



Identifikasi Permasalahan Komunikasi Publik Masyarakat Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19

M. Alfi Rajabi Nasution, Hendrasmo*

Universitas Indonesia, DKI Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 13/8/2022

Revised : 5/11/2022

Published : 20/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 2

Halaman : 85 - 92

Terbitan : **Desember 2022**

ABSTRAK

Menyikapi pandemi Covid-19, diseminasi informasi mengenai Covid-19 menciptakan fenomena pembelahan opini masyarakat Indonesia yang terbagi menjadi dua hal yang masing-masing ingin diprioritaskan, yaitu Kesehatan dan Ekonomi. Kondisi tersebut menciptakan gap yang mengakibatkan program Pemerintah RI dalam penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional (KPC-PEN) menjadi terhambat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan komunikasi publik pada masyarakat akar rumput pada masa Covid-19 guna memberikan suatu perspektif lain bagi Pemerintah RI dalam penanganan Covid-19 dan pemulihan ekonomi nasional. Peneliti menggunakan teori komunikasi publik dan teori propaganda dalam mengungkap permasalahan yang diangkat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan analisis deskriptif. Dengan sumber data yaitu melalui studi kepustakaan dan observasi media mainstream. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa ada 3 faktor yang menyebabkan pembelahan opini tersebut, antara lain masyarakat tidak maksimal dalam mengkonsumsi informasi yang bersifat ilmiah, masifnya penyebaran hoax dan dissenting opinion. Selain itu, dampak faktor-faktor tersebut telah membentuk beberapa kelompok masyarakat, antara lain golongan yang tidak percaya Covid-19, golongan yang menerima adanya Covid-19 namun belum maksimal dalam menerapkan protokol kesehatan dan golongan yang telah beradaptasi dengan Covid-19.

Kata Kunci : Covid-19; Kesehatan; Ekonomi.

ABSTRACT

Responding to the Covid-19 Pandemic, the dissemination of information about Covid-19 created a phenomenon of splitting the opinion of the Indonesian people which was divided into two things that each wanted to prioritize, namely Health and the Economy. This condition created a gap that resulted in the Indonesian Government's program in handling Covid-19 and the national economic recovery (KPC-PEN) being hampered. This study aims to identify public communication problems in grassroots communities during the Covid-19 period in order to provide another perspective for the Government of Indonesia in handling Covid-19 and national economic recovery. The study uses public communication theory and propaganda theory in revealing the issues raised. This study uses qualitative method and descriptive analysis approach. Sources of data obtained through literature studies and observations of mainstream media. The results reveal that there are 3 factors that cause the split of opinion, among others, the community is not optimal in consuming scientific information, the massive spread of hoax and dissenting opinions. In addition, the impact of these factors has formed several community groups, including groups who don't believe in Covid-19, groups who accept the existence of Covid-19 but have not been maximal in implementing health protocols and groups that have adapted to Covid-19.

Keywords : Covid-19; Health; Economy.

© 2022 Jurnal Riset Public Relations Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Virus *Covid-19* atau *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-CoV-2) yang melanda sejumlah negara berdampak buruk pada bidang ekonomi, strategis, kesehatan dan politik di seluruh dunia. Para sejarawan medis menyatakan bahwa pandemi ini bukanlah peristiwa acak (Sanders, 2020). Di Indonesia, kasus *Covid-19* masuk pada 2 Maret 2021 ketika 2 WNI diketahui tertular pasca melakukan kontak dekat dengan Warga Negara Asing. Pemunculan kasus pertama *Covid-19* tersebut diumumkan langsung oleh pejabat tertinggi pemerintah, yaitu Presiden Joko Widodo didampingi Terawan Agus Putranto (Menteri Kesehatan saat itu).

