



## Perilaku Pencarian Informasi Covid 19 dan Implikasinya pada Strategi Komunikasi

Puji Rianto<sup>1\*</sup>, Subhan Afifi, Puji Hariyanti

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Sleman, Yogyakarta, 55581

\*Email Korespondensi: [puji.rianto@uii.ac.id](mailto:puji.rianto@uii.ac.id)

Kata kunci:  
Covid 19  
Informasi  
Media terpercaya  
Strategi

### A B S T R A K

Pandemi Covid 19 yang masuk ke Indonesia sejak akhir 2019 atau awal 2020 telah mengalami penurunan secara signifikan dari jumlah penderita. Dalam hal ini, krisis memberikan banyak pelajaran bagi masyarakat dan pengambil kebijakan. Salah satu pelajaran penting adalah bagaimana masyarakat mencari informasi dan bagaimana kebijakan komunikasi pemerintah dirumuskan. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji perilaku pencarian informasi masyarakat selama Pandemi Covid 19, dan bagaimana hal itu berimplikasi pada kebijakan komunikasi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode campuran. Penelitian kuantitatif diselenggarakan melalui survei dan analisis big data, sedangkan penelitian kualitatif dilakukan melalui diskusi kelompok terfokus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang digunakan masyarakat mendapatkan informasi sangat beragam. Media sosial menjadi yang paling banyak digunakan. Namun sayangnya, tingkat kepercayaan terhadap informasi dari media sosial sangat rendah. Televisi menjadi media yang paling dipercaya. Strategi komunikasi seyogianya berpijak pada perilaku masyarakat dalam mencari informasi sehingga komunikasi krisis mengenai Covid 19 dapat dikerjakan dengan baik.

### A B S T R A C T

Keyword:  
Covid 19  
Information  
Trusted media  
Strategy

*The Covid 19 pandemic that entered Indonesia since the end of 2019 or early 2020 has decreased significantly from the number of sufferers. In this regard, the crisis provides many lessons for the community and policy makers. One of the important lessons is how people seek information and how government communication policies are formulated. This research was conducted to examine the behavior of people seeking information during the Covid 19 Pandemic, and how this has implications for communication policies. The research was conducted using mixed methods. Quantitative research is conducted through online surveys and big data analysis, while qualitative research is conducted through focus group discussions. The results showed that the media used by the public to obtain information was very diverse. Social media is the most widely used. But unfortunately, the level of trust in information from social media is very low. Television is the most trusted medium. Communication policies should be based on people's behavior in seeking information so that crisis communication regarding Covid 19 can be carried out properly*

## PENDAHULUAN

Hingga Oktober 2022, menurut data yang disiarkan pemerintah, lebih dari 6 juta orang terkonfirmasi Covid 19 dan sebanyak 158,499 orang di antaranya meninggal dunia (<https://data.covid19.go.id/public/index.html>). Pemerintah memang belum menyatakan secara resmi bahwa pandemi telah berakhir. Namun, dibandingkan 2020 dan 2021, kondisi saat ini telah jauh berbeda. Meskipun kasus baru masih ditemukan, tetapi penambahannya tidak signifikan. Dalam beberapa kesempatan, pemerintah bahkan telah menyatakan transisi dari

pandemi ke endemi (Anisah, 2022). Masyarakat juga telah mulai beraktivitas dengan protokol kesehatan yang lebih longgar. Setidaknya, itu yang mulai terjadi jika kita memasuki tempat-tempat keramaian seperti mall, supermarket, hotel dan pasar-pasar tradisional. Banyak di antaranya sudah tidak menggunakan masker. Meskipun demikian, krisis yang disebabkan oleh pandemi Covid 19 bagaimanapun telah memberikan pelajaran bagi masyarakat dan pemerintahan Indonesia mengenai arti penting manajemen komunikasi krisis yang baik. Banyak pihak

mengkritik kekurang-efektifan komunikasi krisis yang dilakukan pemerintah sehingga mengakibatkan masyarakat kurang percaya terhadap pemerintah (Goeritman, 2021). Komunikasi krisis pemerintah juga dikritik karena lebih didorong untuk mempertahankan otoritas pemerintahan yang kuat dan stabilitas ekonom (Masduki, 2020). Kesulitan itu juga disebabkan oleh kebijakan pemerintah yang berubah dengan cepat seolah pemerintah tidak mengetahui dengan baik masalah yang dihadapi.

Dalam situasi krisis seperti pandemi Covid 19, pelajaran lainnya yang dapat diambil adalah meningkatnya kebutuhan informasi. Krisis senantiasa menciptakan ketidakpastian, dan biasanya meningkatkan kebutuhan informasi. Falcone & Sapienza (2020) mengemukakan bahwa dalam situasi ketidakpastian yang berlangsung terus-menerus maka kebutuhan informasi meningkat. Pencarian informasi itu terutama untuk memahami apa yang sedang terjadi, untuk menilai risiko aktual yang menjadi sasaran kita semua, dan untuk mengetahui kebijakan tingkat komunitas atau strategi kesehatan pribadi. Oleh karena itu, orang pun akhirnya tergerak secara aktif untuk mendapatkan informasi melalui beragam sumber media. Maraknya “karantina wilayah” di daerah-daerah perdesaan dan kota dengan menutup akses jalan dan memasang “spanduk *lockdown*” pada awal-awal pandemi menunjukkan terpaan informasi yang mereka terima, dan bagaimana mereka mencerna pesan-pesan komunikasi tersebut. Akibatnya, seruan untuk tidak *lockdown* justru dijawab secara masif melalui “spanduk *lockdown*”. Ini mengindikasikan bahwa masyarakat secara aktif mencari informasi dan mengolah informasi itu demi menjawab kebutuhan mereka sendiri.

Pesan-pesan komunikasi seringkali tidak seperti yang dibayangkan oleh para penganut model transmisi. Dalam model transmisi, pesan komunikasi dibayangkan seperti paket-paket sehingga dapat dikirimkan dari satu titik ke titik lainnya dalam keadaan sama. Para penganut model ini karenanya membayangkan bahwa setiap pesan komunikasi akan dimaknai dengan cara yang sama. Namun yang seriiing terjadi, pesan hampir tidak pernah dimaknai dalam cara yang sama. Latar belakang individu pada akhirnya menentukan pemaknaan setiap pesan komunikasi. Inilah yang kemudian melahirkan model semiotika (makna) (Fiske, 2007).

