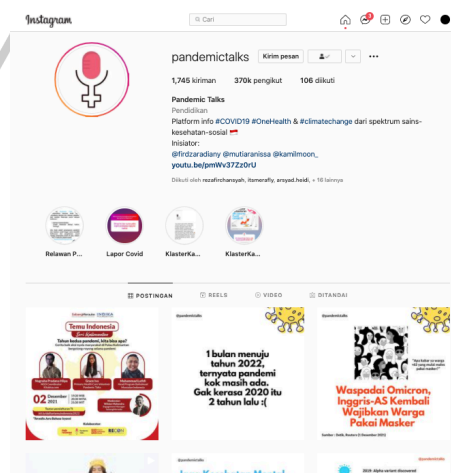


## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah akun Instagram @Pandemictalks yang akan peneliti uraikan secara garis besar latar belakang pendiriannya, pihak-pihak yang terlibat dalam akun ini serta cara kerjanya. Gambaran umum subyek penelitian penting untuk dilakukan agar dapat memberikan pemahaman menyeluruh terkait analisis pesan komunikasi risiko yang ditampilkan akun Instagram @Pandemictalks.

Akun Instagram @Pandemictalks merupakan salah satu akun Instagram yang peduli terhadap penyebaran informasi COVID-19 di Indonesia, yang dibentuk karena keprihatinan atas kesimpangsiuran informasi yang beredar mengenai COVID-19 dan didukung dengan data-data yang akurat. Latar belakang pendirian akun Instagram ini adalah ingin menyediakan ruang edukasi dan diskusi bagi masyarakat terkait COVID-19. Disamping akun Instagram ini, terdapat sejumlah akun Instagram lain yang juga bergerak dibidang kepedulian terhadap COVID-19, diantaranya @Kawalcovid.19 dan @Covidsurvivor.id. Namun diantara akun Instagram tersebut, akun @Pandemictalks ini memiliki karakteristik yang berbeda terkait dengan cara kerja mereka, sehingga tidak mengherankan bila kemudian memiliki *engagement rate* yang cukup tinggi di Instagram.



Gambar 4.1. Akun Instagram @Pandemictalks  
Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Sejumlah pendiri akun Instagram ini terdiri dari sekumpulan orang profesional yang pro data dan berlatar belakang medis, edukasi, sains, riset, teknologi dan komunikasi massa yang terdiri dari Firdza Radiany, Mutiara Anissa, dan Kamil. Pada awal kemunculannya, akun Instagram ini tidak hanya mendapat pujian, tetapi juga caci makian dari berbagai kalangan, bahkan dari rekan sejawat sesama dokter, karena dianggap menebar ketakutan. Meski di sisi lain akun ini dianggap berjasa karena telah membuka mata masyarakat bahwa pandemi itu masalah serius, masih ada dan belum mereda (Lestari, 2021).

Sejak pertama kali postingan ditampilkan pada bulan April 2020, akun Instagram @Pandemictalks merupakan media sosial yang paling banyak diikuti oleh masyarakat Indonesia untuk mendapat informasi seputar COVID-19 hingga saat ini, karena memiliki pengikut terbanyak yaitu, 375,2 ribu pengikut per tanggal 15 November 2021 dibandingkan akun Instagram lain yang membahas hal serupa pada akun Instagram @Kawalcovid.19.id dan @Covidsurvivor.id. Akun Instagram @Pandemictalks menjadi salah satu akun Instagram yang memiliki *engagement rate* yang cukup tinggi di Instagram. Untuk mengedukasi masyarakat terkait COVID-19, akun Instagram @Pandemictalks menggunakan strategi komunikasi dengan gaya marketing komunikasi di industri konsumen retail. Konten-konten @Pandemictalks mengikuti trend pencarian masyarakat melalui mesin pencarian google atau statistik di media sosial. Pada intinya akun ini memberikan pelayanan berupa apa yang ingin didengar oleh masyarakat.

