

Peran Platform Laporcovid Sebagai Media Komunikasi Untuk Penanganan Pandemi Covid-19

Rizky Kurniawan Syah Putra¹, Bonifatius Wisnumurti Bayuaji², Sophia Arina Zahra³

Universitas Gadjah Mada

¹kiki.einsten@mail.ugm.ac.id, ²wisnumurti@mail.ugm.ac.id, ³sophia.a.z@mail.ugm.ac.id

Article Information

Submitted :
September 26,
2022

Accepted :
October 28,
2022

Abstract

The Pandemic of Covid-19 has been declared as a global pandemic health emergency, strategy is needed in case of handling the pandemic as well as coordinated and sustainable access to information to shape public behavior in preventing the spread of the Covid-19 virus. Reliable, accurate and accessible information about the pandemic is useful for reducing the spread of the virus and avoiding disinformation by the public. The purpose of this research is to analyze the role of the Laporcovid platform in handling the Covid-19 pandemic and analyze feedback from the public on the Laporcovid platform during the pandemic. The results of this study indicate that the Covid-19 report has many roles that have an impact on handling the Covid-19 pandemic. These roles include communicating data, information and real situations related to Covid-19 in the community; advocating for government policies related to the handling of the Covid-19 pandemic; and communicating risk management related to Covid-19 to the public.

Keywords : *Social Media; Mass communication; Covid-19 pandemic; Advocacy*

Abstrak

Wabah covid-19 telah ditetapkan sebagai darurat kesehatan global, sehingga diperlukan sebuah strategi dalam penanganan pandemi serta keterbukaan akses informasi kepada masyarakat yang terkoordinasi dan berkelanjutan untuk membentuk perilaku masyarakat dalam mencegah penyebaran virus Covid-19. Informasi yang dapat dipercaya, akurat, dan dapat diakses tentang pandemi berguna untuk mengurangi risiko penularan virus dan menghindari disinformasi oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis peran platform laporcovid dalam penanganan pandemi Covid-19 dan menganalisis *feedback* dari masyarakat terhadap platform laporcovid selama masa pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara semi berstruktur dan observasi sebagai metode alat pengumpulan datanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa laporcovid memiliki banyak peran yang berdampak terhadap penanganan pandemi covid-19. Peran tersebut meliputi pengkomunikasian data, informasi serta situasi riil terkait Covid-19 di masyarakat; advokasi kebijakan oleh pemerintah terkait penanganan pandemi Covid-19; dan pengkomunikasian *risk management* terkait Covid-19 kepada masyarakat.

Kata Kunci: Media Sosial; Komunikasi Massa; Pandemi Covid-19; Advokasi

PENDAHULUAN

Perkembangan kemajuan teknologi terus mengalami perubahan seiring berkembangnya zaman, salah satunya adalah internet. Internet merupakan sarana komunikasi yang efektif dan efisien untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Menurut (Franklin, 2009) kehadiran internet membawa dampak tersendiri bagi dunia bisnis maupun institusi media komunikasi. Internet melalui media sosial membawa dampak tersendiri bagi saluran komunikasi baru dalam berhubungan dengan para publiknya. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia saat ini. Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Dilansir dari (suara.com, 2022) jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara 35,7 persen dari total populasi. Artinya Instagram memiliki fitur-fitur maupun kemudahan yang diberikan sehingga banyak masyarakat yang menggunakannya.

Instagram ialah bentuk media baru yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun publik (Mondry, 2008). Informasi yang dimuat dalam Instagram dapat mempengaruhi persepsi orang yang membaca dan melihatnya. Sedangkan McQuail dalam Ardianto (2011:14) juga menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu:

1. *Interactivity*; Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap “tawaran” dari sumber/pengirim (pesan).
2. *Social presence (sociability)*; Dialami oleh pengguna, sense of personal contact dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Media richness: media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal
3. *Autonomy*; Seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.
4. *Playfulness*; Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan
5. *Privacy*; Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.
6. *Personalization*; Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

New media memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia komunikasi. Adanya internet membuat manusia terkoneksi tanpa terbatas waktu dan wilayah, sehingga dapat berinteraksi dengan khalayak luas dan dapat mengakses informasi apapun yang tersedia kapanpun dan dimanapun berada. Ditambah lagi dengan munculnya smartphone yang membuat manusia semakin mudah dalam mengakses informasi dengan bantuan jaringan internet.

