SEBUAH SURVEI:

PERSEPSI PUBLIK TERHADAP PEMBERITAAN COVID-19 DI MEDIA

MEI-JUNI 2021

DEWANPERS

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERSEPSI PUBLIK TERHADAP PEMBERITAAN COVID-19 DI MEDIA

Sebuah survei

Disusun oleh Tim Peneliti Universitas Multimedia Nusantara

Albertus Magnus Prestianta, S.I.Kom, M.A.
Sita Winiawati Dewi, S.I.Kom, MAPS
Utami Diah Kusumawati, S.Hum, M.A.

Untuk Dewan Pers
Juni 2021

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI 1
DAFTAR TABEL 2
DAFTAR GAMBAR 3
I. Kata Pengantar 4
II. Metodologi 6
III. Keterbatasan penelitian 9
IV. Hasil Survei 10
4.1. Preferensi media dan pola konsumsi berita 10
4.1.1. Preferensi media 10
4.1.2. Pola konsumsi berita 12
4.1.3. Pilihan media untuk sumber informasi Covid-19 13
4.2. Persepsi responden terhadap pemberitaan Covid-19 di media 15
4.2.1. Persepsi responden terhadap kinerja media dalam peliputan Covid-19 15
4.2.2. Tingkat kepuasan responden terhadap pelaporan tentang Covid-19 di media massa 22
4.2.3. Dampak pemberitaan tentang Covid-19 terhadap perubahan perilaku responden 27
V. Pembahasan 30
VI. Simpulan 34
VII. Rekomendasi 36
Bibliografi 37
LAMPIRAN 39

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Penelitian..... 6
Tabel 2 Daftar 20 nama media yang disebutkan responden (top of mind)..... 15

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Medium yang dipilih responden untuk mencari informasi awal seputar Covid-19 10
Gambar 2 Medium yang dipilih responden untuk mencari informasi lanjutan seputar Covid-19 11
Gambar 3 Durasi responden mengakses berita tentang Covid-19 12
Gambar 4 Jumlah artikel tentang Covid-19 yang dibaca responden dalam sehari 13
Gambar 5 Visualisasi word cloud preferensi media 14
Gambar 6 Media telah mengutip sumber terpercaya 16
Gambar 7 Media menghubungkan publik ke sumber terpercaya 16
Gambar 8 Media ikut memerangi informasi yang salah 17
Gambar 9 Media tidak mengiklankan produk kesehatan yang belum teruji 17
Gambar 10 Media memisahkan dan mengkategorisasikan pernyataan ilmiah dan politik 18
Gambar 11 Media mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah 18
Gambar 12 Media telah berperan aktif mendukung dan menghargai tenaga kerja kesehatan 19
Gambar 13 Media menampilkan imaji yang akurat 19
Gambar 14 Media turut mengedukasi publik 20
Gambar 15 Media memberikan informasi tentang gejala Covid-19 20
Gambar 16 Media memberi informasi terbaru soal Covid-19 dan vaksinasi 21
Gambar 17 Pendapat responden tentang pemberitaan Covid-19 22
Gambar 18 Media memberi informasi sesuai kebutuhan responden 23
Gambar 19 Kepuasan responden terhadap kualitas pemberitaan Covid-19 24
Gambar 20 Kata kunci yang paling banyak disebut responden saat menjawab pertanyaan terkait informasi terkait Covid-19 yang paling banyak dibutuhkan 25
Gambar 21 Perubahan perilaku akibat pemberitaan media massa terkait Covid-19 27
Gambar 22 Dampak pemberitaan Covid-19 terhadap afeksi responden 28
Gambar 23 Tingkat kepercayaan responden soal konten non diskriminatif atas pemberitaan Covid-19 28
Gambar 24 Tingkat kepercayaan responden soal konten pemberitaan Covid-19 yang mendorong solidaritas bersama 29
Gambar 25 Analisis word cloud mengenai kata kunci yang diasosiasikan dengan pemberitaan media mass 29

I. KATA PENGANTAR

Pandemi Covid-19 yang disebabkan oleh virus corona baru yang berlangsung sejak awal 2020 telah mendorong peningkatan konsumsi berita dari media arus utama di tingkat global[1]. Kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat, terutama pada awal tahun lalu, semakin mendorong warga untuk berselancar di dunia maya atau menonton televisi untuk mencari informasi terbaru terkait penanganan Covid-19. Namun sebaran informasi ikut terdistorsi karena misinformasi dan disinformasi yang ikut menyebar melalui berbagai media komunikasi digital[2]. Tren menyebarnya misinformasi dan disinformasi juga terjadi di Indonesia[3]. Peran pers kembali diuji.

Survei yang dilakukan selama periode 6 Mei - 29 Mei 2021 ini bertujuan untuk mengukur persepsi publik terhadap pemberitaan Covid-19 di Indonesia dan bagaimana mereka merespons informasi yang mereka dapatkan. Persepsi publik akan pemberitaan Covid-19 dapat memberi petunjuk mengenai kinerja pers di benak publik. Apakah publik menilai pers Indonesia masih mampu menjalankan fungsi-fungsi idealnya di tengah krisis kesehatan yang melanda dunia? Bagaimana publik mengevaluasi kinerja pers dalam memberitakan Covid-19?

Survei ini bertujuan mencari tahu media yang menjadi rujukan utama responden untuk mendapatkan informasi mengenai Covid-19 untuk mengukur platform yang menjadi 'top of mind'. Banyak laporan menyebutkan peningkatan konsumsi berita dari media konvensional atau dapat kita pahami sebagai organisasi pers di awal pandemi. Digital News Report 2020 yang dirilis oleh Reuters Institute mengidentifikasi peningkatan konsumsi berita di beberapa platform, termasuk televisi dan portal berita, dan penurunan oplah surat kabar di periode waktu yang sama di berbagai penjuru dunia[4]. Laporan terbaru yang dirilis tahun 2021 menunjukkan kecenderungan

---

[1] "Coronavirus: Impact on news consumption worldwide," Statista, diakses 29 Juni 2021 https://www.statista.com/study/75012/global-media-consumption-and-the-coronavirus/.

[2] "Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation," WHO, diakses 29 Juni 2021 https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation.

[3] Mufarida, Binti, "Kominfo mencatat sebanyak 1.028 hoaks tersebar terkait Covid-19," *Sindonews*, 12 Agustus 2020, diakses 29 Juni 2021 https://nasional.sindonews.com/read/131216/15/kominfo-mencatat-sebanyak-1028-hoaks-tersebar-terkait-covid-19-1597219726.

[4] Newman, Nic, "Digital News Report 2020," Reuters Institute for the Study of Journalism, diakses 29 Juni 2021 https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/.

yang sama, dan secara khusus menyebut peningkatan konsumsi berita lewat media sosial terutama di kelompok usia muda dan berpendidikan rendah[5].

Sementara itu, sebuah survei yang dilakukan di Indonesia menunjukkan popularitas media digital berbasis sosial di masyarakat, termasuk dalam konteks pencarian informasi terkait Covid-19[6]. Medium komunikasi dan jejaring sosial berbasis digital seperti Facebook dan WhatsApp muncul sebagai beberapa platform yang digunakan dan dirujuk pengguna untuk mencari informasi. Sebuah data yang dirilis pada 2021 menyebut, ada 170 juta pengguna aktif media sosial, atau sekitar 61% dari keseluruhan populasi[7]. Temuan tersebut patut dipertimbangkan dan dikembangkan dalam studi-studi yang relevan, termasuk penelitian ini, untuk mengukur respons publik terhadap sebuah informasi yang penting dan berdampak langsung pada publik dan penanganan pandemi.

[5] Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andı, Craig T. Robertson, and Rasmus Kleis Nielsen, "Digital News Report 2021," Reuters Institute for the Study of Journalism, diakses 29 Juni 2021 https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021.

[6] "Survei persepsi CSO atas program pemerintah dalam penanganan Covid-19," Infid, diakses 29 Juni 2021 https://www.infid.org/publication/read/Hasil-Survei-Warga-dan-OMS.

[7] Kemp, Simon, "Digital 2121: Indonesia," Datareportal, diakses 29 Juni 2021, https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia.

II. METODOLOGI

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi publik terhadap kinerja pers Indonesia dalam melaporkan pandemi Covid-19. Penelitian ini sepenuhnya didanai oleh Dewan Pers, yang menunjuk Tim Peneliti untuk menjalankan penelitian selama periode Mei - Juni 2021.

Kerangka Penelitian. Kuesioner terdiri dari 30 pertanyaan yang mencakup profil demografis, tingkat pendidikan dan pendapatan per bulan, serta pertanyaan seputar preferensi media dan evaluasi terhadap peran media selama pandemi Covid-19. Pertanyaan untuk mengukur bagaimana responden mengevaluasi kerja pers dirancang berdasarkan panduan kerja pers secara umum yang diatur dalam Undang-Undang Pers 1999 dan panduan peliputan pandemi Covid-19 yang dirilis oleh sejumlah akademisi[8] dan kelompok nonprofit International Media Support[9] selama pandemi ini berlangsung.

Untuk mendapatkan skor masing-masing subindikator, responden diminta melakukan penilaian mandiri dan memberikan asesmen dengan menjawab berbagai tipe pertanyaan: (1) skala Likert dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), (2) pertanyaan terbuka, (3) pertanyaan banyak jawaban (*multiple answers*), (4) pertanyaan satu jawaban (*single answer*).

Tabel 1 Kerangka Penelitian

Pilar	Profil Demografis	Preferensi Media	Dampak Pemberitaan	Evaluasi Peran media			
Sub Pilar	Usia, Jenis kelamin, Tingkat pendidikan, Pengeluaran per bulan, Tempat tinggal	Jenis media yang diakses, Lama akses, jumlah yang diakses, nama media massa yang jadi rujukan utama	Dampak terhadap emosi dan perilaku	Evaluasi umum	Agen Komunikasi Kesehatan	Agen Edukasi Kesehatan	Agen Sosial
Sumber Acuan	Berbagai sumber	Berbagai sumber	How People Emotionally Respond to the News on COVID-19: An Online Survey	International Media Support (IMS) Covid-19 Reporting Guideline	Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic		
Jumlah Pertanyaan	5 pertanyaan	5 pertanyaan	2 pertanyaan	5 pertanyaan	8 pertanyaan	3 pertanyaan	2 pertanyaan

[8] Anwar, Ayesha, Meryem Malik, Vaseeza Raees, and Anjum Anwar, "Role of Mass Media and Public Health Communications in the Covid-19 Pandemic," *Cureus* 12, no.9 (Sept, 2020)
[9] "Covid-19 Reporting Guidelines," International Media Support, diakses 29 Juni 2021, https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2020/04/IMS-Covid-19-Reporting-Guidelines-V1.pdf.

Pengumpulan data dan Responden. Tim peneliti menggandeng perusahaan aplikasi survei terbuka Jajak Pendapat (Jakpat) untuk mengumpulkan responden. Fakta dan data yang tersaji dalam laporan ini dikumpulkan melalui survei daring terhadap masyarakat Indonesia. Survei daring dipilih karena model survei dengan wawancara langsung tidak memungkinkan dilakukan dalam situasi pandemi. Metode survei yang digunakan adalah metode tidak acak atau *non-probability sampling*. Sampling tidak acak merupakan kumpulan dari sejumlah tipe sampling, hal ini berbeda dengan probability sampling yang menggunakan tipe sampling tunggal[10]. Metode sampling tidak acak dipilih atas pertimbangan efisiensi waktu, sumber daya dan biaya. Tipe *sampling* tidak acak yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe *convenience sampling* dan *quota sampling* dari populasi responden Jakpat Mobile Responden yang tersebar di Indonesia. Jakpat dalam hal ini membantu tim peneliti untuk mendistribusikan kuesioner yang telah disusun melalui aplikasi mobile Jakpat. *Convenience sampling* adalah jenis sampling tidak acak di mana anggota populasi target yang memenuhi kriteria praktis tertentu, seperti aksesibilitas yang mudah, kedekatan geografis, ketersediaan pada waktu tertentu, atau kesediaan untuk berpartisipasi disertakan untuk tujuan penelitian[11]. Sementara *quota sampling* adalah tipe sampling seperti convenience sampling namun ditingkatkan dengan beberapa kuota sosio demografis untuk mencerminkan populasi[12], dalam penelitian ini yaitu pengguna internet di Indonesia.

Sebelum kuesioner disebar secara luas, peneliti dan Jakpat melakukan *face validity* (validitas muka) dengan tujuan agar poin-poin pertanyaan dalam kuesioner yang muncul dalam aplikasi mobile Jakpat dapat dipahami oleh responden. Survei daring dilakukan pada tanggal 6 Mei 2021 hingga 29 Mei 2021. Survei menjangkau 1.119 responden (*margin of error* <3%) berusia 15 tahun ke atas, yang terdiri dari 624 responden laki-laki dan 495 responden perempuan. Populasi responden dalam survei ini merepresentasikan populasi Indonesia yang memiliki akses ke internet berdasarkan data populasi sampel Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 (Q2)[13].

---

[10] Reg Baker, J. Michael Brick, Nancy A. Bates, Mike Battaglia, Mick P. Couper, Jill A. Dever, Krista J. Gile, and Roger Tourangeau, "Summary Report of the AAPOR Task Force on Non-probability Sampling," *Journal of Survey Statistics and Methodology*, Vol 1, Issue 2, November 2013: 90–143, diakses 7 Juli 2021 https://doi.org/10.1093/jssam/smt008

[11] Etikan, Ilker, Sulaiman Abubakar Musa, Rukayya Sunusi Alkassim, "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling," *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, Vol. 5, No. 1 (2016): 1-4, diakses 7 Juli 2021 doi: 10.11648/j.ajtas.20160501.11

[12] Vasja Vehovar, Vera Toepoel, and Stephanie Steinmetz, "Non-probability sampling," *The Sage handbook of survey methods* (2016): 329-345.

[13] "Laporan Survei Internet APJII 2019-2020," APJII, diakses 29 Juni https://www.apjii.or.id/

Pengolahan data. Tim Peneliti mengolah data menggunakan pendekatan bertingkat:

1. Skor dari pertanyaan skala Likert dihimpun pada setiap pertanyaan dan selanjutnya dicari median, modus, mean dan distribusi frekuensi. Untuk melihat distribusi frekuensi jawaban, skor dalam setiap pertanyaan dipecah berdasarkan kelompok usia. Kelompok usia ditentukan berdasarkan empat kelompok usia yang dikenal sebagai Generasi Baby Boomers (lahir tahun 1946-1964), Generasi X (1965-1976), Generasi Y (1977-1995) dan Generasi Z (1996-2010).
2. Jawaban dari pertanyaan tunggal dan pertanyaan banyak jawaban dikelompokkan berdasarkan pertanyaan dan dilihat distribusi jawabannya. Selanjutnya, Tim Peneliti memecah jawaban berdasarkan kelompok generasi untuk melihat perbedaan dan distribusi jawaban.
3. Klasterisasi jawaban terbuka yang dilakukan dengan menggunakan bahasa pemrograman *Python*. Metode yang dilakukan dengan menggunakan rumus *string contains* dan *regex* (*regular expression*) untuk menemukan data kata yang diinginkan (*desired words*). Kata yang diinginkan ditentukan setelah membaca atau menganalisis keseluruhan jawaban awal dalam tabel dengan format CSV. Pencarian kata yang diinginkan lazim dipakai khususnya ketika berkaitan dengan analisis dari data kata dalam teks. Setelah kata yang diinginkan muncul dalam daftar baru *Python*, maka tinggal dihitung menggunakan rumus penjumlahan. Hasil analisis data kemudian divisualisasikan dengan menggunakan Infogram, Pandas, dan Adobe Illustrator.