Di tengah kemajuan era digital, kasus *Covid-19* hingga saat ini menjadi pemberitaan yang mendominasi baik di media elektronik, cetak, maupun *online* (Guo, J., Liu, N., Wu, Y., & Zhang, 2021). Pemberitaan kasus *Covid-19* di berbagai media membahas terkait analisis, kronologis penularan, penyebaran, serta cara pencegahan virus dengan pendekatan saintifik yang utuh dan mencerahkan masyarakat. Pandemi *Covid-19*, telah menguji ketahanan manusia dan juga negara dalam menyikapi situasi krisis. Informasi yang belum jelas dan cenderung menyesatkan dari media sosial justru menjadi pedoman publik. Publik yang selama ini cenderung bingung akan bertindak lebih panik.

Kondisi ini mengakibatkan adanya *over abundance of information* atau tumpah ruahnya informasi yang diperburuk dengan kondisi setiap khalayak yang memiliki *smartphone* dengan kemampuan mereproduksi dan mendistribusikan suatu konten kepada masyarakat umum. Dampaknya, informasi yang dibagikan seringkali tidak terverifikasi kebenarannya dan terjadi pembauran antara fakta dan hoaks.

Dalam berbagai pemberitaan, Pemerintah berupaya agar seluruh masyarakat untuk tetap tenang dan tidak menyikapi pemberitaan negatif. Diperlukan pendekatan integrasi komunikasi, dimana suatu informasi dapat menjadi pencerah jika disintesis menjadi *public knowledge* dengan menyuguhkan sumber informasi yang kredibel. Keseimbangan informasi di era digital ini terutama media sosial berpengaruh pada pembentukan persepsi publik terhadap virus *corona*.

Kesehatan merupakan bagian paling penting sepanjang kehidupan manusia dan menjadi indikator yang menunjukkan kualitas pertumbuhan pembangunan suatu bangsa dalam kaitannya dengan indeks Pembangunan Manusia (IPM) (Nasution, S., Sadono, D., & Wibowo, 2018). Dalam konteks pandemi *Covid-19*, yang terjadi tidak hanya wabah penyakit yang menyebabkan krisis kesehatan semata, namun juga mengakibatkan dampak pada penurunan ekonomi masyarakat. Dampak ekonomi seperti ancaman krisis ekonomi bagi pelaku usaha dan UMKM, krisis sosial akibat kepanikan massal bagi yang terkena PHK hingga krisis informasi dan *panic buying* yang menyebabkan harga meningkat.

Krisis informasi terkait *Covid-19* mengakibatkan kecepatan wabah infodemics yang menyebar lebih cepat dan lebih luas dibandingkan informasi ilmiahnya. Kecurigaan satu sama lain kian meningkat dan tak terhindarkan bersamaan dengan kesimpangsiuran informasi (Sastropoetro, 1990; Severin, Werner J. & James W. Tankard, 2005). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial saat ini menjadi kelompok yang rentan untuk terprovokasi oleh berbagai konten propaganda yang muncul di laman tersebut. Akibatnya banyak diseminasi informasi mengenai *Covid-19* menciptakan fenomena pembelahan opini masyarakat Indonesia yang terbagi menjadi dua hal yang masing-masing ingin diprioritaskan, yaitu Kesehatan dan Ekonomi.