WHO mengumumkan Covid-19 pada 12 Maret 2020 sebagai pandemik. Jumlah kasus di Indonesia terus meningkat dengan pesat, hingga Juni 2020 sebanyak 31.186 kasus terkonfirmasi dan 1851 kasus meninggal (PHEOC Kemenkes RI, 2020). Kasus tertinggi terjadi di Provinsi DKI Jakarta yakni sebanyak 7.623 kasus terkonfirmasi dan 523 (6,9%) kasus kematian (PHEOC Kemenkes RI, 2020). Wabah covid-19 telah ditetapkan sebagai darurat kesehatan global, sehingga diperlukan sebuah strategi dalam penanganan pandemi serta keterbukaan akses informasi kepada masyarakat yang terkoordinasi dan berkelanjutan untuk membentuk perilaku masyarakat dalam mencegah penyebaran virus Covid-19. Informasi yang dapat dipercaya, akurat, dan

dapat diakses tentang pandemi berguna untuk mengurangi risiko penularan virus dan menghindari disinformasi oleh masyarakat.

LaporCovid adalah salah satu platform media sosial yang berfungsi sebagai alat komunikasi dalam penanganan pandemi Covid-19. Platform LaporCovid menjadi sumber informasi yang secara komprehensif membahas tentang Covid-19 diantaranya adalah data jumlah pasien positif Covid-19, data tenaga kesehatan yang meninggal, data kesediaan tabung oksigen, serta sosialisasi soal vaksin, bantuan sosial, dan peta sebaran kasus Covid-19 di seluruh Indonesia. Selain itu, LaporCovid hadir untuk menjadi wadah partisipasi warga dalam pencatatan angka positif Covid-19 dan pelaporan isu seputar Covid-19. Data yang terkumpul di kanal LaporCovid menjadi masukan bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan dan langkah penanganan Covid-19 yang berdasarkan data di lapangan.

Oleh karena itu dapat dilihat bahwa saat ini media sosial menjadi pilihan dalam mengkomunikasikan informasi terkait Covid-19. Salah satu platform komunikasi Covid-19 dengan menggunakan media sosial yakni LaporCovid. Berdasarkan latar belakang tersebut maka tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis peran platform LaporCovid dalam penanganan pandemi Covid-19 dan menganalisis *feedback* dari masyarakat terhadap platform LaporCovid selama masa pandemi.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Media sosial sebagai salah satu bentuk *new media* saat ini telah menjamur di tengah masyarakat. Hadirnya media sosial telah menjadi bagian integral dari masyarakat karena dengan berbagai fiturnya mampu menghadirkan banyak kemudahan dalam mengakses informasi maupun berjejaring. Media sosial menurut McGraw Hill Dictionary adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Menurut P.N. Howard dan M.R Parks (2012) media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi, alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media. Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, kemudian yang memproduksi dan mengonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri. Sedangkan menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein menyatakan bahwa media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang digunakan oleh kelompok yang dibentuk atas dasar teknologi serta ideologi yang memungkinkan terjadinya *user-generated content*. Dari pernyataan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sarana untuk bertukar informasi dalam sebuah jaringan terdiri dari tiga bagian (infrastruktur informasi, alat untuk produksi dan distribusi isi media) yang memungkinkan adanya *user-generated content*.

Pengertian *new media* memberikan cakupan yang lebih luas seperti diungkapkan oleh (Croteau, 1997) bahwa media baru yang muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satelit, teknologi optic fiber dan komputer. Dengan teknologi seperti ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam.

(McQuail, 2000) membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, handphone, e-mail. Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, videogame, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/ search engine. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi,

pendapat, pengalaman dan menjalin melalui komputer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional. Lepas dari perbedaan pengelompokan media baru yang ada selama ini, arti penting kehadiran media baru dalam masyarakat sendiri tak perlu diragukan lagi seperti yang ditegaskan oleh (Dennis McQuail, 2002) bahwa munculnya media baru yang membawa ke konsep masyarakat informasi sebagai masyarakat yang 'dependent upon complex electronic information and communication networks and which allocate a major portion of their resources to information and communication activities'".

Perbedaan yang nampak antara media baru dan lama yang jelas mencuat adalah dari segi segi penggunaannya secara individual yang diungkapkan oleh (McQuail, 2000) melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna dimana media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan dan menariknya media yang digunakan sesuai keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bittner ialah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa dengan sejumlah besar orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*) (dalam Rakhmat 1985, 176). Menurut Littejohn menyebut komunikasi massa ialah konsep media *encoding* yang sebagai proses organisasi media memediakan pesannya kepada khalayak. Sedangkan menurut Liliweri (2011) komunikasi massa ialah komunikasi yang menghubungkan komunikator dan komunikan melalui bantuan media secara massal, berlokasi tidak berdampingan (jauh) serta meninggalkan efek tertentu. Dari tiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang dilakukan oleh organisasi media massa kepada khalayak yang luas.