III. KETERBATASAN PENELITIAN

Tim memilih Jakpat untuk melakukan survei berbasis daring untuk dua alasan. Pertama, pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sehingga tidak memungkinkan survei dilakukan secara tatap muka. Kedua, keterbatasan waktu penelitian menuntut tim mencari metode yang tidak membutuhkan waktu lama.

Sampel daring cenderung kurang mewakili populasi demografis tertentu yang tidak memiliki akses ke internet dan kurang menjelaskan kebiasaan mengonsumsi berita populasi tertentu yang tidak memiliki akses internet sebanyak populasi lainnya. Oleh karena itu, hasil survei tidak proporsional menggambarkan kebiasaan konsumsi berita daring dan kebiasaan konsumsi berita luring. Kami menyajikan hasil survei ini sebagai representasi populasi daring (atau yang memiliki akses ke internet) di Indonesia.

Temuan penelitian ini tidak merepresentasikan konsumsi media secara umum karena pertanyaan penelitian dirancang spesifik untuk mengukur konsumsi informasi terkait Covid-19.

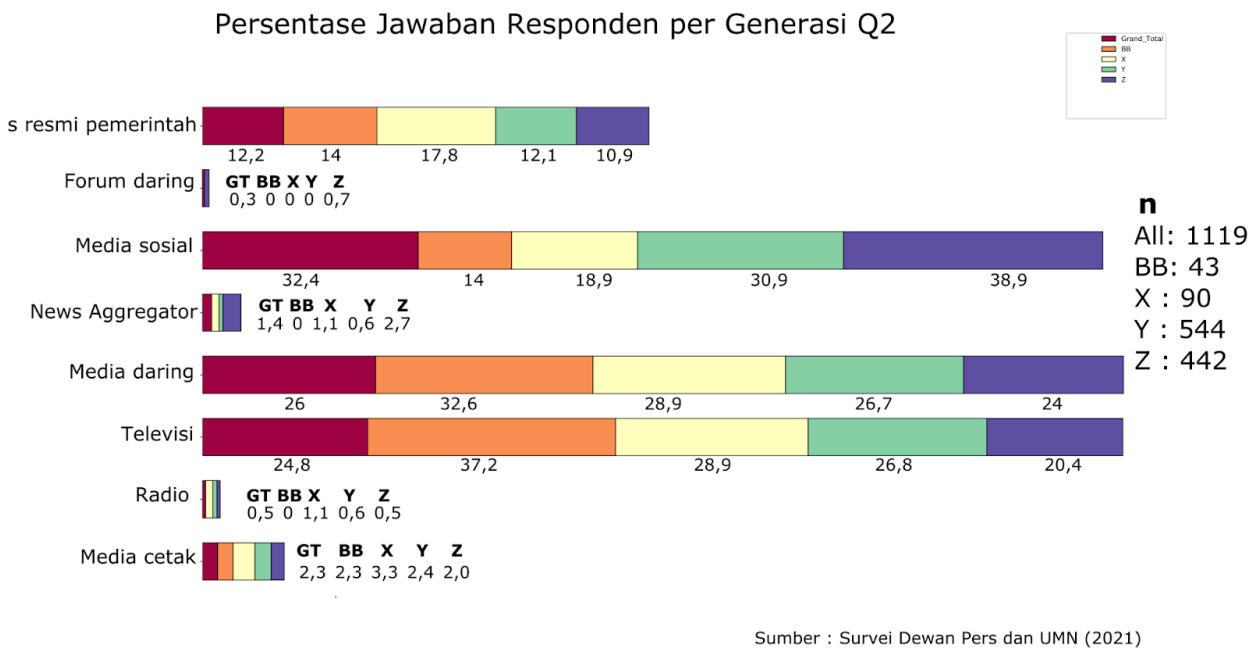
Survei ini bertanya pada responden mengenai pilihan medium untuk mendapatkan informasi terkait Covid-19, salah satunya media sosial. Namun, survei ini tidak menangkap sumber seperti apa yang dijadikan rujukan oleh responden di media sosial. Pertanyaan tidak dirancang untuk secara spesifik mengidentifikasi sumber di media sosial yang dijadikan referensi pertama atau kedua (untuk mencari informasi lebih lengkap mengenai info awal yang ia dapat). Maka ada beberapa kemungkinan yang tidak akan terekam secara definitif, misalnya apakah responden mendapat informasi dari akun media massa atau akun resmi otoritas kesehatan di media sosial.

Survei ini berdiri sendiri (bukan survei longitudinal) dan tidak terkait dengan survei yang dilakukan sebelumnya baik oleh Tim Peneliti maupun oleh lembaga lain, sehingga tidak dapat menyimpulkan peningkatan maupun penurunan yang akurat.

IV. HASIL SURVEI

4.1. Preferensi media dan pola konsumsi berita

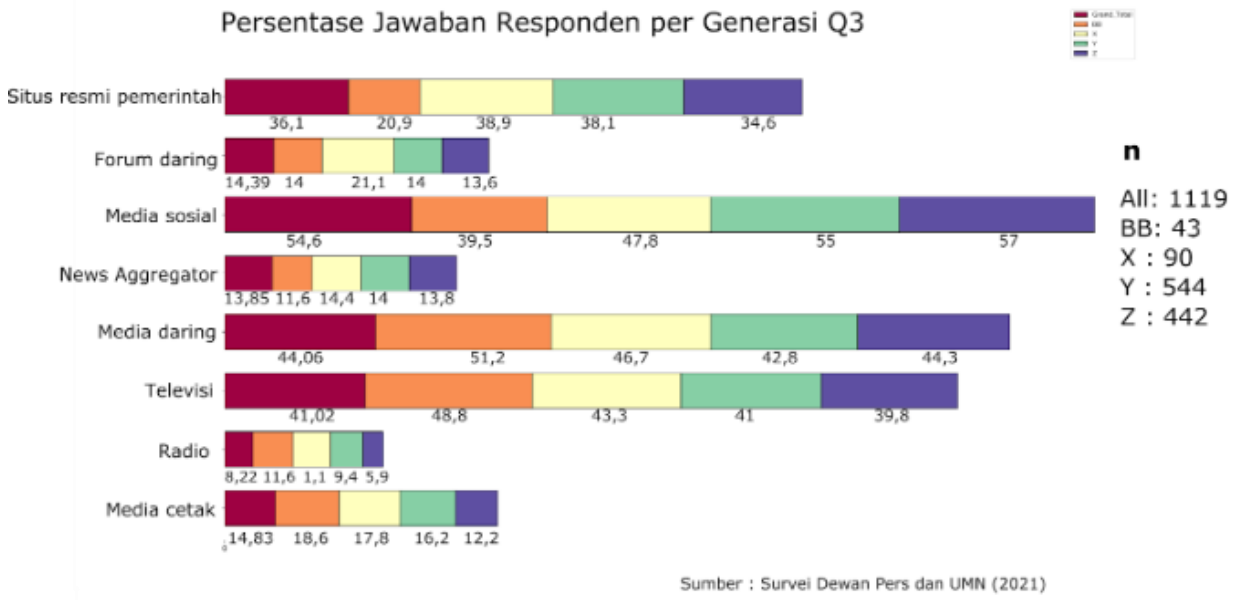
4.1.1. Preferensi media



Gambar 1 Medium yang dipilih responden untuk mencari informasi awal seputar Covid-19

Sebanyak 32,4% responden menyebutkan media sosial sebagai medium yang pertama mereka pilih untuk mencari informasi awal. Angka agregat tersebut merupakan persentase tertinggi, diikuti oleh media daring (portal berita) dengan 26% dan televisi (24,8%). Situs resmi pemerintah, termasuk situs resmi Satuan Tugas (Satgas) Covid-19 dan badan kesehatan dunia WHO, dipilih oleh 12,2% responden. Sementara itu, radio dan forum daring (seperti Kaskus dan Kompasiana) menjadi medium yang paling sedikit dipilih responden dengan 0,5% dan 0,3%, secara berturut-turut.

Jika responden dikelompokkan berdasarkan kelompok usia yang mewakili beberapa generasi, Generasi Z (11-25 tahun) merupakan generasi yang paling banyak mencari media sosial sebagai sumber informasi awal tentang Covid-19 pada angka 38,9%. Persentase tersebut semakin menurun di kelompok-kelompok usia yang lebih tua, khususnya kelompok lanjut usia Generasi Baby Boomers (57-75). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin muda usia responden, kecenderungan untuk memilih media sosial sebagai medium utama saat mencari informasi terkait Covid-19 semakin besar.



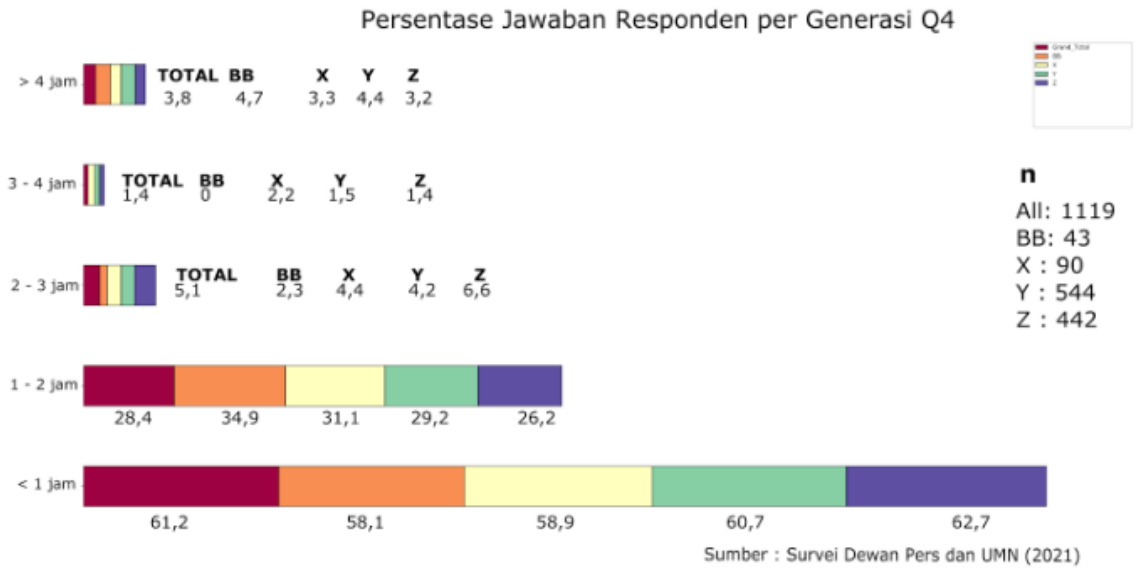
Gambar 2 Medium yang dipilih responden untuk mencari informasi lanjutan seputar Covid-19

Dalam pertanyaan yang memungkinkan responden memilih **lebih dari satu jawaban**, media sosial masih menjadi pilihan terbanyak sebagai medium yang responden pilih untuk mencari informasi lanjutan sebanyak 54,6%, diikuti media daring (44,01%) dan televisi (41%). Pola ini cukup konsisten dengan jawaban untuk pertanyaan pertama. Tetapi, angka responden yang memilih situs resmi pemerintah untuk mencari informasi lanjutan meningkat hingga 36,1%, menunjukkan peningkatan kesadaran untuk melakukan verifikasi melalui sumber primer.

Jika jawaban dikelompokkan berdasarkan kelompok usia, Gen Z, atau responden berusia 11-25 tahun, menjadi kelompok responden yang paling banyak memilih media sosial untuk mencari informasi tambahan dibandingkan kelompok usia yang lebih tua (57%), sementara itu Generasi Baby Boomers merupakan kelompok usia dengan persentase paling rendah di antara kelompok usia lainnya yang memilih media sosial untuk mendapat informasi tambahan (39,5%). Kecenderungan untuk mencari informasi lanjutan ke situs resmi otoritas kesehatan merata di

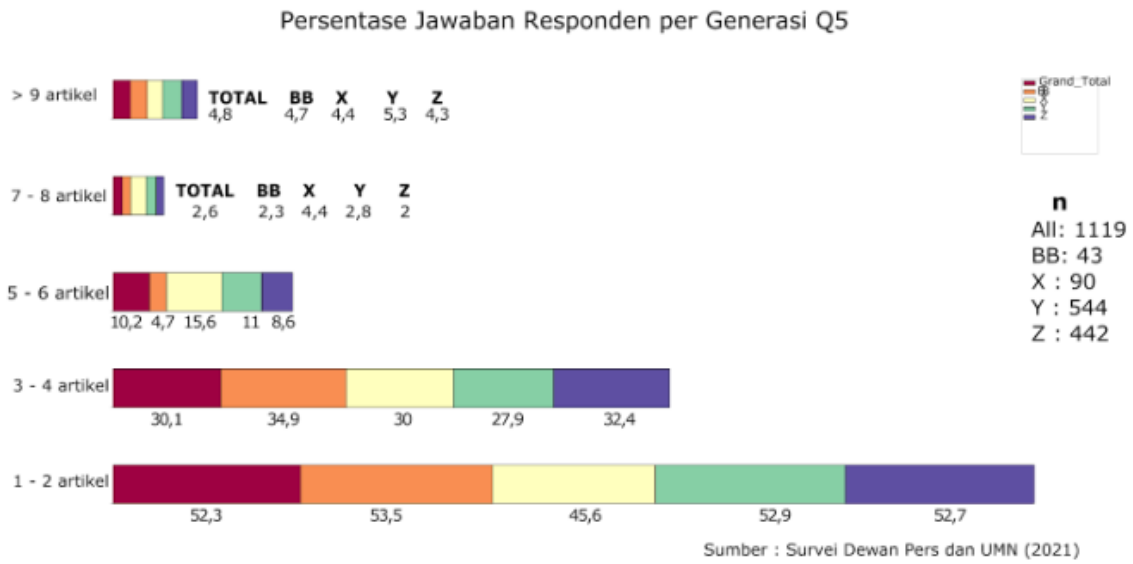
semua kelompok usia. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih merujuk pada sumber primer untuk mencari informasi lanjutan.

4.1.2. Pola konsumsi berita



Gambar 3 Durasi responden mengakses berita tentang Covid-19

Secara agregat, sebagian besar responden, atau sebanyak 61,2% dari total responden, hanya menghabiskan waktu kurang dari satu jam per hari untuk mengakses berita tentang Covid-19. Jika dikelompokkan berdasarkan kelompok usia, kecenderungan tersebut tampak konsisten di seluruh generasi, yang angkanya berada pada >58%.



Gambar 4 Jumlah artikel tentang Covid-19 yang dibaca responden dalam sehari

Secara agregat, mayoritas responden (52,3%) hanya membaca 1-2 artikel tentang Covid-19 dalam sehari. Kelompok responden yang paling banyak membaca artikel tentang Covid-19 adalah Generasi Y (26 - 44 tahun) dengan 5,3% membaca lebih dari 9 artikel tentang Covid-19 dalam sehari.

