

Persepsi Masyarakat Terhadap Informasi *Covid-19* yang Disajikan Melalui Akun *Instagram* @Dr.Tirta

Kania Aulia Ramadhanty, Muhammad Darwinsyah

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi

Jakarta, Indonesia

auliakania29@gmail.com, emdarwinsyah@gmail.com

Abstract—This study is qualitative, with three interviewees, randomly selected based on @dr.tirta followers. The results of the study show that people who follow the Instagram account @dr.tirta have sufficient knowledge and a good understanding of COVID-19. As for how the community responds to the COVID-19 pandemic, such as wearing masks, doing hand hygiene and maintaining physical/social distance due to the Large-Scale Social Restrictions (PSBB), the community monitors everything through virtual communication media, starting from online schools, work from home imposed by the office. . As informed through the Instagram account @dr.tirta. The knowledge and behavior of the majority of Instagram account users who monitor all information through social media, especially as followers of the @dr.tirta Instagram account, are classified as good. This situation is expected to support the effective handling of COVID-19 cases in Indonesia. However, government and community supervision is still needed to maintain good conditions to prevent the spread of COVID-19 and for wise social media users.

Keywords—Information, Perception, Covid-19

Abstrak—Studi ini bersifat kualitatif, dengan tiga narasumber yang diwawancarai, dipilih secara acak berdasarkan followers @dr.tirta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat yang mengikuti akun Instagram @dr.tirta memiliki pengetahuan yang cukup dan pemahaman yang baik tentang COVID-19. Adapun bagaimana respon masyarakat terhadap pandemi COVID-19 seperti memakai masker, melakukan kebersihan tangan dan menjaga jarak fisik / sosial karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) masyarakat memantau semua melalui media komunikasi virtual, mulai dari sekolah *online*, *work from home* yang diberlakukan kantor. Seperti yang diinfokan melalui akun Instagram @dr.tirta. Pengetahuan dan perilaku sebagian besar masyarakat pengguna akun Instagram yang memantau semua informasi melalui sosial media terlebih lagi sebagai followers akun Instagram @dr.tirta tergolong baik. Situasi ini diharapkan dapat mendukung efektifitas penanganan kasus COVID-19 di Indonesia. Meski demikian, pengawasan pemerintah dan masyarakat tetap diperlukan untuk menjaga kondisi yang baik guna mencegah penyebaran COVID-19 dan bagi pengguna sosial media yang bijak.

Kata Kunci— Informasi, persepsi, covid-19

I. PENDAHULUAN

Masalah kesehatan dunia yang saat ini menjadi sorotan dan sangat penting untuk mendapatkan perhatian dari ilmu kesehatan dan masyarakat umum adalah penyakit akibat virus corona. Di awal tahun 2020 ini, penyebaran virus COVID-19 yang dilaporkan oleh China ke Badan Kesehatan Dunia (WHO) sempat membuat gempar, virus ini bernama *Corona Virus Disease* (COVID-19). Pasien yang terinfeksi virus COVID-19 dilaporkan pada akhir tahun 2019 dari Wuhan, China. Virus ini menyebar dengan cepat ke seluruh pelosok negeri dan menimbulkan ancaman pandemi baru, salah satunya Indonesia. Selama pandemi ini, Indonesia terkena imbas di bidang kesehatan, pendidikan dan ekonomi.

Karyawan bekerja di rumah, dan proses mengajar di rumah digantikan oleh rumah. Indonesia membatalkan ujian nasional untuk pertama kalinya. Toko-toko tutup, transportasi umum dibatasi, dan orang-orang yang ingin pergi ke kota lain juga dibatasi, dan harus memiliki pernyataan misi yang lengkap. Pandemi ini cukup membuat pemerintah kewalahan, dan pemerintah telah memberlakukan beberapa kebijakan melawan penyebaran virus COVID-19, antara lain rekomendasi WFH (*Work from Home*), *social distancing*, *physical distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) masyarakat memantau semua melalui media komunikasi virtual, mulai dari sekolah *online*, *work from home* yang diberlakukan kantor.

Karena perkembangan teknologi, saluran komunikasi media sosial harus terus beradaptasi dengan *trend* perkembangan media sosial di masa depan. Saat ini, metode ini paling umum digunakan oleh institusi dan individu berkomunikasi dengan audiens adalah jenis media sosial yang memungkinkan terjalinnya pertemanan dan partisipasi aktif dari audiensnya yaitu jejaring sosial (Tosepu, 2018).