Perkembangan awal dari komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Dalam perkembangan komunikasi massa yang modern saat ini, ada satu perkembangan dari media massa, yaitu ditemukannya internet (Nurudin, 2015:4-5). Terdapat sebuah karakteristik komunikasi massa yang dikemukakan Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) untuk memperjelas apa itu komunikasi massa: □ Komunikator menggunakan peralatan-peralatan modern untuk menyebarkan maupun menyampaikan pesan dengan cepat kepada khalayak umum dan disebarkan melalui media massa.

- Komunikator menyebarkan pesan guna mendapatkan beragam pengertian atau perhatian dari jutaan orang yang tidak saling mengenal satu sama lain.
- Sebuah pesan mudah didapatkan dan dapat diterima oleh siapa saja. Artinya, pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa ialah milik publik.
- Komunikator dalam komunikasi massa umumnya adalah organisasi formal (organisasi, kelompok, lembaga, perkumpulan, dll) tidak berasal dari seseorang atau individu.
- Komunikasi massa memiliki *gatekeeper* untuk menyeleksi, mengontrol dan mengatur pesan yang akan disebarkan kepada khalayak.
- Dalam komunikasi massa, umpan balik memiliki sifat tertunda. Umpan balik tertunda tersebut disebabkan karena komunikasi massa disampaikan melalui media massa yang berbeda dengan jenis komunikasi lainnya.

Sebab, komunikasi massa dilakukan tidak secara langsung. Dari karakteristik diatas, Instagram sebagai media sosial merupakan salah satu alat bantu komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara cepat kepada audience yang luas. Komunikasi massa memiliki kelebihan dari jenis komunikasi lain, yaitu dapat mengatasi hambatan jarak maupun waktu dan bersifat tidak terbatas.

Kebijakan Pemerintah akan Pandemi Covid-19 di Indonesia

Kasus Covid-19 pertama di Indonesia diumumkan pada awal Maret 2020, yang berasal dari turis asing yang berkunjung ke Indonesia pada awal bulan Februari. Menurut Olivia dan Djalante (2020) dalam Roziqin (2021), respon pemerintah Indonesia terkait kebijakan dan sistem mitigasi terhadap pandemi Covid-19 tergolong kurang, yang berujung pada kepanikan nasional. Kondisi ini diperparah oleh pernyataan sebagian pemerintah Indonesia yang menyatakan bahwa Indonesia bebas dari Covid-19, sementara para ahli epidemiologi menyatakan bahwa virus corona telah memasuki Indonesia sejak pertengahan Januari hingga Februari 2020 (Roziqin et al., 2021).

Perkembangan Covid-19 di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari manajemen krisis dan mitigasi yang kurang (Madhav et al., 2018; Winanti and Mas'udi, 2020; Roziqin et al., 2021). Salah satu penyebab dari hal tersebut adalah komunikasi publik yang kurang baik. Penyebaran Covid-19 memerlukan respon cepat dari pemerintah, baik dalam sektor kesehatan dan sektor lainnya seperti lingkungan, gender, ketenagakerjaan, pariwisata, industri, dan sosioekonomi secara umum (Roziqin et al., 2021). Terdapat sembilan produk hukum yang dibuat oleh pemerintah Indonesia dalam menangani pandemi Covid-19, yang terdiri atas empat Keputusan Presiden, dua Peraturan Presiden, satu Peraturan Pemerintah, satu Instruksi Presiden, dan satu Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang. Kebijakan tersebut yang secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan Covid-19 memiliki dampak pada komunikasi serta koordinasi dari para pelaku kebijakan dan menimbulkan situasi yang tumpang tindih antar kebijakan (Roziqin et al., 2021).

Kebijakan pertama yang ditegakkan oleh pemerintah Indonesia adalah menerapkan pembatasan fisik, yang dilakukan dengan menjaga jarak minimal 1 meter dengan orang lain serta menghindari kerumunan. Pembatasan fisik juga dilakukan dengan bekerja dari rumah, beribadah dari rumah, serta belajar dari rumah. Pembatasan fisik digolongkan sebagai cara yang paling efektif dalam menekan angka kasus Covid-19 ketika saat itu vaksin Covid-19 belum dikembangkan. Masyarakat Indonesia memiliki ikatan sosial yang kuat, dan terbiasa dengan kebersamaan, kooperasi, solidaritas, dan berbagai interaksi sosial lainnya sebelum pandemi Covid-19 terjadi. Banyak dari tempat umum di Indonesia seperti pusat perbelanjaan, tempat ibadah, stasiun bus, dan bandara yang masih ramai, sehingga kebijakan ini tergolong kurang berhasil. Implementasi dari pembatasan fisik yang kurang berhasil merupakan krisis komunikasi terkait pandemi COVID-19 (Winanti dan Mas'udi, 2020; Roziqin et al., 2021).