4.1.3. Pilihan media untuk sumber informasi Covid-19

Dalam sebuah pertanyaan terbuka, responden diminta menyebutkan preferensi media untuk mencari informasi terkait Covid-19. Berikut ini adalah visualisasi data preferensi media yang paling banyak muncul dalam jawaban responden.

Gambar 5 Visualisasi word cloud preferensi media

Kompas merupakan nama media yang paling banyak disebut oleh responden, sebanyak 146 kali, diikuti detik.com (138 kali). Media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, Google dan Line masuk ke dalam 20 besar nama media yang paling banyak disebut oleh responden.

Tabel 2 Daftar 20 nama media yang disebutkan responden (top of mind)

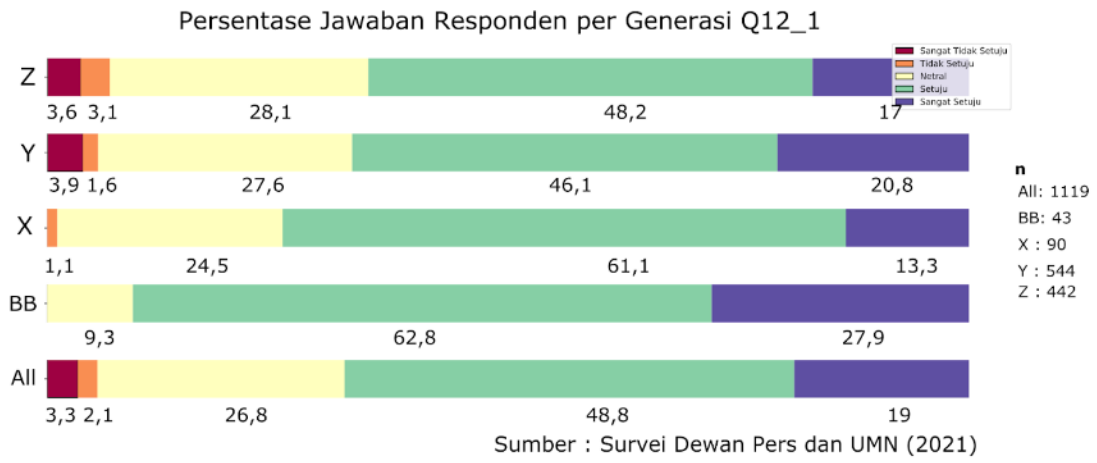
Media	Total
Kompas	146
Detik(dot)com	138
Facebook	67
Kompas(dot)com	66
Tribun (Tribun Timur, Tribun Jakarta, Tribun, Tribun(dot)com)	66
CNN Indonesia	65
Instagram	58
YouTube	58
TV One	29
Kompas TV	24
Google	23
Twitter	19
metro tv	18
Kemenkes	17
satgas covid	17
Kumparan	15
Covid19(dot)go(dot)id	14
Line today	14
Tempo	13
CNBC	12

4.2. Persepsi responden terhadap pemberitaan Covid-19 di media

4.2.1. Persepsi responden terhadap kinerja media dalam peliputan Covid-19

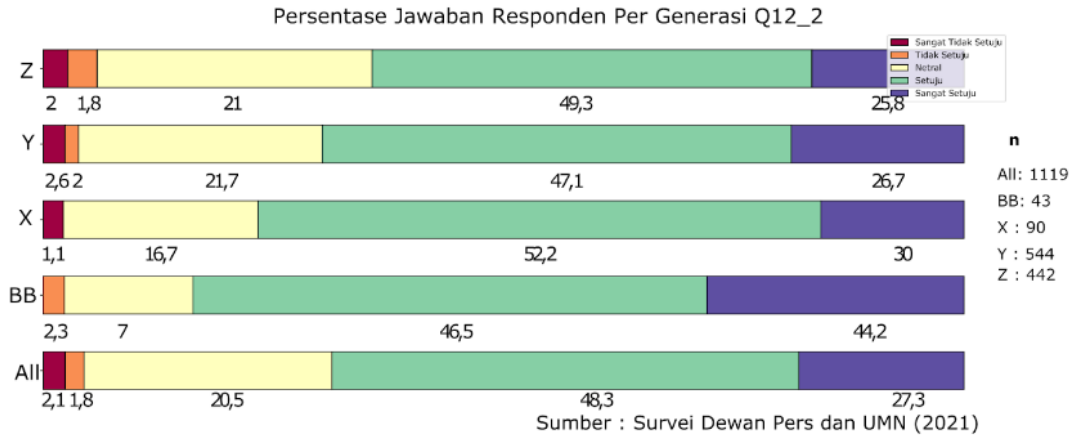
Tim merancang pertanyaan untuk mengukur persepsi responden terhadap kinerja pers dalam meliput dan memberitakan Covid-19 berdasarkan kerangka ideal kerja wartawan. Hasil agregat menunjukkan responden cenderung setuju bahwa pers telah memenuhi standar kerja pers dalam peliputan dan pelaporan Covid-19 berdasarkan rujukan-rujukan kunci yang digunakan dalam survei ini, termasuk Undang-Undang Pers 1999. Hasilnya menunjukkan bahwa responden menganggap pers telah menjalankan perannya sebagai komunikator kesehatan masyarakat selama pandemi Covid-19 berdasarkan rekomendasi sejumlah akademisi dan bahwa pers memenuhi kriteria yang disebut dalam panduan peliputan Covid-19 oleh International Media

Support. Hal ini ditunjukkan oleh jawaban responden dalam delapan pernyataan terkait peran media selama pandemi Covid-19 yang diukur dengan menggunakan skala Likert.



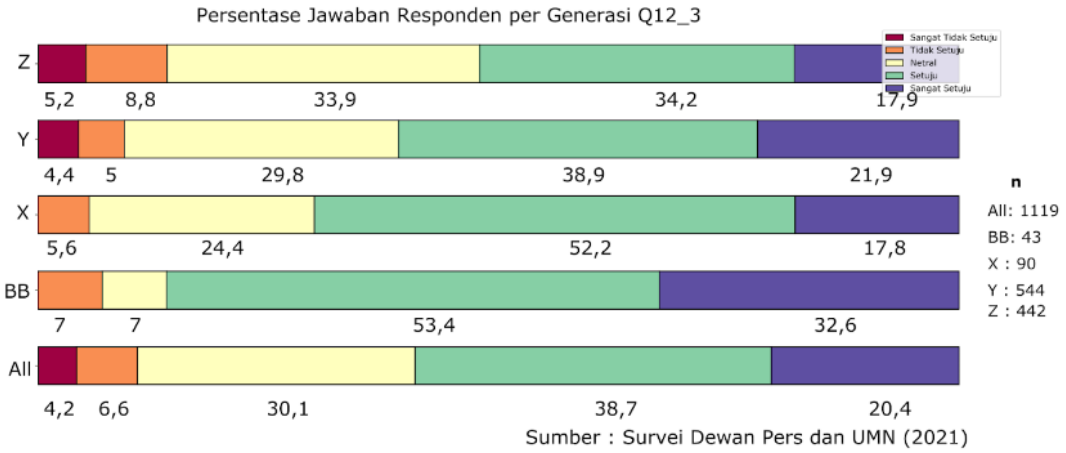
Gambar 6 Media telah mengutip sumber terpercaya

Responden setuju media telah mengutip sumber terpercaya (termasuk badan kesehatan dunia WHO atau Gugus Tugas Covid-19) dalam menyampaikan berita soal Covid-19.

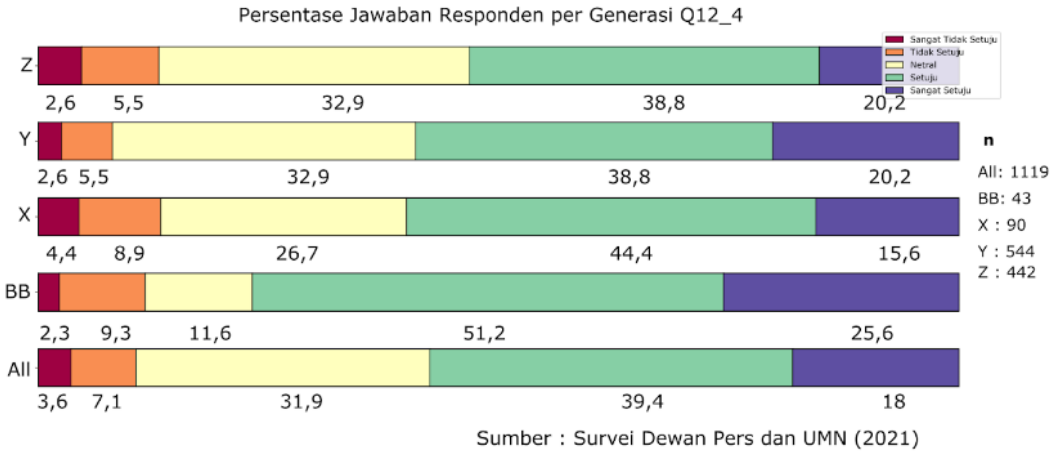


Gambar 7 Media menghubungkan publik ke sumber terpercaya

Responden juga setuju bahwa media menjalankan perannya sebagai penghubung publik ke sumber terpercaya (termasuk instansi dan otoritas kesehatan yang bertanggung jawab dalam penanggulangan Covid-19).

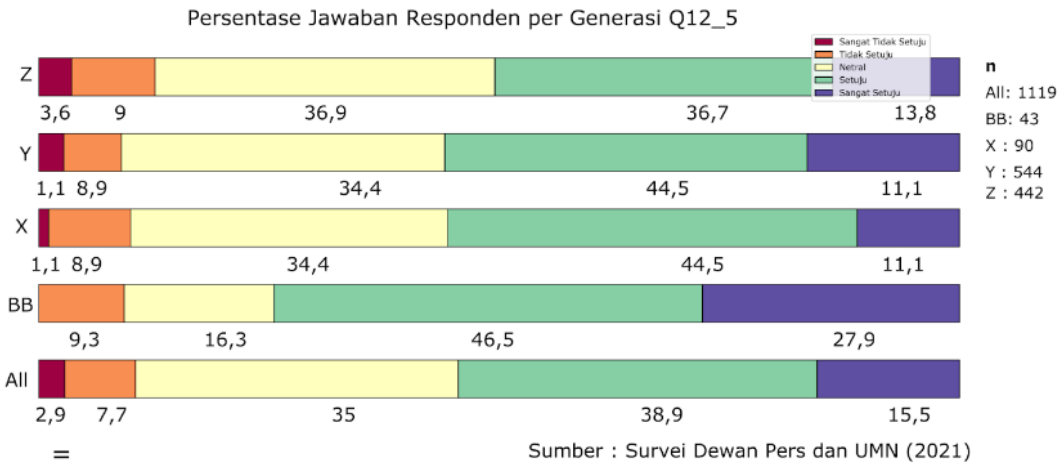


Gambar 8 Media ikut memerangi informasi yang salah

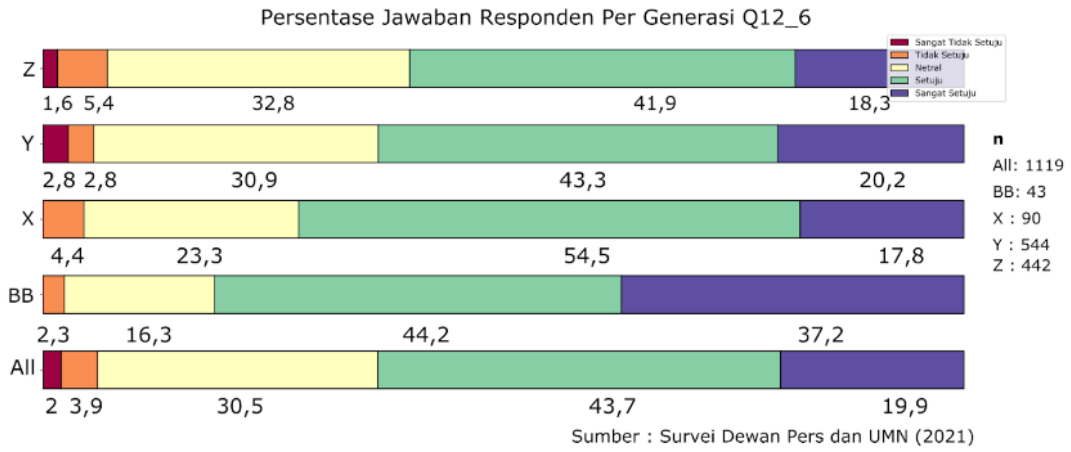


Gambar 9 Media tidak mengiklankan produk kesehatan yang belum teruji

Responden juga setuju pada pernyataan bahwa media ikut memerangi informasi yang salah (mal-, dis-, dan misinformasi) dan bahwa media telah ikut aktif untuk tidak mengiklankan produk kesehatan tertentu yang belum teruji dapat mengatasi Covid-19.

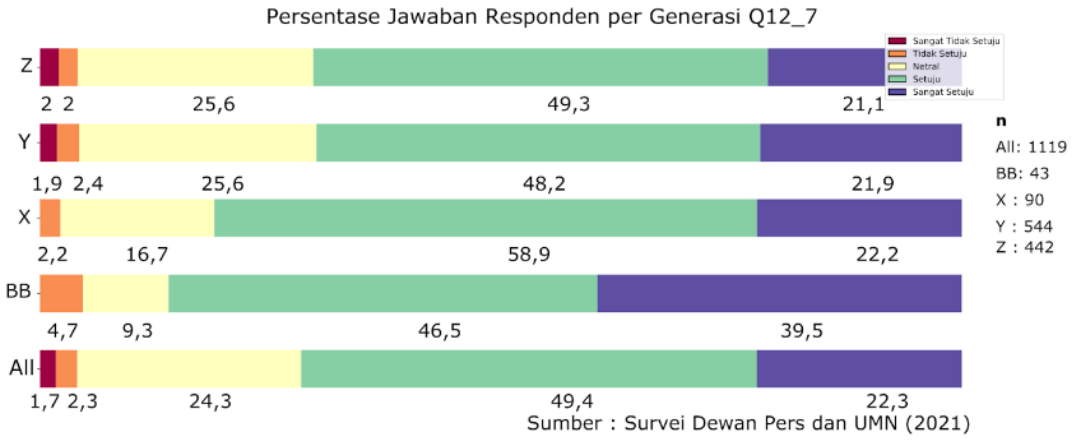


Gambar 10 Media memisahkan dan mengkategorisasikan pernyataan ilmiah dan politik

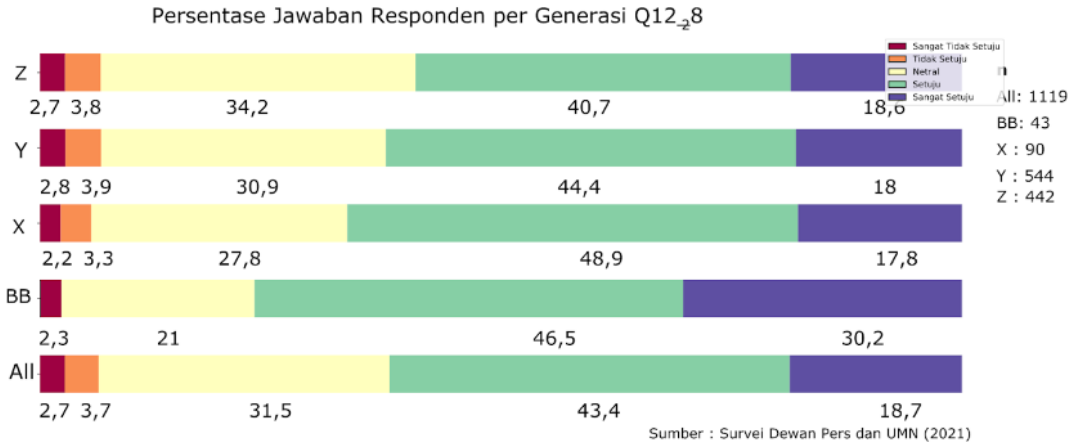


Gambar 11 Media mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah

Responden secara agregat juga setuju bahwa media massa telah memisahkan dan memilah dengan baik antara pernyataan ilmiah dan pernyataan politik; media massa mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah serta memberikan saran yang berguna demi kepentingan publik terkait penanganan Covid-19.

