

MEDIA DAN REALITAS SOSIA: REFLEKSI DAN REPRESENTASI PEMBERITAAN VIRUS CORONA

Afidatul Asmar
Institut Agama Islam Negeri Parepare
afidatulasm@iainpare.ac.id

Abstrak

Publik Indonesia sendiri secara garis besar bisa merespon dengan baik sajian media yang dipandang kurang netral. Keragaman pendapat masih banyak bisa dijumpai dan ini menandakan pola pikir masyarakat yang heterogen. Media kita sejauh ini belum bisa dianggap merepresentasikan realitas sosial yang ada, mengingat minimnya alternatif tayangan yang bisa dikonsumsi, dan mengakibatkan publik mau tidak mau melihat satu tayangan tertentu. Media dan Realitas Sosial, Dalam tulisan ini akan dibahas mengenai refleksi dan representasi sosial media. Lebih sederhananya, bisa dipahami bahwa tema yang akan dibahas ini tentang aspek sosial yang melekat pada media. Selanjutnya bagaimana media memberitakan kasus virus corona yang menghebohkan dunia, terkhusus masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: Media, Realitas Sosial, Virus Corona

Abstract

The Indonesian public in general can respond well to media offerings that are seen as less neutral. Diversity of opinions can still be found and this indicates the heterogeneous mindset of the community. Our media so far cannot be considered to represent the existing social reality, given the lack of alternative broadcasts that can be consumed, and resulted in the public inevitably seeing one particular show. Media and Social Reality, This paper will discuss the reflection and representation of social media. More simply, it can be understood that the theme to be discussed is about the social aspects inherent in the media. Next is how the media reports on the corona virus case that is threatening the world, especially the Indonesian people.

Keywords: Media, Social Reality, Corona Virus

Abstract

The Indonesian public in general can respond well to media offerings that are seen as less neutral. Diversity of opinions can still be found and this indicates the heterogeneous mindset of the community. Our media so far cannot be considered to represent the existing social reality, given the lack of alternative broadcasts that can be consumed, and resulted in the public inevitably seeing one particular show. Media and Social Reality, This paper will discuss the reflection and representation of social media. More simply, it can be understood that the theme to be discussed is about the social aspects inherent in the media. Next is how

the media reports on the corona virus case that is threatening the world, especially the Indonesian people

Keywords: Media, Social Reality, Corona Virus

PENDAHULUAN

Sudah tidak terelakkan lagi bahwa media massa memang nyata memiliki dampak atau konsekuensi yang besar terhadap individu, institusi, kelompok sosial, dan budaya.¹ Secara langsung ataupun tidak, bisa dilihat berbagai pergeseran perilaku, kebiasaan, bahkan sifat dari seseorang yang secara linear juga berdampak kepada orang-orang disekitarnya. Dari yang mulanya hanya memberikan fungsi *to inform* kepada khalayak, kini media massa sudah dianggap sebagai *trend setter* dan efeknya sudah menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tatacara, mode, gaya hidup dan norma-norma.² Melalui pernyataan tersebut, bias dipahami betapa besarnya efek yang ditimbulkan dari media massa terhadap kehidupan sosial masyarakat.

Dewasa ini, media diketahui sangat intens dalam menyoroiti kasus menyebarnya Virus Corona (n-Cov) yang terjadi di Wuhan China, virus yang menyerang pernapasan itu mengakibatkan masyarakat di sejumlah negara mengalami kematian dan perawatan khusus, pada kasus Indonesia sendiri mengalami keterbatasan akses informasi jadi penyebabnya. Mayoritas warga, hanya tahu kabar bahwa ada virus dari China yang menular. Kementerian Kesehatan Indonesia menjelaskan awal pertama kali virus corona ditemukan. "awalnya tenaga medis dokter menemukannya pada penderita pneumonia. Masyarakat berharap pemerintah bisa mencegah itu masuk ke Indonesia dan memberikan pengobatan gratis jikapun wabah melanda. Mengetahui bahwa virus itu belum ada obatnya, "Tentu saya punya ketakutan karena saya enggak tahu bagaimana gejala dan bahkan belum ada obatnya".³ Berdasarkan keterangan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), periode inkubasi patogen Corona berkisar antara 2-10 hari. Setelah itu, muncul gejala-gejala seperti demam tinggi, batuk, sesak napas, dan gangguan pernapasan akut.

¹ Denis McQuail, *The Influence and Effects of Mass Media*, (New York: Sage Publication, 1979), hlm. 20

² Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 1

³ CNN Indonesia, *Kami Hanya Tahu Ada Virus Mematikan dari China*, (Diakses dari <http://www.cnnindonesia.com> pada 09 Februari 2020)

Mengutip data AFP dan Kantor Staf Kepresidenan, Kamis (6/2) pagi, wabah Virus Corona sudah mengakibatkan 560 korban jiwa dan mencapai 28 negara. Pasien terbanyak berada di China, yang merupakan asal muasal kasus itu. Pemerintah RI sendiri sudah memulangkan 285 warga negara Indonesia (WNI) dan mengobservasinya di Natuna, Kepulauan Riau. Dari jumlah itu, 238 di antaranya adalah WNI yang dijemput dari Wuhan, China, 48 orang tim penjemput dan kru Batik Air. Kementerian Kesehatan menyatakan virus itu belum masuk ke Indonesia. Dari 42 orang yang diperiksa di berbagai daerah karena sempat mengalami gejala-gejala mirip Virus Corona. Hasilnya, 40 orang tak terinfeksi Virus Corona dan 2 orang masih menjalani pemeriksaan.

