya proses penanaman pengetahuan melalui informasi media, mempengaruhi proses eksternalisasi masyarakat mengenai pengetahuan dini mengenai COVID-19. Proses eksternalisasi ini kemudian melahirkan proses objektifikasi baru dalam diri masyarakat yang akan dipahami sebagai realitas objektif baru. Pada puncak perubahannya, realitas objektif baru yang dipengaruhi oleh pesan yang ada mengenai COVID-19, terinternalisasi dalam diri masyarakat sehingga mempengaruhi kesadaran mereka tentang pandemi. Kesadaran ini yang pada akhirnya akan mempengaruhi sikap, sehingga membentuk tatanan sosial baru yang adaptif dengan tuntunan *social distancing* maupun *physical distancing* (Berger & Luckmann, 1996, pp. 23-24).

Atas dasar rekayasa sosial dalam era pandemi, menjadikan media komunikasi yang digunakan menjadi efektif dalam menghadapi penyebaran dan memberikan pengetahuan dini terhadap masyarakat dapat menjadi langkah solutif bagi berbagai pihak. Keadaan semacam ini, membedakan penelitian ini dengan ragam penelitian lain yang memiliki kecenderungan tema yang sama. Kecenderungan penelitian lain yang lebih terfokus pada peran media dalam wilayah pendidikan dan peningkatan motivasi juga dapat memperkuat signifikansi media dalam menghadapi pandemi. Beragam jenis media yang dapat digunakan dan

mudah dijangkau oleh banyak kalangan memberikan signifikansi lain dari peran media yang banyak disebutkan oleh banyak akademisi (Narula, 2006).

Peran media massa ataupun komunikasi massa diperlukan sebagai salah satu langkah efektif dalam penyelesaian akibat dampak yang ditimbulkan oleh COVID-19. Dengan adanya komunikasi yang erat, 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 ini, berpengaruh terhadap segala lini kehidupan manusia dan memaksa manusia untuk menyesuaikan diri dengan keberadaan COVID-19. Keberadaan pandemi COVID-19, menjadi salah satu bencana global yang mengancam tatanan kehidupan manusia saat ini. Bencana tersebut turut berdampak kepada kehidupan manusia, sehingga diperlukan adanya langkah efektif dalam hal upaya untuk menemukan pola atau rekonstruksi sosial yang baru yang dapat beradaptasi dengan keberadaan COVID-19 yang belum dapat diprakirakan akhir dari bencana ini.

## Penutup

Peran 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-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.

Melalui pendekatan konstruksi sosial Berger dan Lukamann, signifikansi media komunikasi dalam melakukan konstruksi sosial dalam era pandemi menemukan implikasinya. Media dengan segala dampak yang dihasilkan dalam wilayah kognitif, dapat mempengaruhi realitas objektif di sekitarnya, sehingga perubahan perilaku yang diharapkan yang terkandung dalam pesan melalui komunikasi media dapat berlangsung sebagaimana yang diharapkan. Perubahan sikap ini yang diharapkan untuk menciptakan keadaan sosial yang lebih adaptif dengan keadaan pandemik yang menuntut keadaan sosial baru.

Meskipun demikian, penelitian ini masih sebatas membahas persoalan peran komunikasi massa dalam menanggapi pandemi Covid-19, dengan membahas seputar media massa dan konstruksi sosial yang berpotensi mengalami perubahan akibat dampak dari persoalan global yang ditimbulkan oleh COVID-19 ini. Guna mengembangkan pengetahuan, dapat dikaji lebih detail peranan media massa dalam menanggapi pandemic COVID-19, bisa dikaji dalam sisi edukasi, komunikasi, tatanan sosial dan bahasan-bahasan lainnya yang berkaitan dengan dampak COVID-19.

