

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK DALAM MENANGKAL INFODEMIK COVID-19

Nisrina Laila Nabila, Hedi Pudjo Santoso

Magister Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Jl. Erlangga Barat 7 No. 33, Pleburan, Kec. Semarang Sel., Kota Semarang, Jawa Tengah 50241, Indonesia.

Nisrinalaila23@gmail.com

Abstract

At the moment, the government is not only trying to tackle the problem of the global Covid-19 pandemic, but is working hard to suppress the infodemic, namely the flood of false information and disinformation about the Covid-19 virus that is spreading massively in the digital space. The occurrence of confusion about information regarding the Covid-19 virus is the goal in this study by looking at the implementation of public communication strategies that have been carried out by the government in conveying effective messages clearly and comprehensively in efforts to overcome the Covid-19 pandemic infodemic in Indonesia. This research is focused on disinformation and fake news about Covid-19 that has been circulating massively in the digital space. The method used is a literature study sourced from journals, various reports in online media, and relevant documents. The results and conclusions showed the public communication strategy carried out by the government, namely by making a public communication timeline by the Directorate General of Information and Public Communication, a socialization program that was adapted to current policies and distributed through digital government channels, the aduankonten.id page facility for the public to report negative content, forming a special spokesperson for the implementation of the Covid-19 vaccination, and technical guidelines for public communication protocols to increase public confidence in the government's performance. The obstacles faced by the government, there are anomalies in public communications, inaccurate data and information, low levels of public trust in the government, and regulations that are not clear and firm.

Keywords: *Communication Strategies, Infodemic, Hoax Covid-19*

Abstrak

Saat ini pemerintah tidak hanya berupaya untuk menanggulangi masalah global pandemi Covid-19, namun tengah berupaya untuk menekan infodemic, yakni banjirnya informasi palsu dan disinformasi mengenai virus Covid-19 yang tersebar dengan masif di ruang digital. Terjadinya kesimpangsiuran akan informasi mengenai virus Covid-19 menjadi tujuan dalam penelitian ini dengan melihat bagaimana implementasi strategi komunikasi publik yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam menyampaikan pesan efektif dengan jelas dan komprehensif dalam upaya penanggulangan infodemic pandemi Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini memfokuskan pada disinformasi dan berita palsu mengenai Covid-19 yang telah beredar secara masif di ruang digital. Metode yang digunakan berupa studi kepustakaan yang bersumber dari jurnal, berbagai pemberitaan di media online serta dokumen yang relevan. Hasil dan kesimpulan penelitian menunjukkan strategi komunikasi publik yang dilakukan pemerintah yakni dengan membuat timeline komunikasi publik oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, program sosialisasi yang disesuaikan dengan kebijakan saat itu dan disebarluaskan melalui kanal digital pemerintah, fasilitas laman aduankonten.id bagi publik untuk melaporkan konten negatif, membentuk juru bicara khusus pelaksanaan vaksinasi Covid-19 dan panduan teknis protokol komunikasi publik dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah. Serta terdapat hambatan yang dihadapi pemerintah adanya anomali dalam komunikasi publik, data dan informasi yang kurang akurat, rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, serta regulasi yang belum jelas dan tidak tegas.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Infodemic, Hoax Covid-19

Pendahuluan

Virus corona atau yang lebih dikenal dengan Covid-19 telah masuk wilayah Indonesia pada 2 Maret 2020 dan kini sudah

terhitung satu tahun lebih Indonesia dilanda wabah pandemic Covid-19. Kemunculannya menghebohkan seluruh dunia, pada 30 Januari WHO menyatakan Covid-19 sebagai darurat

kesehatan masyarakat hingga menjadi perhatian internasional (R. N. Putri, 2020). Dengan kasus mencapai 252.000 jiwa yang terinfeksi virus Covid-19 pada bulan September 2020 (Rakhmadani, 2020).

Hingga tanggal 8 Agustus 2021 telah tercatat jumlah kasus terkonfirmasi sebanyak 3.639.616, dalam masa perawatan sebanyak 497.824, kasus meninggal sebanyak 105.598 dan sembuh sebanyak 3.036.194 berdasarkan data yang dilansir dari laman <https://kawalcovid.19.id/>.

Hal ini membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan social distancing (menjaga jarak) dan himbuan kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan dari rumah sebagai upaya mencegah penularan, menekan jumlah kasus terinfeksi dan untuk memutus mata rantai penularan Covid-19 (F. A. Putri, 2021).

Akibat pelaksanaan kegiatan dari rumah membuat penggunaan internet menjadi salah satu kebutuhan primer saat ini dan berdampak pada meningkatnya pemanfaatan media sosial yang digunakan masyarakat dalam keseharian (Harahap & Adeni, 2020).

Namun terpaan informasi yang beredar dengan cepat di media sosial tidak hanya informasi akurat mengenai fakta seputar Covid-19 saja, akan tetapi ada juga informasi yang tidak jelas sumbernya, hal ini dinamakan dengan istilah infodemik.

Infodemik berasal dari Gunther Eysenbach yang menyatakan bahwa infodemik merupakan sejumlah informasi yang tidak terasing mengenai sebuah isu yang beredar dalam jumlah besar yang kemudian di adopsi oleh World Health Organization (WHO) di laporannya pada tanggal 2 Februari tahun 2020 yang memaparkan bahwa infodemik merupakan jumlah banyaknya informasi yang beredar berisi informasi yang salah pada lingkungan digital dan fisik selama wabah pandemi (La Bella et al., 2021).