Melakukan kajian pada komunikasi publik masyarakat dan propaganda sangat penting bagi pemerintah dalam menangani krisis pandemi. Ketika krisis terjadi, komunikasi publik akan memengaruhi hal mendasar dalam mengelola risiko, menjaga kesehatan masyarakat dan menjaga kepercayaan warga. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi diseminasi informasi mengenai *Covid-19* yang menciptakan gap, sehingga program Pemerintah RI dalam penanganan *Covid-19* dan pemulihan ekonomi nasional (KPC-PEN) menjadi terhambat.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan membahas terkait identifikasi permasalahan komunikasi publik masyarakat Indonesia pada masa pandemi *Covid-19* dengan melihat pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan komunikasi publik pada masyarakat akar rumput pada masa *Covid-19* guna memberikan perspektif lain bagi Pemerintah RI dalam penanganan *Covid-19* dan pemulihan ekonomi nasional.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong (2013) menjelaskan bahwa metode kualitatif didasarkan pada membangun pandangan mereka yang diteliti dengan rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik, dan rumit. Penelitian ini dipilih karena untuk mengidentifikasi permasalahan komunikasi publik pada masyarakat akar rumput pada masa *Covid-19* guna memberikan perspektif lain bagi Pemerintah Republik Indonesia dalam penanganan *Covid-19* dan pemulihan ekonomi nasional yang tidak mungkin dijangkau dengan rumus-rumus kuantitatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan observasi media mainstream. Sumber-sumber yang sesuai dengan topik pembahasan dikumpulkan lalu dikaji. Seluruh aktivitas pengumpulan data dilakukan secara daring dalam periode 1 – 21 Agustus 2021. Data yang diperoleh pada penelitian ini dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan model analisis deskriptif.

C. Hasil dan Pembahasan

Komunikasi Publik Masyarakat Saat Pandemi *Covid-19*

Komunikasi publik merupakan salah satu fungsi pemerintah yang paling penting dan tidak bisa diabaikan. Entitas pemerintah harus mengkomunikasikan bagaimana sistem pemerintahan berjalan, tentang perubahan hukum/undang-undang, kebijakan publik, diplomasi internasional, isu kesehatan dan keamanan, maupun isu lainnya dengan cara yang efektif dan efisien. Juru bicara tokoh yang kredibel menjadi kunci komunikasi publik. Di awal pandemi, Pemerintah Indonesia belum menunjuk juru bicara tetap untuk menyampaikan informasi. Hal itu berpotensi menyebabkan informasi yang simpang siur yang diberikan dari banyak pihak berkepentingan. Pengumuman kasus pertama dilakukan oleh Presiden Joko Widodo. Pernyataan lanjutan dibuat oleh Menteri Kesehatan Terawan selang beberapa saat. Di hari yang sama, Kepala Staf Kepresidenan Moeldoko juga membuat *statement* yang serupa. Informasi *blunder* tidak terhindarkan karena datang dari banyak sumber. Merespon hal itu, Presiden menunjuk satu juru bicara pemerintah untuk penanganan *Covid-19* agar informasi terpusat, seragam dan hanya berasal dari satu sumber saja.

Di awal pandemi *Covid-19*, terjadi peningkatan arus informasi yang luar biasa yang menyebabkan sistem komunikasi kehilangan keseimbangan. Jaringan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi media massa serta keterikatan manusia pada media massa mengalami lonjakan besar. Di era media baru dan media sosial saat ini, keterikatan manusia tidak hanya sebatas pada media massa, tetapi juga pada jejaring sosial. Untuk itu, pemerintah dapat memperluas komunikasi publik melalui *medium* lain selain media massa yakni *platform* media sosial yang menawarkan beragam fitur dalam memudahkan dalam penyebaran informasi. Media sosial sangat memungkinkan individu atau organisasi memiliki dan mengelola medianya sendiri untuk menyampaikan pesan, terutama di masa krisis.

Tren komunikasi di masa digital menyebabkan adanya komunikasi risiko yang dilakukan oleh komunitas *virtual* ini dibuat dalam bentuk konten-konten yang di post di media sosial *Instagram*. Tren komunikasi risiko didapatkan melalui total respon warganet dalam fitur *Like*, *Comment*, dan *Share* yang tersedia pada *Instagram*. Posting konten dilakukan setiap hari dengan jumlah post minimal satu konten per hari.