Ada banyak sekali informasi yang beredar di publik, terutama oleh media *online*, yang beberapa di antaranya terdapat informasi yang bercampur dengan informasi yang salah, yang membuat masyarakat menjadi bingung, dan akhirnya mengabaikan informasi tersebut. Di sisi lain, pada awalnya pemerintah tidak dapat menyediakan akses informasi yang valid, resmi, dan terintegrasi. Namun, ditengah perkembangan kasus Covid-19, pemerintah berhasil membuat *channel* resmi terkait Covid-19 yang dinamakan <https://covid19.go.id/> (Roziqin et al., 2021).

Pada proses manajemen Covid19, pemerintah Indonesia tidak memiliki pengertian yang sama akan pandemi yang dibuktikan oleh proses komunikasi yang tidak berjalan dengan baik, terutama pada level institusi pemerintah. Bersasarkan Atkinson et al. (2020), komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah seharusnya dapat

berjalan secara efektif sehingga masyarakat dapat berpartisipasi dan menerima manfaat. Selain itu, banyaknya informasi yang beredar melalui sosial media memengaruhi kognisi sosial masyarakat (Roziqin et al., 2021). Akibat banyaknya informasi yang beredar, masyarakat menjadi bingung akan informasi yang sebaiknya diikuti, yang berujung pada sebagian besar masyarakat mengabaikan informasi yang beredar, termasuk juga kebijakan yang diambil oleh pemerintah (Roziqin et al., 2021).

Kebutuhan Masyarakat akan Komunikasi Publik dan Informasi Akurat di Masa Pandemi

Pandemi Covid-19 memberikan dampak pada sektor kesehatan, ekonomi, serta sosial. Pada sektor kesehatan, pandemi Covid-19 menyebabkan angka kematian dan angka kesakitan akibat Covid-19 yang tinggi di Indonesia serta terjadi penurunan cakupan banyak fasilitas pelayanan kesehatan di Indonesia (Aeni, 2021). Berdasarkan *COVID-19 Data Repository by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE)* oleh John Hopkins University, telah tercatat hingga 23 Mei 2022, kasus kematian akibat COVID-19 di Indonesia sebanyak 157.000 jiwa dan kasus Covid-19 yang telah tercatat sebanyak 6,05 juta jiwa. Kebijakan yang diterapkan pemerintah Indonesia yaitu pembatasan fisik dan karantina wilayah membatasi masyarakat dalam menjalankan perekonomian, yang akhirnya menghambat perputaran barang dan jasa. Pandemi Covid-19 yang berlangsung lama menyebabkan penurunan pertumbuhan ekonomi di wilayah yang terdampak pandemi (Aeni, 2021). Berdasarkan Whitehead, et al (2021) dalam Aeni (2021), sejalan dengan penurunan pertumbuhan ekonomi, angka pengangguran akan semakin meningkat, yang berdampak pada aspek sosial. Masyarakat kurang mampu adalah salah satu golongan yang rentan terdampak pandemi COVID-19. Akibat adanya pandemi Covid-19, *World Bank* memperkirakan akan terjadi peningkatan penduduk miskin di seluruh dunia (Aeni, 2021).