## Daftar Pustaka

- Arni, M. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Askara.
- Arthur-Nyarko, E., & Kariuki, M. G. (2019). *Learner Access to Resources for eLearning and Preference for eLearning Delivery Mode in Distance Education*

- Programs in Ghana. *International Journal of Educational Technology*, 6(2), 1–8.
- Astini, N. K. S. (2020). Tantangan Dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pembelajaran Online Masa Covid-19. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(2), 241–255. <https://doi.org/10.37329/cetta.v3i2.452>
- Atsani, L. G. M. Z. (2020). TRANSFORMASI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Al-Hikmah : Jurnal Studi Islam*, 1(1), 82–93. <http://ejournal.kopertais4.or.id/sasambo/index.php/alhikmah/article/view/3905>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996). *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*. Penguin Books.
- Bungin, B. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (1997). *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. Pine Forge Press.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., Mahfud, C., Sinapoy, M. S., Djalante, S., Rafliana, I., Gunawan, L. A., Surtiari, G. A. K., & Warsilah, H. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6, 100091. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100091>
- Eka, D. (2020). *Wawancara*.
- Erickson, F. (1968). Qualitative Methods in Research on Teaching. In M. Wittrock (Ed.), *Handbook of Research on Teaching*. MacMillan.
- Fahmi, M. H. (2020). Komunikasi Synchronous dan Asynchronous dalam E-Learning Pada Masa Pandemic COVID-19. *Jurnal Nomosleca*, 6(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v6i2.4947>
- Gerlach, V. S., & Ely, D. P. (1971). *Teaching and Media: A Systematic Approach*. Prentice-Hall.
- Hendyat, S. (2012). *Perilaku Organisasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Henry, F. N. (2010). *Ekonomi Media*. PT RajaGrafindo persada.
- Husein, U. (1997). *Riset Sumber Daya Manusia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kennedy, J. E. (n.d.). Strategi Pemilihan Media, Visual, Dan Pesan Di Media Cetak, Elektronik, Dan Outdoor Promotion. 761, 268. Retrieved January 13, 2021, from <http://jurnal.upi.edu/761/view/1607/strategi-pemilihan-media,-visual,-dan-pesan-di-media-cetak,-elektronik,-dan-outdoor-promotion.html>
- Lasswell, H. D. (1948). *The Analysis of Political Behaviour*. Kegan Paul.
- Marhaeni, F. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Graha Ilmu.
- Mc Quail, D. (2002). *Mc Quail's Communication Theory*. SAGE Publications.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (A. Dharma & A. Ram (trans.)). Erlangga.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis (a Source book of New Methods)*. SAGE Publications.
- Muslih, B. (2020). Urgensi Komunikasi

- Dalam Menumbuhkan Motivasi di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 5(1), 57-65. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/463>
- Narula, U. (2006). *Dynamics Of Mass Communication Theory And Practice*. Atlantic.
- Putri, W. H. K. Y. S. (2020). Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 24-35. <https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.639>
- Raisiene, A. G. (2012). Restructuring Organization for Performance and Effectiveness: Applying Formal and Informal Electronic Communication Tool. *Transformations in Business and Economics*, 11(2), 233-245.
- Restak, R. M., & Mahoney, D. (1998). *The Longevity Strategy: How to Live to 100 Using the Brain-Body Connection*. Wiley.
- Richard, W. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Teori dan Aplikasi*. Salemba Humanika.
- Roudhunah. (2007). *Ilmu Komunikasi*. UIN Jakarta Press.
- Saeful, M. A. (1999). *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*. Logos Wacana Ilmu.
- Sunarjo, D. S., & Sunarjo. (1983). *Himpunan Istilah Komunikasi*. Liberty.
- Uchjana, E. O. (2001). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Utoyo, A. W. (2020). Analisis Komunikasi Visual Pada Poster Sebagai Media Komunikasi Mendorong Jarak Sosial Di Jakarta Saat Epidem Covid 19. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 35-42. <http://ojs.stiami.ac.id>
- World Health Organization (WHO). (2020). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Zulfa, F., & Kusuma, H. (2020). Upaya Program Balai Edukasi Corona Berbasis Media Komunikasi Dalam Pencegahan Penyebaran Covid-19. *JURNAL ABDIMAS KESEHATAN PERINTIS*, 2(1), 17-24. <https://jurnal.stikesperintis.ac.id/index.php/JAKP>