Meskipun pada dasarnya virus corona ini masih dalam penjagaan secara khusus oleh seluruh dunia tidak terkecuali oleh Indonesia, perspektif ekspos media pada kasus ini dianggap merugikan beberapa pihak terutama arus pemberitaan media yang tidak berimbang, karena secara tidak langsung akan membangun kesan bahwa virus corona pada hakikatnya adalah baik-baik saja. Kondisi inilah yang menarik penulis untuk mengulas lebih jauh mengenai kasus ini. Bukan tentang status bersalah atau benarnya virus corona, melainkan bagaimana media massa bisa menjangkau publik dan membangun persepsi, hingga menimbulkan berbagai opini yang berkembang di masyarakat. Penulis menggunakan konsentrasi kasus pembunuhan yang menggunakan virus corona ini sebagai kacamata perspektif untuk lebih memudahkan pembahasan kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media, Konten dan Audiennya

Pada jurnal ini akan dibahas mengenai media, konten media massa, dan audien, untuk kemudian akan kita ulas lebih jauh bagaimana refleksi dan representasinya. Namun sebelum beranjak lebih jauh, harus diketahui terlebih dahulu tentang bagaimana konsep yang ditawarkan para ahli tentang sebuah media massa dan hubungannya dengan masyarakat atau audien lebih khususnya. Secara struktur, hubungan antara media dan masyarakat meliputi media itu sendiri sebagai komunikator, konten yang disajikan sebagai pesan, dan audien sebagai konsumen dan elemen yang memberikan makna terhadap pesan yang disampaikan oleh media.

1. Media Massa

Sebutan media massa memberikan sebuah gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga mencapai dan melibatkan siapa saja di masyarakat. Istilah ini mengacu pada sejumlah media yang sudah ada sejak

puluhan tahun sebelumnya dan ada hingga kini, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, internet, dan lain-lain. Karakteristiknya mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas dan mampu memberikan popularitas bagi siapa saja yang muncul didalamnya.⁴

Cangara memberikan karakteristik lebih detil mengenai media massa, dan dianggap lebih cocok untuk menggambarkan media massa yang dimaksud dalam konteks ini. Karakteristik pertamanya adalah *bersifat melembaga* (pihak yang mengelola media terdiri atas banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi). Kedua yakni *komunikasi yang dibangun bersifat satu arah* (kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dengan penerima). Ketiga, *meluas dan serempak* (informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama). Keempat, *memakai peralatan teknis* atau mekanis. Dan yang terakhir *bersifat terbuka* (pesan dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, agama, dan suku bangsa).⁵

Secara fungsional, media massa ditujukan untuk melaksanakan beberapa tugas berikut ini:⁶

- a. Informasi, untuk menyediakan informasi tentang peristiwa dan hal lain yang terjadi.
- b. Korelasi, menjelaskan/mengomentari peristiwa yang terjadi.
- c. Kesenambungan, mengekspresikan budaya dominan dan menunjukkan eksistensi kebudayaan khusus (*sbuculture*).
- d. Hiburan, menyediakan sarana hiburan dan relaksasi.
- e. Mobilisasi, mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan, ekonomi, dan agama.

Dalam menjalankan fungsinya, media seharusnya menjaga objektivitas. Meskipun pada prakteknya memang lebih sulit untuk menentukan kriteria. Secara sederhana, bisa dirumuskan bahwa ada dua kriteria yang harus dipenuhi sebuah pemberitaan untuk bisa dikatakan objektif. Pertama adalah *faktual*, maksudnya adalah konten berita memenuhi nilai keseimbangan, informatif, dan relevansi (kelengkapan), atau secara sederhana sebuah berita setidaknya dapat dibedakan dengan jelas antara fakta dan opini didalamnya. Yang kedua yakni *bebas dari keberpihakan* (imparsialitas), disini media seharusnya netral terhadap objek pemberitaan, artinya ia tidak condong kepada salah satu sisi. Pengukuran poin kedua ini bisa

⁴ Morrisan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 1

⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 134

⁶ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 70

dilakukan dengan melihat keseimbangan dalam pemilihan narasumber serta penggunaan kata-kata yang bersifat emosional sehingga menggiring audien kedalam satu opini tertentu.⁷

2. Konten Media Massa

Kehidupan di era modern seperti saat ini membutuhkan mobilitas yang tinggi agar seseorang bisa mengimbangi cepatnya arus perkembangan, dan informasi merupakan salah satu komoditi utama yang paling berguna untuk menyokongnya. Media massa, sebagai salah satu pihak yang paling sering bersentuhan dengan masyarakat, bertindak sebagai pembuat dan penyebar makna (*meaning*) atas suatu peristiwa atau konflik yang terjadi dalam kehidupan sosial masyarakat. Karena pada dasarnya, setiap *society* juga memiliki konflik atau peristiwa untuk bisa disampaikan, baik itu yang sifatnya terbuka ataupun tidak.⁸