Berdasarkan dua pendekatan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi akan efektif-dalam arti meraih tujuan-tujuan yang diharapkan-jika pesan-pesan komunikasi mampu menyesuaikan kebutuhan-kebutuhan dan kebiasaan khalayak. Oleh karena itu, mengetahui perilaku komunikasi menjadi sangat penting agar komunikasi dapat meraih tujuan yang diharapkan. Terlebih, dalam situasi krisis akibat pandemi Covid 19, masyarakat bukan saja dihadapkan pada kebutuhan informasi yang tinggi, tetapi juga banjir informasi karena media-media mainstream membordir mereka dengan berita mengenai Covid 19.

Wilson (Kundu, 2017) mengemukakan bahwa perilaku informasi sebagai “*the totality of human behaviour in relation to sources and channels of information, including both active and passive information-seeking, and information use.*” Johnson (1997) (Robson & Robinson, 2015) mengemukakan adanya empat faktor yang mempengaruhi proses pencarian informasi, yakni demografi, pengalaman dalam wilayah kepentingan, arti penting informasi, dan keyakinan pencari informasi. De Rouck dan Leys (2011) meneliti perilaku informasi orang tua yang anaknya perawatan intensif neonatal. De Rouck dan Leys membagi perilaku informasi orang tua menjadi lima dimensi, yakni cara mendapatkan informasi; sumber informasi antarpribadi; masalah terkait waktu; lokasi transfer informasi; dan isi informasi. Selain itu, De Rouck dan Leys (2011) juga mempertimbangkan perjalanan sakit pasien. Hasilnya menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi dipengaruhi oleh faktor individual dan kelompok serta saluran-saluran yang tersedia. Selain itu, pencarian informasi oleh para orang tua dilakukan untuk melayani tujuan-tujuan yang berbeda, seperti semata untuk mencari informasi atau sebagai bahan pengambilan keputusan.

Pandemi yang disebabkan oleh menyebarnya virus Corona atau yang kemudian dikenal sebagai Covid 19 telah memantik banyak penelitian mengenai perilaku mencari informasi dengan memfokuskan pada kebutuhan informasi (Skarpa & Garoufallou, 2021; Soleymani et al., 2021). Muselli et al (2021) mengkaji perhatian publik atas meluasnya pandemi Covid 19 melalui Google Trends dan Limilia & Pratamawaty (2020) mengkaji peningkatan pencarian informasi selama awal pandemi. Di antara banyak penelitian tersebut, belum ada penelitian yang berusaha menghubungkan perilaku informasi dengan

strategi komunikasi krisis. Padahal, strategi komunikasi krisis akan efektif jika didasarkan pada kemampuan para pengambil kebijakan dalam memahami perilaku informasi masyarakat. Dengan begitu, dapat dirancang komunikasi krisis yang efektif untuk mengatasi meluasnya persebaran penyakit yang disebabkan oleh Covid 19. Penelitian ini dilakukan untuk menutup celah yang ditinggalkan oleh peneliti sebelumnya. Dengan mengkaji perilaku pencarian informasi masyarakat selama pandemi Covid 19 dan implikasinya pada strategi komunikasi krisis, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan berharga bagi pengembangan strategi komunikasi krisis yang efektif di masa datang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan mix method. Data kuantitatif dikumpulkan melalui dua metode, yakni survei dan analisis big data, sedangkan data kualitatif dikumpulkan melalui diskusi kelompok terarah. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dan dikerjakan melalui *online*. Medium yang akan digunakan untuk menyebarkan kuisioner adalah *WhatsApp*, *Line*, *Facebook*, *email*, dan *platform* lainnya yang mungkin. Total responden yang diharapkan mengisi kuisioner adalah 500 responden dengan latar belakang beragam baik dari sisi ekonomi, sosial, dan juga budaya.

Adapun informasi yang akan digali melalui survei adalah jenis-jenis media yang digunakan untuk mendapatkan informasi wabah corona (media lama dan baru, jenis *platform* media (*Twitter*, *Line*, media berita online, *Facebook*, dsb), jenis informasi yang dikonsumsi/dicari (jumlah korban, penyebaran, cara mengatasi persebaran virus, langkah-langkah pemerintah, dst), dan penggunaan informasi dalam media (informasi untuk diri sendiri dan keluarga, terlibat dalam kehidupan sosial, dst). Selain itu, karena media sosial mengindikasikan kemampuan pengguna untuk memproduksi pesan, maka survei juga akan mencari informasi terkait dengan pesan-pesan apa yang diproduksi dan tujuan-tujuan informasi itu diproduksi).

Selain survei, penelitian ini juga akan menganalisis wacana yang berkembang di media sosial *Twitter* dengan aplikasi *drone emprit*. Studi dengan menggunakan analisis big data ini merupakan kelanjutan dari usaha untuk melihat bagaimana informasi digunakan dalam media sosial. Asumsinya, ketika seseorang men-Twitt

dan mere-Twitt sebuah pesan maka ia sedang terlibat dalam penggunaan informasi yang didapatnya dari sumber-sumber yang ada.

Selanjutnya, untuk melihat konteks yang lebih luas atas perilaku pencarian informasi selama awal-awal Pandemi Covid 19, data akan dilengkapi dengan diskusi kelompok terarah. Dalam diskusi ini, digali informasi yang lebih mendalam terhadap perilaku pencarian informasi. Informan yang diundang dalam diskusi kelompok terarah ini adalah Anang Hermawan (UII), Puji Lestari (UPN Yogyakarta), Ni Made Ras Amanda Gelgel (Universitas Udayana), Ismail Fahmi (Universitas Islam Indonesia).

Data kuantitatif dianalisis secara deskriptif yang diambil dari hasil yang telah diolah secara otomatis aplikasi *googleform*, pun dengan data yang berasal dari *Drone Emprit*. Analisis juga bersifat deskriptif setelah memasukkan kata kunci: emosi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku pencarian informasi selama pandemi Covid 19. Perilaku pencarian informasi dilihat dalam dua dimensi, yakni jenis informasi yang dicari dan media yang paling diandalkan untuk mendapatkan informasi tersebut. Selanjutnya, dilihat emosi yang muncul di *Twitter* terkait dengan Covid 19. Oleh karena itu, uraian hasil penelitian ini dibagi ke dalam dua bagian, yakni temuan survei terkait perilaku mencari informasi dan kedua hasil analisis big data *drone Emprit* yang berhubungan dengan perbincangan di *Twitter*. Dari hasil analisis kedua hal tersebut, selanjutnya, dianalisis dampaknya terhadap strategi komunikasi.