Tedros Adhanom selaku direktur WHO memaparkan saat ini bukan hanya bertahan untuk melawan epidemi, namun juga melawan infodemik yang penyebarannya lebih cepat dibandingkan penyebaran virus itu sendiri dan engan dampak yang sama berbahayanya. Untuk itu WHO menjalin

kerjasama dengan beberapa perusahaan media seperti facebook, google, pinterest, tencent, twitter, tiktok, youtube juga perusahaan penelusuran untuk melawan penyebaran berita palsu yang masif dan misinformasi yang telah beredar (Zarocostas, 2020).

Berdasarkan siaran pers yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika ditemukan data per tanggal 23 Januari 2020 hingga 18 Juli 2021 terdapat 1.763 disinformasi mengenai Covid-19 yang telah tersebar ke dalam 3.817 postingan di media sosial. Dan 3.356 postingan telah diturunkan, sedangkan 767 disinformasi telah ditindaklanjuti oleh Kepolisian RI hingga tanggal 15 Juli 2021 (Kominfo, 2021).

Banjir informasi mengenai epidemi yang beredar luas dan cepat disebabkan penggunaan internet yang meningkat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengadakan survei bahwa penetrasi pengguna internet mencapai pada angka 73,7 persen atau 196,71 juta pengguna pada kuartal II 2020 di Indonesia (Pratama, 2020).

Hal ini dikarenakan kebanyakan masyarakat mendapatkan informasi mengenai Covid-19 melalui media online/website, media sosial televisi, pesan instan, serta website resmi pemerintah. Meskipun tidak menutup kemungkinan sebagian masyarakat masih ada yang memperoleh informasi melalui surat kabar, radio dan media luar ruang (Juditha, 2020).

Adanya infodemik memperlambat penanganan Covid-19 dikarenakan masyarakat kesulitan untuk menemukan informasi yang akurat dan data yang kebenarannya belum dapat dipertanggung jawabkan hingga menyebabkan kepanikan. Anthony de Mello (1997) menyebutkan bahwa kepanikan dapat berakibat korban berjatuh menjadi lima kali lipat lebih banyak. Seribu orang dapat terinfeksi virus sedangkan empat ribu lainnya menjadi korban panik (Muktiyo, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh ilmuwan East Anglia University (UEA) yang diketuai oleh Paul Hunter (profesor di bidang farmasi) menyatakan bahwa disinformasi dapat mempengaruhi kecepatan penyebaran virus Covid-19 karena dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam menentukan tindakan untuk mengambil risiko yang lebih besar. Disinformasi juga seringkali didasarkan pada teori

konspirasi. Ditambah kecenderungan sebagian orang lebih memilih untuk membagikan kembali informasi yang buruk daripada berita baik di media sosial. Maka dengan menghentikan penyebaran disinformasi mengenai Covid-19 berdampak pada keselamatan nyawa seseorang (Kelland, 2020).

Penyebaran infodemic melalui media sosial begitu cepat dan masif sehingga tidak bisa dipertanggung jawabkan akurat atau tidaknya informasi dan menjadi cikal bakal munculnya hoaks pandemic Covid-19. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Md Saiful Islam dan beberapa peneliti lainnya dalam *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene* terdapat 800 kasus korban meninggal dan sekitar 5.800 kasus dirawat di rumah sakit akibat infodemic terkait upaya penyembuhan Covid-19 di Media sosial yang salah (Widiantara, 2020).

Hal ini dikarenakan banjirnya berita palsu yang dapat mengaburkan fakta sebenarnya dan berakibat pada penurunan kepercayaan masyarakat terhadap program yang telah di susun pemerintah sehingga dapat memperparah keadaan dengan berbagai macam teori konspirasi yang ada dan menyebabkan keresahan publik.

Untuk itu perlunya perencanaan strategi komunikasi publik yang tepat sebagai panduan guna mengarahkan kepada informasi yang akurat, yang dapat menghentikan rasa panik serta ketakutan pada masyarakat. Pentingnya diseminasi informasi yang shahih sebagai upaya meningkatkan partisipasi serta kesadaran publik untuk menentukan langkah yang tepat guna mencegah terinfeksi virus Covid-19.

Untuk itu komunikasi publik dinilai dapat berfungsi sebagai penyatuan narasi tunggal dalam menyuarakan informasi shahih terkait Covid-19 dan dapat berperan penting sebagai upaya penanggulangan Covid-19. Seperti halnya komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah, meliputi berbagai rangkaian aturan serta praktik komunikasi yang mengelola serangkaian proses komunikasi yang berlangsung untuk menanggulangi penanganan virus Covid-19 (Ardiyanti, 2020).

Untuk menangani penyebaran infodemic yang masif perlu dirumuskan

strategi komunikasi sebagai upaya persuasi serta pendekatan yang dilakukan dari berbagai pihak untuk menyampaikan pesan agar dapat diterima oleh publik, baik dari pemerintah maupun orang-orang yang memiliki power untuk menyampaikan pesan kepada publik.

Terjadinya kesimpangsiuran akan informasi yang benar mengenai virus Covid-19 menjadi alasan dalam penelitian ini. Peneliti ingin menyoroti bagaimana implementasi strategi komunikasi publik yang dapat menyampaikan pesan efektif dengan jelas dan komprehensif dalam upaya penanggulangan infodemic pandemi Covid-19 di Indonesia.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka/studi literatur (*library research*) dengan mengumpulkan data dan informasi melalui berbagai sumber, yakni: buku, literatur, catatan, majalah dan referensi lainnya, juga berdasarkan pada hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian guna mendapatkan jawaban penelitian terkait tema yang akan diteliti (Yaniawati, 2020). Sumber lain yang digunakan dalam metode studi kepustakaan ini merujuk pada sumber yang tersedia secara online, surat kabar dan dokumen yang relevan.

Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan saat melakukan studi literatur, yakni: pemilihan topik, eksplorasi informasi, menentukan fokus penelitian, pengumpulan sumber data, membaca sumber data, membuat dan mengolah catatan penelitian dan terakhir menyusun laporan (Yaniawati, 2020).

Studi literatur dilakukan tanpa penelitian lapangan hanya dengan memanfaatkan sumber kepustakaan yang relevan, sehingga pengumpulan serta analisis data dilakukan secara online dikarenakan keterbatasan gerak untuk melakukan penelitian secara terbuka di ruang publik.

Hasil dan Pembahasan Infodemic Di Indonesia

Kemunculan virus Covid-19 telah merubah tatanan hidup umat manusia, new normal telah dipilih menjadi tatanan baru yang di jalani masyarakat di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Namun, dalam berjalannya waktu dalam upaya pemerintah mencari solusi dan jawaban atas penyelesaian wabah virus Covid-19

yang terus bermutasi, masih banyak sebagian masyarakat yang percaya terhadap informasi palsu dan berita yang salah dan lebih mempercayai teori konspirasi yang di buat oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

Terdapat tiga kategori kemunculan infodemic dalam upaya diseminasi informasi penanggulangan virus Covid-19, sebagai berikut:

1. Banjir informasi, penyebab utamanya ketika kasus Covid-19 pertama kali terjadi di Wuhan China dan sudah merambat ke negara lain karena masyarakatnya sempat singgah ke sana. Kemudian masyarakat di negara lain beranggapan bahwa Covid-19 telah menyebar dengan cukup besar ke negara lainnya, sementara penyebarannya hanya terjadi di Wuhan dan Kapal Pesiar Diamond Princess yang terakhir merapat di Jepang dan telah melabuh dari China.
2. Ambiguitas informasi, hal ini terjadi karena rasa penasaran publik untuk mengetahui informasi yang sangat tinggi sementara butuh waktu untuk mengukur informasi kebenaran mengenai Covid-19 ditambah minimnya pengetahuan mengenai hal tersebut, sehingga menimbulkan kepanikan publik.
3. Diseminasi disinformasi, media sosial menjadi faktor terkuat dalam hal percepatan penyebaran disinformasi, dengan isu-isu adanya rumor, teori konspirasi yang tidak terkait dengan Covid-19, tindakan preventif, cara pengobatan, dan kebijakan pemerintah dalam memutus mata rantai Covid-19.

Berdasarkan penjabaran di atas WHO menyatakan bahwa penyebaran informasi yang belum jelas sumbernya dan telah menyebar secara masif di ruang digital terutama media sosial terkait Covid-19 sebagai infodemic (Emily K Vraga, dan Kathryn H Jacobsen dalam Muktiyo, 2020).

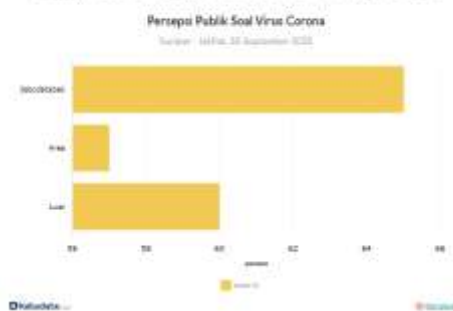
Di Indonesia, penyebaran teori konspirasi dilakukan oleh beberapa oknum yang turut melibatkan orang-orang ternama bahkan public figure yang memiliki banyak

pengikut dan menjadi idola bagi sebagian orang.

Sebagai contoh teori konspirasi (Nathaniel, 2020) yang di nyatakan oleh I Gede Ari Aristina drummer band Superman Is Dead yang lebih dikenal dengan sebutan Jerinx. Teori konspirasi yang dilontarkannya ialah "Permainan menaikkan angka korban guna memuluskan agenda elit global ini sudah terjadi sejak wabah diumumkan kacung Bill gates bernama WHO". Adapula public figure Anji yang tergabung dalam band Drive mengunggah sebuah video pada akun Youtube-nya sedang melakukan wawancara dengan seorang Hadi Pranoto yang mengaku sebagai dokter dan memiliki obat herbal yang sudah menyembuhkan ribuan orang (Khalil et al., 2021).

Melansir dari situs databoks.katadata.co.id yang melakukan survey mengenai persepsi publik terkait virus Covid-19 pada tanggal 30 September 2020.

Survei: Masyarakat di Jawa Paling Banyak Percaya Corona Konspirasi



Gambar 1 Survey Persepsi Publik Soal Virus Corona

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>, 2020

Hasil survey yang dilakukan Jakpat berdasarkan wilayah menyebutkan bahwa, di area Jawa sebanyak 32%, di luar Jawa, ada 30% dan di Jabodetabek, hanya 27% responden yang percaya bahwa corona bagian dari konspirasi global. Sedangkan survey wilayah mengenai kepercayaan masyarakat bahwa corona tidak berbahaya, di area Jawa menempati posisi yang paling besar sebanyak 11%. Di luar Jawa, ada 10%. Sedangkan responden yang percaya corona berbahaya sebesar 7% di area Jabodetabek. Hal ini menunjukkan sebanyak 31% masyarakat di Indonesia memiliki persepsi bahwa virus Covid-19 merupakan konspirasi global. 10% tidak percaya Covid-19 berbahaya dan 59% lainnya menyatakan bahwa Covid-19 berbahaya (Bayu, 2020)

Sedangkan isu hoaks yang telah beredar secara masif di ruang digital juga kian meresahkan masyarakat. Bahkan, terdapat oknum dari kalangan tenaga medis yang menyebarkan berita bohong seperti argumentasi yang disampaikan oleh dr. Lois Owien tidak percaya adanya virus Covid-19 yang menggugah beberapa postingan dalam media sosialnya, diantaranya ia menyatakan bahwa "Korban yang selama ini meninggal akibat Covid-19 adalah bukan karena Covid-19 melainkan oleh interaksi antar-obat dan pemberian obat dalam enam macam'(Jpnn, 2021).