Tidak semua peristiwa yang terjadi ditengah masyarakat akan dimuat dalam media, selalu terdapat alasan dibalik munculnya suatu peristiwa dalam satu media. *Shoemaker* dan *Reese* mengemukakan lima hipotesis mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap isi media massa:⁹

- a. Realitas sosial.
- b. Sosialisasi dan sikap para pekerja media atau disebut juga dengan pendekatan yang berpusat pada diri komunikator.
- c. Rutinitas organisasi media.
- d. Lembaga dan kekuatan sosial.
- e. Ideologi dan upaya untuk mempertahankan status quo (pendekatan hegemonik).

Selain beberapa faktor diatas, Mc Quail memberikan tawaran lain mengenai faktor yang mempengaruhi media dan pada akhirnya akan mempengaruhi konten yang dimuat dalam suatu media. Tawaran itu meliputi tiga kekuatan, *pihak manajemen, profesional media, dan pendukung teknis atau teknologi*. Ketiga pihak tersebut ada di medan pertempuran dimana mereka harus membuat keputusan ditengah berbagai hambatan, batasan, dan tuntutan serta upaya untuk memasukkan pengaruh dan kekuasaan kedalam organisasi media.

⁷ Morrissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 64-66

⁸ Morrissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 2

⁹ Ibid, hlm. 46



Skema 2.1 Organisasi media ditengah kekuatan berpengaruh

Kepungan kekuatan yang ada disekitar media tidak serta merta membuat media lemah atau berdifat negatif dan justru menjadi sumber pembebasan. Misalnya adalah regulasi pemerintah yang melindungi kebebasan media dari tekanan. Dengan kata lain, tekanan yang diterima media merupakan hal yang wajar, bahkan dinilai perlu. McQuail mengemukakan, *lack of external pressure would probably indicate social marginality or insignificance*. Maksudnya ialah organisasi media yang tidak menerima tekanan justru menunjukkan bahwa media tersebut dianggap tidak penting oleh masyarakat.

Secara sederhana, bisa ditarik 8 hubungan antara media dan pihak berpengaruh yang berkuat disekitar organisasi media itu sendiri. Hubungan itu meliputi penguasa/pemerintah, masyarakat umum, kelompok penekan, pemilik media, pemasang iklan, audien, umpan balik, dan internal organisasi.¹⁰

Pemerintah/penguasa akan memberikan efek tertentu pada media yang memiliki kedekatan lebih dengannya, atau juga sebaliknya. Wujud dari efek yang timbul dari kedekatan itu memungkinkan adanya 4 bentuk. Jika pemerintah dan media sama-sama kuat, maka efek yang paling memungkinkan muncul adalah hubungan yang saling menguntungkan antara keduanya. Bila pemerintah memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap media, maka sumber kekuatan/penguasa akan melakukan kooptasi/menggunakan media untuk mencapai tujuannya. Sebaliknya, apabila media yang lebih kuat dari penguasa dalam aspek pengaruhnya, maka media lah yang paling mungkin untuk menentukan agenda yang akan tayang. Namun jika pemerintah maupun media sama-sama lemah pengaruhnya, agenda

¹⁰ Morrison, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 48

publik yang akan ditentukan oleh peristiwa itu sendiri dan bukan oleh media maupun pemerintah terkait.

Masyarakat umum memberikan pengaruh yang besar terhadap organisasi media, pengaruhnya bersifat terus menerus dan muncul dalam setiap hubungan. hubungan yang timbul dapat berupa profit dan non-profit. Hubungan profit mengacu pada aspek keuangan secara langsung, sedangkan non-profit mengacu pada aspek prestise, pengaruh, dan normatif (pelayanan publik). *Audien*, secara khusus adalah konsumen media, seringkali dianggap lambat dalam aspek distribusi respon atas tayangan media, sehingga media itu sendiri menentukan konten yang akan diusung selanjutnya karena tidak tersedianya respon dari pemirsa tersebut. Meskipun saat ini sudah ada perusahaan rating yang bisa menyediakan laporan peringkat acara televisi setiap hari, namun untuk jenis media lain masih dibutuhkan waktu yang lebih lama.