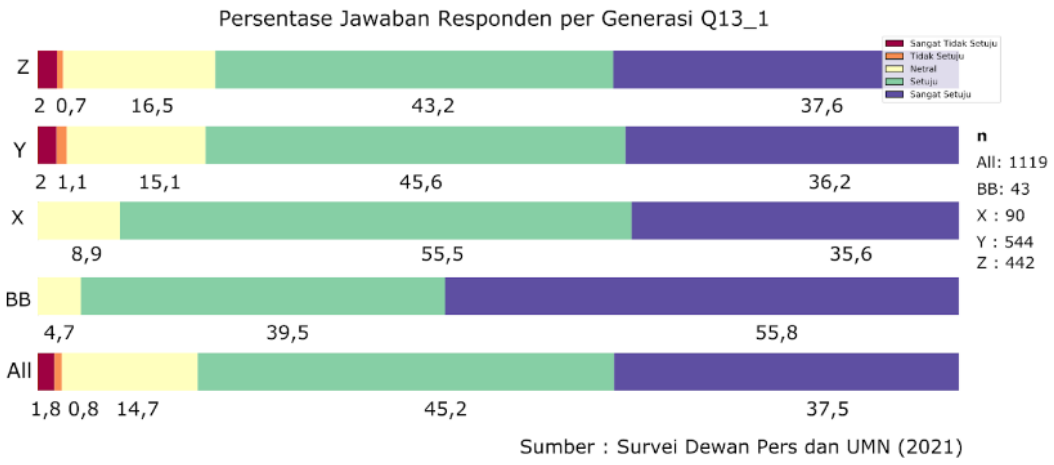


Gambar 12 Media telah berperan aktif mendukung dan menghargai tenaga kerja kesehatan



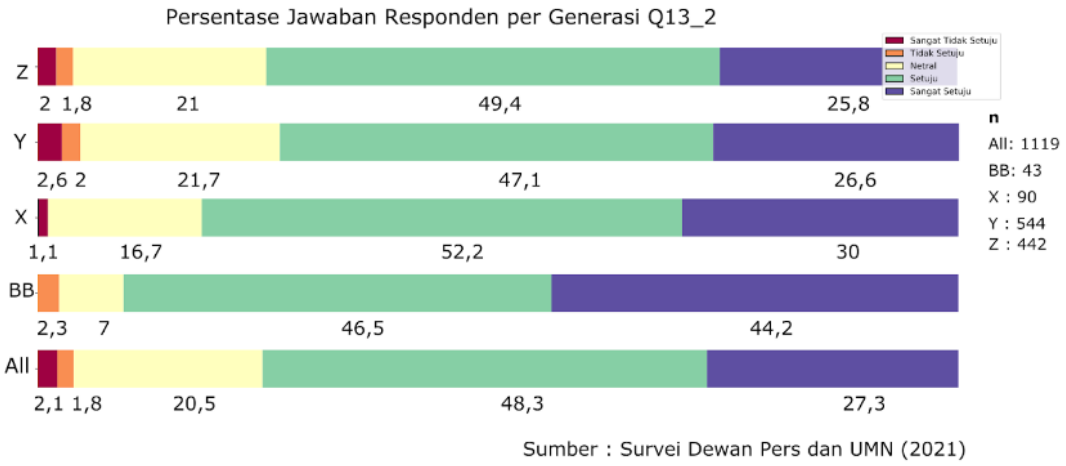
Gambar 13 Media menampilkan imaji yang akurat

Responden juga menyatakan setuju bahwa media telah berperan aktif mendukung dan menghargai tenaga kerja yang mencoba memerangi Covid-19 dan media menampilkan imaji berupa foto atau visualisasi data terkait Covid-19 dengan akurat. Responden juga setuju bahwa konten media tidak memprovokasi ketakutan, kepanikan serta stereotip dan stigma tertentu. Responden juga menyetujui pernyataan bahwa media telah melakukan hal-hal yang diharapkan dari media massa cukup konsisten di kelompok usia berbeda ketika angka tersebut diolah berdasarkan generasi.



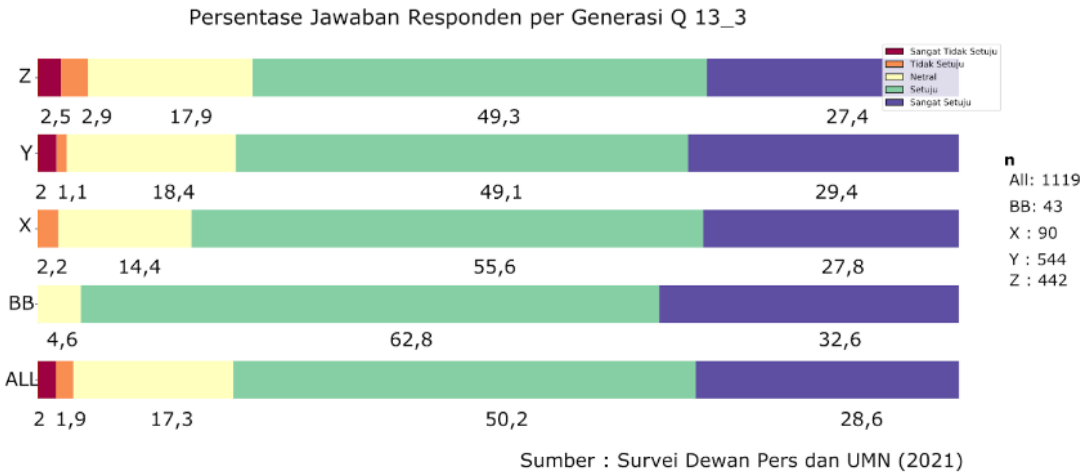
Gambar 14 Media turut mengedukasi publik

Responden menganggap media massa telah melakukan perannya dalam mengedukasi publik dengan mengampanyekan 3M (menjaga jarak, menggunakan masker, dan mencuci tangan) secara terus menerus.



Gambar 15 Media memberikan informasi tentang gejala Covid-19

Responden juga setuju bahwa media memberikan informasi yang tepat untuk mengenali, mendiagnosis, dan menghadapi gejala Covid-19; dan media memberikan informasi terbaru soal perkembangan Covid-19 dan vaksinasi; juga bahwa media turut mengampanyekan solidaritas bersama dalam menghadapi Covid-19.

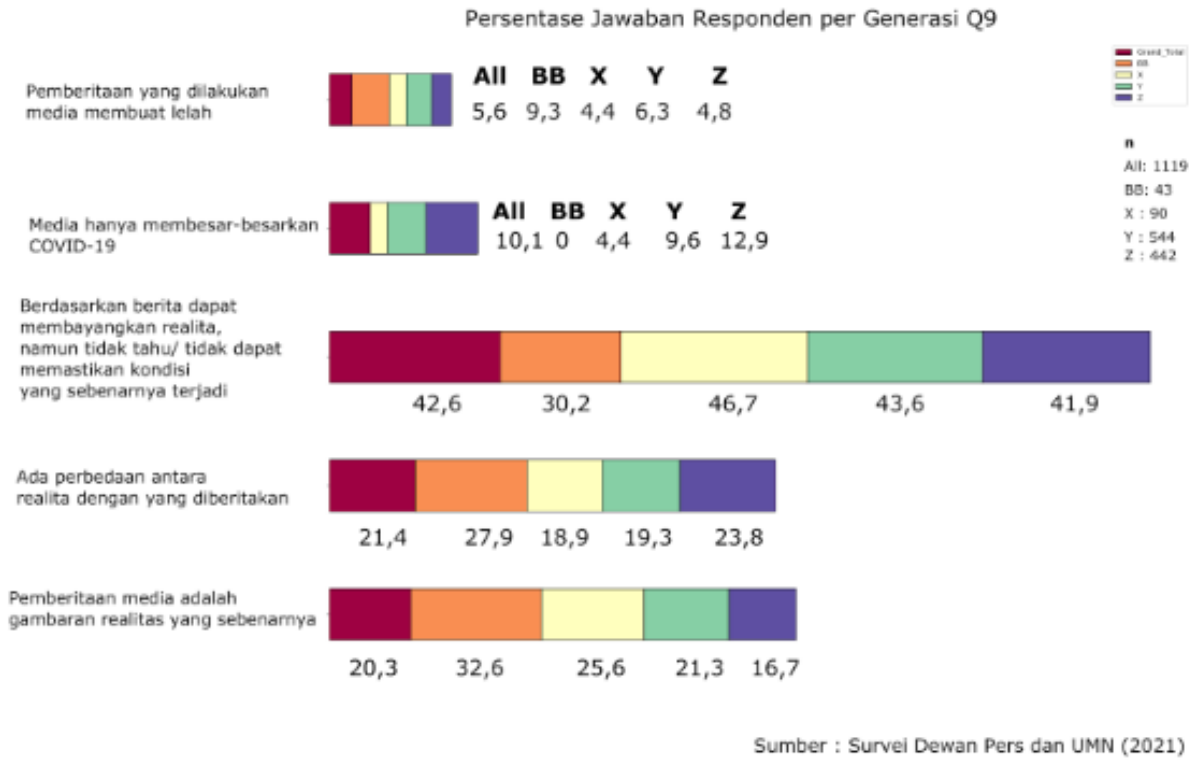


Gambar 16 Media memberi informasi terbaru soal Covid-19 dan vaksinasi

Responden setuju bahwa media massa mengabarkan informasi terbaru tentang perkembangan Covid-19 dan vaksinasi. Sebanyak 95,4% responden dari kelompok usia lanjut usia (57-75 tahun) setuju bahwa mereka mendapatkan informasi termutakhir tentang Covid-19 dan vaksinasi dari media massa. Kelompok usia lain juga menunjukkan kecenderungan yang sama dengan persentase >50%.

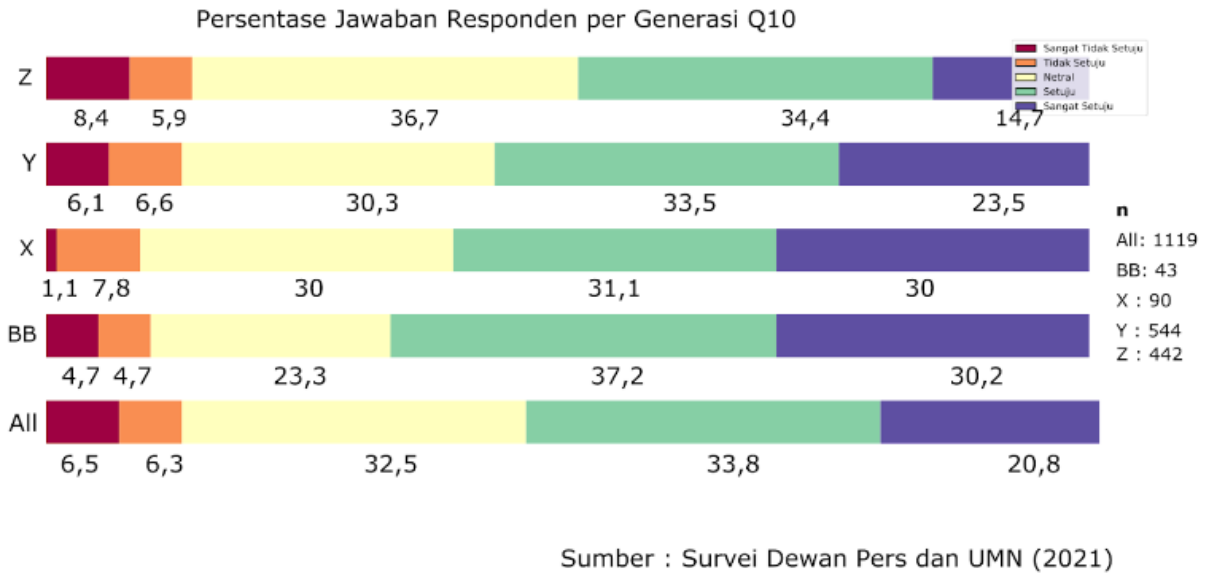
Kelompok usia yang paling banyak setuju terhadap pernyataan bahwa media mengutip sumber terpercaya adalah Generasi Baby Boomers (57-75 tahun). Tidak ada responden dari kelompok Generasi Baby Boomers yang memberi jawaban negatif. Sementara itu, kelompok usia yang paling banyak memberikan jawaban negatif (sangat tidak setuju dan tidak setuju) adalah Generasi Y (5,5%) dan Z (6,7%).

4.2.2. Tingkat kepuasan responden terhadap pelaporan tentang Covid-19 di media massa



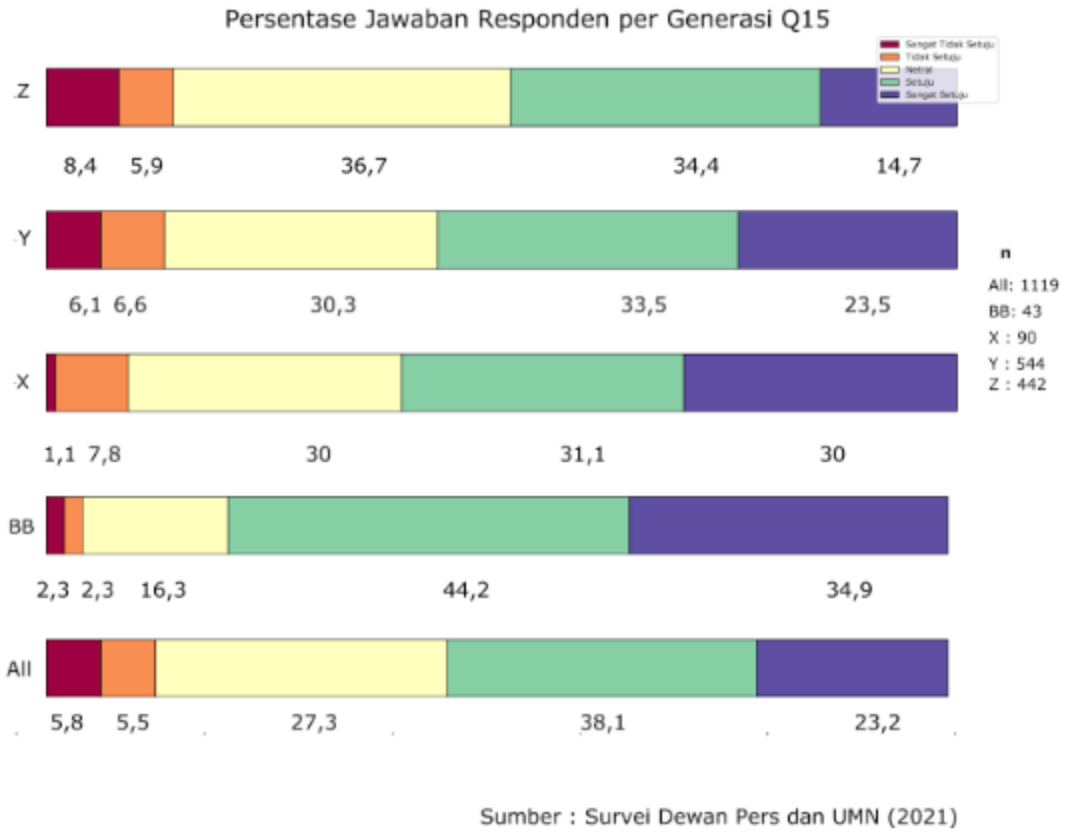
Gambar 17 Pendapat responden tentang pemberitaan Covid-19

Berdasarkan pemberitaan tentang Covid-19 di media massa, sebanyak 42,6% responden menyatakan mereka dapat membayangkan realita, namun tidak tahu atau tidak dapat memastikan kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. Sementara itu, sebanyak 21,4% responden meyakini ada perbedaan antara realita dengan apa yang diberitakan oleh media massa, sementara 20,3% responden meyakini bahwa pemberitaan media adalah gambaran realistis atas apa yang terjadi di lapangan. Hanya 10,1% menganggap media hanya membesar-besarkan isu Covid-19, sementara 5,6% menganggap pemberitaan yang dilakukan media membuat mereka lelah.