Komunikasi publik yang efektif adalah salah satu kunci keberhasilan penanganan pandemi. Komunikasi publik yang efektif dapat menciptakan kepercayaan serta rasa aman di kalangan masyarakat dalam situasi genting saat pandemi. Pemerintah perlu menyediakan kanal informasi yang tepat pada masyarakat karena informasi yang akurat sangat penting saat segala informasi termasuk yang kurang akurat dapat dengan mudah menyebar dan diakses akibat perkembangan teknologi yang kian cepat. Terciptanya komunikasi publik yang efektif saat pandemi sangat penting karena adanya kekacauan informasi publik di saat krisis seperti halnya saat masa pandemi Covid19, yang dapat berdampak pada turunnya kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat. Selain itu, gagalnya komunikasi publik yang efektif dapat membuat masyarakat gagal menangkap informasi yang akurat, terutama informasi yang berkaitan dengan penanganan Covid-19. Implementasi dari kebijakan yang ditetapkan pemerintah juga dapat terhambat akibat kegagalan komunikasi publik yang efektif, sebagai contoh adanya ketidakjelasan informasi terkait karantina massal dan larangan mudik, menunjukkan kegagalan komunikasi publik yang menghambat implementasi kebijakan. Tidak adanya *channel* terpusat terkait informasi yang akurat terkait Covid-19 juga merupakan bentuk dari kegagalan komunikasi publik yang efektif. Saat masa awal terjadinya pandemi Covid-19, informasi yang beredar di masyarakat berasal dari berbagai sumber yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, baik yang berbasis informasi daerah, nasional, maupun antar lembaga pemerintahan. Tidak adanya satu *channel* informasi yang berasal dari pemerintah yang disiapkan sejak awal menyebabkan berbagai pihak memutuskan langkah tidak berbasis data yang akurat. Dampak yang diakibatkan oleh hal tersebut adalah banyak langkah yang diambil oleh pemerintah daerah dan masyarakat yang cenderung bersifat berlebihan, kurang tepat sasaran, dan tidak sesuai dengan protokol penanganan Covid-19 yang tepat (Wahyuni et al., 2020).

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bersumber dari data yang berupa katakata, kalimat atau gambar yang memberikan makna serta dapat memberikan pemahaman. Dalam penelitian deskriptif kualitatif, peneliti menyajikan data dengan deskripsi kalimat yang terinci, lengkap, mendalam dan menggambarkan situasi riil.

Metode pengumpulan data yang dipakai pada penelitian kualitatif ini adalah wawancara dan observasi sebagai metode alat pengumpulan datanya. Penelitian ini menggunakan wawancara semi berstruktur untuk memperoleh data sedalam-dalamnya dari suatu hal, dalam penelitian ini yaitu Laporcovid. Pewawancara juga mendapatkan informasi yang akurat, sekaligus menilai validitas jawaban berdasarkan gerak-gerik, nada, dan mimik dari narasumber.

Wawancara semi terstruktur dipakai dengan bantuan *interview guide* agar pertanyaan tetap fokus pada topik penelitian. Observasi disini disebut nonpartisipan, karena peneliti sekadar mengamati tanpa ikut masuk ke dalam pembuatan sebuah konten Instagram yang akan dibuat oleh Laporcovid. Subjek dari penelitian adalah seorang peneliti bernama Yoesep Boedianto, S. Geo dari Litbang Kompas yang juga menjadi tim Laporcovid divisi sosial media. Narasumber dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan data hasil observasi dengan memanfaatkan layanan *instagram analytics* yang menghasilkan data insight dari sebuah postingan yang diunggah oleh Laporcovid.

Teknik validasi data yang dipakai yaitu triangulasi sumber data tentang laporcovid. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti hasil wawancara, jurnal, situs internet, serta hasil observasi. Teknik analisis data ini yang dipakai yaitu analisis data kualitatif, dimana data yang berasal rekaman wawancara dicatat dan diolah untuk dikategorisasikan, kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi tidak bisa diselesaikan oleh negara saja. Kolaborasi antara pemerintah, kelompok profesional, sektor swasta, dan masyarakat sipil diperlukan untuk menekan besaran dampak pandemi. Karena hal tersebut laporcovid hadir sebagai langkah inisiatif dan kolaborasi dengan berbagai pihak, mulai dari jurnalis, akademisi, saintis, tenaga kesehatan profesional, hingga pemerintah.

Platform Laporcovid-19

Laporcovid-19 membangun sebuah kanal laporan warga (*citizen reporting platform*) yang digunakan sebagai tempat berbagi informasi mengenai kejadian terkait Covid-19 yang ditemukan oleh warga, namun selama ini luput dari jangkauan pemerintah. Menggunakan pendekatan *crowdsourcing* yang melibatkan partisipasi warga untuk turut terlibat dalam pencatatan angka Covid-19 dan pelaporan isu seputar Covid-19 di sekitarnya, menjadi jembatan pencatatan angka kejadian Covid-19 di tanah air. Data yang terkumpul di kanal LaporCovid-19 menjadi masukan bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan dan langkah penanganan Covid-19 yang berdasarkan data di lapangan.