Tentang media dan pemilik, adalah pembahasan mengenai sampai seberapa jauh organisasi media bisa melaksanakan otonomi dan tetap independen dalam hubungannya dengan pemilik media serta pihak yang memberikan pengaruh, seperti pemegang saham, pemasang *iklan*, dan *sponsor*. Meskipun argumen *Altschull* yang mengatakan isi media berita selalu mencerminkan kepentingan mereka yang membiayai media tersebut belum sepenuhnya bisa terbuktikan, selalu ada gestur dan gerakan yang mencerminkan demikian. Bogart mengemukakan adanya lima pengaruh iklan terhadap isi media:¹¹

- a. Pemasang iklan jarang merayu jurnalis untuk mengarahkan berita demi kepentingan mereka, namun lebih sering menekan berita yang tidak mereka sukai.
- b. Mereka sensitif pada lingkungan yang menerima pesan mereka dan tidak menyukai kontroversi.
- c. Ketika pemasang iklan menyerah kepada tekanan maka media akan melakukan sensor diri.
- d. Pemasang iklan menentukan isi media ketika mereka menjadi sponsor program siaran.
- e. Persaingan antar media pers menunjukkan bagaimana iklan menentukan hidup-mati media.

3. Audien

Audien sebagai pihak penerima pesan dalam konteks komunikasi massa, merupakan salah satu bagian paling vital dalam proses komunikasi disini. Karena pada audien-lah pesan

¹¹ Morrison, *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 53-56

akan diterima, dimaknai, dan kemudian direspon. Terlepas dari apapun motif yang digunakan audien dalam proses konsumsi media, terdapat berbagai tindakan yang akan mereka lakukan sebagai representasi dari respon terhadap konten media.

Gerald Schoening dan James Anderson menyebut ada enam poin yang mereka garis-bawahi terkait hasil penelitian mereka tentang media tindakan sosial.¹² Beberapa diantaranya adalah bahwa makna tidak ada dalam pesan itu sendiri, tetapi dihasilkan oleh sebuah proses interpretif dalam diri audien. Artinya, audien yang berbeda berpotensi memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap satu pesan yang sama.

Kedua, makna pesan-pesan media dan program tidak ditentukan secara pasif, melainkan dihasilkan secara aktif oleh audien. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya audien melakukan sesuatu terhadap apa yang mereka lihat, dengar, atau baca dari media. Ketiga, makna akan terus bergeser ketika audien mendekati media dengan cara yang berbeda. Maksudnya adalah ketika seseorang mengonsumsi pesan media dalam kondisi, waktu, dan cara yang berbeda, maka makna yang akan terbangun pun akan berbeda pula. Keempat adalah makna sebuah program atau pesan tidak pernah ditentukan sendiri, tetapi bersifat komunal. Implikasinya adalah ketika seseorang masuk dan menjadi anggota sebuah komunitas/kebudayaan secara keturunan atau keanggotaan, ia akan menerima makna secara terus menerus yang ada didalam komunitas atau kelompok tersebut.

A. Studi Kasus Virus Corona

Refleksi dan representasi sosial adalah pembahasan yang sangat luas, untuk memudahkan penalaran dan memperjelas arah berpikir, pada makalah ini penulis mengangkat satu tema yang digunakan sebagai fokus pembahasan. adapun kasus yang diangkat oleh penulis ialah penyebaran virus corona yang mengakibatkan dunia berduka dan membuat masyarakat dunia kehilangan nyawa. Namun, bukan bagaimana virus corona menyebar, bahkan membuat masyarakat dunia kehilangan nyawa bahkan orang-orang yang dicintainya, dan bagaimana kronologinya yang menjadi fokus. Melainkan bagaimana efek yang ditimbulkan *blow-up* media pada kasus ini terhadap masyarakat luas, dan audien lebih khususnya.

Sekedar untuk menyegarkan ingatan tentang kasus ini, virus corona dan Wuhan China merupakan virus dan tempat yang mengalami jumlah masyarakat yang mengalami kehilangan nyawa. Secara khusus China disinyalir merupakan awal mula virus ini menyebar, meskipun

¹² Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014) hlm. 419

dalam referensi lain menjelaskan bahwa lokasi ini diduga sebagai asal muasal virus corona (Coronavirus/nCov), yang diduga kuat senjata biologi China. Lokasi yang dimaksud adalah Kanada. Ceritanya, ketika coronavirus merebak pertama kali di Wuhan, pada Desember 2019, Kanada tiba-tiba ramai. Virus corona dituding hasil curian ilmuwan China dari laboratorium virus di Kanada.¹³

Novel Coronavirus (2019-nCov) atau Virus Corona hingga hari ini masih menyita perhatian banyak negara di dunia. Penyebaran Virus Corona masih terus meluas secara global. Jumlah kasus baru positif Virus Corona juga bertambah cepat, terutama di China. Berdasarkan data terbaru *Map of Coronavirus 2019-nCoV Global Cases* by Johns Hopkins CSSE, pada 6 Februari 2020 per pukul 18.30 WIB, ada 28.344 orang di seluruh dunia dinyatakan positif Virus Corona. Sementara kasus kematian akibat Virus Corona sudah mencapai 565 jiwa. Kasus positif Virus Corona terbanyak masih di China daratan, yakni 28.085 orang. Sedangkan dari 565 kematian pasien sebab virus Corona, semua terjadi di China daratan, kecuali dua kasus yang masing-masing terjadi di Hongkong dan Filipina. Mayoritas kasus kematian tercatat ditemukan di Provinsi Hubei, yakni 549 jiwa.¹⁴