Gambar 1. Konten 8 Agustus 2021

Berdasarkan pengamatan konten yang di post selama periode penelitian, respon warganet yang terlihat melalui fitur *like*, *comment*, dan *share Instagram*, menunjukkan grafik yang fluktuatif. Reaksi terbanyak atas post adalah dari fitur *Like*, sementara fitur *comment* dan *share* kurang mendapatkan reaksi warganet. Terdapat satu konten yang mendapatkan reaksi *Like* di post pada tanggal 8 Agustus 2021, konten ini mendapatkan *Like* sebanyak 904 dan mendapatkan komentar sebanyak 192. Konten tersebut menampilkan gambar kartun apa pendapatmu tentang vaksinasi *Covid-19* di Indonesia? Terdapat narasi pendek bersambung dari setiap potongan gambar manga yang diberikan, narasi tersebut adalah “Ceritain yuk di bit.ly/surveivaksinCovid19”. Narasi ini berisi ajakan kepada masyarakat agar dapat memberi penilaian dan saran terhadap pelaksanaan vaksin di Negara Indonesia.

Konten ini dibuat dalam bentuk infografis. Narasi yang disampaikan pada gambar konten ini didasarkan pada kejadian nyata di lapangan ketika banyak berita terkait dampak negatif dari masyarakat yang divaksin dan masih rendahnya capaian vaksinasi di Indonesia. Seperti yang dijelaskan oleh Wicandra kode-kode visual yang terpaparkan dalam infografis memberikan realita objektif berdasarkan fakta yang terjadi (Wicandra, 2006). Infografis memuat mode semiotika melalui teks, warna, dan gambar yang mengandung makna atas pesan yang disampaikan oleh pencipta kepada *audiens*, masyarakat. Setiap penggalan kalimat ditampilkan bersamaan dengan gambar yang menyesuaikan dengan kalimat yang diberikan, sehingga terkesan bahwa kalimat tersebut dikuatkan oleh gambar yang ditampilkan. Menurut Krum, tujuan infografis sama dengan *public speaking*, yaitu menginformasikan, menghibur dan mempersuasi *audiens* sehingga audiens memberikan atensi, menyempatkan untuk membaca, menyimpulkan dan melakukan aksi sesuai apa yang ada di dalam infografis (Krum, 2013). Perlakuan media visual terbukti mampu memberikan efek berupa peningkatan dalam pemahaman informasi, persepsi risiko terhadap pencegahan penyakit, di mana media visual yang paling efektif untuk meningkatkan persepsi risiko dan sikap adalah komik manga. Hal ini juga terlihat dari konten dengan respon tertinggi tersebut di mana terdapatnya penggunaan gambar animasi atau manga dalam infografisnya.



Gambar 2. Konten 12 Agustus 2021

Kemudian, respon warganet atas konten selanjutnya yang mendapatkan persentase *Like* cukup tinggi terjadi pada konten yang di post tanggal 12 Agustus 2021, dengan total *Like* sebanyak 2.028 dan 83 komentar. Konten ini mengenai data kematian pasien *Covid-19* di Indonesia. Konten ini berisi ajakan masyarakat untuk melihat secara langsung angka kematian yang merupakan salah satu indikator penting dalam penanganan *Covid-19*. Pada *slide* kedua menjelaskan data pemakaman DKI menunjukkan bahwa eksekusi kematian DKI selama *pandemic Covid-19* antara 30.45 ribu orang. Hal ini 2,5 – 3,5 x angka kematian *Covid-19* DKI resmi berkisar di angka 13 ribuan. Selanjutnya *slide* ketiga berisi sebuah narasi “Berdasarkan data DKI tadi, kematian *Covid-19* Indonesia benarnya berapa sih?”. Hal ini menunjukkan ajakan kepada masyarakat tanpa menunjukkan maksud dan tujuan yang sebenarnya. Laswell memperkenalkan definisi *propaganda* yang berbeda yaitu *propaganda* dalam arti yang luas adalah teknik memengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi.