### Perilaku Mencari Informasi Selama Pandemi Covid 19

Wilson (Kundu, 2017) mengemukakan bahwa perilaku informasi sebagai “*the totality of human behaviour in relation to sources and channels of information, including both active and passive information-seeking, and information use.*” Berdasarkan kerangka Wilson ini, uraian pada bagian ini akan memaparkan keaktifan responden dalam mencari informasi, media yang digunakan, dan jenis informasi yang dicari.

### *Keaktifan dalam Mencari Informasi Covid 19*

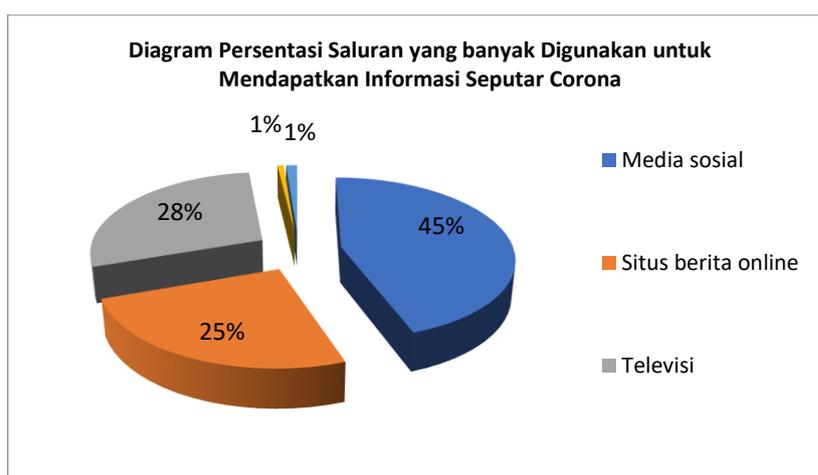
Banyak studi menemukan bahwa krisis mendorong masyarakat untuk lebih aktif mendapatkan informasi. Namun, penelitian ini tampaknya kurang mendukung hasil-hasil penelitian tersebut. Survei menemukan bahwa sebagian besar responden mengatakan jika mereka tidak lebih aktif mencari informasi ketika pandemi. Dari total 557 responden, hanya 21% yang mengatakan bahwa mereka lebih aktif dalam mencari informasi selama Pandemi, dan juga lebih aktif menggunakan media sosial.

Ada dua argumen yang dapat dikemukakan mengapa masyarakat tidak lebih aktif dalam mencari informasi meskipun dihadapkan menyebarnya Covid 19 di Indonesia. Pertama, masyarakat mempunyai banyak alternatif untuk mendapatkan informasi. Meluasnya penggunaan media sosial terutama aplikasi percakapan seperti WhatsApp, informasi

dapat mudah tersebar tanpa pengguna harus aktif mencari informasi. Kedua, meskipun media sosial semakin populer di Indonesia, tetapi media lama tetap mempunyai peran yang sangat penting. Ada sepuluh televisi Jakarta yang melakukan siaran nasional, dan dua di antaranya mengkhususkan pada siaran berita. Ini telah menyediakan informasi yang sangat kaya bagi masyarakat tanpa harus secara aktif mencari informasi.

#### Media Rujukan

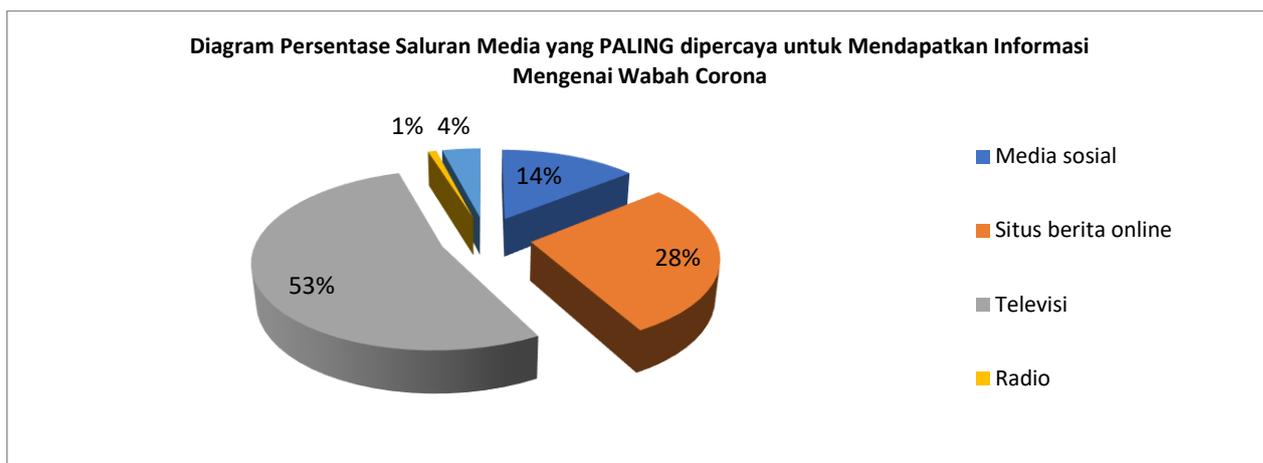
Di antara media yang tersedia, media sosial menjadi media yang paling banyak digunakan oleh responden dalam mendapatkan informasi seputar covid-19, yaitu sebanyak 45%. Disusul oleh media lain, yaitu televisi 28% dan situs berita *online* 25%. Ada juga yang mengakses media seperti radio dan media cetak, tapi persentasenya sangat kecil (gambar 1).