Terdapat grafik yang di rilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tanggal 23 Januari hingga 8 April 2020.



Gambar 2 Rekapitulasi Isu Hoaks Covid-19 oleh Kominfo
Sumber: Kominfo, 2020

Hasil rekapitulasi menyebutkan bahwa ditemukan adanya 474 kasus isu hoaks Covid-19 yang telah tersebar di 1.125 jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube hingga 8 April 2020 (Juditha, 2020). Dampak yang terjadi akibat berbagai pernyataan yang dilontarkan oleh oknum-oknum ini membuat banjirnya disinformasi serta hoax isu Covid-19 hingga menimbulkan kontroversi dan menyebabkan sebagian masyarakat Indonesia memiliki penafsiran yang salah, bahkan memiliki persepsi bahwa Covid-19 hanyalah sebuah rekayasa, hal ini yang menjadi salah satu penyebab menurunnya kepercayaan publik terhadap kebijakan pemerintah dalam upaya menanggulangi virus Covid-19 hingga berakibat fatal, yakni terjadinya peningkatan kasus terinfeksi virus Covid-19.

Ketua Satgas Penanganan Covid-19, Doni Monardo menyebutkan bahwa terdapat lima provinsi yang tidak percaya dengan pandemi Covid-19 diantaranya provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa barat dan Kalimantan Selatan. Sosiolog Universitas Nasional (Unas), Nia Elvina memberikan pernyataan bahwa masyarakat bukan tidak percaya dengan kehadiran Covid-19 namun tidak percaya dengan himbuan pemerintah yang dinilai kurang serius menangani Covid-19, Nia menyatakan dengan pernyataan sebagai berikut: "Saya kira masyarakat bukan mengabaikan adanya Covid-19. Realitas yang berkembang dalam masyarakat yaitu minimnya kepercayaan masyarakat kepada himbuan pemerintah atau pengelola negara saat ini," (Chrisna, 2020). Ditakutkan masyarakat mulai mencari sendiri informasi maupun data terkait Covid-19 yang belum dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Untuk itu pemerintah perlu merumuskan strategi komunikasi yang efektif guna menekan penyebaran infodemi secara masif diruang digital agar mengembalikan kepercayaan publik dalam upaya menangani wabah pandemi Covid-19.

Strategi Komunikasi Publik

Komunikasi publik merupakan proses komunikasi yang di lakukan oleh pemerintah atau lembaga publik yang berfungsi untuk memberikan informasi maupun kebijakan yang sudah dirumuskan. Komunikasi publik dapat berguna sebagai alat pemerintah dalam menyampaikan pesan efektif sebagai uapaya penanggulangan disinformasi terkait Covid-19.

Virus Covid-19 termasuk relatif baru di Indonesia untuk itu pemerintah harus segera beradaptasi dalam hal penanggulangan termasuk beradaptasi dengan karakter komunikasi pada periode Post Truth yang memiliki tiga ciri utama. Pertama, informasi benar dan bukti tidak dianggap penting sepanjang kalimat dan pemikiran yang disampaikan dapat diterima publik berdasarkan kesamaan cara berpikir dan keyakinan. Kedua, adanya manipulasi yang dibuat untuk memperdaya publik agar terpengaruh dengan menggunakan unsur-unsur di luar daya pikir dan akal sehat. Ketiga, publik berperan sebagai distributor, produsen bahkan konsumen diseminasi informasi di ruang digital. Unsur di atas selanjutnya ditafsirkan untuk dapat

meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada kinerja pemerintah dalam menangani Covid-19(Muktiyo, 2020).

Pemerintah telah mengatur pengelolaan Komunikasi publik yang tertuang dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Disusun oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika yang bertujuan untuk menunjang keberhasilan kabinet kerja, menyerap aspirasi publik dan mempercepat penyampaian informasi mengenai kebijakan dan program pemerintah(Inpres, 2015).

Untuk menyampaikan komunikasi publik agar diterima oleh publik maka dibutuhkan perencanaan yang matang dan tepat. Maka diperlukan strategi komunikasi yang tepat agar pesan dapat tersampaikan sehingga berfungsi sebagai ruang untuk melakukan dialog terbuka antara publik dan Pemerintah.

Menurut Effendy (1981: 84) dalam bukunya yang berjudul Dimensi-Dimensi Komunikasi, strategi komunikasi ialah panduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan tersebut dengan menunjukkan bahwa bagaimana melakukan operasional secara taktis, dengan artian bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Dengan memiliki makna bahwa strategi komunikasi cenderung mengarahkan pada upaya pengemasan pesan yang dapat dikomunikasikan secara efektif(Suryadi, 2018). Pemerintah dinilai tepat sebagai lembaga tetringgi dalam menentukan kebijakan bagi publik untuk mencapai tujuan bersama.

Untuk merumuskan sebuah strategi komunikasi menurut Arifin (1984: 10) dalam bukunya Strategi Komunikasi, perlunya memperhitungkan kondisi dan situasi berdasarkan ruang dan waktu yang akan dihadapi dan yang kelak akan dihadapi untuk mencapai efektivitas. Dengan menggunakan komunikasi secara sadar guna terciptanya perubahan pada publik dengan mudah dan cepat(Suryadi, 2018).