Konten pada 12 Agustus 2021, menjelaskan pentingnya bagi masyarakat mengetahui bagaimana kondisi data kematian di Indonesia yang berdasarkan fakta yang ada. Sehingga mengurangi penyebaran hoaks terkait kasus kematian di Indonesia. Selain itu, di *slide* ke empat berisi tentang ajakan masyarakat untuk audit data kematian nasional, sederhanakan sistem pelaporan data kematian, lakukan *test post mortem* dan laporkan data apa adanya. Kontribusi masyarakat diharapkan dapat terjadi dalam bentuk kerja sama yang baik, dan keterbukaan menjadi hal yang krusial. Hal ini pun disadari dan disetujui oleh sebagian masyarakat yang terlihat dari respon *Like* yang cukup banyak diberikan pada konten ini.

Publikasi sosial media saat ini menjadi suatu bentuk strategi komunikasi untuk meningkatkan kesehatan. Menurut Rahmadiana (2012), tidak ada jalan lain menyukseskan kesehatan individu dan masyarakat kecuali dengan memanfaatkan jasa komunikasi, semua analisis dan upaya untuk meningkatkan kualitas hidup manusia harus melibatkan peranan ilmu komunikasi, terutama strategi komunikasi, untuk menyebarluaskan informasi yang dapat memengaruhi baik individu maupun komunitas masyarakat agar dapat membuat keputusan yang tepat sehubungan dengan kesehatan mereka. Hal ini didukung oleh temuan penelitian dari Triyaningsih (2020) yang mengatakan bahwa terutama media sosial menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mendapat informasi mengenai *Virus Corona*, adapun efek media kepada masyarakat menunjukkan *strong effect* bahkan mampu membentuk persepsi masyarakat Pamekasan tentang pencegahan penularan *Virus Corona* kepada individu. Pesan informasi tersebut berisi hal seputar *update* data kasus harian yang terjadi di Indonesia, yaitu jumlah

pasien terkonfirmasi positif, pasien dalam perawatan, pasien yang dinyatakan sembuh, dan juga pasien yang meninggal dunia.

Selain hal tersebut informasi yang diberikan juga berupa himbuan dan informasi mengenai kebijakan yang diberikan oleh pemerintah mengenai pandemi *COVID-19*. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Freberg bahwa komunikasi risiko merupakan aktivitas membangun relasi dan pemahaman bersama dalam rangka untuk terbentuknya kesadaran bersama akan risiko yang akan dihadapi (Freberg, K., Palenchar, M. J., & Veil, 2013).

Polemik Masyarakat dalam Memprioritaskan Permasalahan Ekonomi atau Kesehatan di Tengah Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil survei dari Lembaga Survei Indonesia mengenai prioritas masyarakat antara ekonomi dan kesehatan di tengah pandemi *Covid-19* terbilang cukup berimbang, namun pada bulan Juli 2021 masyarakat lebih memprioritaskan masalah perekonomian dibandingkan dengan kesehatan. Adapun jumlah responden yang ingin pemerintah prioritaskan masalah ekonomi lebih besar (50,7%) dibanding yang ingin masalah kesehatan diprioritaskan hanya 46,2%. Sementara itu, berdasarkan hasil rekap survei LSI, mayoritas responden menganggap *covid-19* sama-sama mengancam terhadap kesehatan (92%) dan ekonomi masyarakat Indonesia (95,8%).

Hal ini menunjukkan bahwa saat ini masyarakat sangat mengkhawatirkan kondisi perekonomiannya dibandingkan dengan peraturan kebijakan pemerintah dalam bidang kesehatan. Namun di sisi lain, Berdasarkan Penelitian dari *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), tentang kebijakan yang tepat guna menanggulangi pandemi *COVID-19* saat ini. Dengan merujuk pada data pandemi *flu* Spanyol dari tahun 1918-1919 di AS, riset tersebut menunjukkan bahwa pada 1918 saat pandemi *flu* melanda AS, kota-kota yang memprioritaskan kesehatan masyarakat daripada ekonomi mengalami pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak.