Data jumlah kasus positif Virus di atas menunjukkan lonjakan cepat dibanding sehari sebelumnya. Pada 5 Februari 2020, per pukul 13.35 WIB, data kasus positif virus Corona baru mencapai 24.551. Artinya, terdapat penambahan 4.000 kasus dalam sehari saja. Sampai hari ini, 10 negara selain China dengan jumlah kasus positif virus Corona terbanyak adalah Jepang (45), Singapura (28), Thailand (25), Korea Selatan (23) dan Hongkong (21). Lima negara lainnya adalah Australia (14), Taiwan (13), Jerman (12), AS (12) serta Malaysia (12). Di sisi lain, ada 1.337 orang yang dilaporkan berhasil pulih setelah dinyatakan positif Virus Corona. Sebagian besar dari mereka yang pulih setelah dirawat di rumah sakit dari Hubei, yakni 694 orang. Sementara di Indonesia, sampai Kamis pekan ini belum ada kasus positif virus Corona ditemukan. Baru satu WNI di Singapura yang positif tertular virus Corona. WNI yang bekerja sebagai asisten rumah tangga di Singapura itu saat ini sedang diisolasi oleh otoritas kesehatan negara setempat. Pemerintah RI juga telah mengeluarkan sejumlah kebijakan baru untuk mencegah penyebaran virus Corona di Indonesia, termasuk pembatalan sementara penerbangan dari dan menuju China mulai pekan ini. Pemerintah pun melarang impor hewan hidup dari China.

¹³ Warta Ekonomi, *Inilah Lokasi Awal Virus Corona Bukan China*, (Diakses dari <https://m.wartaekonomi.co.id/page/dateline/index/1> pada 09 Februari 2020)

¹⁴ Addi M Idhom, *Gejala Virus Corona dan Daftar Info Penting Yang Perlu Diketahui*. (Diakses dari <https://www.google.com./amp/s/amp.tirto.id> pada 10 Februari 2020)

Benarkah demikian? Mengutip situs *Express*, Jumat, 31 Januari 2020, ilmuwan yang bekerja di Laboratorium Mikrobiologi Nasional (NML) di Winnipeg, Kanada, melakukan setidaknya lima perjalanan ke China antara 2017 hingga 2018. Salah satunya, mereka melatih para ilmuwan dan teknisi di laboratorium level 4 baru yang bersertifikat di China yang melakukan penelitian dengan patogen paling mematikan.¹⁵

Xiangguo Qiu, yang dikawal keluar dari Laboratorium Winnipeg pada Juli 2019 di tengah investigasi terhadap apa yang dijelaskan oleh Badan Kesehatan Masyarakat Kanada (PHAC) sebagai kemungkinan 'pelanggaran kebijakan' diundang untuk pergi ke Laboratorium Keamanan Hayati Nasional Wuhan dari Akademi Ilmu Pengetahuan China empat kali dalam dua tahun. Beberapa rekan kerjanya sempat bertanya ke Qiu, apa yang membuat dirinya pergi ke China, dan informasi serta teknologi apa yang dirinya bagikan dengan para peneliti di sana. "Tidak benar bahwa ia adalah pegawai pemerintah Kanada yang memberikan rincian pekerjaan rahasia dan cara membangun laboratorium untuk negara asing," ujar salah satu rekannya. Menurut sebuah dokumen yang bocor ke publik, selama perjalanan September 2017, Qiu adalah pakar virus dari Tianjin, China yang datang ke Kanada sejak 1996. Ia dapat penghargaan Governor General's Innovation Awards 2018 karena membantu mengembangkan ZMapp, obat virus Ebola di Afrika. Qiu dan suaminya yang bernama Keding Cheng bekerja di NML Winnipeg.

Disisi lain dalam melihat informasi terkait penyebaran yang diakibatkan oleh virus corona belum bisa dipastikan, tetapi para peneliti menduga virus ini berasal dari hewan. Dirangkum dari berbagai sumber, berikut ini adalah beberapa hewan yang disebut sebagai penyebab virus corona:¹⁶

- a. Ular; Peneliti dalam jurnal *Medical Virology* melaporkan kemungkinan ular jadi asal mula adanya virus corona ini. Spesifiknya adalah ular kobra (*Naja atra*) dan Krait (*Bungarus multicinctus*). Peneliti mengetahuinya dengan memeriksa protein pada virus yang mengenali sel inang. Ini merupakan petunjuk penting karena dapat menjelaskan bagaimana virus dapat berpindah dari ular ke manusia.
- b. Kelelawar; Kelelawar buah diduga menjadi inang dari virus corona yang menyebabkan penyakit SARS (sindrom pernapasan akut berat). Kemampuannya dalam bermigrasi membuat kelelawar sebagai inang yang potensial untuk menyebarkan virus ke berbagai daerah.