Dalam usaha melakukan penyampaian pesan dibutuhkan komunikator yang kredibel dan kompeten, komunikator juga harus dapat

merancang pesan dengan melihat target cakupan audiens yang ingin dijangkau. Itu artinya pesan efektif dapat terjadi jika komunikator dapat memberikan informasi berdasarkan kebutuhan audiens dan dapat diterima dengan baik hingga merubah perilaku audiens.

Efektifitas komunikasi dapat dicapai jika pesan yang dikirim tepat sasaran. Untuk merumuskan sebuah pesan efektif, dibutuhkan pesan yang dapat dipahami oleh komunikan (penerima pesan), komunikan berperilaku seperti apa yang dikehendaki oleh komunikator dan yang terakhir adanya kesesuaian antar komponen(Hamidi, 2007).

Untuk merumuskan sebuah strategi komunikasi memiliki beberapa tahapan, yakni:

1. Berkomunikasi dengan target khalayak
Untuk mendefinisikan khalayak yang akan dituju dalam penerimaan pesan, termasuk cara-cara untuk menjangkau sasaran yang lebih besar dan efektif.
2. Menyusun Pesan
Menggunakan simbol dan tanda yang dimengerti oleh khalayak untuk mencapai kesamaan pemahaman dan mengarahkan pada jawaban atas solusi yang dibutuhkan khalayak.
3. Menetapkan Metode
Pemilihan saluran media yang tepat yang digunakan khalayak dalam mencari informasi, seperti internet dan media sosia dan merumuskan informasi sesuai keperluan khayalak(Effendy dalam Rimba et al., 2019).

Sehingga perlu untuk merumuskan sebuah strategi komunikasi publik yang tepat dengan tujuan untuk menjangkau seluruh target publik.

Strategi komunikasi publik adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan pemerintah di ruang publik untuk menyatukan pemahaman serta untuk mencapai kesepahaman makna bersama, dengan bertujuan untuk menanggulangi penyebaran infodemic secara masif yang tersebar di jejaring sosial dan internet.

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh intansi pemerintahan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Menurut Soeriawidjaja (dalam Thoriq, 2019) dengan mengendalikan informasi publik yang meliputi perencanaan, penyiapan, dan pelaksanaan komunikasi publik dalam kebijakan

dan program pemerintah dengan beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pelayanan terkait kebijakan yang sudah, sedang dan akan dilakukan pemerintah.
2. Mengikutsertakan publik dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengawasi jalannya kebijakan program pemerintah.
3. Merujuk pada fakta, data dan updating informasi.
4. Tidak ofensif dan defensif dalam berkomunikasi, menjelaskan duduk perkara yang ada.
5. Memberikan edukasi di ruang publik (Ramadani, 2019).

Strategi Komunikasi Publik Untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Dalam Menangkal Infodemik Covid-19

Komunikasi pemerintahan merupakan bagian esensial dalam menanggulangi pandemi Covid-19, dengan bertujuan untuk membentuk pemahaman pesan yang diterima oleh publik secara optimal agar dapat membedakan disinformasi maupun berita palsu pandemi Covid-19. Pemerintah juga harus mampu menekan penyebaran disinformasi dan hoax Covid-19 yang sudah terlanjur merajalela dengan merancang strategi komunikasi publik yang efektif.

Untuk itu pemerintah berupaya mengendalikan hoax Covid-19 dengan kerja sama pentahelix yang melibatkan lembaga pemerintah maupun nonpemerintah (kalangan akademisi, dunia usaha, komunitas dan media) (Muktiyo, 2020). Strategi komunikasi publik menjadi salah satu upaya menanggulangi infodemik yang telah beredar secara masif di media sosial guna memberikan informasi yang terbaru mengenai Covid-19 dengan menggunakan

Instansi Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai instansi yang bertugas berdasarkan Pasal 2 Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2015 tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika, juga Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 mengenai Pengelolaan Komunikasi Publik yang menugaskan Menkominfo sebagai koordinator dalam menyosialisasikan kebijakan strategis

kegiatan dan program pemerintah pusat (Ardiyanti, 2020).

Strategi yang dirancang oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik (Ditjen IKP) membuat lini masa komunikasi publik dengan menyesuaikan kondisi dan situasi yang sedang dihadapi, sebagai berikut (Muktiyo, 2020):



Gambar 3 Lini Masa Komunikasi Publik Awal Pandemi
 Sumber: Muktiyo, 2020



Gambar 4 Lini Masa Komunikasi Publik Masa PSBB dan New Normal
 Sumber: Muktiyo, 2020

Sosialisasi juga menjadi program strategi komunikasi publik untuk menyampaikan kebijakan pemerintah yang disebarluaskan melalui media mainstream dan media digital, yakni:

1. Program Sosialisasi Pada Masa PSBB
 Dilaksanakan bekerjasama dengan pemangku kepentingan terkait pelaksanaan PSBB, pesan yang disampaikan: #BekerjaDiRumah, #BelajarDiRumah, #BeribadahDiRumah, #TidakMudikTidakPiknik.
2. Program Sosialisasi Adaptasi Kebiasaan Baru
 Dilaksanakan bekerjasama dengan pemangku kepentingan terkait pelaksanaan adaptasi kebiasaan baru, pesan yang disampaikan: Masyarakat Produktif dan aman Covid19.