Gambar 18 Media memberi informasi sesuai kebutuhan responden

Dalam pertanyaan yang ditujukan untuk mengukur sejauh mana responden merasa media massa telah mengabarkan informasi terkait Covid-19 sesuai dengan kebutuhannya, responden lebih banyak memilih setuju (4 dari skala 1-5 dengan angka 1 menunjukkan ketidakpuasan). Jika data diolah dan jawaban dikelompokkan berdasarkan kelompok usia, kelompok usia termuda dalam survei ini, yaitu Generasi Z (11-25 tahun), menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih rendah dari nilai agregat, yaitu pada angka 3. Sebanyak 8,4% responden Generasi Z menyatakan sangat tidak setuju pada pernyataan bahwa media massa telah memenuhi kebutuhan informasi soal Covid-19.



Gambar 19 Kepuasan responden terhadap kualitas pemberitaan Covid-19

Survei mengungkap kepuasan responden terhadap kualitas pemberitaan media massa terkait Covid-19 yang berada di posisi 4 (skala 1-5 dengan angka 1 mengindikasikan ketidakpuasan). Ketika jawaban responden diolah berdasarkan kelompok usia, Generasi Baby Boomers (57-75 tahun) paling banyak menunjukkan ekspresi positif (setuju dan sangat setuju), dengan sekitar 79,1% dari kelompok usia tersebut menyatakan kepuasan, lebih tinggi dari kelompok usia lainnya. Generasi Z (11-25 tahun) merupakan kelompok usia yang paling sedikit yang menyatakan kepuasan terhadap kualitas pemberitaan media massa pada 49,1%, paling rendah dibandingkan dengan kelompok usia lainnya.

Survei ini mencakup satu pertanyaan terbuka untuk mencari tahu informasi terkait Covid-19 yang paling dibutuhkan responden pada saat survei ini berlangsung. Tim Peneliti mengolah kata kunci yang paling banyak muncul dari jawaban narasumber menggunakan bahasa pemrograman Python.

Gambar 20 Kata kunci yang paling banyak disebut responden saat menjawab pertanyaan terkait informasi terkait Covid-19 yang paling banyak dibutuhkan

Hasil survei menangkap beberapa pernyataan yang merefleksikan aspirasi mereka mengenai pemberitaan Covid-19 di media massa. Di antara pernyataan-pernyataan tersebut, Tim Peneliti menangkap sentimen negatif seperti kejenuhan terhadap frekuensi pemberitaan Covid-19 yang cukup tinggi dan dominasi pemberitaan "negatif". Ada responden yang mengharapkan informasi yang relevan bagi kebutuhan pribadinya, seperti informasi terkait jadwal vaksinasi dan mekanisme untuk mendapatkannya.

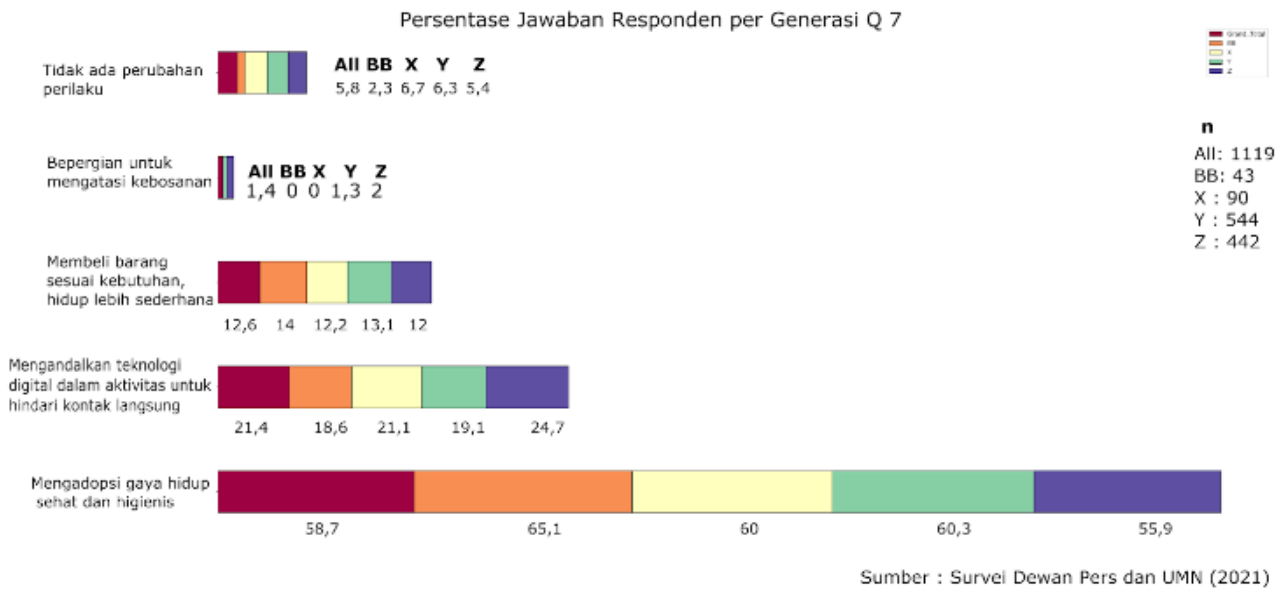
Beberapa ekspresi tersebut terungkap dalam kalimat-kalimat berikut:

1. "Berita yang diberikan mengenai covid-19 sudah detail dan up to date, tapi untuk pemberitahuan mengenai vaksinasi yang seharusnya diterima oleh masyarakat masih ambigu dan tidak mendapat kepastian kapan kami akan mendapat vaksin dan bagaimana cara mendapatkannya."

2. “Pemberitaan media massa ada yang membuat lebih waspada ada juga yang membuat kita lebih merasa takut.”
3. “Media sangat membantu memberikan edukasi bagi saya tentang covid.”
4. “Informasinya hanya berfokus pada daerah dki dan tidak merata.”
5. “Media lebih banyak memberitakan hal negatif dibanding positif tentang covid-19, karena itu diharapkan pemberitaan mampu diseimbangkan dengan info angka kesembuhan covid beserta tips menjaga kesehatan secara berkala.”
6. “Memberikan pengetahuan tambahan kepada masyarakat yang mungkin belum mengerti dan memahami tentang protokol kesehatan demi menghindari covid-19.”
7. “Media terlalu melebih-lebihkan pemberitaan covid-19, sehingga membuat panik masyarakat, apalagi masyarakat di perkampungan, yang terlalu gampang percaya dengan pemberitaan di media.”
8. “Saya sudah jenuh dengan pemberitaan covid 19 ini yg seakan-akan tidak ada habisnya.”
9. “Karena media selalu ada di setiap platform yang saya gunakan, jadi media sangat membantu saya dan masyarakat dalam memberikan informasi terbaru mengenai covid-19.”
10. “Media sosial banyak hoaks.”

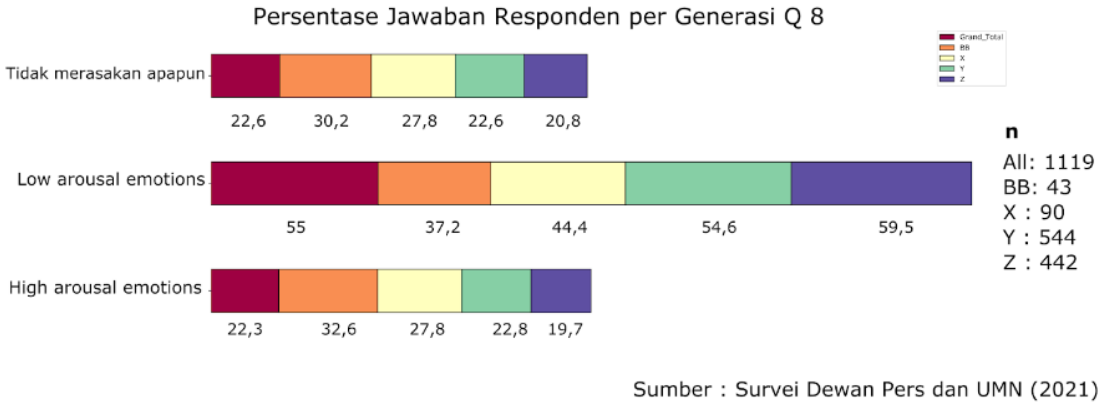
4.2.3. Dampak pemberitaan tentang Covid-19 terhadap perubahan perilaku responden

Bagian ini mengungkap bagaimana responden merespon berita tentang Covid-19.



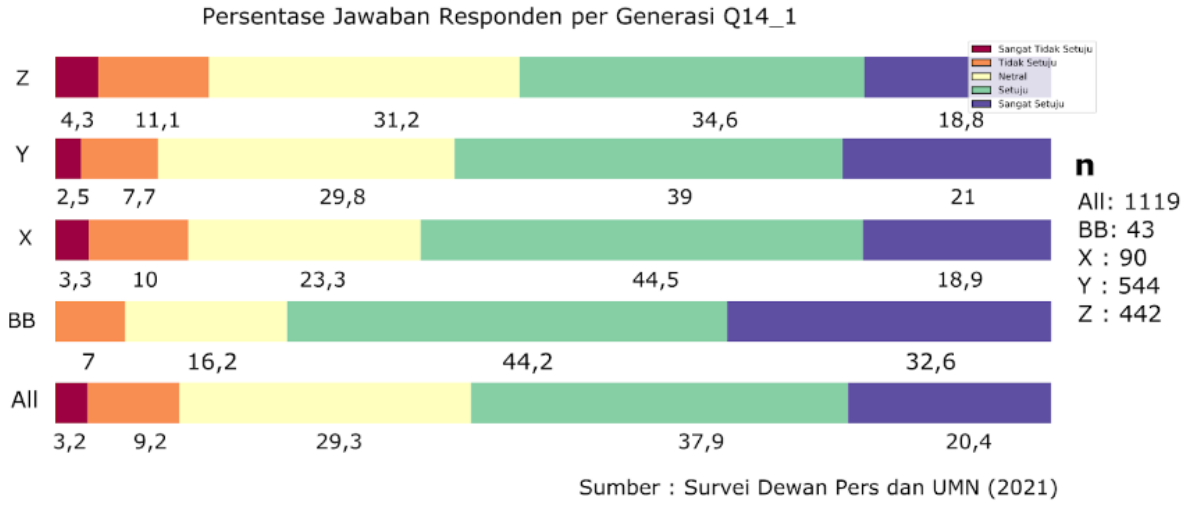
Gambar 21 Perubahan perilaku akibat pemberitaan media massa terkait Covid-19

Sebanyak 58,7% responden memilih mengadopsi gaya hidup sehat dan higienis setelah terpapar pemberitaan terkait Covid-19. Sementara 21,4% responden memilih mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas untuk menghindari kontak langsung yang meningkatkan risiko penularan virus corona penyebab Covid-19. Generasi Z (11-25 tahun) merupakan kelompok usia yang paling banyak mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas mereka dengan 24,7%. Sebanyak 12,6% responden menyatakan mereka memilih untuk membatasi konsumsi dengan membeli barang sesuai kebutuhan dan hidup lebih sederhana.



Gambar 22 Dampak pemberitaan Covid-19 terhadap afeksi responden

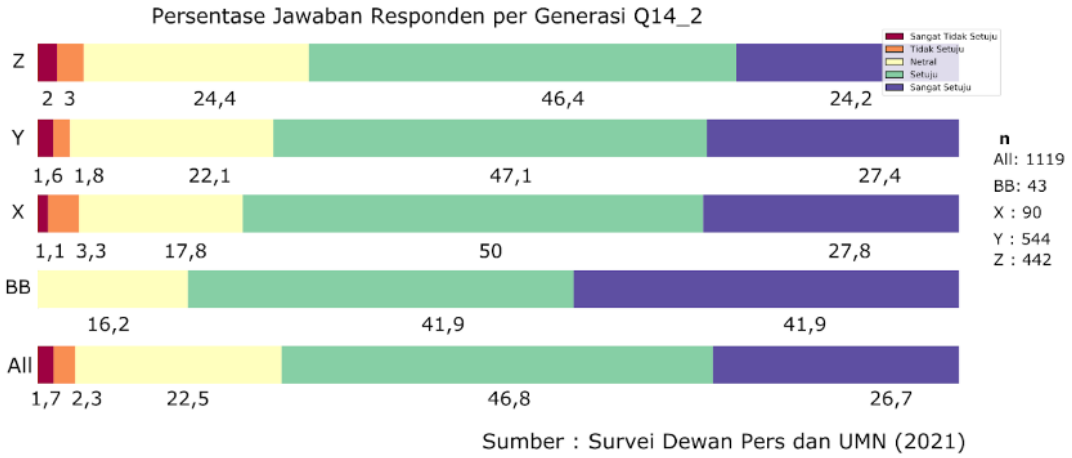
Survei juga mengukur dampak pemberitaan media massa terkait Covid-19 terhadap afeksi responden. Hasilnya, sebanyak 55% responden menjawab pemberitaan tentang Covid-19 menimbulkan emosi di tingkat yang rendah (*low-arousal emotions*), seperti rindu kampung halaman, sedih, kesepian, letih dan kecewa. Sementara itu, sebanyak 22,6% responden menjawab pemberitaan media massa tentang Covid-19 tidak membuat mereka merasakan apapun dan 22,3% responden mengaku menunjukkan respons emosional yang tinggi (*high-arousal emotions*), termasuk cemas dan marah. Generasi Baby Boomers merupakan kelompok usia yang paling terdampak secara psikologis, dengan 32,6% dari responden kelompok tersebut mengaku merasa cemas dan marah. Sebaliknya, Generasi Z (11-25) menjadi kelompok responden dengan persentase terbanyak yang mengalami *low-arousal emotions*.