Kemajuan teknologi dinilai cepat dan praktis dibanding generasi sebelumnya. Komunikasi semacam ini dapat dilakukan melalui pesan teks atau *chat* di media sosial. Anda juga dapat membuat akun dengan informasi pribadi anda sendiri, seperti *Twitter*, *Instagram*, *Line*, *Facebook* dan lain sebagainya. Akun media sosial dapat juga dijadikan

sebagai tempat untuk mengekspresikan diri (Nabila, 2020) Pemanfaatan media sosial sebagai teknologi komunikasi digital menjadi *trend* dan telah meramah ke segala sisi kehidupan masyarakat. Beraktivitas di media sosial menjadi kehidupan kedua bagi para pengguna. Tak lagi ada batasan antara yang nyata dan *virtual*.

Keduanya melebur dalam kekuatan interaktif dan visual. Media sosial mampu memberi timbal balik yang instan. Media sosial juga mampu merepresentasikan berbagai aktivitas penggunanya, dari aktivitas pribadi yang selalu di publikasikan melalui media sosial sampai membangun relasi dan berinteraksi dengan orang lain (Sari

& Irena, 2019) Media sosial sangat berpengaruh bagi kehidupan terlebih lagi saat pandemi ini.

Masyarakat dari berbagai kalangan

menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang selama masa pandemi, masyarakat beranggapan media sosial mempermudah mencari wawasan dan segala masalah yang terjadi di kehidupan dapat dicari jalan keluarnya melalui media sosial. Tapi tidak hanya positif saja dampak dari media sosial, hal negatif pun juga memasuki dunia media sosial seperti penyalahgunaan media sosial dewasa yang dibuka oleh anak dibawah umur (Na'imah, 2020).

Adapun media sosial yang sedang banyak diminati oleh banyak masyarakat baik remaja ataupun orang dewasa yaitu *Instagram* dan mereka juga pengguna aktif *Instagram* dapat dilihat dari hasil riset ada lebih dari

90% yang menjadi pengguna aktif media sosial *Instagram* dikarenakan mudahnya mengakses, dan menerima informasi secara langsung dari media tersebut.

Masyarakat sendiri beranggapan bahwa penggunaan media sosial tersebut tergantung dari kebutuhan, ada yang mencari informasi dan ada juga yang mencari hiburan (mega ardiani, 2020) Beberapa masyarakat khususnya kalangan remaja pengguna akun *Instagram* yang merespon dan memberikan tanggapan tentang COVID-19. Salah satunya adalah akun *Instagram* @dr.tirta dengan 2 juta pengikut akun pada 30 November 2020 dengan rata-rata usia pengikutnya adalah dewasa muda hingga dewasa akhir. Akun *Instagram* @dr.tirta tidak hanya membahas cara mengatasi penyebaran virus COVID-19, tapi juga mengomentari pemberitaan yang sudah ada di beberapa media lain, kemudian mengunggahnya kembali ke akun *Instagram* miliknya dan mengomentari beberapa media cetak dan berita lainnya yang sudah ada di media sosial. Mengenai konten pembahasan mengenai virus COVID-19 yang diunggah di *feed Instagram* @dr.tirta banyak sekali pro dan kontra yang semuanya merupakan bentuk persepsi masyarakat, sehingga peneliti ingin mengetahui pengaruh persepsi pengikut akun @dr.tirta. Persepsi akan membentuk kesadaran akan realitas yang dihadapi individu. Melalui kesadaran, manusia akan dapat menentukan responnya terhadap realitas yang dihadapinya. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan pada akun *Instagram* @dr.tirta. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh persepsi masyarakat dan mengetahui apakah informasi yang disajikan melalui akun *Instagram* @dr.tirta dapat diterima

dengan jelas serta apakah media sosial *Instagram* bisa menjadi sumber informasi.

II. METODOLOGI

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial pada suatu fenomena yang dikaji yaitu persepsi masyarakat terhadap informasi *covid-19* yang disajikan melalui akun *instagram* @dr.tirta. Dalam penelitian yang akan diteliti memerlukan dua macam data yaitu data primer dan sekunder, data primer menggunakan wawancara dan juga pengamatan terhadap situasi lokasi penelitian. Data sekunder adalah data yang bersumber dari data data pendukung yaitu buku, dokumen, majalah, koran dan keterangan lainnya yang memiliki kaitan dengan obyek penelitian. (Sugiyono, 2013) Peneliti melakukan penelitian ini kepada beberapa followers @dr.tirta dari semua kalangan. Dipilih berdasarkan usia, pekerjaan, gender yang mewakili persyaratan penelitian ini. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan memberikan tiga pertanyaan dasar

1. Seberapa besar dampak informasi terkait COVID-19 yang disajikan akun @dr.tirta?
2. Seberapa setuju kamu ketika @dr.tirta memberikan informasi tentang COVID-19?
3. apakah kamu merasa terbantu mendengar berita melalui akun *Instagram* @dr.tirta?