Media sosial kini menjadi wahana penyebaran informasi, edukasi, dan *entertainment* oleh masyarakat kepada masyarakat. Di tengah kondisi pandemi COVID-19 yang mengharuskan masyarakat melakukan *social distancing* dan *lockdown*, menjadikan mereka semakin beralih ke media sosial untuk mendapatkan dukungan, hiburan, dan tetap terhubung dengan orang lain (Fisipol, 2020). Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepada akun @Pandemictalks di Instagram terkait pesan komunikasi risiko yang disampaikan selama pandemi pada periode bulan Mei 2021 hingga bulan Agustus 2021. Selain karena beberapa alasan diatas terkait penelitian ini, akun @Pandemictalks juga belum pernah di teliti terkait pesan komunikasi risiko yang disampaikan di dalam didalam *feeds* Instagramnya.

## 4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

Salah satu bentuk kepedulian yang datang dari masyarakat dalam upaya membantu pemerintah terkait penanganan COVID-19 di Indonesia adalah munculnya sejumlah akun Instagram yang membahas seputar COVID-19, salah satunya akun @Pandemictalks. Sejumlah akun serupa berupaya merebut hati para pembacanya dengan menyajikan informasi yang mampu menjawab kebutuhan khalayak pembaca. Penyajian informasi yang ditawarkan oleh akun Instagram @Pandemictalks menjadi dasar dari penelitian untuk melihat pengemasan pesan komunikasi risiko yang dilakukan selama periode Mei hingga Agustus 2021. Pengemasan pesan komunikasi risiko akan dilihat berdasarkan rumusan masalah yang diajukan yakni melalui kategori tema, fungsi dan bentuk penyampaian pesan terkait COVID-19 yang terdapat pada *feeds* akun @Pandemictalks.

Pada bagian ini, akan disajikan analisis dan pembahasan terkait dengan pesan komunikasi risiko terkait COVID-19 di akun Instagram @Pandemictalks periode bulan Mei hingga Agustus 2021. Diawali dengan menampilkan jumlah postingan pesan komunikasi risiko yang ditampilkan dalam bentuk *feeds* selama periode penelitian dilakukan. Dilanjutkan dengan menguraikan tema pesan komunikasi risiko, fungsi pesan komunikasi risiko dan bentuk penyampaian pesan komunikasi risiko. Berikutnya, akan dijelaskan diskusi teoritis terkait dengan hasil temuan penelitian ini dihubungkan dengan konsep komunikasi risiko yang ditampilkan melalui akun media sosial Instagram yang pembentukannya diinisiasi oleh masyarakat yang peduli terhadap *gap* informasi terkait pandemi COVID-19.

### 4.2.1. Frekuensi Postingan *Feeds* Pesan Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks

Konten berupa *feeds* postingan pesan komunikasi risiko di akun Instagram @Pandemictalks yang ditampilkan akan dihitung berdasarkan frekuensi jumlah kemunculannya per-bulan selama periode penelitian dan diperbandingkan dengan keseluruhan jumlah postingan selama periode penelitian dilakukan. Hal ini dilakukan agar dapat diketahui persentase pesan komunikasi risiko terkait COVID-19 per-bulan yang ditampilkan akun Instagram @Pandemictalks. Berikut

merupakan diagram persentase frekuensi postingan pesan komunikasi risiko di Instagram @Pandemictalks per-bulan selama bulan Mei - Agustus 2021.



Gambar 4.2. Diagram Persentase Frekuensi Postingan Pesan Komunikasi Risiko  
Sumber: (Olahan peneliti)

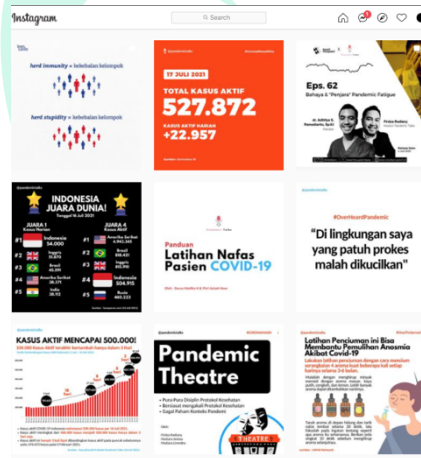
Keseluruhan jumlah postingan pesan komunikasi risiko terkait COVID-19 di akun Instagram @Pandemictalks sebanyak 642 postingan (100%). Persentase frekuensi kemunculan postingan setiap bulannya diurutkan dari yang terbesar, yakni bulan Juli dengan 38%. Dilanjutkan dengan postingan di bulan Juni 2021 yaitu sebanyak 29%. Urutan ke-3, jumlah postingan pada bulan Agustus sebesar 25%, sisanya pada bulan Mei 2020 sebanyak 8%.