3. Program Sosialisasi Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) Dan Bangga Buatan Indonesia
Dilaksanakan melalui pemberdayaan UMKM, peningkatan export, perlindungan sosial dan lain sebagainya.
4. Program Sosialisasi PILKADA 2020 dalam Masa Pandemi Covid-19
Program ini mendapat dukungan partisipasi 77,5%, target masyarakat di 9 Provinsi, 224 Kabupaten dan 37 Kota yang menyelenggarakan Pilkada (Muktiyo, 2020).

Kominfo juga menyediakan situs website <https://aduankonten.id> berisikan mengenai data-data jumlah informasi, bahaya serta cara mengantisipasi hoax, masyarakat dapat menyampaikan aspirasinya melalui laman tersebut.

Kominfo juga terus memantau perkembangan mengenai infodemi dan menyediakan laman <https://trustpositif.kominfo.go.id/> untuk merilis isu-isu hoax. Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPCPEN) juga menyediakan laman bagi masyarakat untuk mengecek kebenaran atas berita yang beredar diruang digital pada laman <https://covid19.go.id/p/hoax-buster/> dengan memasukkan kata kunci yang ingin dicari (Noviana et al., 2021).

Kantor Staf Presiden (KSP) juga membuat protokol komunikasi publik sebagai petunjuk teknis Pedoman Penanganan Covid-19 melalui komunikasi. Panduan ini ditujukan untuk mempermudah Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dalam melakukan strategi komunikasi publik yang mengadopsi dari kebijakan pemerintah dan dari WHO mengingat komunikasi merupakan bagian terpenting dalam menghadapi pandemi Covid-19. Presiden Joko Widodo memberikan instruksi berupa 'Pemerintah serius, Pemerintah Siap dan Pemerintah mampu' sebagai hal yang perlu diketahui publik untuk membangun persepsi yang baik dan memberikan penjelasan mengenai aktifitas yang sudah dan yang akan dilakukan dengan harapan membangun kepercayaan publik dan

meminimalisir terjadinya kepanikan dalam penanganan Covid-19.

Adapun rancangan rencana aksi komunikasi publik yang tertuang dalam protokol komunikasi publik, yakni: mengidentifikasi juru bicara sesuai dengan keahlian masing-masing baik di pusat maupun daerah dengan memberikan pelatihan bila diperlukan, menyusun standar pesan sebagai penyampaian informasi terkait kasus, tindakan dan himbuan yang akan dikomunikasikan, dan mengidentifikasi media-media kunci dengan menyiapkan informasi membangun hubungan baik dengan para jurnalis serta mengidentifikasi media, kanal serta influencer untuk menjangkau target publik dengan memastikan tenaga medis memahami keresahan ditengah-tengah masyarakat.

Narasi utama juga digaungkan dalam komunikasi publik untuk menyamakan penyampaian informasi oleh pemerintah pusat dan daerah yakni, 'Pemerintah serius, 'Pemerintah Siap dan Mampu Menangani COVID-19, 'Masyarakat tetap tenang dan Waspada', 'Covid-19 Bisa Sembuh', #LAWANCOVID19.

protokol komunikasi publik juga berisi panduan teknis mengenai kegiatan komunikasi publik Pemerintah pusat dan daerah dengan melibatkan berbagai macam pihak seperti Instalasi kesehatan tingkat pertama, rumah sakit rujukan, Dinas Kesehatan Provinsi dan Kota/Kabupaten, Dinas Kominfo Provinsi dan Kota/Kabupaten, Kementerian Kesehatan RI, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dan Kantor Staf Presiden Republik Indonesia.

Selain itu pemerintah juga menyediakan fasilitas berupa kanal yang dapat dijangkau publik dalam bentuk media mainstream, media sosial dan jaringan komunikasi yang telah terbentuk, berikut kanal yang menjadi rujukan komunikasi publik oleh pemerintah:

1. Website sebagai rujukan pertama. (Kemenkes khusus untuk COVID-19)
2. Televisi
3. Media Cetak
4. Media Online
5. Radio
6. SMS gateway
7. Media Sosial
8. Jaringan sekolah
9. Jaringan organisasi kepemudaan/ agama /politik dan jaringan informal lainnya.

Petunjuk teknis ini disampaikan melalui kanal Kantor Staf Presiden pada laman ksp.go.id (Ksp, 2020).

Kemudian strategi untuk menangani hoax dan disinformasi seputar vaksin Covid-19, Kominfo dalam siaran pers No.160/HM/KOMINFO/12/2020 menunjuk lima juru bicara vaksinasi Covid-19 yang masing-masing memiliki tugas dan peran yang berbeda, juru bicara tersebut diantaranya, Prof. Drh, Wiku Bakti Bawono Adisasmito, M.Sc.,Ph.D, dr. Reisa Broto Asmoro, dr. Siti Nadia Tarmizi, M.Epid, Dr. dra. Lucia Rizka Andalusia, M.Pharm, Apt. dan Bambang Heriyanto, S.Si., Apt. MM. Kebijakan kominfo dalam memilih kelima juru bicara yang berasal dari sektor unggulan ini agar komunikasi publik dalam hal diseminasi informasi dapat tersampaikan dengan akurat, cermat dan cepat tanggap, yang disampaikan oleh Menteri Johny selaku Menkominfo (Kominfo, 2020).

Sosialisasi menjadi strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah pusat dan daerah dengan menyatukan narasi tunggal, sehingga komunikasi publik yang dijalankan pemerintah dapat menjangkau seluruh target khalayak. Strategi komunikasi public dilakukan untuk meningkatkan partisipasi publik terhadap program kerja pemerintah agar publik mengikuti arahan dan himbuan pemerintah mengenai tindakan yang harus dilakukan terkait menjalani new normal pada masa pandemic Covid-19.