Gambar 23 Tingkat kepercayaan responden soal konten non diskriminatif atas pemberitaan Covid-19

Responden umumnya setuju bahwa media tidak menampilkan konten (artikel, foto, gambar, video, grafik) yang memprovokasi ketakutan, kepanikan, serta stereotip dan stigma tertentu. Responden juga setuju bahwa media mendorong solidaritas bersama. Jika jawaban diolah berdasarkan kelompok usia, Generasi Baby Boomers (57-75 tahun) merupakan kelompok usia

yang paling positif, dengan sebagian besar menjawab setuju atau sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan tersebut.



Gambar 24 Tingkat kepercayaan responden soal konten pemberitaan Covid-19 yang mendorong solidaritas bersama

Analisis word cloud untuk jawaban dari pertanyaan terbuka "pemberitaan media massa diasosiasikan dengan.." menemukan bahwa informasi merupakan kata kunci yang paling banyak muncul dengan total 162, diikuti dengan kata puas (51), jelas (49), dan hiperbola (43). Selain hoax dan hiperbola, 10 kata kunci teratas merupakan kata kunci dengan sentimen positif, seperti jelas, aurat dan penting. Meski demikian, sejumlah kata kunci dengan sentimen negatif, seperti banyak hoax, misinformasi, bohong, dan tidak sesuai kenyataan, muncul meski dengan intensitas rendah.

Gambar 25 Analisis word cloud mengenai kata kunci yang diasosiasikan dengan pemberitaan media mass

V. PEMBAHASAN

Ada beberapa hal menarik yang memantik diskusi dari penelitian ini. Pertama, jawaban responden secara umum menunjukkan media massa melakukan perannya dalam pemberitaan terkait pandemi Covid-19 di Indonesia. Di saat bersamaan, media sosial menjadi platform yang paling populer dibandingkan platform lainnya (termasuk situs berita daring, televisi, dan radio) bagi responden, terutama responden dari kelompok usia muda. Hal ini menimbulkan pertanyaan, mengapa media sosial tetap menjadi pilihan utama banyak responden jika mereka menganggap media massa telah melakukan tugasnya dengan baik?

Pertama, pertanyaan kuesioner dirancang untuk mencari tahu *bagaimana* responden mencari dan mendapatkan informasi terkait Covid-19 yang responden rasa paling cepat, mudah, dan nyaman bagi mereka sesuai akses yang mereka miliki. Hal ini erat kaitannya dengan akses yang dimiliki responden, seperti gawai, koneksi internet, pesawat televisi dan antena, atau alat pemutar radio. Media sosial dan media daring (termasuk portal berita) merupakan dua platform paling populer, temuan yang bisa jadi kurang merepresentasikan populasi yang tidak memiliki akses ke internet yang tidak terwakili dalam survei daring ini. Namun, dalam konteks populasi masyarakat Indonesia dengan akses tersebut di atas, media sosial dan media daring menjadi pilihan utama untuk beberapa alasan.

Popularitas media sosial, termasuk Instagram, YouTube, dan Facebook di kalangan pengguna internet Indonesia telah banyak diungkap survei dan studi pendahulu. Laporan dari We Are Social menyebut bahwa pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 170 juta hingga Januari 2021, naik 10 juta atau 6,3% sejak 2020. Angka pengguna media sosial tersebut setara dengan 61,8% dari total populasi pada periode yang sama. Studi terbaru di tingkat kawasan Asia Pasifik yang dibiayai oleh APEC menemukan bahwa 59% responden masih memilih media sosial untuk mencari informasi karena keberagaman yang ditawarkan, meski menyadari bahwa media sosial amat rentan dengan misinformasi dan disinformasi[14].

Media sosial terus berkembang sebagai platform populer bagi warga untuk berbagi dan mencari berbagai informasi, baik dalam level personal hingga komunitas. Sebuah studi terpisah yang dilakukan oleh peneliti Australian National University, Ross Tapsell, bersama Sita Dewi, salah satu penulis dari tim peneliti menunjukkan pertumbuhan "situs berita lokal" di Instagram yang

[14] APEC Secretariat, "Multilateralism in the Era of COVID-19: Perception Survey – Post-2020 APEC," Juni 2021, diakses pada 13 Juli 2021 https://www.apec.org/Publications/2021/06/Multilateralism-in-the-Era-of-COVID-19

menyajikan berbagai informasi di tingkat lokal (kota atau kabupaten)[15]. Pertumbuhan ini penting dalam konteks konvergensi media yang membuat media semakin terkonsentrasi dan Jakarta-sentris[16] serta konteks peningkatan kebutuhan informasi di tingkat lokal terkait dengan penanganan Covid-19, program vaksinasi, dan informasi terkait lainnya.

Terlepas dari pemberitaan Covid-19 di media massa yang dianggap responden baik, media sosial menawarkan beberapa hal yang bisa jadi mendorong responden untuk memilih media sosial sebagai platform utama ketika membutuhkan informasi terkait Covid-19. Pertama, media-media arus utama memiliki akun dan aktif beroperasi di media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, dan membagikan beritanya melalui akun tersebut. Tak hanya media arus utama, otoritas kesehatan dan institusi berwenang juga aktif menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi. Selain itu, gerakan masyarakat sipil, termasuk inisiatif pengelolaan dan publikasi data terkait Covid-19, hingga individu yang memiliki kepakaran yang relevan seperti tenaga medis bahkan pejabat publik juga aktif di platform media sosial untuk menyebarkan informasi. Hal tersebut memosisikan media sosial sebagai kanal satu pintu serba ada bagi pengguna yang juga dapat memilah dan memilih informasi yang mereka butuhkan dan akun-akun yang ingin mereka ikuti. Pengguna juga dapat mencari informasi yang spesifik dengan kebutuhan, lokasi mereka tinggal, dan di waktu yang tepat dengan pencarian kata kunci dan penggunaan tagar. Metode tersebut dapat berguna bagi pengguna yang membutuhkan informasi spesifik seperti jadwal vaksinasi atau ketersediaan obat, fasilitas kesehatan, dan oksigen. Tak hanya warga, jurnalis pun menggunakan media sosial dalam mencari ide berita dan narasumber[17].

Platform media sosial memungkinkan diseminasi informasi di tingkat komunitas secara cepat dan *real time*--terlepas dari apakah informasi tersebut terverifikasi dengan baik atau tidak. Publik juga dihadapkan dengan beragamnya pilihan yang tersedia (*high-choice environment*) di tengah kebutuhan akan informasi yang meningkat dalam waktu cepat. Kebutuhan akan informasi terkait Covid-19 berkembang menjadi kebutuhan praktis, cepat, dan dekat, seperti informasi seputar ketersediaan tempat tidur di rumah sakit di wilayahnya, agenda vaksinasi di lokasi yang paling terjangkau, ketersediaan ambulans dan obat di apotek terdekat, layanan *home care* bagi mereka yang melakukan isolasi mandiri, dan lain sebagainya. Kebutuhan akan informasi berbasis komunitas dan di tingkat lokal ini juga teridentifikasi dari menjamurnya situs-situs "berita" lokal

---

[15] Ross Tapsell dan Sita Dewi, "The rise of local news on Instagram, and what it means for Indonesia's democracy," Remotivi, 30 Juni 2021, diakses pada 13 Juli 2021, https://www.remotivi.or.id/amatan/690/the-rise-of-local-news-on-instagram-and-what-it-means-for-indonesias-democracy?fbclid=IwAR23iDu1va2WYpJi0hFmLIfKoQ3HwLi0TkSiYtDueI_PthFPp91CsnXsy5c

[16] Ross Tapsell, *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution* (London and New York: Rowman & Littlefield, 2017)

[17] Resty Woro Yuniar, "US doctor becomes Twitter celebrity in Indonesia for Covid advice," *South China Morning Post*, 7 Juli 2021, diakses pada 13 Juli 2021, https://www.scmp.com/week-asia/people/article/3140074/us-doctor-becomes-twitter-celebrity-indonesia-covid-19-advice

di Instagram dan jumlah pengikut, atau *followers*, yang secara konsisten meningkat. Akun-akun seperti @tangsel_life dan @infodenpasar memiliki ratusan ribu pengikut. Akun yang berbasis kota besar seperti @jktinfo bahkan berhasil menarik hingga 2,7 juta followers, mencerminkan animo pengguna media sosial akan informasi berbasis komunitas. Dalam kondisi seperti ini, amat penting bagi informasi untuk dapat ditemukan dengan mudah dan cepat oleh mereka yang membutuhkannya.

Konteks penting lainnya yang patut dipertimbangkan adalah ketimpangan akses ke data langsung atau *real time* sekaligus transparansi data di daerah[18]. Selama pandemi Covid-19, banyak inisiatif yang dimotori oleh gerakan sipil berkolaborasi dengan ahli untuk mengelola data dan laporan warga untuk memenuhi kebutuhan di lapangan dan mendorong transparansi. Persoalan akses dan transparansi data juga diakui oleh jurnalis di lapangan seperti dalam diskusi yang mengemuka saat pelatihan DCJ atau Data Computational Journalism 2021. Salah satu tim peneliti, Utami Diah Kusumawati, dalam pelatihan ini menjadi salah satu instruktur jurnalis dan mahasiswa di enam kota di Indonesia termasuk Palembang, Banjarmasin, Maluku, dan Makassar dalam pelatihan jurnalisme data selama periode Februari hingga Agustus 2021. Salah satu problem di lapangan yang teridentifikasi adalah kesulitan mengakses data real time terkait penanganan Covid-19 di daerah. Hal ini terjadi, salah satunya karena otoritas di daerah cenderung bergantung pada persetujuan otoritas pusat sebelum merilis data yang diminta.

Kebutuhan akan informasi, terutama informasi langsung atau *real time*, di tengah pandemi yang berlangsung di segala penjuru dunia telah menjadi kebutuhan dasar publik. Di tengah keberagaman pilihan, kebutuhan ini tidak lagi secara eksklusif dipenuhi oleh media massa. Kabar baiknya, responden masih menganggap media massa melakukan kinerjanya dengan baik selama pandemi Covid-19, yang artinya kepercayaan terhadap pers masih cukup tinggi. Media-media massa nasional masih menjadi pilihan utama banyak responden ketika ditanya media massa yang menjadi rujukan seperti yang ditunjukkan oleh analisis *word cloud*. Salah satu kemungkinannya, publik menganggap media massa masih dapat dipercaya, tetapi ada kekosongan dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi tertentu yang dapat dipenuhi oleh sumber-sumber lain. Kekosongan ini dapat berupa masalah substansial seperti ketiadaan informasi atau masalah dengan pengorganisasian dan pengemasan informasi yang kurang ramah pengguna.

Tantangan terbesar hari ini adalah bahwa *newsroom* dan otoritas kesehatan bersaing dengan produser berita menyesatkan yang beroperasi secara masif dan aktif setiap hari. Kepercayaan terhadap media massa tidak hanya harus dipertahankan, tetapi diejawantahkan menjadi upaya

[18] Sania Mashabi, "Transparansi data penanganan Covid-19 di Indonesia masih jadi persoalan," *kompas.com*, 8 April 2021, diakses pada 14 Juli 2021, https://nasional.kompas.com/read/2021/04/08/14562041/transparansi-data-penanganan-covid-19-di-indonesia-masih-jadi-persoalan?page=all

sistematis dan *user experience* yang memudahkan pembaca untuk mengakses informasi yang terverifikasi sesuai kebutuhan mereka. Upaya sistematis seperti yang dilakukan oleh koalisi Cek Fakta yang melibatkan media arus utama dan koalisi masyarakat merupakan salah satu contohnya. Edukasi literasi media yang sistematis dan masif merupakan program jangka panjang yang juga menjadi tugas bersama untuk mengurangi risiko penyebaran hoaks.

Temuan menarik lainnya dari penelitian ini yaitu bahwa responden membatasi jumlah artikel dan durasi mengakses berita mengenai Covid-19. Kejenuhan, kecemasan, dan kesedihan adalah beberapa di antara emosi yang muncul akibat pemberitaan Covid-19. Pandemi telah berlangsung lebih dari satu tahun lamanya dan masih berlangsung hingga waktu yang belum dapat ditentukan. Tanpa mereduksi peran media massa dalam mengawasi pemerintah dalam penanganan Covid-19, tidak ada salahnya jika media massa mulai fokus pada kualitas pelaporan dan tidak hanya semata-mata kuantitas. Informasi yang praktis, komprehensif, sesuai dengan kebutuhan responden yang mudah diakses dan terorganisasi dengan baik, terverifikasi dan mudah dibagikan melalui platform yang populer akan lebih mudah menjangkau dan dijangkau masyarakat. Pandemi dan infodemi telah melanda seluruh pelosok negeri, sehingga, tak hanya penanganan dan kebijakan di tingkat nasional, pemetaan masalah dan kebutuhan informasi di tingkat lokal bahkan komunitas sudah tidak bisa dianggap sebagai masalah yang terlalu kecil bagi *newsroom*, publik, dan pada akhirnya bagi otoritas yang memiliki kuasa atas anggaran dan mandat untuk mengatasi pandemi yang sudah merenggut nyawa puluhan ribu jiwa warga Indonesia.

VI. SIMPULAN

Secara umum, responden memberikan evaluasi yang positif terhadap kualitas pemberitaan Covid-19 di media massa. Namun, rata-rata kepuasan menurun di kelompok usia muda, yaitu Generasi Z (11-25 tahun), yang juga diidentifikasi sebagai kelompok usia yang paling banyak merujuk pada media sosial untuk mencari informasi terkait Covid-19. Ada indikasi bahwa kelompok usia muda ini belum sepenuhnya yakin pada kinerja pers atau bahwa media massa telah memenuhi kebutuhan mereka akan informasi terkait Covid-19. Sebaliknya, Generasi Baby Boomers (57-75 tahun) merupakan kelompok usia yang menunjukkan respons paling positif terhadap kinerja pers dalam melaporkan Covid-19.

Secara umum, responden menunjukkan respons positif saat mengevaluasi kinerja pers sebagai komunikator kesehatan publik dan dalam melaporkan Covid-19. Di antara kriteria yang digunakan untuk mengukur kinerja pers dalam peliputan dan pelaporan Covid-19 termasuk mengutip sumber-sumber terpercaya, seperti otoritas kesehatan baik di tingkat nasional maupun internasional sehingga turut berkontribusi bagi upaya melawan penyebaran misinformasi dan disinformasi. Kriteria lain termasuk memisahkan pernyataan politik dan pernyataan ilmiah, dan menampilkan imaji berupa foto atau visualisasi data dengan akurat terkait Covid-19.

Media sosial masih menjadi medium yang populer di antara responden, terutama responden di kelompok usia muda (Generasi Z). Media sosial menjadi pilihan paling populer baik sebagai rujukan pertama untuk mendapatkan informasi tentang Covid-19 maupun sebagai rujukan untuk mencari informasi tambahan. Meski asumsi ideal beranggapan bahwa responden akan lebih banyak merujuk pada sumber primer atau media massa konvensional untuk memverifikasi informasi, namun temuan survei ini tidak cukup kuat untuk menyimpulkan bahwa literasi media responden belum cukup baik. Hal ini terkait dengan keterbatasan penelitian yang tidak menggambarkan secara lebih jauh perilaku responden saat berselancar mencari informasi di media sosial. Satu hal yang dapat disimpulkan adalah bahwa media sosial merupakan platform media massa yang paling populer, terutama di kalangan kelompok usia muda, dan berpeluang menjadi platform paling efektif bagi media massa arus utama dan otoritas kesehatan untuk mengomunikasikan informasi resmi dan berita terkait Covid-19.