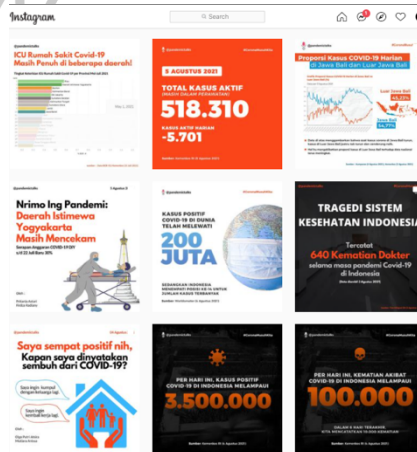
Gambar 4.3. Postingan Pesan Komunikasi Risiko di akun Instagram @Pandemictalks Periode Mei 2021  
Sumber: (Instagram.com/pandemictalks)



Gambar 4.4. Postingan Pesan Komunikasi Risiko di akun Instagram @Pandemictalks Periode Juni 2021  
 Sumber: (Instagram.com/pandemictalks)



Gambar 4.5. Postingan Pesan Komunikasi Risiko di akun Instagram @Pandemictalks Periode Juli 2021  
 Sumber: (Instagram.com/pandemictalks)



Gambar 4.6. Postingan Pesan Komunikasi Risiko di akun Instagram @Pandemictalks Periode Agustus 2021  
 Sumber: (Instagram.com/pandemictalks)

Sementara bila dilihat jumlah frekuensi kemunculannya setiap bulan dalam rentang periode penelitian, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4.1. Jumlah Konten Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks

No	Periode Konten (2021)	n	%
1	Mei	50	8
2	Juni	185	29
3	Juli	248	38
4	Agustus	159	25
<b>Total</b>		642	100

Sumber : (Olahan peneliti)

Temuan penelitian sebagaimana data yang ada pada tabel 4.1 di atas menunjukkan sejumlah hal yang menarik untuk ditelaah. Pertama, akun Instagram @Pandemictalks memposting konten komunikasi risiko setiap hari, bahkan tidak jarang konten yang diunggah jumlahnya lebih dari 1 kali. Kedua, jumlah frekuensi postingan pesan komunikasi risiko yang ditampilkan dalam *feeds* akun Instagram @Pandemictalks tidak sama setiap bulannya. Ketiga, selisih jumlah postingan selama periode penelitian bersifat fluktuatif. Misalnya selisih jumlah postingan antara bulan Mei dengan Juni sebanyak 135 postingan. Bandingkan dengan selisih postingan antara bulan Juni dan Juli sebanyak 63 postingan. Sementara antara bulan Juli dan Agustus, ada perbedaan jumlah postingan sebesar 89 postingan. Artinya, ada hal tertentu yang mempengaruhi jumlah postingan konten komunikasi risiko setiap bulannya. Keempat, tinggi rendahnya persentase frekuensi postingan dipengaruhi oleh jumlah kasus positif COVID-19 yang dilaporkan terjadi pada periode tersebut.

Kelima, tingginya persentase jumlah postingan komunikasi risiko di bulan Juli 2021 seiring dengan peningkatan jumlah kasus harian positif COVID-19 baru selama bulan tersebut. Hal ini didukung oleh data berupa grafik kasus berikut ini.



Gambar 4.7. Grafik Kasus COVID-19 Indonesia Juni-September 2021  
 Sumber : (Tirto.id)

Dari grafik tersebut, tampak bahwa pada bulan Juli, jumlah kasus harian positif COVID-19 di Indonesia mencapai angka tertinggi sebesar 56.757 orang yang terinfeksi.