Hambatan Komunikasi Publik Pemerintah

Program-program yang dirancang oleh pemerintah tidak selamanya berjalan lancar, terdapat beberapa hambatan yang ditemui berdasarkan hasil penelusuran pencarian data, berikut beberapa hambatan yang ditemui oleh pemerintah dalam melakukan kegiatan komunikasi publik.

Pemerintah menghadapi masalah mengenai data dan informasi yang kurang akurat yang dipaparkan oleh Arif (2020) bahwa data kematian tidak sesuai dengan panduan WHO. Siagian (2020) memaparkan bahwa data mengenai bantuan sosial yang belum akurat (Ardiyanti, 2020).

Pengambilan paksa jenazah dan penolakan vaksin juga menjadi salah satu

indikator rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah seperti yang disampaikan oleh Sosiolog Nanyang Technological University Singapore, Sulfikar Amir, beliau memaparkan bahwa 'ini karena memang situasi COVID-19 itu cenderung dianggap enteng baik oleh sekelompok orang maupun oleh pemerintah melalui strategi komunikasi yang menurut saya anti-risiko'. Sehingga pengambilan paksa jenazah dianggap bentuk 'pembangkangan' yang dilakukan oleh masyarakat (Syambudi dalam Sitorus, 2021).

Fajar Juanedi selaku dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah menyatakan bahwa komunikasi publik mengalami ketidakjelasan dalam perumusan kebijakan, beliau memaparkan 'Di era masyarakat informasi, publik bisa mengetahui dari berbagai media bahwa kurva (kasus Covid-19) di Indonesia belum bisa ditekan, tidak seperti di negara-negara lain. Ada anomali yang terjadi dalam komunikasi publik ini,' seperti terjadinya kerumunan saat penutupan McD Sarinah dan kerumunan penumpang yang ingin mudik Lebaran di Bandara Soekarno Hatta beberapa waktu yang lalu akibat regulasi yang belum jelas dan tidak tegas (Rizal, 2020).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan implementasi strategi komunikasi publik pemerintah mengenai Covid-19 didapat kesimpulan bahwa pemerintah telah melakukan berbagai macam strategi dalam melakukan fungsi baik sebagai fungsi preventif maupun persuasif kepada publik dengan tujuan untuk mencapai kesepahaman makna secara maksimal yang diterima oleh publik.

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya kegiatan komunikasi yang disampaikan kepada publik melalui Kominfo dengan membuat timeline komunikasi publik juga memberikan sosialisasi kepada masyarakat menggunakan platform digitalnya.

Selain itu juga terdapat fasilitas berupa layanan pengaduan yang diperuntukkan khusus konten yang bersifat negatif yang mencakup situs/website, URL, akun media sosial, aplikasi mobile, dan software yang memuat konten negatif sesuai peraturan perundang-undangan, dan publik dapat menyampaikan aduan pada laman <https://www.aduankonten.id/> dengan

mendaftarkan diri kemudian mengunggah cuplikan layar yang akan dilaporkan disertai alasan, setelah itu pelapor akan mendapatkan nomor antrian untuk memantau proses yang sedang ditangani oleh tim aduan konten. Dan secara khusus menetapkan juru bicara terkait disinformasi pelaksanaan vaksinasi Covid-19 yang memiliki peran dan tugas yang berbeda-beda.

Pemerintah juga membuat panduan petunjuk teknis komunikasi publik yang tertuang dalam protokol komunikasi publik yang dikeluarkan oleh kantor Staf Presiden (KSP) berisi penyeragaman narasi tunggal dalam menyampaikan komunikasi persuasif kepada publik melalui pemerintah pusat dan daerah secara efektif dan sistematis.

Namun pemerintah juga menemui hambatan yang dihadapi ketika melakukan strategi komunikasi publik berupa pemaparan data dan informasi yang kurang akurat, rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah, adanya anomali dalam komunikasi publik serta regulasi yang belum jelas dan tidak tegas.

Agar pesan dapat secara efektif tersampaikan oleh publik, adapun saran rekomendasi peneliti mengenai strategi komunikasi publik yang dapat dilakukan, yakni, dengan menggunakan satu pintu sebagai akses khusus terkait keseluruhan informasi pandemi Covid-19 serta data yang di perbarui setiap harinya dengan searah juga sistematis sebagai bentuk penyeragaman informasi khusus Covid-19 agar tidak membingungkan publik.

Selain itu menetapkan juru bicara yang telah di pilih sejak awal yang dapat mejembatani komunikasi antara pemerintah dan publik terkait informasi dan isu-isu pandemi Covid-19 agar tidak membingungkan masyarakat dan meminimalisir terjadinya kesimpangsiuran informasi, dengan memperhatikan faktor-faktor komunikator yang kredibel untuk menunjang keberhasilan proses komunikasi. Juga menggunakan media yang dirancang khusus untuk menyampaikan pesan kepada publik dengan tujuan untuk menjelaskan peta jalan program-program yang sudah dan akan dilaksanakan oleh pemerintah dalam menanggulangi Covid-19.

Namun, hal ini tidak hanya kewajiban pemerintah, dibutuhkan kerjasama serta komitmen yang tinggi dari publik untuk membantu pemerintah dalam menghadapi pandemi Covid-19 dengan memperkaya wawasan untuk meningkatkan literasi mengenai Covid-19 dan tidak mudah terpengaruh infodemic yang telah tersebar secara masif di ruang digital.