Gambar 1. Media Paling Banyak Digunakan untuk Mendapatkan Informasi Covid 19

Meskipun media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden, tapi hanya 14% responden yang percaya pada informasi yang disampaikan di media sosial. Mayoritas responden, yaitu sebanyak 53% justru lebih percaya pada televisi dan 28% responden mempercayai situs berita online. Data ini menunjukkan bahwa meskipun responden lebih

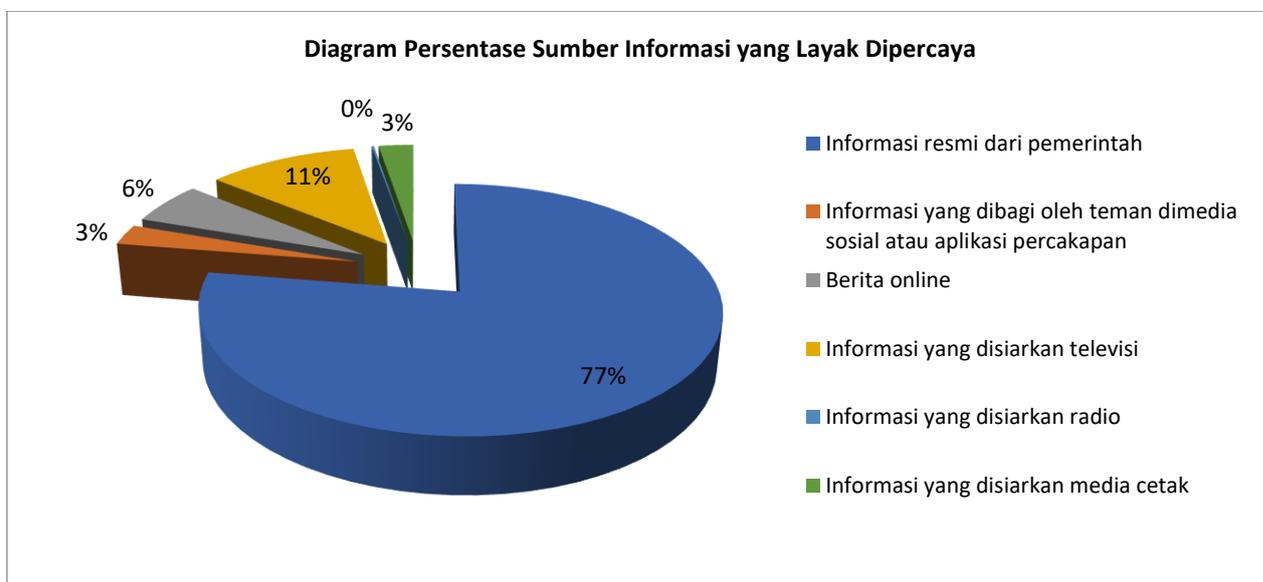
banyak menggunakan media sosial, tetapi justru kepercayaannya paling rendah. Sebaliknya, responden masih lebih percaya media *mainstream*. Temuan ini paradoks karena meskipun mereka tidak begitu percaya atas informasi yang beredar di media sosial, tetapi mereka tetap menggunakannya.



Gambar 2. Media Paling Dipercaya Mendapatkan Informasi Covid 19

Kepercayaan terhadap media mainstream seperti televisi dan berita online, tampaknya berhubungan dengan kredibilitas sumber berita. Responden menganggap bahwa berita televisi sebagai sumber yang jelas sehingga memiliki kredibilitas yang tinggi. Ini juga terjadi pada situs berita online di mana media-media online tersebut menunjukkan keberadaan yang jelas. Argumen ini relevan jika dihubungkan dengan sumber-sumber informasi yang dipercaya oleh responden (gambar 3).

Ini berbeda dengan media sosial di mana sumber-sumber informasi sering kali anonim dan tidak dapat dilacak dengan baik oleh pengguna. Sifat partisipatif media sosial berdasarkan basis *user-- generated content* telah membuka ruang bagi siapapun untuk memproduksi informasi, termasuk informasi palsu (fake news) ataupun berita bohong (hoax). Ini tampaknya disadari dengan baik oleh responden meskipun mereka tidak mau meninggalkannya.

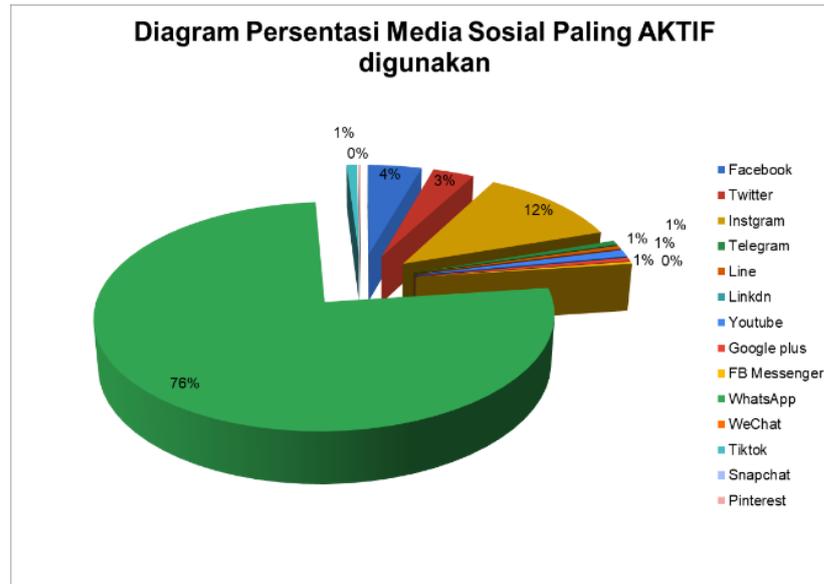


Gambar 3. Media dan Sumber Informasi Paling Dipercaya

*Media Sosial Paling Populer*

Gambar 2 menunjukkan bahwa media sosial menjadi yang paling populer untuk mendapatkan informasi. Jika dianalisis lebih mendalam, maka terlihat bahwa aplikasi