Platform media sosial berjejaring yang paling populer di dunia, termasuk Facebook, Instagram, YouTube, Google dan Line Today, termasuk dalam 20 besar nama “media” yang dirujuk responden. Temuan ini menunjukkan bahwa terminologi “media” tidak lagi diasosiasikan secara eksklusif dengan organisasi pers dalam konteks pemberitaan Covid-19.

Mayoritas responden membatasi diri dalam mengonsumsi pemberitaan Covid-19 per hari, baik dalam hal durasi maupun jumlah artikel yang dibaca. Namun temuan ini tidak dapat dikaitkan secara langsung dengan tingkat kepuasan responden terhadap kualitas pemberitaan tentang Covid-19 di media massa. Artinya, kita tidak dapat menarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan responden terhadap kualitas pemberitaan Covid-19 di media massa membuat mereka membatasi jumlah atau waktu yang digunakan untuk mengonsumsi berita tersebut.

Secara umum, pemberitaan media massa tentang Covid-19 memiliki dampak positif terhadap perubahan perilaku responden, yang mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat dan higienis. Responden juga mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari untuk mencegah kontak langsung dengan banyak orang. Kelompok usia muda, merupakan kelompok yang paling adaptif dibandingkan kelompok usia lainnya--paling banyak mengadopsi teknologi dan tidak menunjukkan reaksi emosi tinggi seperti cemas dan marah sebanyak responden dari kelompok usia lainnya. Sebaliknya, responden dari kelompok lansia (Generasi Baby Boomers), menjadi kelompok yang menunjukkan reaksi emosi tinggi (cemas dan marah) terbanyak.

Responden menilai bahwa media massa di Indonesia berhasil menjalankan fungsi komunikasi kesehatan masyarakat dan edukasi publik selama pandemi Covid-19.

Dilihat dari pengaruh pemberitaan terhadap psikologi seseorang, responden menilai bahwa pemberitaan media membuat letih, sedih dan kecewa. Jika dihubungkan dengan pendapat terbuka dari responden, mereka mengharapkan agar media lebih aktif memberi solusi praktis dalam pemberitaan seputar Covid-19 dan vaksinasi.

VII. REKOMENDASI

Mengingat masyarakat sudah jenuh dengan pemberitaan Covid-19, Dewan Pers dapat mendorong media agar mempraktikkan jurnalisme solusi dan memberitakan praktik terbaik terkait penanganan Covid-19 (misalnya cerita dari daerah yang dapat mempertahankan status hijau), memunculkan optimisme dalam berita, sebab sebagian dari responden merasa lelah dengan pemberitaan yang sudah ada.

Perlu survei lanjutan untuk mengetahui perilaku responden saat berselancar mencari informasi di media sosial. Survei lanjutan juga bisa fokus ke generasi termuda yang paling aktif mencari rujukan di media sosial untuk mengukur literasi media, misalnya bagaimana mereka membedakan informasi, misinformasi, disinformasi, bagaimana mereka melakukan verifikasi (penelitian dapat membandingkan antargenerasi). Penelitian dapat dikembangkan soal literasi media publik digital untuk mengukur sejauh mana pemahaman publik terkait efektivitas pemberitaan.

BIBLIOGRAFI

Anwar, Ayesha, Meryem Malik, Vaseeza Raees, and Anjum Anwar, "Role of Mass Media and Public Health Communications in the Covid-19 Pandemic," *Cureus* 12, no.9 (Sept, 2020).

APEC Secretariat, "Multilateralism in the Era of COVID-19: Perception Survey – Post-2020 APEC," Juni 2021, diakses pada 13 Juli 2021 https://www.apec.org/Publications/2021/06/Multilateralism-in-the-Era-of-COVID-19

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. "Laporan Survei Internet APJII 2019-2020" https://www.apjii.or.id/ diakses 29 Juni

Baker, Reg, J. Michael Brick, Nancy A. Bates, Mike Battaglia, Mick P. Couper, Jill A. Dever, Krista J. Gile, and Roger Tourangeau. "Summary Report of the AAPOR Task Force on Non-probability Sampling." *Journal of Survey Statistics and Methodology*, Vol 1, Issue 2, November 2013: 90–143, https://doi.org/10.1093/jssam/smt008 diakses 7 Juli 2021

Etikan, Ilker, Sulaiman Abubakar Musa, Rukayya Sunusi Alkassim. "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling." *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, Vol. 5, No. 1 (2016): 1-4, doi: 10.11648/j.ajtas.20160501.11 diakses 7 Juli 2021

Infid. "Survei persepsi CSO atas program pemerintah dalam penanganan Covid-19." diakses 29 Juni 2021 https://www.infid.org/publication/read/Hasil-Survei-Warga-dan-OMS.

International Media Support. "Covid-19 Reporting Guidelines." diakses 29 Juni 2021, https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2020/04/IMS-Covid-19-Reporting-Guidelines-V1.pdf.

Kemp, Simon. "Digital 2121: Indonesia." *Datareportal*, diakses 29 Juni 2021, https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia.

Mashabi, Sania. "Transparansi data penanganan Covid-19 di Indonesia masih jadi persoalan." *kompas.com*, 8 April 2021, diakses pada 14 Juli 2021, https://nasional.kompas.com/read/2021/04/08/14562041/transparansi-data-penanganan-covid-19-di-indonesia-masih-jadi-persoalan?page=all

Mufarida, Binti. “Kominfo mencatat sebanyak 1.028 hoaks tersebar terkait Covid-19.” *Sindonews*, 12 Agustus 2020, diakses 29 Juni 2021 https://nasional.sindonews.com/read/131216/15/kominfo-mencatat-sebanyak-1028-hoaks-tersebar-terkait-covid-19-1597219726.

Newman, Nic. “Digital News Report 2020.” *Reuters Institute for the Study of Journalism*, diakses 29 Juni 2021 https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/.

Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andı, Craig T. Robertson, dan Rasmus Kleis Nielsen, “Digital News Report 2021,” Reuters Institute for the Study of Journalism, diakses 29 Juni 2021 https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021.

Statista. “Coronavirus: Impact on news consumption worldwide.” Diakses 29 Juni 2021 https://www.statista.com/study/75012/global-media-consumption-and-the-coronavirus/.

Tapsell, Ross. *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution* (London and New York: Rowman & Littlefield, 2017)

Tapsell, Ross dan Sita Dewi. “The rise of local news on Instagram, and what it means for Indonesia’s democracy.” Remotivi, 30 Juni 2021. Diakses pada 13 Juli 2021, https://www.remotivi.or.id/amatan/690/the-rise-of-local-news-on-instagram-and-what-it-means-for-indonesias-democracy?fbclid=IwAR23iDu1va2WYpJi0hFmLIfKoQ3HwLi0TkSiYtDueI_PthFPp91CsnXsy5c

Vehovar, Vasja, Vera Toepoel, dan Stephanie Steinmetz. "Non-probability sampling." *The Sage handbook of survey methods* (2016): 329-345, diakses 7 Juli 2021.

WHO. “Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation**.”** Diakses 29 Juni 2021. https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation

Yuniar, Resty Woro. “US doctor becomes Twitter celebrity in Indonesia for Covid advice.” *South China Morning Post*, 7 Juli 2021. Diakses pada 13 Juli 2021. https://www.scmp.com/week-asia/people/article/3140074/us-doctor-becomes-twitter-celebrity-indonesia-covid-19-advice

LAMPIRAN

DEMOGRAFIS

Gender

No	Gender	Respondents	Percentage
1	Male	624	55,76%
2	Female	495	44,24%
TOTAL		**1119**	**100,00%**

Usia

No	Age	Respondents	Percentage
1	< 16	6	0,54%
2	16-19	96	8,58%
3	20-25	340	30,38%
4	26-29	144	12,87%
5	30-35	156	13,94%
6	36-39	73	6,52%
7	40-45	192	17,16%
8	> 45	112	10,01%
TOTAL		**1119**	**100,00%**

Usia berdasarkan Generasi

No	Generation	Respondents	Percentage
1	BB (Baby Boomer)	43	3.84%
2	X	90	8.04%
3	Y (Millenial)	544	48.61%
4	Z	442	39.50%
TOTAL		**1119**	**100.00%**

Domisili (provinsi)

No	Province	Respondents	Percentage
1	Banten	19	1,70%
2	Jawa Barat	67	5,99%
3	DKI Jakarta	241	21,54%
4	Jawa Tengah	94	8,40%
5	DI Yogyakarta	19	1,70%
6	Jawa Timur	158	14,12%
7	Aceh	15	1,34%
8	Sumatera Utara	79	7,06%
9	Sumatera Barat	18	1,61%

10	Riau	22	1,97%
11	Jambi	3	0,27%
12	Sumatera Selatan	47	4,20%
13	Bengkulu	4	0,36%
14	Lampung	25	2,23%
15	Kepulauan Bangka Belitung	2	0,18%
16	Kepulauan Riau	6	0,54%
17	Kalimantan Barat	12	1,07%
18	Kalimantan Tengah	8	0,71%
19	Kalimantan Selatan	23	2,06%
20	Kalimantan Timur	26	2,32%
21	Sulawesi Utara	12	1,07%
22	Sulawesi Tengah	10	0,89%
23	Sulawesi Selatan	88	7,86%
24	Sulawesi Tenggara	9	0,80%
25	Gorontalo	16	1,43%
26	Sulawesi Barat	1	0,09%
27	Bali	37	3,31%
28	Nusa Tenggara Timur	9	0,80%
29	Nusa Tenggara Barat	14	1,25%
30	Maluku	14	1,25%
31	Maluku Utara	6	0,54%
32	Papua	4	0,36%
33	Papua Barat	7	0,63%
34	Kalimantan Utara	4	0,36%
TOTAL		**1119**	**100,00%**

Kelompok kepulauan

No	Kelompok Pulau	Respondents	Percentage
1	Sumatera	221	19.75%
2	Jawa	598	53.44%
3	Kalimantan	73	6.52%
4	Sulawesi	136	12.15%
5	Nusa Tenggara	60	5.36%
6	Maluku	20	1.79%
7	Papua	11	0.98%
TOTAL		**1119**	**100.00%**

Tingkat Pendidikan

No	Education	Respondents	Percentage
1	SD / Elementary	24	2,14%
2	SMP / Junior High	77	6,88%
3	SMA/K / High School	631	56,39%
4	D1 / Diploma 1 Year	18	1,61%
5	D2 / Diploma 2 Year	4	0,36%
6	D3 / Diploma 3 Year	61	5,45%
7	S1 / Bachelor	277	24,75%
8	S2 / Master	18	1,61%
9	S3 / Doctoral	1	0,09%
10	Others	8	0,71%
TOTAL		**1119**	**100,00%**

ANALISIS DARI JAWABAN RESPONDEN ATAS PERTANYAAN Q1 - Q16

Q1 Pengeluaran responden rata-rata dalam sebulan yang digunakan untuk keperluan konsumsi pribadi

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q1 (Single Answer): Berapa pengeluaran Anda dalam sebulan (rata-rata) yang anda gunakan untuk keperluan konsumsi Anda pribadi?	All	BB (%) n=43	X (%) n=90	Y (%) n=544	Z (%) n=442
<= 250,000	9,7	7	5,6	5,7	15,8
250.001 - 500.000	18,7	25,6	15,6	12,9	25,8
500.001 - 1.000.000	21	11,6	22,2	18,9	24,2
1.000.001 - 1.500.000	15,5	11,6	18,9	16,4	14
1.500.001 - 2.000.000	12,9	7	14,4	16,5	8,6
2.000.001 - 2.500.000	8	18,6	4,4	10,5	4,8
2.500.001 - 3.000.000	5,3	7	4,4	7,7	2,3
>3.000.000	8,9	11,6	14,4	11,4	4,5
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Q2 Media yang pertama dipilih responden untuk mencari informasi awal seputar COVID-19

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

2. Media apa yang pertama Anda pilih untuk mencari informasi awal seputar COVID-19?	All	BB (%) n=43	X (%) n=90	Y (%) n=544	Z (%) n=442
Media Cetak	2,3	2,3	3,3	2,4	2,0
Radio	0,5	0	1,1	0,6	0,5
Televisi	24,8	37,2	28,9	26,8	20,4
Media online (website berita/portal berita)	26	32,6	28,9	26,7	24
News Aggregator (Pembaca umpan: seperti Line Today, BaBe, GoNews, dll.)	1,4	0	1,1	0,6	2,7
Media sosial (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, dll.)	32,4	14	18,9	30,9	38,9
Forum daring (Kaskus, Kompasiana, Indowebster, dll)	0,3	0	0	0	0,7
Situs resmi pemerintah (Covid19.go.id, PeduliLindungi, Situs WHO, dll)	12,2	14	17,8	12,1	10,9
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Q3 (Multiple Answer) Media yang dipilih responden untuk mendapatkan informasi tambahan (follow up) terkait COVID-19.

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q3 (Multiple Answer): Media apa yang Anda gunakan untuk <u>mendapatkan informasi tambahan (follow up) terkait COVID-19</u>?	All	BB (%) n=43	X (%) n=90	Y (%) n=544	Z (%) n=442
Media Cetak	14,8	18,6	17,8	16,2	12,2
Radio	8,2	11,6	11,1	9,4	5,9
Televisi	41	48,8	43,3	41	39,8
Media online (website berita/portal berita)	44,1	51,2	46,7	42,8	44,3
News Aggregator (Pembaca umpan: seperti Line Today, BaBe, GoNews, dll.)	13,9	11,6	14,4	14	13,8
Media sosial (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, TikTok, dll.)	54,6	39,5	47,8	55	57
Forum online (Kaskus, Kompasiana, Indowebster, dll)	14,4	14	21,1	14	13,6
Situs resmi pemerintah (Covid19.go.id, PeduliLindungi, Situs WHO, dll)	36,1	20,9	38,9	38,1	34,6
Total	**227,1**	**216,3**	**241,1**	**230,3**	**221,3**

Q4 (Single Answer) Durasi responden mengakses berita tentang COVID-19 dalam satu hari (satuan jam).

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q4 (Single Answer): Seberapa lama Anda mengakses berita tentang COVID-19 dalam satu hari (satuan jam)?	All	BB (%) n=43	X (%) n=90	Y (%) n=544	Z (%) n=442
<1 jam	61,2	58,1	58,9	60,7	62,7
1-2 jam	28,4	34,9	31,1	29,2	26,2
2-3 jam	5,1	2,3	4,4	4,2	6,6
3-4 jam	1,4	0	2,2	1,5	1,4
>4 jam	3,8	4,7	3,3	4,4	3,2
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Q5 (Single Answer) Banyak artikel yang responden baca tentang COVID-19 dalam satu hari (dalam %).