LaporCovid-19 mengadvokasi dan memperjuangkan transparansi dan akuntabilitas data Covid-19 Indonesia melalui dua metode utama: data dan advokasi. LaporCovid-19 memiliki lebih dari 200 relawan data yang mengumpulkan data statistik Covid-19 berdasarkan tingkat kota. Beberapa di antaranya juga menyusun, mendokumentasikan, dan meneruskan setiap laporan dari warga ke pemerintah daerah dan lembaga yang

berwenang. Baik statistik Covid-19 dan data laporan warga tersebut kemudian dianalisis dan dipelajari untuk lebih memahami situasinya kemudian digunakan sebagai bukti untuk transparansi data Covid-19 dan advokasi akuntabilitas. Data berbasis bukti tersebut juga digunakan untuk materi pendidikan bagi masyarakat umum.

Perkembangan Laporcovid dalam merespon kebutuhan masyarakat selama pandemi dari tahun 2020-2022.

Dalam perkembangannya, terjadi perubahan tujuan serta kegiatan yang dilakukan oleh Laporcovid. Terdapat lima layanan yang dimiliki oleh Laporcovid untuk membantu penanganan Covid-19 di Indonesia, yaitu layanan Laporwarga, kajian data pandemi, kajian dan riset, advokasi kebijakan serta *risk management*. Saat virus corona varian delta masuk ke Indonesia pada pertengahan tahun 2021, Laporcovid meluncurkan layanan Laporwarga, yang menyediakan informasi bagi masyarakat Indonesia terkait ketersediaan tabung oksigen dan *bed* rumah sakit. Selain layanan Laporwarga, Laporcovid juga memiliki layanan kajian data pandemi yang telah ada saat awal mula Laporcovid dibentuk hingga saat ini. Melalui layanan ini, Laporcovid konsisten menyajikan *gap* antara data yang dipublikasikan oleh Kemenkes RI dengan data yang dimiliki oleh Dinkes Kabupaten/Kota serta Provinsi. Selain itu, Laporcovid juga memiliki layanan kajian dan riset yang meneliti terkait kesiapan masyarakat atas kebijakan terkait pandemi Covid-19 yang ditetapkan oleh pemerintah. Laporcovid rutin melakukan advokasi terhadap kebijakan yang ditetapkan pemerintah terkait Covid-19, seperti insentif tenaga kesehatan hingga rencana pengadaan vaksin berbayar. Selanjutnya, Laporcovid juga rutin mengomunikasikan *risk management* terkait Covid-19 kepada masyarakat.

Data - data yang diperoleh oleh Laporcovid sudah sering dikutip dan digunakan oleh media resmi baik media nasional maupun media internasional. Hingga saat ini, terdapat kurang lebih 1000 berita yang menggunakan data yang bersumber dari Laporcovid. Dalam mengkomunikasikan temuan yang berasal dari data riil di masyarakat, Laporcovid berusaha mengkomunikasikan situasi yang sebenarnya terjadi untuk memaksimalkan layanan komunikasi *risk management* terkait Covid-19. Sebagai contoh, ketika rumah sakit di Indonesia sempat *collapse* akibat kelebihan pasien saat Indonesia terserang virus corona varian delta, Laporcovid mengkritik keputusan pemerintah saat mengomunikasikan informasi tersebut. Pemerintah memilih menggunakan diksi “rumah sakit penuh” dibandingkan dengan “rumah sakit *collapse*”, yang mana keputusan tersebut dinilai kurang menggambarkan keadaan yang sebenarnya terjadi di masyarakat.

Keberhasilan Laporcovid dalam Melakukan Advokasi Kebijakan Pemerintah

Laporcovid mengkritik kebijakan pemerintah yang sempat akan meluncurkan vaksin gotong royong yang berbayar. Kebijakan tersebut dinilai merugikan masyarakat dan dapat menghambat pelaksanaan vaksinasi di Indonesia. Berkaca pada negara - negara lain yang telah melaksanakan vaksinasi, masyarakat di negara tersebut mendapatkan vaksin secara gratis, sehingga Laporcovid mempertanyakan keputusan pemerintah untuk membuat vaksinasi berbayar. Pertimbangan lainnya adalah masyarakat bisa saja semakin enggan untuk mendapatkan vaksin karena harus membayar. Advokasi yang dilaksanakan secara terus menerus oleh platform Laporcovid serta media lainnya di Indonesia pun membuahkan hasil, akhirnya vaksin gotong royong ditiadakan dan saat ini masyarakat Indonesia mendapatkan vaksinasi secara gratis. Selain vaksinasi, advokasi lainnya yang dilakukan oleh Laporcovid adalah terkait insentif tenaga kesehatan. Hingga saat ini, Laporcovid berusaha mengadvokasi pemberian insentif dan santunan bagi tenaga kesehatan yang bertugas saat penanganan pandemi Covid-19.