Presiden RI, Joko Widodo dalam video yang diunggah di akun *Youtube* Sekretariat Presiden pada 2 Oktober 2020 menyatakan sektor ekonomi tidak boleh dikorbankan meskipun pemerintah tetap memprioritaskan kesehatan masyarakat di tengah pandemi *Covid-19* dengan narasi "Memprioritaskan kesehatan bukan berarti mengorbankan ekonomi. Karena jika mengorbankan ekonomi itu, sama saja dengan mengorbankan kehidupan puluhan juta orang," Terkait itu, Jokowi menekankan pentingnya penerapan pembatasan sosial berskala mikro atau *micro-lockdown* ketimbang melakukan *lockdown* di tingkat kota, kabupaten atau provinsi.

Sehingga, dalam hal ini pemerintah Indonesia mengambil kebijakan lebih terarah, spesifik, fokus, tajam untuk mengatasi masalah *Covid* tapi tidak membunuh ekonomi dan kehidupan masyarakat. Saat ini, belum ada negara yang berani mengklaim sudah menemukan solusi yang terbaik. Tiap negara pun memiliki masalah dan penanganan yang berbeda, sehingga harus terus menyesuaikan diri mencari cara terbaik yang paling cocok dengan situasi negaranya.

Komunikasi Pemerintah RI dalam penanganan Covid-19 dan pemulihan Ekonomi Nasional

Pandemi *Covid-19* menuntut Pemerintah Indonesia untuk segera bertindak menghadapi berbagai dampak yang diakibatkan berbagai strategi dan upaya. Penyebaran pandemi *Covid-19* yang sangat cepat, mengakibatkan banyaknya korban jiwa, tidak hanya masyarakat luas tapi juga tenaga kesehatan yang melaksanakan tugas di seluruh wilayah di tanah air. Keberadaan pandemi *Covid-19* juga memengaruhi sektor politik, ekonomi dan hampir seluruh sektor kehidupan termasuk pertahanan.

Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian akan berimbas pada perekonomian. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Agustus ini menyebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada kuartal II 2021 yaitu tumbuh sebesar 7,07% (yoy), tertinggi dalam 16 tahun terakhir. Ini sekaligus mencatatkan rekor pertumbuhan triwulanan tertinggi sejak Krisis *Subprime Mortgage*, bahkan lebih tinggi dari negara *peers*. Pertumbuhan tersebut dicapai pada saat Kasus Aktif *Covid-19* rata-rata selama Triwulan II-2021 yang tercatat mencapai sekitar 113.218 kasus. Hal ini menunjukkan pemulihan ekonomi terus berlanjut dan tingginya angka kepercayaan masyarakat maupun *investor* terhadap Penanganan *Covid-19* dan Pemulihan Ekonomi Nasional (PC-PEN) yang dilakukan Pemerintah. Pertumbuhan ekonomi yang terjadi tersebut ditopang oleh kuatnya pertumbuhan baik dari sisi *demand* maupun *supply*.

Namun, di tengah peningkatan kondisi ekonomi Indonesia banyak tersebut pemberitaan negatif yang tidak sesuai fakta dan keadaan yang ada. Pemberitaan tersebut bersifat berulang dan tidak berdasarkan fakta. Pemberitaan yang salah secara berulang-ulang membuat masyarakat menjadi apatis atas kebijakan pemerintah

yang tidak konsisten. Hal ini berdampak parah terhadap upaya pemerintah melaksanakan sosialisasi kebijakan-kebijakan yang bersifat strategis dan harus mendapat respon positif masyarakat dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu untuk memaksimalkan strategi pemerintah dalam penanganan pandemi *Covid-19* menetapkan strategi satu pintu informasi. Pemerintah pun perlu menerapkan peraturan-peraturan secara konsisten dan adil dengan memberikan *punishment* dan *reward*, yang berlaku secara umum.