¹⁵ Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014) hlm 1

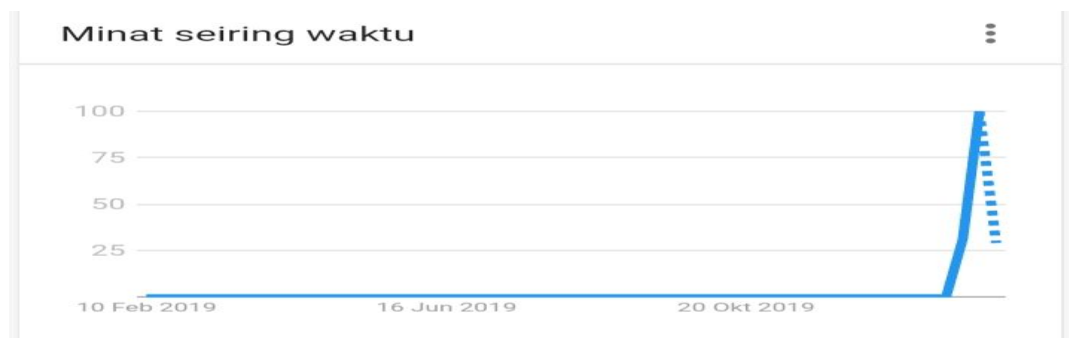
¹⁶ Harian Haluan, *Jadi Ancaman Dunia, Sebenarnya Apa Penyebab Virus Corona?*. (Diakses dari <https://www.harianhaluan.com> pada 09 Februari 2020)

- c. Unta; Unta merupakan hewan yang disebut sebagai sumber virus corona penyebab MERSCoV (middle east respiratory syndrome coronavirus). Oleh karena itu Kementerian Kesehatan RI sering mewanti-wanti agar para jemaah haji untuk berhati-hati dalam menjaga jarak aman saat berinteraksi dengan unta.
- d. Musang; Musang jadi hewan yang diduga peneliti sebagai penyebar virus corona penyebab SARS, selain kelelawar. Musang disebut bisa menjadi perantara bagi virus corona yang berasal dari kelelawar sebelum menyerang manusia.

Pada penjelasan lain dari kronologi diatas Wali Kota Wuhan, Zhou Xianwang, mengatakan bahwa menangani dan mencegah penyebaran virus corona masih menjadi tugas yang berat dan kompleks, sebagaimana dikutip Reuters. Dalam konferensi pers yang digelar Jumat (31/1/2020) malam, Wakil Wali Kota Wuhan Xu Honglan mengatakan pula bahwa pasokan masker dan beragam peralatan medis yang dibutuhkan masih tidak memadai.¹⁷

1. Refleksi Sosial Atas Pemberitaan Media

Kasus ini dianggap mendapat perhatian banyak audien media sehingga kemudian *follow-up* dari kasus ini kerap menjadi headline di beberapa media. Sedikit bergeser dari sudut pandang konsumen ke perspektif lain, kasus virus corona ini menimbulkan dampak yang tidak dipandang setengah mata ditengah masyarakat. Penulis menemukan fakta unik sejak terjadinya kasus ini, Google Trends mencatat adanya lonjakan drastis pada pencarian kata “virus corona” di Indonesia. Puncaknya pada periode 31 Januari hingga 6 Februari 2020, pencarian ini melonjak hingga 100 kali lipat daripada hari-hari sebelumnya.¹⁸



Grafik 2.1 Tren kata Virus Corona di Google Trends

Senada dengan itu, pencarian frasa kata “virus corona” pun mengalami lonjakan drastis dalam pencarian menggunakan Google. Diiringi juga dengan frasa lain yang maksud dan tujuannya juga sama, beberapa diantaranya adalah kasus wisatawan akibat, kasus virus

¹⁷ Kompas, *A-Z Informasi Dasar Wabah Virus Corona*. (Diakses dari <https://jeo.kompas.com>. Pada 10 Februari 2020)

¹⁸ Data diperoleh dari <https://www.google.co.id/trends/> diakses pada 10 Februari 2020

corona , dan lain-lain. Pusaran perhatian publik tidak hanya itu, tapi juga terjadi pada kolom komentar di media-media online. Satu yang menjadi perhatian penulis ialah detik.com, secara aktif para pembaca menyuarakan opininya. Beberapa menyuarakan keraguan maupun optimisme terhadap virus corona terhadap ekeftiitas dampaknya.



Gambar 2.1 potret opini publik terhadap kasus virus corona terkait wisatawan.

Hal tersebut mengindikasikan adanya perbedaan pemaknaan yang dilakukan publik terhadap pesan-pesan media. Hal tersebut sebenarnya baik untuk menjaga heterogenitas opini. Karena diketahui dewasa ini pemberitaan stasiun media terhadap kasus ini dianggap menggiring opini publik untuk memanaatkan kasus virus corona sehingga beredarnya banyak hoaks ditengah-tengah masyarakat Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah mendeteksi adanya 76 hoaks terkait virus corona yang beredar di masyarakat hingga 9 Februari 2020. Penyebaran hoaks tersebut terus meningkat selama beberapa hariterakhir diantaranya:¹⁹