Komunikasi Massa Instagram Laporcovid

Laporcovid sebagai media massa Instagram menyampaikan kajian data pandemi, platform laporan warga, kajian dan pengembangan, serta advokasi pandemi. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada kajian data pandemi. Salah satu data yang didapatkan melalui wawancara dengan narasumber adalah konten Instagram Laporcovid dengan data insight paling tinggi yaitu “Gagal menyelamatkan nyawa, juga gagal menyelamatkan data warga”. Konten ini menuliskan tentang kasus kebocoran data pribadi yang diperjualbelikan di forum internet. Melalui data eHac yang merupakan aplikasi tes dan pelacakan Covid-19 diduga juga alami kebocoran.

Insight yang didapat dari konten ini telah menjangkau jumlah *reach* sebanyak 283.812 akun dengan jbaran 16,798 *followers* dan 267.014 *non followers*. Artinya, konten ini telah berhasil secara peningkatan jumlah *reach* karena menjangkau lebih dari 1000% dari jumlah *followers* di Instagram Laporcovid yang saat ini berjumlah 26.4k. *Content Interactions* yang didapat sebanyak 6.241, dengan jbaran 4.032 *likes*, 151 *comment*, 564 *share* dan 1494 yang menyimpan konten ini. Yang menjadikan konten ini memiliki *interaction* tinggi menurut narasumber perwakilan Laporcovid adalah isi konten yang menciptakan diskusi publik yang menarik sekaligus isu penting yang dikemas dengan visual yang mendetail sehingga masyarakat yang melihat memiliki bayangan terhadap isi pesan tersebut. Kemudian, *profile activity* sebanyak 2.576 yang terdiri dari kunjungan profil sebanyak 2.089, 462 pengikut baru dan kunjungan *website* sebanyak 25.



Gambar 1. Postingan
“Gagal menyelamatkan nyawa, juga gagal menyelamatkan data warga”

Dengan data insight yang didapat tersebut, Laporcovid sebagai salah satu media sosial, telah berdampak besar dalam memberikan *awareness* terhadap banyak orang. Sesuai dengan Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986) yang menyampaikan bahwa komunikator menyebarkan pesan guna mendapatkan beragam pengertian atau perhatian dari jutaan orang yang tidak saling mengenal satu sama lain. Dalam hal ini Laporcovid telah menyebarkan pesan mengenai isu kebocoran data pribadi dan membangun opini publik di masyarakat. Pesan yang menyebar melalui *Instagram stories* dan menyebar dari akun satu ke akun seperti amoeba merupakan ciri khas dari new media yang menyebarkan maupun menyampaikan pesan dengan cepat kepada khalayak umum dan disebarakan melalui media massa.



Gambar 2. Insight Postingan “Gagal menyelamatkan nyawa, juga gagal menyelamatkan data warga”
Sumber: Instagram Laporcovid

Feedback dari Masyarakat

Penanganan pandemi di Indonesia dinilai belum maksimal, mulai dari pemeriksaan hingga bantuan sosial. Transparansi data juga menjadi permasalahan yang belum tuntas hingga akhir tahun 2020. Ketidakjelasan proses penanganan yang dilakukan pemerintah menyebabkan munculnya gejolak di tengah masyarakat, termasuk banyaknya keluhan yang muncul. Laporcovid19 berfungsi sebagai penghubung masyarakat dengan pemerintah daerah dan pusat, serta melakukan pendampingan laporan hingga selesai ditangani. Dua poin penting dalam sistem layanan ini adalah seluruh laporan akan diteruskan ke pemerintah daerah terkait sesuai lokasi laporan dan semua penanganan menjadi tanggung jawab pemerintah daerah.

Layanan lapor warga mulai berjalan pada April 2020 dengan menggunakan aplikasi Whatsapp dan Telegram. Total ada 5.475 laporan yang masuk, terbagi menjadi dua bagian, mempertimbangkan kebijakan pemerintah dan spektrum keluhan yang bergeser, yaitu periode April hingga Juli 2020 (1.181 laporan) dan Juli 2020 hingga Oktober 2021 (4.931 laporan). Secara keseluruhan, jumlah laporan dari warga yang masuk ke Laporcovid-19 mencapai 6.112 laporan selama hampir dua tahun terakhir. Artinya setiap hari minimal masuk 11 laporan dari seluruh Indonesia. Wilayah paling banyak yang melapor adalah DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Masifnya laporan warga tentang tidak adanya penanganan kluster perkantoran menunjukkan bahwa kapasitas pemeriksaan yang seharusnya dilakukan oleh pemerintah untuk mengendalikan pandemi masih sangatlah rendah.