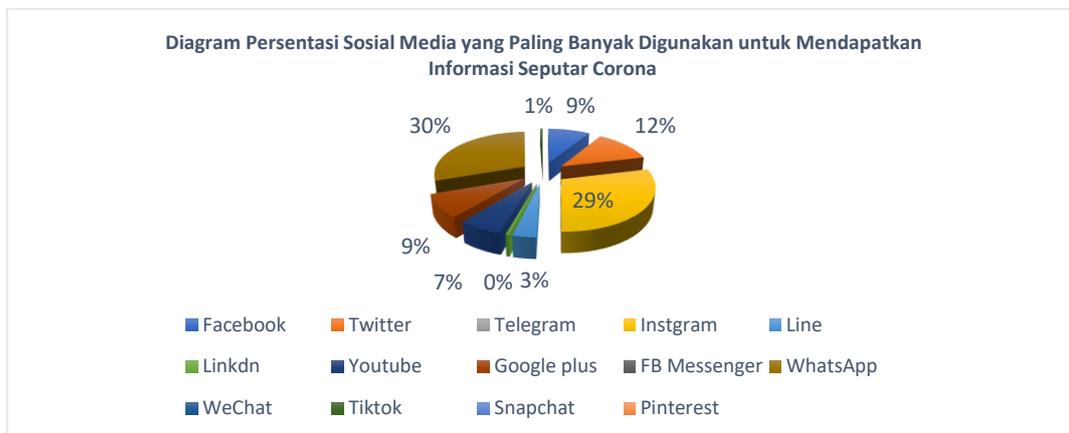
percakapan WhatsApp menjadi yang paling populer dibandingkan lainnya. *WhatsApp* menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan, yakni mencapai 76%, diikuti *Instagram* 12% (gambar 4).



Gambar 4. Media Sosial Paling Banyak Digunakan

Selanjutnya, dari sekian banyak media sosial yang digunakan, *WhatsApp* menjadi media yang paling sering digunakan untuk mencari

informasi seputar Covid-19 (30%) dan *Instagram* (29%) (gambar 4).

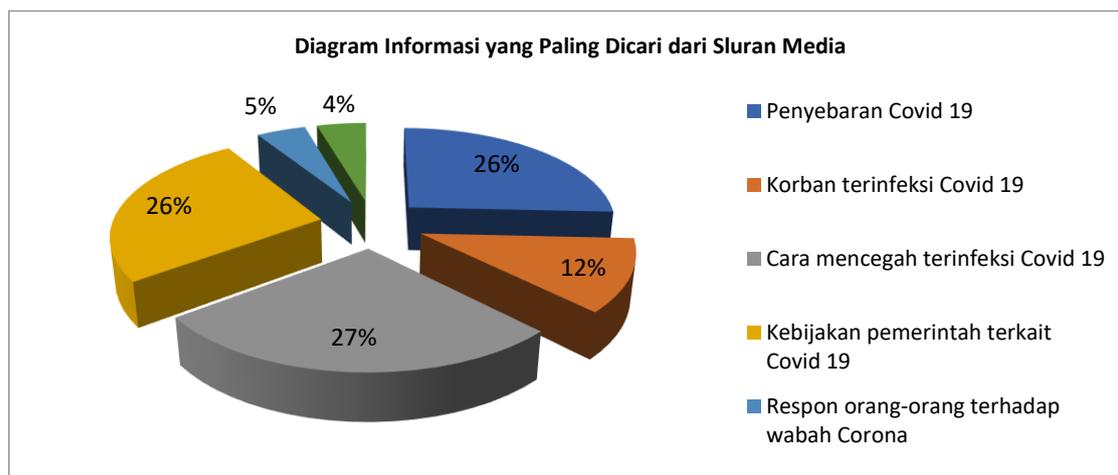


Gambar 5. Media Sosial paling Banyak Digunakan untuk Mencari Informasi Covid 19

#### Jenis Informasi yang Dicari

Adapun informasi yang paling banyak dicari responden adalah informasi mengenai cara mencegah terinfeksi Covid-19, penyebaran covid-19, dan kebijakan pemerintah terkait dengan Covid-19. Cara mencegah Covid 19 (27%) menjadi jenis informasi yang paling banyak dicari, diikuti oleh penyebaran Covid 19 dan kebijakan pemerintah masing-masing (26%). Temuan ini menunjukkan bahwa dalam situasi krisis yang

mengancam kehidupan jutaan orang, kebutuhan akan cara yang dapat digunakan untuk mengatasi penyakit menjadi yang paling dibutuhkan. Informasi semacam ini diharapkan dapat mencegah mereka dari kematian atau setidaknya penularan penyakit. Sayangnya, kuatnya kebutuhan ini telah menimbulkan hoax yang meluas di masyarakat, dan tidak sedikit yang justru menimbulkan kematian (Hasibuan, 2021).



Gambar 6. Informasi Covid 19 paling Dicari

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pandemi Covid 19 telah menimbulkan kecemasan dan ketakutan, dan hal itu memberikan cukup alasan bagi seseorang untuk mencari informasi. Hasil diskusi kelompok terarah menemukan bahwa tujuan seseorang mencari informasi Covid 19 sangat beragam, di antaranya untuk memenuhi kebutuhan informasi yang disesuaikan dengan konteks mereka masing-masing. Faktor-faktor personal, peranan sosial seseorang, dan juga alternatif media yang tersedia juga oleh situasi dan tahapan krisis yang dihadapi mempengaruhi seseorang dalam mencari dan menggunakan informasi. Orang dengan rasa keingintahuan tinggi mengenai Covid 19 akan terus mencari informasi dan bahkan berbagi dengan yang lain, sementara peran-peran sosial membuat seseorang terus memantau informasi guna memenuhi kebutuhan komunitas. Peran juga menyangkut profesi seseorang sehingga seorang dokter, misalnya, mempunyai motif dan kebutuhan informasi yang berbeda dibandingkan dengan guru atau ibu rumah tangga.

Secara makro, konteks adalah pandemi Covid 19 sebagai asal-muasal krisis. Selama sesi FGD, hampir semua peserta menyatakan bahwa pandemi Covid 19 telah menimbulkan kecemasan dan ketakutan karena ancaman. Peserta FGD pertama dengan latar belakang guru mengatakan bahwa pandemi telah menimbulkan kecemasan sehingga harus mencari informasi terus-menerus untuk mengurangi kecemasan tersebut. Hal Ini terefleksi dalam kutipan berikut.

Kita mencari informasi karena rasa ingin tahu. [rasa ingin tahu] Itu menjadi semakin besar ketika ada informasi bahwa virus ini membahayakan, mematikan dan

sebagainya sehingga menimbulkan kecemasan yang tinggi. .... ketika kemudian kita mendengar bahwa di Indonesia juga ada [virus] maka kita mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang apa itu virus ini? Bagaimana bekerjanya? Kita juga berusaha untuk mendapatkan berbagai informasi supaya bisa meningkatkan imunitas dalam tubuh sehingga bisa terhindar dari virus tersebut.