Setelah wawancara dilakukan, melakukan transkrip wawancara, kemudian membuat lampiran coding yaitu open coding, axial coding dan selective coding. (Salsabila & Ernungtyas, 2020)

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Hasil Wawancara

Wawancara ini dilakukan berdasarkan

4 narasumber yang memang memfollow akun @dr.tirta dan selalu memantau kegiatan @dr.tirta di sosial media yang terdiri dari:

Narasumber inti yaitu Dr. Jefri, 48. dokter yang menangani COVID-19 dan followers @dr.tirta.

Dr. Jerfi menyatakan bahwa beliau sangat setuju dengan *content* yang @dr.tirta berikan lewat akun *Instagram*, akan tetapi terdapat penyampaian yang terlalu *frontal*.

Frisca, 26. Wiraswasta, salah satu followers @dr.tirta menyatakan bahwa akun *Instagram* @dr.tirta selalu membuat informasi tentang COVID-19 sangat mudah dimengerti terutama di kalangan milenial selalu membantu masyarakat dengan cara menyebarkan informasi terkait COVID-19 dengan jelas.

Ocha, 24. masyarakat dan followers @dr.tirta penyampaian @dr.tirta di *igtv* terutama selalu memudahkan pendengar untuk mengerti apa yang sedang @dr.tirta sampaikan, dan *Instagram* menjadi sarana penyebar informasi yang bagus untuk era saat ini. Karna mempunyai fitur yang mudah untuk di akses.

Karena dengan memahami tujuan dari penelitian ini, sangat penting untuk mengambil beberapa karakteristik sampel untuk dijadikan pertimbangan. Dari wawancara diketahui bahwa akun

@dr.tirta dikelola dengan baik dan dikemas sendiri sehingga menarik perhatian masyarakat karena gaya bahasa @dr.tirta untuk mengenalkan dan mengedukasi terkait virus COVID-19 dengan gaya milenial sehingga followers @dr.tirta didominasi oleh usia 21-30 tahun mayoritas seimbang laki-laki dan perempuan. Dalam melakukan *posting* @dr.tirta tidak banyak melakukan pertimbangan akan *postingannya* karena @dr.tirta mempunyai karakter tersendiri dalam mengendalikan akun *Instagram* dalam memberikan informasi.

B. Pembahasan

Penelitian mengenai persepsi masyarakat terhadap informasi COVID-19 yang disajikan melalui akun *Instagram* @dr.tirta yang dilakukan secara mendalam untuk mempelajari keadaan dan interaksi yang terjadi. Dengan eksposur media yang terus menerus secara konstan, itu bisa membuat seseorang membentuk persepsi atas informasi tersebut. Informasi ini juga perlu memberi masyarakat gambaran mengenai keberadaan suatu informasi. Informasi ini diterima melekat dan membentuk suatu penilaian hingga akhirnya reputasi terbentuk dan mengisyaratkan kembali ke penyebar informasi yaitu akun *Instagram* @dr.tirta. (Mustika, Pengumpulan data yang terjadi secara bersamaan. Akun *Instagram* @dr.tirta tergolong menjadi akun relawan yang sering sekali mendapatkan pujian karena membuat informasi yang berani dan jelas sehingga banyak masyarakat milenial memfollow akun @dr.tirta. Hal ini dikarenakan banyak akun *Instagram* relawan lainnya yang tidak aktif dan cara mengemas informasi tidak membuat masyarakat tertarik. Walaupun para followers selalu menuai prokontra dengan *postingan* @dr.tirta tetapi tetap @dr.tirta dengan gaya bicara yang khas.