- a. *Virus Corona Diduga Sudah Menyebar dan Masuk ke Indonesia di Gedung BRI;* Banyak hoaks beredar yang mengungkapkan bahwa virus corona sudah masuk Indonesia, faktanya belum. Kasus pertama terjangkitkan virus korona berasal dari pekerja Huawei (WNA China) yang bekerja di Gedung BRI 2, Bendungan Hilir, Jakarta Pusat. Faktanya karyawan Huawei tersebut hanya radang tenggorokan.
- b. *WNA Asal China Terserang Korona di RSUD Dr Soetomo Surabaya;* Beberapa informasi yang menyebutkan bahwa virus corona sudah masuk Indonesia sangat meresahkan publik. Tidak hanya kasus di Gedung BRI 2, informasi beberapa daerah

¹⁹ Pernita Hestin Untari, *Ini Hoaks Terkait Virus Corona yang Menghebohkan Publik*. (Diakses dari <https://techno.okezone.com/amp> pada 10 Februari 2020)

di Indonesia mengungkapkan bahwa virus sudah menyebar seperti di RSUD Dr Soetomo Surabaya, RSUD Dr Moewardi Solo, dan RSHS Bandung. Beberapa pasien di rumah sakit tersebut merupakan suspect, belum dikonfirmasi terjangkit virus corona.

- c. *Sup Kelelawar Penyebab Virus Korona*; Beredar informasi di media sosial Facebook yang menyebutkan bahwa penyebab penyakit yang mematikan yaitu Virus corona disebabkan oleh hidangan sup kelelawar, yang dijual di Restoran di kota Wuhan China. Faktanya, Menteri Kesehatan (Menkes) Terawan Agus Putranto membantah soal Kelelawar ada hubungannya dengan virus corona. Beliau mengatakan bahwa itu adalah hoaks, Kelelawar dan semacamnya tidak ada hubungan dengan virus corona.
- d. *HP Xiaomi Buatan China Dapat Menularkan Virus Korona*. Diunggah di media sosial sebuah himbauan yang memberitakan bahwa virus korona dapat ditularkan melalui server pada Handphone Xiaomi buatan China. Unggahan tersebut mendapatkan banyak tanggapan dari para Netizen di media sosial.
- e. *Wudhu Bisa Hancurkan Virus Corona*; beredar informasi di artikel yang menyatakan bahwa wudhu dapat menyebabkan virus corona hancur. Setelah ditelusuri lebih lanjut, dr Dirga Sakti Rsmbe, SpPD, dari OMNI Hospitalis pulomas menyatakan informasi tersebut. Virus ini diterbitkan menggunakan disinfektan. Sampai saat ini tidak ada bukti ilmiah yang menunjukkan virus corona bisa mati dengan air.
- f. *Virus Corona Bisa Menular lewat Game Free Fire*; Sekretaris Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, Achmad Yurianto mengatakan bahwa ia harus menggunakan virus corona Wuhan. Virus corona menular antar manusia melalui batuk dan makanan yang ditularkan melalui udara.
- g. *Eminem Selebrita Pertama yang Dididagnosis Virus Corona*; berita baru ini diterbitkan di media sosial twitter. Hal ini merupakan guyonan, namun semakin menyebar luas dan membuat orang percaya.

Sehingga kaitannya dengan asumsi tentang fungsi dan objektivitas media, paparan diatas memberikan gambaran bahwa sebenarnya media di Indonesia sendiri sudah melaksanakan fungsi informasi dan korelasi. Tercermin dari tumpahan informasi tersebut kepada publik sangat luar biasa, bahkan dianggap berlebihan menurut beberapa pihak. Namun sayangnya, sajian itu tidak diimbangi prinsip imparialitas (bebas dari keberpihakan), karena media dianggap lebih menggiring opini publik untuk memanfaatkan berita hoaks terkait virus corona, yang malah membuat masyarakat semakin kebingungan. Beruntung

diantara sekian pembaca yang mengamini pemberitaan media, beberapa masih mengangkat prinsip netralitas dan tidak mudah termakan berita-berita yang tidak jelas atau hoaks.

2. Representasi Sosial Terhadap Sajian Media

Telah dikatakan sebelumnya bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi isi media, dan satu diantaranya ialah realitas sosial. Artinya, media menyajikan peristiwa yang terjadi pada lingkungan sosial publik dan untuk publik, tentunya dengan kriteria faktual dan imparsialisme. Dalam konteks kasus pemberitaan virus corona, minat publik memang sangat tinggi pada kasus ini, namun pemberitaan yang berkepanjangan dan berlebihan kemudian lebih dianggap sebagai infotainment.

Apabila menganut paham ekonomi, program acara dengan rating yang tinggi memang akan menjadikan pengiklan mengincar acara tersebut. Minat publik yang tinggi pada berbagai kasus yang terkait dengan virus corona bisa jadi menjadikan media tergiur untuk menyiarkannya secara terus menerus. Dari sudut pandang media tentunya hal ini adalah "lahan basah", bagaimana dengan perspektif publik. Menurut Wisnu Prasetya Utomo, Peneliti Pusat Studi Media dan Komunikasi Remotivi, seharusnya penyiaran suatu program harus mempertimbangkan aspek kepentingan publik dan faktor kepantasan.²⁰ Dalam hal ini, minat publik datang karena memang kasus ini memiliki modus baru dan yang harus digaris bawahi adalah karena publik kekurangan tontonan yang dianggap menarik. Netizen lainnya pun mempertanyakan status pemberitaan virus corona, sehingga kasusnya disiarkan secara terus menerus. Sampai pada titik ini sebenarnya publik sudah mempertanyakan siaran media, namun kurang mendapat perhatian dari media itu sendiri.