Saat ini, masyarakat tidak maksimal dalam mengkonsumsi informasi yang bersifat ilmiah, masifnya penyebaran hoax dan dissenting opinion. Selain itu, dampak faktor-faktor tersebut telah membentuk beberapa kelompok masyarakat, antara lain golongan yang tidak percaya *Covid-19* (Denial), golongan yang menerima adanya *Covid-19* namun belum maksimal dalam menerapkan protokol kesehatan dan golongan yang telah beradaptasi dengan *Covid-19*.

D. Kesimpulan

Covid-19 adalah salah satu ancaman nyata yang dihadapi saat ini, yang telah mengakibatkan adanya korban jiwa, dampak ekonomi yang luas serta dampak sosial. Pandemi *Covid-19* berdampak signifikan terhadap permasalahan sektor kesehatan dan perekonomian di Indonesia. Tak hanya itu, rendahnya tingkat kesadaran masyarakat dalam mematuhi protokol kesehatan juga menjadi masalah serius dalam rangka memutus rantai penyebaran virus *Covid-19*. KawalCOVID19.id merupakan salah satu komunitas sosial yang bertujuan untuk mendiseminasikan informasi yang valid dan akurat seputar virus *COVID-19* di tengah membanjirnya informasi bohong atau hoaks yang terjadi di tengah masyarakat. Hal tersebut sebagai bentuk manifestasi komunikasi risiko yang dilakukan oleh komunitas KawalCOVID19.id dengan cara memberikan informasi, konfirmasi serta klarifikasi melalui konten-konten yang diunggah ke dalam akun Instagram KawalCOVID-19.id.

Berbagai upaya telah dilaksanakan pemerintah dalam mengantisipasi, mengatasi dan menanggulangi dampak yang diakibatkan *Covid-19* tersebut. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat 3 faktor yang menyebabkan pembelahan opini tersebut, antara lain masyarakat tidak maksimal dalam mengkonsumsi informasi yang bersifat ilmiah, masifnya penyebaran *hoax* dan *dissenting opinion*. Selain itu, dampak faktor-faktor tersebut telah membentuk beberapa kelompok masyarakat, antara lain golongan yang tidak percaya *Covid-19* (*Denial*), golongan yang menerima adanya *Covid-19* namun belum maksimal dalam menerapkan protokol kesehatan dan golongan yang telah beradaptasi dengan *Covid-19*.

Daftar Pustaka

- Freberg, K., Palenchar, M. J., & Veil, S. R. (2013). Managing and sharing H1N1 crisis information using social media bookmarking services. *Public Relations Review*, 39(3), 178–184. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.02.007>
- Guo, J., Liu, N., Wu, Y., & Zhang, C. (2021). Why do citizens participate on government social media accounts during crises? A civic voluntarism perspective. *Information & Management*, 58(1). <https://doi.org/103286>
- Krum, R. (2013). *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design* (1st ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif* (20th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S., Sadono, D., & Wibowo, C. T. (2018). Penyuluhan Kesehatan untuk Pencegahan dan Risiko Penyakit DBD dalam Manga dan Infografis. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1).
- Rahmadiana, M. (2012). Komunikasi Kesehatan Sebuah Tinjauan. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 88–94.
- Sanders, K. B. (2020). British government communication during the 2020 COVID-19 pandemic: learning from high reliability organizations. *Communication and Culture*, 5(3), 356–377. <https://doi.org/10.1080/23753234.2020.1824582>
- Sastroptero, S. (1990). *Pendapat Umum dan Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*. Remaja Rosdakarya.

M. Alfi Rajabi Nasution *et al.* *Identifikasi Permasalahan Komunikasi Publik Masyarakat, ...* .

Severin, Werner J. & James W. Tankard, J. (2005). *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa* (5th ed.). Kencana Prenada Media Group.

Triyaningsih, H. (2020). Efek Pemberitaan Media Massa terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan). *Meyarsa Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19105/meyarsa.v1i1.3222>

Wicandra, O. B. (2006). Peran infografis pada media massa cetak. *Jurnal Nirmana*, 8(1), 44–49.