Sehingga dari hasil temuan penelitian terkait dengan jumlah postingan komunikasi risiko terlihat bahwa pihak pengelola akun Instagram konsisten dalam mengunggah postingan setiap harinya. Jumlah unggahan postingan sangat dipengaruhi perkembangan kasus COVID-19 di masyarakat sehingga membentuk pola tertentu. Manakala jumlah kasus positif COVID-19 naik, konten komunikasi risiko juga akan mengalami kenaikan. Begitu pula sebaliknya, bila jumlah kasus positif COVID-19 melandai, maka jumlah postingan pesan komunikasi risiko pun menurun jumlahnya.

#### 4.2.2. Tema-tema Pesan Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks

Tema komunikasi risiko secara sederhana dapat diartikan sebagai pengelompokan konten yang memiliki fokus pembahasan atau uraian yang kurang lebih sama. Dalam penelitian ini tema pesan komunikasi risiko terdiri dari tema kesehatan publik, kebijakan, ekonomi dan politik. Indikator tema-tema komunikasi risiko yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada indikator kategorisasi yang digunakan dalam penelitian-penelitian yang dilakukan oleh An & Gower (2009); Gearhart *et al.* (2012); Chang (2012); Ophir & Jamieson (2020).

Pertama, tema kesehatan publik merupakan tema yang berfokus pada postingan *feeds* terkait komunikasi risiko yang memuat pesan seputar penyebab,

penyebaran, jumlah korban, dan tindakan penanggulangan wabah COVID-19 di Indonesia. Kedua, tema kebijakan, lebih berfokus pada postingan *feeds* terkait komunikasi risiko yang memuat pesan seputar kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan atau diambil oleh pemerintah nasional maupun lokal untuk menangani wabah COVID-19 di Indonesia. Ketiga, tema ekonomi, yakni tema yang mengambil fokus pada postingan *feeds* terkait komunikasi risiko yang memuat pesan seputar dampak-dampak ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 dan kebijakan yang diambil terkait dengan ekonomi nasional maupun lokal. Keempat, tema politik, lebih berfokus pada postingan *feeds* terkait komunikasi risiko yang memuat pesan seputar diskursus politik para elite politik baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

Dalam penelitian ini, terdapat sebanyak 642 postingan *feeds* Instagram di akun @Pandemictalks sebagai unit analisis yang akan diuraikan dalam tema-tema pesan komunikasi risiko. Adapun alat ukur yang dijadikan pedoman dalam menentukan tema pesan komunikasi risiko menggunakan kompilasi indikator dari An & Gower (2009); Gearhart *et al.* (2012); Chang (2012); Ophir & Jamieson (2020). Setelah melakukan analisis isi kualitatif terhadap 642 postingan *feeds* yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini, diperoleh temuan bahwa tema kesehatan publik (67.4%) merupakan tema pesan komunikasi risiko yang paling banyak diposting selama periode penelitian ini. Kemudian disusul dengan tema kebijakan (31.1%), tema ekonomi (1%) dan paling akhir tema politik (0.5%).

Tabel 4.2 Tema Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks

Tema Komunikasi Risiko	Periode 2021				Jumlah	
	Mei	Juni	Juli	Agustus	n	%
Kesehatan Publik	46	116	169	102	433	67,4
Kebijakan	2	65	78	55	200	31,1
Ekonomi	0	4	1	2	7	1
Politik	2	0	0	0	2	0,5
Total	50	185	248	159	642	100

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan tabel 4.2 dihasilkan sejumlah temuan menarik yang dapat dianalisis lebih lanjut. Pertama, tema kesehatan publik merupakan tema yang paling banyak dijadikan tema pesan komunikasi risiko selama periode penelitian ini



dilakukan, yakni antara bulan Mei hingga Agustus 2021. Jumlah postingan tema kesehatan publik sebanyak 433 postingan. Sementara tema kebijakan sebanyak 200 postingan. Dilanjutkan tema ekonomi sebanyak 7 postingan. Sisanya tema politik hanya sekitar 2 postingan. Kedua, data pada tabel tema komunikasi risiko menunjukkan konsistensi tema tersebut paling banyak diunggah pada bulan Mei (46 postingan), bulan Juni (116 postingan), bulan Juli (169 postingan) dan bulan Agustus (102 postingan).