Peserta FGD lain juga mengatakan hal yang kurang lebih sama. Hal ini terungkap dalam ungkapan-ungkapan seperti “saya khawatir”, “efek ketakutan” dan juga “membuat resah”. Berbagai situasi tersebut telah mendorong proses pencarian informasi secara lebih aktif. Data survei juga mengkonfirmasi hal ini. Responden menyatakan bahwa selama pandemi mereka lebih aktif mencari informasi (79%) dan lebih aktif menggunakan media sosial (82%). Adapun media sosial yang paling sering digunakan untuk mencari informasi seputar Covid-19 adalah *WhatsApp* (30%), *Instagram* (29%), dan *Twitter* (12%). *Trend* penggunaan media sosial ini berbanding lurus dengan komposisi responden yang didominasi pelajar dan mahasiswa di mana *Instagram* dan *Twitter* lebih digemari dibandingkan Facebook.

#### *Pandemi dan Tahapan Pandemi*

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pandemi beserta tahapannya sangat menentukan perilaku pencarian informasi. Pada tahap awal krisis, jenis informasi yang paling banyak dicari adalah bagaimana virus menyebar dan bagaimana mengatasinya? Informasi tentang obat dan usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk mencegah

penyebaran virus dilakukan pada awal-awal pandemi. Namun, ketika krisis telah berlangsung dalam jangka lama (delapan bulan sejak pengumuman pemerintah), informasi yang dicari adalah kapan pandemi berakhir.

#### *Faktor Personal*

Situasi pandemi telah menciptakan kebutuhan baru akan informasi. Meskipun demikian, faktor personal ikut mempengaruhi perilaku pencarian informasi. Faktor personal berkaitan dengan kondisi psikologis seseorang. Selama FGD, terungkap bahwa ada orang-orang yang aktif mencari informasi, tapi ada juga yang menyangkal adanya Covid 19 sehingga mengabaikan semua informasi tentang Covid 19. Mereka cenderung pasif. Sebaliknya, orang dengan rasa ingin tahu tinggi akan terdorong untuk mendapatkan informasi secara terus-menerus agar mereka *up to date* terhadap virus.

#### *Peran Sosial*

Konteks lain yang tidak kalah pentingnya adalah peran sosial. Dalam bidang sosiologi, peranan sosial sering dipahami sebagai pola-pola atau norma-norma perilaku yang diharapkan dari seseorang yang menduduki suatu posisi tertentu dalam masyarakat. Peranan karenanya selalu terkait dengan harapan-harapan pihak lain karena posisi yang didudukinya dalam struktur sosial. Peranan sosial ternyata juga menentukan perilaku pencarian informasi. Seorang ibu dan sekaligus guru mempunyai kebutuhan informasi Covid 19 yang berbeda dibandingkan dengan seorang dokter ataupun tokoh masyarakat. Di sini, tampak bahwa peranan yang diambil seseorang tidaklah tunggal, dan setiap peranan menuntut akan kebutuhan informasi tertentu.

Dokter spesialis anak yang menjadi peserta FGD mengatakan bahwa kebutuhannya untuk melakukan edukasi kepada masyarakat terus menuntutnya untuk selalu *up to date* informasi. Menurutnya, dokter dituntut untuk terus-menerus mendapatkan informasi terkait dengan gejala-gejala pasien yang terinfeksi virus. Gejala ini terus

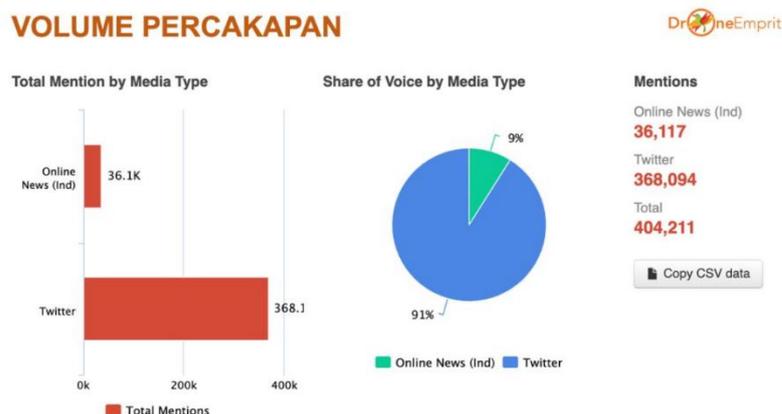
berkembang sejak awal gejala paling umum dikenali sehingga informasi harus terus-menerus di *up date* dari sumber-sumber yang terpercaya. Oleh karena itu, ia senantiasa merujuk pada informasi ilmiah yang dibagi dalam kelompok percakapan profesi dan informasi langsung dalam laman yang disediakan asosiasi profesi menjadi yang paling diandalkan. Di sisi lain, ketika yang dibutuhkan adalah jumlah korban, maka informasi dari pemerintah (gugus tugas) yang paling diandalkan.

#### *Alternatif Media*

Alternatif media menentukan pula pilihan orang terhadap jenis media dan informasi yang digunakan. Pendekatan struktural menyatakan bahwa pilihan-pilihan orang dalam menggunakan media mana yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan ditentukan oleh alternatif media yang ada. Survei pendahuluan dan sesi FGD yang dilakukan selama penelitian ini kiranya mengkonfirmasi bahwa pilihan-pilihan media tidak dapat dilepaskan dari alternatif media yang ada, termasuk dari saluran mana informasi itu diperoleh. Keberadaan media sosial yang tersebar luas memberikan alternatif yang lebih mudah bagi pencari informasi Covid 19 meskipun pada akhirnya dianggap memiliki kredibilitas rendah.

#### **Emosi di Media Sosial *Twitter***

Berdasarkan pemantauan Drone Emprit pada 7-13 Maret 2020, percakapan publik tentang [#Corvid19](#), khususnya terkait pemerintah (daerah dan pusat) sangat tinggi. Pada kurun waktu tersebut diperoleh total percakapan terkait Virus Covid-19 sebanyak 368.094 di *Twitter*, dan 36.117 di media berita online. *Keywords* yang digunakan dalam pemantauan adalah : pemerintah, Indonesia, pemprov, gubernur, wali kota, kabupaten, propinsi Filter yang digunakan data setting adalah: corona, virus, covid 19, covid-19, coronavirus, viruscorona (Fahmi, I. (2016). Gambaran volume percakapan Drone Emprit dapat dilihat pada gambar 7.