Teknik analisis ini mencakup hasil wawancara mendalam, kemudian peneliti dapat menarik kesimpulan. Dari hasil wawancara dan observasi peneliti melakukan wawancara kepada

3 informan yaitu followers @dr.tirta. teknik wawancara dilakukan kurang lebih 5-10 menit. Hasil pengumpulan data wawancara dan observasi yang telah diolah dalam bentuk transkrip wawancara dan koding kualitatif. Berdasarkan penelitian yang di lakukan terdapat 3 *selective coding*, yaitu, informasi di *Instagram*, milenial dan Teredukasi.



Gambar 1. Foto bersama *Followes* akun *Instagram*

TABEL 1.

no	Informan	Sumber informasi	Semua kalangan	Mudah dimengerti
1	Dr J	Ya	Tidak	Ya
2	FC	Ya	Ya	Ya
3	OC	Ya	Tidak	Ya

C. *Instagram* Sebagai Sumber Informasi

Content, Informasi

Content sebagai informasi atau topik yang disebarluaskan melalui media sosial *Instagram* kemudian banyak pengguna *Instagram* yang merespon informasi tersebut. Beberapa informan yang memfollow ataupun yang bukan followers akun @dr.tirta mengatakan bahwa mereka mengetahui berita terkait COVID-19 melalui akun *Instagram* @dr.tirta hal itu diketahui dari informan (Dr J) yang menyatakan :”saya memang memantau akun @dr.tirta hanya ingin melihat informasi yang dia sampaikan terkait COVID-19 tetapi saya tidak memfollow akun @dr.tirta tetapi memantau informasi yang diberikan oleh @dr.tirta. Selain itu, Informasn (FC) yang menyatakan “*menurut saya Instagram sosial media paling penting untuk menyebarkan informasi karena berita apapun ada, apalagi di era pandemi ini pasti para pengguna Instagram mencari informasi dan memilih @dr.tirta karena dianggap sebagai sumber paling jelas dalam penyampaian informasi.*” (Informan FC: 14 Maret 2021). Sedangkan informan (OC): “*Instagram menjadi salah satu platform yang digemari seluruh kalangan terumata milenial.*” (Informan OC: 14 Maret 2021).

D. *Followers* akun @dr.tirta

Seluruh pengguna sosial media *Instagram* memiliki umur yang berbeda-beda serta gender yang berbeda, masyarakat pengguna *Instagram* tentu bisa memilih informasi atau *content* apa yang ingin mereka lihat. Beberapa informan khususnya di era pandemi ini yang mana semua masyarakat dari berbagai kalangan ingin mencari informasi

kelas terkait COVID-19. Menurut informan (Dr J) “*content yang @dr.tirta berikan sangatlah membantu masyarakat dalam memberikan informasi terkait COVID-19 akan tetapi Bahasa yang digunakan oleh @dr.tirta sangatlah frontal.*” Dalam informan (FC) “*informasi yang diberikan oleh @dr.tirta sangatlah mudah diterima apalagi dalam kaum milenial*” . Jenis content dan pembawaan penyebar informasi sangatlah berpengaruh terhadap pengguna media sosial Instagram. Dalam informan (OC): “*informasi yang diberitakan melalui igtv Instagram @dr.tirta sangatlah bisa diterima semua kalangan karena pembawaannya yang fun*” (Informan OC: 14 Maret 2021).

E. Penyebar Informasi

Penyebar informasi yang ada dalam penelitian ini ialah @dr.tirta. Akun *Instagram* @dr.tirta sebagai relawan COVID-19 menyebarkan seluruh informasi dengan *platform Instagram* yang dia miliki, sebagai relawan COVID-19 dan sebagai penyebar informasi di sosial media akun @dr.tirta mempunyai gaya Bahasa sendiri, menyampaikan dengan caranya sendiri tanpa ada yang bantah karena akun *Instagram* yang dia pakai untuk menyebarkan informasi miliknya sendiri. Menurut informan (Dr J) “*gaya bicaranya terlalu frontal*” karena akun pribadi membuat @dr.tirta merasa leluawa untuk menyampaikan informasi. Dalam informan (FC) : “*gaya bicara @dr.tirta sangat mudah dimengerti apalagi kaum milenial*” dan selanjutnya dalam informan (OC): “*informasi yang @dr.tirta sampaikan sangat muda di mengerti karena pembawaan yang kekinian*” . Dalam penyebaran informasi tersebut banyak pengguna *Instagram* yang ingin memilih berita sesuai dengan gaya Bahasa pengguna itu sendiri.