Daftar Pustaka

- Akhdi Martin Pratama. (2020). Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang. Money.Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- Ardiyanti, H. (2020). Komunikasi Pemerintahan Dalam Penanganan Pandemi Covid-19. *Jurnal Info Singkat*, 12(15), 25–30.
- Bayu, D. J. (2020). Survei: Masyarakat di Jawa Paling Banyak Percaya Corona Konspirasi | Databoks. Databoks.Katadata.Com. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/06/survei-masyarakat-di-jawa-paling-banyak-percaya-corona-konspirasi>
- Chrisna, yulika nila. (2020). Sosiolog: Bukan Abai, Tapi Masyarakat Tak Percaya Pemerintah Tangani Covid-19 - News Liputan6.com. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/news/read/4348655/sosiolog-bukan-abai-tapi-masyarakat-tak-percaya-pemerintah-tangani-covid-19>
- Hamidi. (2007). metode penelitian dan teori komunikasi. UMM Press.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Inpres. (2015). Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tanggal 25 Juni 2015. https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/500/t/instruksi+presiden+nomor+9+tahun+2015+tanggal+25+juni+2015
- Jpnn. (2021). Kombes Ramadhan Mengutip Pernyataan dr Lois yang Viral di Medsos. Jpnn.Com. <https://www.jpnn.com/news/kombes->

- ramadhan-mengutip-pernyataan-dr-lois-yang-viral-di-medsos
- Juditha, C. (2020). People Behavior Related To The Spread Of Covid-19's Hoax. *Journal Pekommas*, 5(2), 105. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050201>
- Kate Kelland. (2020). Fake news makes disease outbreaks worse, study finds. *Reuters.Com*. <https://www.reuters.com/article/us-health-fake/fake-news-makes-disease-outbreaks-worse-study-finds-idUSKBN208028>
- Khalil, R. A., Apsari, N. C., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU MENENTANG PROTOKOL KESEHATAN DIPENGARUHI OLEH TEORI KONSPIRASI VIRUS COVID-19 DITINJAU DENGAN TEORI INTERAKSIONISME SIMBOLIK. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(2), 168–178. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkrk/article/view/35150>
- Kominfo. (2020). Pemerintah Perkenalkan Juru Bicara Vaksinasi Covid-19. *Kominfo.Go.Id*. https://kominfo.go.id/content/detail/31263/siaran-pers-no-160hmkominfo122020-tentang-pemerintah-perkenalkan-juru-bicara-vaksinasi-covid-19/0/siaran_pers
- Ksp. (2020). PENANGANAN COVID-19 PROTOKOL KOMUNIKASI PUBLIK. <https://ksp.go.id/wp-content/uploads/2020/03/Protokol-Komunikasi-COVID-19.pdf>
- La Bella, E., Allen, C., & Lirussi, F. (2021). Communication vs evidence: What hinders the outreach of science during an infodemic? A narrative review. *Integrative Medicine Research*, 10(4), 100731. <https://doi.org/10.1016/j.imr.2021.100731>
- Muktiyo, P. D. W. (2020). Buku Strategi Komunikasi dan Diseminasi Informasi Publik Pemerintah Terkait Penanggulangan Pandemi COVID-19.pdf - Talk - Kominfo. halaman moeka publishing. <https://kcloud.kominfo.go.id/s/D2BcnMaa94cj7yH#pdfviewer>
- Noviana, F., Fadli, Z. A., & Venezia, B. (2021). SOSIALISASI CARA MENYARING INFORMASI HOAKS DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *HARMONI*, Volume 5,.
- Putri, F. A. (2021). Budaya Komunikasi Virtual Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pembelajaran Daring di UIN Walisongo Semarang). *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 7(2), 253. <https://doi.org/10.37064/jki.v7i2.8646>
- Putri, R. N. (2020). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), 705. <https://doi.org/10.33087/jjubj.v20i2.1010>
- Rakhmadani, R. (2020). Strategi Komunikasi Publik Gugus Tugas Covid-19 dalam Program Kampung Tangguh. In *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://jkom.upnjatim.ac.id/index.php/jkom/article/view/98>
- Ramadani, T. (2019). The Implementation of Public Communication Management Policy at Ministry of Energy and Mineral Resources View project One Map Policy View project Thoriq Ramadani Ministry of Energy and Mineral Resources Republic of Indonesia. *Good Governance*, 15 No. 1. <https://doi.org/10.32834/gg.v15i1.42>
- Rimba, G., Muhammad, N., Abdurrahman, S., & Sos, S. (2019). PELAKSANAAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH INDONESIA DALAM PENANGGULANGAN HOAX (STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF LAMAN ADUANKONTEN.ID KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA). *E-Proceeding of Management*, : Vol.6, N.
- Rizal, J. G. (2020). Komunikasi soal Covid-19 Dinilai Bermasalah, Masyarakat Gagal Paham. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/26/192700865/komunikasi-soal-covid-19-dinilai-bermasalah-masyarakat>

- gagal-paham?page=all
- Sitorus, A. A., & Rahmadi, M. F. (2021). Disinkronisasi Kebijakan Pemerintah Indonesia dalam Penanganan COVID-19. *Jurnal Renaissance*, 6(1), 721–732. <http://www.ejournal-academia.org/index.php/renaissance>
- Suryadi, E. (2018). Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan praktis di era Global. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Widiantara, I. K. A. (2020). INFODEMIK COVID-19: MOMENTUM MEMBANGUN KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP MEDIA MAINSTREAM. *Danapati*, 1(1), 67–8. <https://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/view/35>
- Yaniawati, P. (2020). Penelitian Studi Kepustakaan. *Penelitian Kepustakaan (LibRARY Research)*, April, 15.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *Lancet (London, England)*, 395(10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)