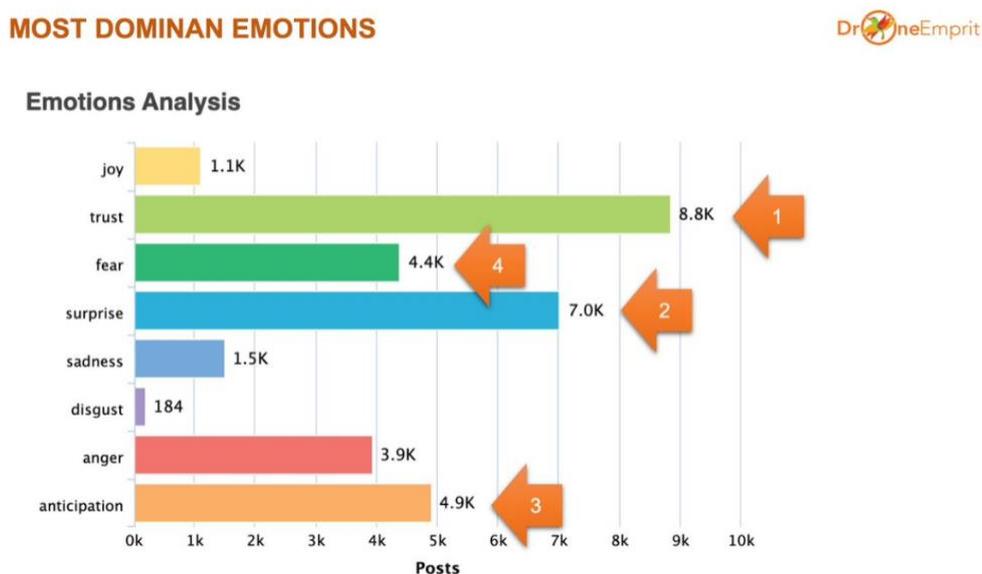


Gambar 7. Volume Percakapan di *Twitter*

Volume percakapan menunjukkan trend meningkat dari hari ke hari dalam periode tersebut, dan mencapai puncaknya pada 13 Maret 2020. Pada periode awal krisis tersebut, perkembangan kasus positif Covid-19 meningkat pesat. Ini, misalnya, dapat dilihat pada salah satu pemberitaan media online, detik.com. Dalam berita online tersebut dikemukakan, “Sehari sebelumnya kasus positif virus Corona berjumlah 34 orang, tapi petang ini jumlah kasus positif Corona di Indonesia melonjak menjadi 69 orang. Ada empat orang di antaranya yang meninggal dunia.” (<https://news.detik.com/berita/d-4938222/data-terbaru-corona-terkait-indonesia-13-maret-2020-pukul-1800-wib>).

Perkembangan tersebut membuat para netizen ramai membicarakannya di *Twitter*, termasuk membicarakan bagaimana respon pemerintah terhadap pandemi. Berikut ini trend mention di *Twitter* dan media online. Dari tingginya percakapan publik di *Twitter* tentang Covid-19 di masa awal krisis, menarik untuk mencermati bagaimana persepsi dan emosi terbesar publik terkait #COVID19.

Dengan menggunakan model dari "Plutchik's Wheel of Emotions," emosi bisa dibagi 8: *joy*, *trust*, *fear*, *surprise*, *sadness*, *disgust*, *anger*, dan *anticipation*. Gambar 8 menunjukkan emosi publik. "TRUST" menunjukkan gambaran emosi publik tertinggi, disusul oleh SURPRISE, ANGER, dan FEAR.



Gambar 8. Emosi Dominan di *Twitter*

Berdasarkan gambar 8, TRUST menjadi emosi publik paling dominan. Beberapa narasi yang muncul dalam kategori trust ini diantaranya

adalah : “percaya dengan konferensi pers... karena memiliki data yang akurat,” tidak percaya cara ...menangani,” tidak yakin... dianggap tidak

transparan". Trust ini dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu : (a) percaya kepada pemerintah dan (b) tidak yakin atau tidak percaya kepada pemerintah. Dibukanya data terkait Covid-19 menunjukkan pemerintah bersifat transparan ternyata lebih menimbulkan kepercayaan. Sebaliknya, sikap tidak transparan ternyata menimbulkan DISTRUST. Ditambah dengan cara penanganan yang kurang meyakinkan bagi publik, akan semakin menimbulkan ketidakpercayaan.

SURPRISE merupakan gambaran emosi berikutnya. Ada keterkejutan publik ketika Wali Kota Solo menyatakan wilayahnya ditetapkan sebagai Kondisi Luar Biasa (KLB). Beberapa fakta lain yang tergambar dalam cuitan di *Twitter* yang membuat terkejut, misalnya tingginya jumlah kematian Demam Berdarah yang disebut lebih tinggi dibanding Covid-19.

Emosi FEAR berada di posisi ketiga. Publik justru merasa takut jika pemerintah tidak transparan terkait data Covid-19. Misalnya beberapa narasi berikut ini : "tidak adekuatnya tracing", "cepat penyebaran, tidak terkendali", "tolong ... transparansinya .. kemana aja". Publik merasa takut dengan penanganan yang tidak meyakinkan, situasi yang tampak tidak terkendali, tidak transparan, tidak tahu keadaan di sekitarnya, dan sebagainya.

Emosi ANTICIPATION menggambarkan harapan publik dan persiapan untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan yang terjadi. Banyak harapan atau antisipasi disampaikan masyarakat agar semakin sadar dan bersiap menghadapi #Covid19.

Emosi ANGER tidak dominan, tetapi menggambarkan suasana hati publik. Publik marah dengan adanya berita situs Corona @DKIJakarta, demikian juga dengan kecenderungan politisasi Covid-19 ini oleh buzzer dan pejabar.

Data tersebut menunjukkan transparansi data yang diberikan oleh pemerintah terkait

Covid-19 justru meningkatkan TRUST. Ditunggungnya data justru menyebabkan DISTRUST dan menyebabkan FEAR. Transparansi informasi diharapkan publik dapat mencegah terjadinya kepanikan.