Ketiga, bila diperhatikan, tingginya persentase tema kesehatan publik dibandingkan dengan tema lainnya terkait kondisi pandemi di Indonesia yang memasuki gelombang COVID-19 ke-2 setelah masuknya berbagai varian baru terkait COVID-19 di dunia. Sehingga menjadi wajar bila kemudian, pesan komunikasi risiko lebih ditekankan pada kesehatan publik yang membahas pesan seputar penyebab, penyebaran, jumlah korban, dan tindakan penanggulangan wabah COVID-19 di Indonesia. Hal ini kurang lebih sama dengan kondisi saat pandemi COVID-19 mulai terkonfirmasi ada di Indonesia pada awal Maret tahun 2020.

Berikut ini secara berurutan akan disajikan postingan tema pesan komunikasi risiko yang ditampilkan dalam akun Instagram @Pandemictalks selama bulan Mei hingga bulan Agustus 2021.

Selama bulan Mei 2021, jumlah postingan pada akun @Pandemictalks di *feeds* terkait tema pesan komunikasi risiko seputar COVID-19 ada sejumlah 50 postingan. Adapun perinciannya antara lain terdiri dari tema pesan kesehatan publik mendominasi sebanyak 46 postingan, diikuti tema kebijakan sebanyak 2 postingan, lalu dilanjutkan dengan tema politik sebanyak 2 postingan. Sementara itu tidak ditemukan tema ekonomi pada bulan Mei ini.



Gambar 4.8. Postingan *feeds* Akun @Pandemictalks 2 Mei 2021  
Sumber: (Instagram.com/pandemictalks)

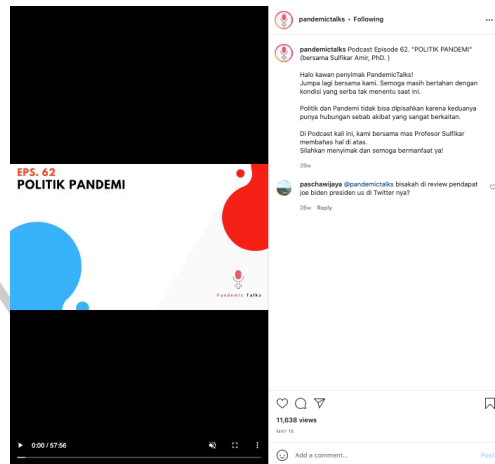
Gambar 4.8. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan tersebut memuat pesan komunikasi risiko mengenai informasi terkait penyebab meninggalnya ribuan bayi akibat COVID-19 di negara Brazil. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan kesehatan publik karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, berfokus dalam memberikan informasi terkait penyebab dan jumlah korban yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19 di negara Brazil. Tema pesan ini memaparkan bahwa kondisi apa yang sedang dialami oleh masyarakat di situasi pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung.



Gambar 4.9. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 4 Mei 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.9. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan tersebut memuat pesan komunikasi risiko terkait informasi masyarakat Indonesia yang nekat untuk mudik atau pulang kampung walaupun pemerintah sudah mengeluarkan kebijakan untuk melarang seluruh masyarakat Indonesia pulang ke kampung halaman selama pandemi berlangsung, karena di khawatirkan jumlah penularan akan semakin bertambah. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan kebijakan, karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, berfokus pada kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan atau diambil oleh pemerintah untuk menangani wabah COVID-19 di Indonesia. Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan terkait larangan mudik Lebaran 2021 yang berlaku pada 6-17 Mei 2021.

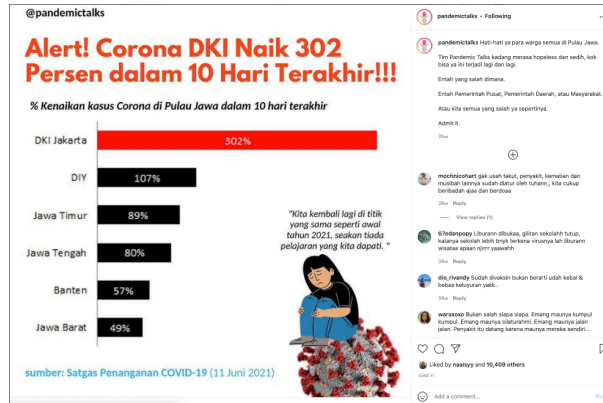
Pemerintah juga memberlakukan aturan tambahan berupa pengetatan perjalanan berlaku mulai 22 April-5 Mei dan 18-24 Mei 2021 (Gustav, 2021)