Sebagai media komunikasi dan wadah pelaporan warga dalam penanganan pandemi Covid-19, laporcovid telah bekerja secara maksimal dan memberikan banyak manfaat. Respon warga terhadap laporcovid pun turut aktif, cepat tanggap dan giat dalam mengawal keberlangsungan pandemi covid-19. Banyak respon positif dari warga yang menunjukkan keefektifan laporcovid-19 dalam mengatasi masalah yang timbul selama pandemi. Namun ada juga respon negatif dari masyarakat karena terkena stigma buruk yang salah perihal covid-19. Stigma mengenai Covid-19 banyak menimpa para kaum penyintas dari berbagai macam latar belakang sosial dan ekonomi. Banyak laporan berkaitan dengan tindakan pengucilan dari warga terhadap para penyintas Covid-19. Tindakan ini dilakukan oleh lingkungan terdekat, baik dari tetangga dan pihak manajemen kantor, hingga masyarakat luas yang termanifestasi dalam bentuk pola perilaku penyintas yang cenderung malu dan takut

ketika terdiagnosa positif covid-19 sehingga cenderung tidak mendukung program pendataan dan pengadvokasian dari laporcovid.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa laporcovid memiliki banyak peran yang berdampak terhadap penanganan pandemi covid-19. Peran tersebut meliputi pengkomunikasian data, informasi serta situasi riil terkait Covid-19 di masyarakat; advokasi kebijakan oleh pemerintah terkait penanganan pandemi Covid-19; dan pengkomunikasian *risk management* terkait Covid-19 kepada masyarakat. Platform LaporCovid-19 juga telah berhasil sebagai media sosial dalam melakukan komunikasi massa untuk memberikan *awareness* terhadap masyarakat.

Tanggapan masyarakat terkait adanya layanan Laporcovid di tengah pandemi terbagi menjadi tanggapan positif dan tanggapan negatif. Banyaknya laporan dan data dari masyarakat yang masuk ke platform Laporcovid menunjukkan penerimaan serta antusiasme masyarakat akan hadirnya platform Laporcovid. Sedangkan adanya tanggapan negatif dari masyarakat disebabkan oleh perasaan takut akan stigma sosial yang bersifat negatif yang akan timbul di masyarakat apabila terdapat penyintas Covid-19 di wilayah tempat tinggalnya, sehingga dapat menghambat proses pengumpulan data serta pengadvokasian oleh Laporcovid.

REFERENSI

- Aeni, N. (2021). Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, & Sosial. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 17(1), 17-34.
- Atkinson, P., Gobat, N., Lant, S., et al. (2020), "Understanding the policy dynamics of COVID-19 in the UK: early findings from interviews with policy makers and health care professionals", *Social Science and Medicine*, Vol. 266, pp. 1-6.
- Croteau D. (1997). *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. Pine Forge Press.
- Denis McQuail. (2000). *Mc Quail's Communication Theory* (4th edition ed.). Sage Publications.
- Dicky Prastya. (2022, February 23). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Suara.com. Retrieved May 24, 2022, from <https://www.suara.com/teknologi/2022/02/23/191809/jumlah-penggunamedia-sosial-indonesia-capai-1914juta-per-2022>.
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2002). *Communication Works*. McGraw-Hill.
- Howard, & Parks. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 62. https://www.researchgate.net/publication/233729903_Social_Media_and_Political_Change_Capacity_Constraint_and_Consequence
- Jalaluddin Rakhmat. (1985). *Psikologi komunikasi*. Remadja Karya.
- Liliwari, A. (2010). *Strategi komunikasi masyarakat*. Penerbit & distribusi, LKiS Yogyakarta.
- Parker, S. P. (Ed.). (2003). *McGraw-Hill Dictionary of Scientific and Technical Terms*. McGraw-Hill Education.
- Pavlik, J. V. (1998). *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. Allyn and Bacon.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology*. Free Press.
- Roziqin, A., Mas'udi, S. Y., & Sihidi, I. T. (2021). An analysis of Indonesian government policies against COVID19. *Public Administration and Policy*.
- Wahyuni, H. I., Ambardi, K., Winanti, P. S., & Mas'udi, W. (2020). Problem Infodemic Dalam Merespon Pandemi COVID 19.
- Whitehead, M., Taylor-robinson, D., & Barr, B. (2021). Poverty, Health, and Covid-19 Yet Again, Poor Families Will be Hardest Hit by the Pandemic's Long Economic Fallout. *BMJ*, 372(n376).