### **Implikasi pada Strategi Komunikasi**

Kebijakan dan strategi komunikasi krisis selama pandemi Covid 19 mestinya berpijak pada perilaku masyarakat dalam mencari informasi. Dengan begitu, dapat dirumuskan kebijakan dan strategi komunikasi yang efektif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media *mainstream* lebih dipercaya dibandingkan dengan media sosial. Sumber informasi pemerintah juga jauh lebih dipercaya dibandingkan dengan sumber-sumber lain. Ini menjadi modal penting karena public trust akan memungkinkan komunikasi krisis lebih efektif (Hyland-Wood et al., 2021) sehingga pemerintah dapat terus memberikan informasi kepada masyarakat secara akurat dan jelas. Sayangnya, masalah ini yang terjadi di pemerintahan Indonesia terutama di awal-awal pandemi Covid 19 (Goeritman, 2021; Masduki, 2020; Rianto & Setiawati, 2021). Komunikasi sering berubah sehingga mengesankan pemerintah kurang menguasai masalah yang dihadapi. Padahal, kejelasan pesan komunikasi menjadi dimensi penting bagi komunikasi krisis yang efektif (Hyland-Wood et al., 2021).

Dalam situasi krisis yang disebabkan pandemi Covid 19, Paek & Hove (2020) juga menyarankan pentingnya ditunjuk komunikator yang kredibel yang mampu berbicara kepada publik secara konsisten, terbuka, dan penuh empati. Meskipun pemerintah telah menjadi sumber informasi terpercaya dan telah menunjuk juru bicara yang kredibel, tetapi pesan yang disampaikan kurang konsisten. Konsistensi menjadi tantangan paling berat yang dihadapi pemerintah selama Pandemi Covid 19 (Ardiyanti, 2020).

kebijakan komunikasi, penelitian ini sebenarnya memudahkan pemerintah untuk merancang kebijakan komunikasi yang baik. Strategi komunikasi mestinya berpijak pada perilaku pencarian informasi masyarakat terutama dalam mempertimbangkan media, pesan, dan komunikator.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa masyarakat menggunakan beragam media untuk mendapatkan informasi mengenai Covid 19. Dari sekian banyak alternatif media yang digunakan, media sosial menjadi yang paling banyak digunakan, tetapi dengan tingkat kepercayaan yang sangat rendah. Informasi yang disampaikan oleh pemerintah menjadi yang paling dipercaya sebagai sumber informasi. Dari perspektif

## Acknowledgment

Kami mengucapkan terima kasih kepada Rumah Sakit JIH dan DPPM Universitas Islam Indonesia yang telah membiayai penelitian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada asisten kami, Maulida Averoes dan Roiyan Naim, yang telah membantu dalam menyiapkan wawancara-wawancara kelompok terarah dan membantu penyebaran kuisioner.

## References

- Anisah, L. (2022). *Kemendes Sebut Kasus Covid-19 Mulai Melandai, Indonesia Bersiap Menuju Endemi*. Kontan.  
<https://nasional.kontan.co.id/news/kemendes-sebut-kasus-covid-19-mulai-melandai-indonesia-bersiap-menuju-endemi>
- Ardiyanti, H. (2020). Komunikasi Media Yang Efektif Pada Pandemi Covid-19. *INFO Singkat: KAJIAN SINGKAT TERHADAP ISU AKTUAL DAN STRATEGIS DPR RI, Vol. XII(7)*, 25–30.
- de Rouck, S., & Leys, M. (2011). Information behaviour of parents of children admitted to a neonatal intensive care unit: Constructing a conceptual framework. *Health, 15(1)*, 54–77.  
<https://doi.org/10.1177/1363459309360785>
- Falcone, R., & Sapienza, A. (2020). How COVID-19 changed the information needs of Italian citizens. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(19)*, 1–19.  
<https://doi.org/10.3390/ijerph17196988>
- Fiske, J. (2007). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Jalasutra.
- Goeritman, H. I. N. (2021). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial. *Jurnal IPTEK-KOM, 23(1)*, 1–19.
- Hasibuan, L. S. (2021). "Papahku Meninggal Karena Percaya Hoax Covid-19." CNBC.  
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20210719095033-33-261920/papahku-meninggal-karena-percaya-hoax-covid-19>
- Hyland-Wood, Gardner, J., Leask, J., & Ecker, U. K. H. (2021). Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. *HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES COMMUNICATIONS, 8(30)*, 1–11.  
<https://doi.org/10.1057/s41599-020-00701-w>
- Kundu, D. K. (2017). Models of information seeking behaviour: A comparative study. *International Journal of Library and Information Studies, 7(4)*, 393–405.
- Limilia, P., & Pratamawaty, B. B. (2020). Google Trends and Information Seeking Trend of COVID-19 in Indonesia. *Jurnal ASPIKOM, 5(2)*, 188.  
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.741>
- Masduki. (2020). Blunders of government communication: The political economy of COVID-19 communication policy in Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 24(2)*, 97–111. <https://doi.org/10.22146/JSP.57389>
- Muselli, M., Cofini, V., Desideri, G., & Necozone, S. (2021). Coronavirus (Covid-19) pandemic: How may communication strategies influence our behaviours? *International Journal of Disaster Risk Reduction, 53*(May 2020), 101982.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101982>
- Paek, H.-J., & Hove, T. (2020). Communicating Uncertainties during the COVID-19 Outbreak. *Health Communication, 35*.  
<https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1838092>
- Rianto, P., & Setiawati, T. (2021). The Role of Indonesian Mainstream Media to Fight Against Covid-19 Hoaxes. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Volume 596, 596(Jcc)*, 224–227.
- Robson, A., & Robinson, L. (2015). The Information Seeking and Communication Model: A study of its practical application in healthcare. *Journal of Documentation, 71(5)*, 1043–1069.  
<https://doi.org/10.1108/JD-01-2015-0023>
- Skarpa, P. El, & Garoufallou, E. (2021). Information seeking behavior and COVID-19 pandemic: A snapshot of young, middle aged and senior individuals in Greece. *International Journal of Medical Informatics, 150*(March), 104465.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2021.104465>
- Soleymani, M. R., Esmaeilzadeh, M., Taghipour, F., & Ashrafi-rizi, H. (2021). COVID-19 information seeking needs and behaviour among citizens in Isfahan, Iran: A qualitative study. *Health Information and Libraries Journal, June 2020, 1–12*. <https://doi.org/10.1111/hir.12396>