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q5 (Single Answer): Seberapa banyak artikel yang Anda baca tentang COVID-19 dalam satu hari? (dalam %)	All	BB (%) n=43	X (%) n=90	Y (%) n=544	Z (%) n=442
1-2 artikel	52,3	53,5	45,6	52,9	52,7
3-4 artikel	30,1	34,9	30	27,9	32,4
5-6 artikel	10,2	4,7	15,6	11	8,6
7-8 artikel	2,6	2,3	4,4	2,8	2
>9 artikel	4,8	4,7	4,4	5,3	4,3
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Q6 Nama media yang menjadi sumber rujukan utama responden berkaitan dengan COVID-19 (nama media: meliputi media cetak, elektronik, digital)

Media	Total
Kompas	146
Detik.com	138
Facebook	67
Kompas.com	66
Tribun (Tribun Timur, Tribun Jakarta, Tribun, Tribun.com)	66
CNN Indonesia	65
Instagram	58
Youtube	58
TV One	29
Kompas TV	24
Google	23
Twitter	19
metro tv	18
Kemenkes	17
satgas covid	17
Kumparan	15
covid19.go.id	14
Line today	14
Tempo	13
CNBC	12
Sindonews	12
rcti	11
liputan6.com	10
Babe	8
who	8
Kaskus	7
okezone	7
Tiktok	6
Trans	6
Vivanews	6
Antara	5

Jawapos	5
Republika	5
Media Indonesia	4
mnc	4
idn times	3
Lambe Turah	3
radar	3
suara surabaya	3
antv	2
merdeka.com	2
narasi	2
suara.com	2
Banjarmasin post	1
bbc indonesia	1
Kalteng pos	1
Lombok Post	1
Solo pos	1
tirto	1

Q7 (Single Answer): Perubahan perilaku responden akibat pemberitaan media media massa terkait COVID-19

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q7 (Single Answer): Pemberitaan media massa terkait COVID-19 membuat saya (perubahan perilaku)	All	BB (%) n=43	X (%) n=90	Y (%) n=544	Z (%) n=442
Mengadopsi gaya hidup sehat dan higienis.	58,7	65,1	60	60,3	55,9
Mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas untuk hindari kontak langsung.	21,4	18,6	21,1	19,1	24,7
Membeli barang sesuai kebutuhan, hidup lebih sederhana.	12,6	14	12,2	13,1	12
Bepergian untuk mengatasi kebosanan	1,4	0	0	1,3	2
Tidak ada perubahan perilaku	5,8	2,3	6,7	6,3	5,4
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Q8 (Single Answer): Dampak afektif pemberitaan media massa terkait COVID-19 terhadap responden

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q8 (Single Answer): Pemberitaan media massa terkait COVID-19 membuat saya (dampak afektif)	All	BB(%) n=43	X(%) n=90	Y(%) n=544	Z(%) n=442
High Arousal Emotions (Cemas, Marah)	22,3	32,6	27,8	22,8	19,7
Low Arousal Emotions (Rindu Kampung Halaman, Sedih, Kesepian, Letih, Kecewa)	55	37,2	44,4	54,6	59,5
Tidak Merasakan Apapun	22,6	30,2	27,8	22,6	20,8
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Q9 (Single Answer): Pendapat responden tentang pemberitaan COVID-19 di media massa

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q9 (Single Answer): Apa pendapat anda tentang pemberitaan COVID-19 di media massa?	All	BB (%) n=43	X (%) n=90	Y (%) n=544	Z (%) n=442
Pemberitaan media adalah gambaran realitas yang sebenarnya	20,3	32,6	25,6	21,3	16,7
Ada perbedaan antara realita dengan yang diberitakan	21,4	27,9	18,9	19,3	23,8
Berdasarkan berita dapat membayangkan realita, namun tidak tahu/ tidak dapat memastikan kondisi yang sebenarnya terjadi	42,6	30,2	46,7	43,6	41,9
Media hanya membesar-besarkan COVID-19	10,1	0	4,4	9,6	12,9
Pemberitaan yang dilakukan media membuat lelah	5,6	9,3	4,4	6,3	4,8
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

Q10 (Scale): Media memberikan informasi terkait COVID-19 sesuai kebutuhan responden.

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q10 (Scale): Media memberikan informasi terkait COVID-19 sesuai kebutuhan saya (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,6	3,8	3,8	3,6	3,4
Median	4	4	4	4	3
Modus	4	4	4	4	3

Distribusi jawaban responden berdsarkan generasi (%)	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	6,5	6,3	32,5	33,8	20,8	0
BB	4,7	4,7	23,3	37,2	30,2	0
X	1,1	7,8	30,0	31,1	30,0	0
Y	6,1	6,6	30,3	33,5	23,5	0
Z	8,4	5,9	36,7	34,4	14,7	0

Q11. Informasi terkait COVID-19 yang dibutuhkan responden

Kata	Total
Vaksin	192
Jumlah	132

Informasi	91
Lokasi	85
Penyebaran	48
Pencegahan	45
Kasus	44
Penanganan	42
Berita	38
Obat	38
Mudik	30
Penularan	22
Angka	21
Zona Merah	19
Masker	17
Rumah Sakit	17
Gejala	17
Akurat	16
Transparansi	12
Dana	10
Mutasi	10
Protokol Kesehatan	9
Jaga jarak	9
Larangan	9
Tes	9
Varian	8
Dampak Ekonomi	7
Bahaya	6
Fakta	6
Kebijakan	4
Cuci tangan	4
Kerumunan	2
Korupsi	1

Q12(Scale)_1 : Media mengutip sumber terpercaya (WHO/ Gugus tugas COVID-19 RI) dalam pemberitaan terkait perkembangan COVID-19

Responden (n)	
Z	442
Y	544
X	90
BB	43
Total	1119

Generation (age)	2021	Youngest	Oldest
Z	1996-2010	11	25
Y	1977-1995	26	44
X	1965-1976	45	56
BB	1946-1964	57	75

Q12(Scale)_1 : Media mengutip sumber terpercaya (WHO/ Gugus tugas COVID-19 RI) dalam pemberitaan terkait perkembangan COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,8	4,2	3,9	3,8	3,7
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	3,3	2,1	26,8	48,8	19	100
BB	0	0	9,3	62,8	27,9	100
X	0	1,1	24,5	61,1	13,3	100
Y	3,9	1,6	27,6	46,1	20,8	100
Z	3,6	3,1	28,1	48,2	17	100

Q12(Scale)_2 : Media menjembatani/ menghubungkan publik yang membutuhkan informasi terkait COVID-19 ke sumber terpercaya (pemerintah lokal/ nasional/ instansi yang ditunjuk/ satuan tugas penanggulangan COVID-19)
(1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q12(Scale)_2 : Media menjembatani/ menghubungkan publik yang membutuhkan informasi terkait COVID-19 ke sumber terpercaya (pemerintah lokal/ nasional/ instansi yang ditunjuk/ satuan tugas penanggulangan COVID-19) (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,8	3,9	3,9	3,8	3,7
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	2,4	2,1	26,9	50,7	17,9	100
BB	0	2,3	14	55,8	27,9	100
X	2,2	0	21,1	61,1	15,6	100
Y	2,4	1,4	26,5	50,9	18,8	100
Z	2,7	3,1	29,9	47,8	16,5	100

Q12(Scale)_3 : Media ikut memerangi informasi yang salah (mal-, dis-, misinformasi) terkait COVID-19

Q12(Scale)_3 : Media ikut memerangi informasi yang salah (mal-, dis-, misinformasi) terkait COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,6	3,9	3,9	3,8	3,7
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	4,2	6,6	30,1	38,7	20,4	100
BB	0	7	7	53,4	32,6	100
X	0	5,6	24,4	52,2	17,8	100
Y	4,4	5	29,8	38,9	21,9	100
Z	5,2	8,8	33,9	34,2	17,9	100

Q12(Scale)_4 : Media telah ikut aktif untuk TIDAK mengiklankan produk kesehatan tertentu yang belum teruji mengatasi COVID-19

Q12(Scale)_4 : Media telah ikut aktif untuk TIDAK mengiklankan produk kesehatan tertentu yang belum teruji mengatasi COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,6	3,9	3,6	3,7	3,5
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	3,6	7,1	31,9	39,4	18.0	100
BB	2,3	9,3	11,6	51,2	25,6	100
X	4,4	8,9	26,7	44,4	15,6	100
Y	2,6	5,5	32,9	38,8	20,2	100
Z	4,8	8,4	33,7	38	15,1	100

Q12(Scale)_5 : Media massa memisahkan dan mengkategorikan dengan tepat pernyataan ilmiah dan politik

Q12(Scale)_5 : Media massa memisahkan dan mengkategorikan dengan tepat pernyataan ilmiah dan politik (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,6	3,9	3,6	3,6	3,5
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	3

Distribusi jawaban responden berdsarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	2,9	7,7	35	38,9	15,5	100
BB	0	9,3	16,3	46,5	27,9	100
X	1,1	8,9	34,4	44,5	11,1	100
Y	2,8	6,3	35,1	39,3	16,5	100
Z	3,6	9	36,9	36,7	13,8	100

Q12(Scale)_6 : Media massa mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah serta memberikan saran yang berguna demi kepentingan publik terkait penanganan COVID-19
(1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q12(Scale)_6 : Media massa mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah serta memberikan saran yang berguna demi kepentingan publik terkait penanganan COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,8	4,2	3,9	3,8	3,7
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdsarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	2	3,9	30,5	43,7	19,9	100
BB	0	2,3	16,3	44,2	37,2	100
X	0	4,4	23,3	54,5	17,8	100
Y	2,8	2,8	30,9	43,3	20,2	100
Z	1,6	5,4	32,8	41,9	18,3	100

Q12(Scale)_7 : Media berperan aktif mendukung dan menghargai tenaga kerja yang mencoba memerangi COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q12(Scale)_7 : Media berperan aktif mendukung dan menghargai tenaga kerja yang mencoba memerangi COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,9	4,2	4	3,9	3,9
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	1,7	2,3	24,3	49,4	22,3	100
BB	0	4,7	9,3	46,5	39,5	100
X	0	2,2	16,7	58,9	22,2	100
Y	1,9	2,4	25,6	48,2	21,9	100
Z	2	2	25,6	49,3	21,1	100

Q12(Scale)_8 : Media menampilkan imaji berupa foto atau visualisasi data dengan akurat terkait COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q12(Scale)_8 : Media menampilkan imaji berupa foto atau visualisasi data dengan akurat terkait COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,7	4	3,8	3,7	3,7
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	2,7	3,7	31,5	43,4	18,7	100
BB	2,3	0	21	46,5	30,2	100
X	2,2	3,3	27,8	48,9	17,8	100
Y	2,8	3,9	30,9	44,4	18	100
Z	2,7	3,8	34,2	40,7	18,6	100

Q13(Scale)_1 : Media mengkampanyekan 3M (menjaga jarak, menggunakan masker, mencuci tangan) secara terus menerus (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q13(Scale)_1 : Media mengkampanyekan 3M (menjaga jarak, menggunakan masker, mencuci tangan) secara terus menerus (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	4,2	4,5	4,3	4,1	4,1
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	5	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	1,8	0,8	14,7	45,2	37,5	100
BB	0	0	4,7	39,5	55,8	100
X	0	0	8,9	55,5	35,6	100
Y	2	1,1	15,1	45,6	36,2	100
Z	2	0,7	16,5	43,2	37,6	100

Q13(Scale)_2 : Media memberikan informasi yang tepat untuk mengenali, mendiagnosis dan menghadapi gejala COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q13(Scale)_2 : Media memberikan informasi yang tepat untuk mengenali, mendiagnosis dan menghadapi gejala COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	4	4,3	4,1	3,9	4
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	2,1	1,8	20,5	48,3	27,3	100
BB	0	2,3	7	46,5	44,2	100
X	1,1	0	16,7	52,2	30	100
Y	2,6	2	21,7	47,1	26,6	100
Z	2	1,8	21	49,4	25,8	100

Q13(Scale)_3 : Media memberikan informasi terbaru soal perkembangan COVID-19 dan vaksinasi (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q13(Scale)_3 : Media memberikan informasi terbaru soal perkembangan COVID-19 dan vaksinasi (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	4	4,3	4,1	4	4
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	2	1,9	17,3	50,2	28,6	100
BB	0	0	4,6	62,8	32,6	100
X	0	2,2	14,4	55,6	27,8	100
Y	2	1,1	18,4	49,1	29,4	100
Z	2,5	2,9	17,9	49,3	27,4	100

Q14(Scale)_1 : Media TIDAK menampilkan konten (artikel, foto, gambar, video, grafik) yang memprovokasi ketakutan, kepanikan serta stereotip dan stigma tertentu (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q13(Scale)_3 : Media memberikan informasi terbaru soal perkembangan COVID-19 dan vaksinasi (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	4	4,3	4,1	4	4
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	2	1,9	17,3	50,2	28,6	100
BB	0	0	4,6	62,8	32,6	100
X	0	2,2	14,4	55,6	27,8	100
Y	2	1,1	18,4	49,1	29,4	100
Z	2,5	2,9	17,9	49,3	27,4	100

Q14(Scale)_2 : Media mengkampanyekan solidaritas bersama dalam menghadapi COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)

Q14(Scale)_2 : Media mengkampanyekan solidaritas bersama dalam menghadapi COVID-19 (1: Sangat tidak setuju, 5: Sangat setuju)	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	4	4,3	4	4	3,9
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4 dan 5	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
	1	2	3	4	5	
All	1,7	2,3	22,5	46,8	26,7	100
BB	0	0	16,2	41,9	41,9	100
X	1,1	3,3	17,8	50	27,8	100
Y	1,6	1,8	22,1	47,1	27,4	100
Z	2	3.0	24,4	46,4	24,2	100

Q15. Tingkat kepuasan responden dengan kualitas pemberitaan media massa terkait COVID-19

Q15. Seberapa puas Anda dengan kualitas pemberitaan media massa terkait COVID-19? (1: Sangat tidak puas, 5: Sangat puas)"	Seluruh Responden	BB	X	Y	Z
n	1119	43	90	544	442
Mean	3,7	4,07	3,87	3,71	3,56
Median	4	4	4	4	4
Modus	4	4	4	4	4

Distribusi jawaban responden berdasarkan generasi	1	2	3	4	5	Total
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
All	5,8	5,5	27,3	38,1	23,2	100
BB	2,3	2,3	16,3	44,2	34,9	100
X	1,1	7,8	30,0	31,1	30,0	100
Y	6,1	6,6	30,3	33,5	23,5	100
Z	8,4	5,9	36,7	34,4	14,7	100

16. Asosiasi pemberitaan media massa menurut responden

Kata	Total
Informasi	162
Puas	51
Jelas	49
Hiperbola	43
Biasa	42
Akurat	38
Percaya	32
Penting	32
Hoax	26
Update	25
Takut	18
Panik	12
Berlebihan	11
Transparan	11
Sangat Puas	10
Tidak Sesuai Fakta	8
Tidak Akurat	8
Bahaya	7
Aktual	7
Kurang Lengkap	5
Sangat Jelas	5
Positif	5

Bingung	5
Bohong	5
Sangat Bermanfaat	5
Cukup Bagus	4
Banyak Hoax	4
Lelah	4
Ragu	4
Belum Maksimal	3
Stress	3
Cukup Informatif	3
Tidak Puas	2
Kurang Puas	2
Misinformasi	2
Sudah Puas	1
Tidak Terlalu Terpengaruh	1
Tidak Sesuai dengan Kenyataan	1
Bias	1
Tidak Percaya COVID	1