Sehingga apabila kita mengklafikasi hasil dari pada dampak media terkait pemberitaan virus corona di beberapa bidang diantaranya:

- a. Dampak Terkait Travel; Meski mengeluarkan status darurat wabah virus corona, WHO menghentikan rekomendasi pembatasan perdagangan dan travel terkait wabah yang bersumber di China ini. Bagaimana pun, China masih menjadi kunci mesin pertumbuhan bagi perekonomian dunia. (30/1/2020) petang waktu setempat, seperti dikutip AFP. Menurut Ghebreyesus, tidak ada alasan untuk mengumumkan pembatasan perdagangan dan perjalanan internasional terkait virus ini. Investor menyambut positif pernyataan WHO dalam hal ini. "Jelas, WHO menaikkan peringatan, tetapi mereka tidak membunyikan bel bencana. Ini bisa jadi waktu bagi

²⁰ Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014) hlm. 2

risk taker untuk bangkit dari hibernasi," kata Chief Market Strategist di AxiCorp, Stephen Innes, Jumat (31/1/2020), kepada AFP.

- b. Dampak Terkait Market; Pengumuman Badan Kesehatan Dunia (WHO) tentang status darurat global untuk wabah virus corona mendapat respons beragam dari pasar keuangan dan bursa saham. Bursa China masih tutup. Namun, bursa saham Hong Kong, Jakarta, dan Manila ditutup melemah. Adapun bursa Jepang menguat tipis. Sebaliknya, bursa Tokyo ditutup naik 1 persen, Sydney naik tipis 0,1 persen, dan Taipei berakhir dengan kenaikan 0,6 persen. Di sisi seberang zona waktu yang justru baru mengawali perdagangan, bursa London dan New York ditutup melemah tipis di perdagangan sehari sebelumnya, meski dengan persentase kurang dari 0,5 persen. Harga minyak untuk Brent Crude dibuka menguat menjadi 58,86 dollar AS per barrel, menguat 0,57 persen dari harga sebelumnya. Adapun West Texas Intermediate naik juga 0,58 persen menjadi 52,72 dollar AS per barrel.

KESIMPULAN

Secara garis besar, bisa dikatakan bahwa media dan konten media seharusnya berdasarkan asas dari publik dan untuk publik. Namun dalam prakteknya, tidak bisa semudah itu karena adanya tekanan dari berbagai pihak yang berpengaruh dalam media itu, baik dari sisi manajemen organisasi, dukungan teknis, hingga pengaruh eksternal. Publik Indonesia sendiri secara garis besar bisa merespon dengan baik sajian media yang dipandang kurang netral. Keragaman pendapat masih banyak bisa dijumpai dan ini menandakan pola pikir masyarakat yang heterogen. Media kita sejauh ini belum bisa dianggap merepresentasikan realitas sosial yang ada, mengingat minimnya alternatif tayangan yang bisa dikonsumsi, dan mengakibatkan publik mau tidak mau melihat satu tayangan tertentu. Akan lebih menarik lagi jika tema ini dikaji lebih jauh menggunakan perspektif publik dan dianalisis menggunakan teori efek media, sehingga bisa menghasilkan analisa yang lebih tajam dan konklusinya pun lebih akurat

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied .*Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- McQuail, Denis. *The Influence and Effects of Mass Media*, New York: Sage Publication, 1979.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Morrison. *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

W. Littlejohn, Stephen. *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta: Salemba Humanika, 2014.

Laman Website

CNN Indonesia, *Kami Hanya Tahu Ada Virus Mematikan dari China*, Diakses dari <http://www.cnnindonesia.com> pada 09 Februari 2020

Data diperoleh dari <https://www.google.co.id/trends/> diakses pada 10 Februari 2020.

Harian Haluan, *Jadi Ancaman Dunia, Sebenarnya Apa Penyebab Virus Corona?*. Diakses dari <https://www.harianhaluan.com> pada 09 Februari 2020.

Hestin Untari, Pernita. *Ini Hoaks Terkait Virus Corona yang Mengebohkan Publik*. Diakses dari <https://techno.okezone.com/amp> pada 10 Februari 2020.

Kompas, *A-Z Informasi Dasar Wabah Virus Corona*. Diakses dari <https://jeo.kompas.com>. Pada 10 Februari 2020.

M Idhom, Addi. *Gejala Virus Corona dan Daftar Info Penting Yang Perlu Diketahui*. Diakses dari <https://www.googlecom./amp/s/amp.tirto.id> pada 10 Februari 2020.

Warta Ekonomi, *Inilah Lokasi Awal Virus Corona Bukan China*, (Diakses dari <https://m.wartaekonomi.co.id/page/dateline/index/1> pada 09 Februari 2020.