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini adalah persepsi masyarakat terhadap penyebaran informasi yang disampaikan oleh akun *Instagram* @dr.tirta. Dari ketiga informan mengetahui bahwa akun *Instagram* @dr.tirta sebagai penyebar informasi terkait COVID-19. Penelitian ini menemukan tiga kategori utama berdasarkan hasil koding kualitatif. Pertama *Instagram* sebagai sumber informasi diketahui seluruh berita apapun dapat di akses di sosial media tersebut. Kedua, followers akun @dr.tirta ada dari semua kalangan, karena gaya Bahasa yang dapat diterima. Ketiga, Penyebar informasi mudah untuk dimengerti mulai dari informasi terkait PSBB dan apa itu COVID-19 sangat mudah dipahami. Media sosial merupakan media yang penggunanya banyak dan memiliki akses ke platform *Instagram* untuk dengan mudah mengakses berita, dan juga untuk menyebarkan berita, sehingga masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan informasi dengan cepat. Adapun alasan penyebar informasi ingin mengungkapkan rasa peduli secara virtual.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mega ardiani. (2020). Media sosial, identitas, transformasi, dan tantangannya. [https://books.google.co.id/books?op=lookup&id=q4HsDwAAQBAJ&continue=https://books.google.co.id/books%253Fhl%253D%2526id%253D%2526id%253Dq4HsDwAAQBAJ%2526oi%253D%2526p%253DPA2%2526dq%253DARDIANI,%2526m.%2526\(2020\).%2526media%2526sosial,identitas,transformasi,%2526dan%2526tantangannya.%25](https://books.google.co.id/books?op=lookup&id=q4HsDwAAQBAJ&continue=https://books.google.co.id/books%253Fhl%253D%2526id%253D%2526id%253Dq4HsDwAAQBAJ%2526oi%253D%2526p%253DPA2%2526dq%253DARDIANI,%2526m.%2526(2020).%2526media%2526sosial,identitas,transformasi,%2526dan%2526tantangannya.%25)
- [2] Salsabila, N. V., & Ernungtyas, N. F. (2020). Berkabung Di Media Sosial: Persepsi Pemberitaan Kasus Kematian Artis Kpop Di Instagram. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(1), 176. <https://doi.org/10.38043/jids.v4i1.2325>
- [3] Eni faryatul Fahyuni S, P.d, M. P. ., & Dra. Istikomah, M. A. (2016). Kunci Sukses Guru dan Peserta didik dalam Interaksi Edukatif Page i. 206. [http://eprints.umsida.ac.id/738/2/PSI KOLOGI BLJR-NEW BOOK.pdf](http://eprints.umsida.ac.id/738/2/PSI%20KOLOGI%20BLJR-NEW%20BOOK.pdf)
- [4] Malecki, K. M. C., Keating, J. A., & Safdar, N. (2021). Crisis Communication and Public Perception of COVID-19 Risk in the Era of Social Media. 53726(4), 699–704. <https://doi.org/10.1093/cid/ciaa758>
- [5] Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- [6] Sari, W. P., & Irena, L. (2019). Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat. 454. <https://books.google.co.id/books?id=ebzNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- [7] Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- [8] Gil de Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardèvol- Abreu, A. (2017). Effects of the News- Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3), 105–123. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12185>
- [9] Allport, G. W. (1954). Implementation of Inclusive Education in Ghanaian Primary Schools: A Look at Teachers' Attitudes Awal Mohammed Alhassan1. <http://www.sciepub.com/reference/42715>
- [10] Anditiasari, N., & Dewi, N. R. (2021). Analisis Teori Perkembangan Kognitif Piaget Pada Anak Usia 11 Tahun Di Brebes. *Mathline: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 6(1), 97–108.
- [11] Inferensial, S., Asosiatif, P. H., Regresi, A., Deskriptif, P. H., Persamaan, P., Saya, M., & Marlina, L. (2018). Statistik untuk penelitian. 1–14
- [12] Sangadah, Khotimatus. (2020). EFEK PEMBERITAAN MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT PAMEKASAN TENTANG VIRUS CORONA. *Orphanet Journal Of Rare Diseases*, 21(1), 1–9. <File:///C:/Users/Asus/Downloads/3222-8325-1-PB.Pdf> <https://doi.org/10.31943/mathline.v6i1.177>
- [13] Hendryadi Hendryadi. (2017). Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=Tm_vCmUAAAAJ&citati on_for_view=Tm_vCmUAAAAJ:W7OEmFM y1HYC
- [14] Mustika, T. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Reputasi Lembaga Pemerintah. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 66–79. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.350>