

# Media bina keyakinan rakyat

Beri kesedaran kepada masyarakat selain menyampaikan maklumat dengan tepat

Oleh NORSHAHZURA MAT ZUKI

**M**edia mempunyai peranan besar dalam membina keyakinan masyarakat kepada negara secara keseluruhannya, kata Ketua Pegawai Eksekutif Nu Ideaktiv Sdn Bhd (Nu Ideaktiv), Syamil Fahim Mohamed Fahim.

Menurutnya, media bertanggungjawab membina semula keyakinan masyarakat selepas sesuatu isu berlaku selain menjadi platform penyampai maklumat yang tepat, mendidik dan hiburan kepada masyarakat.

Sebagai contoh, beliau berkata, ketika kerajaan melaksanakan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) akibat penularan koronavirus (Covid-19), kebanyakan media mengadakan



Syamil (kiri), Chang Peng (tengah) dan Gerard pada forum *Jazzing Up With The Media* pada MBEW 2020 di World Trade Centre, Kuala Lumpur, semalam.

kempen untuk memberikan kesedaran kepada masyarakat.

“Di *Sinar Harian*, kita banyak membuat kempen seperti #JanganPutusAsaMalaysia dan sebagainya. Media lain juga telah memainkan peranan penting untuk menyokong usaha kerajaan dengan mengadakan kempen yang menggunakan tanda pagar #kitajagakita #stay-home #staysafe.

“Itu sebenarnya fungsi dan tugas utama kita sebagai media dalam membina keyakinan masyarakat,” katanya.

Beliau berkata demikian

pada forum *Jazzing Up With The Media* sempena Malaysia Business Events Week (MBEW) yang diadakan di Pusat Dagangan Dunia (WTC) Kuala Lumpur semalam.

Forum bertemakan *Rebuilding Confidence* itu dianjurkan dengan inisiatif Malaysia Convention and Exhibition Bureau (MyCEB).

Ia turut disertai oleh Profesor Komunikasi Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, Prof Madya Dr. Chang Peng Kee dan Penerbit Eksekutif BTV,

Gerard Ratnam.

Syamil berkata, ketika pelaksanaan PKP, banyak pemain industri pelancongan yang terjejas justeru media telah membina keyakinan masyarakat terhadap industri berkenaan.

“Apa yang media boleh lakukan ialah menggalakkan aktiviti pelancongan di Malaysia dan memberitahu ia selamat kerana masih ada segelintir masyarakat yang takut untuk melancong.

“Jadi media perlu mengembalikan keyakinan kepada orang ramai agar mereka pergi melancong kerana aktiviti ini akan membantu memakmurkan ekonomi tempatan,” katanya.

Sementara itu, Chang Peng berkata, keyakinan masyarakat bukan sahaja terletak pada platform media baharu pada masa sama turut bergantung kepada kandungan disampaikan.

“Kredibiliti media diyakini tapi orang ramai mahu media tidak menyebarkan berita yang tidak betul.

“Namun, masih ada organisasi media yang memainkan peranan penting memberikan keyakinan kepada masyarakat dengan pengisian masing-masing,” katanya.