Gambar 4.10. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 16 Mei 2021  
Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.10. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan tersebut merupakan sebuah video podcast yang memuat pesan komunikasi risiko terkait adanya hubungan pandemi COVID-19 dengan politik di Indonesia. Di dalam video podcast tersebut berisikan 3 (orang) yang berdiskusi yaitu, Tania, dia adalah salah satu tim dari @Pandemictalks, lalu ada Kamil, sebagai salah satu *initiator* akun @Pandemictalks, dan Sulfikar Amir, PhD, yang merupakan salah satu profesor sosiolog di Indonesia yang menjadi pembicara di dalam video podcast tersebut. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan politik karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, berfokus pada postingan *feeds* terkait komunikasi risiko yang memuat pesan yang berkaitan dengan politik dan pandemi COVID-19.

Kemudian, jumlah postingan pada akun @Pandemictalks di *feeds* terkait komunikasi risiko seputar COVID-19 pada bulan Juni adalah 185 (seratus delapan puluh lima). Tema pesan yang terdapat di bulan Juni meliputi, 116 (seratus enam belas) postingan terkait tema pesan kesehatan publik, 65 (enam puluh lima) postingan terkait tema pesan kebijakan, 4 (empat) postingan terkait tema pesan ekonomi, dan postingan terkait tema pesan politik adalah 0 (kosong).



Gambar 4.11. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 11 Juni 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

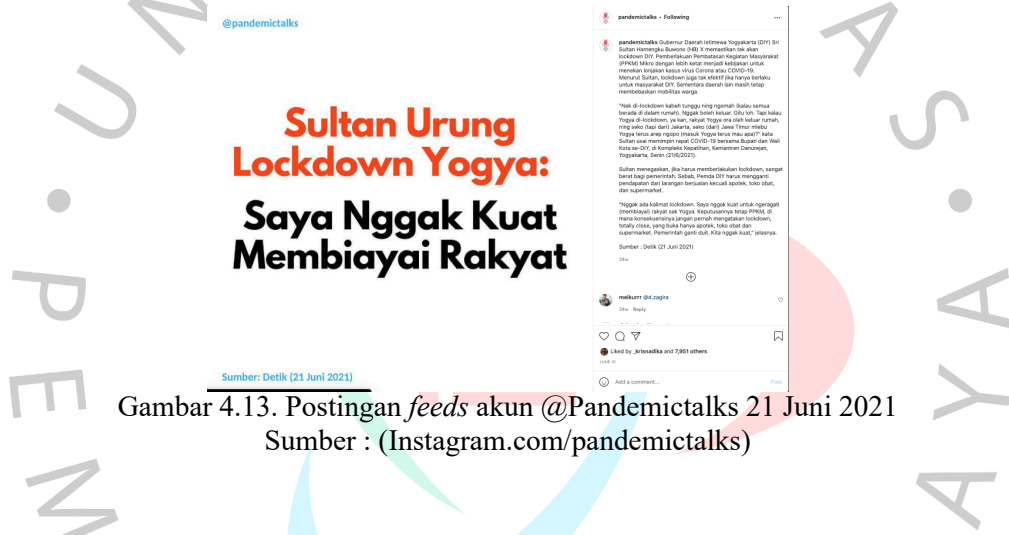
Gambar 4.11. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juni 2021. Postingan tersebut memuat pesan komunikasi risiko mengenai adanya kenaikan kasus COVID-19 yang cukup tinggi di pulau Jawa. Konten ini memaparkan bahwa terjadi kenaikan jumlah korban hingga 302% dalam 10 hari terakhir. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan kesehatan publik karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, isi pesan berfokus pada jumlah korban COVID -19 yang meningkat dan jumlah penyebaran yang terjadi di Pulau Jawa.



Gambar 4.12. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 11 Juni 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.12. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juni 2021. Postingan ini memuat pesan komunikasi risiko tentang pentingnya untuk melakukan vaksin di tengah pandemi COVID-19 berlangsung. Di dalam postingan ini, akun @Pandemictalks memberikan informasi

dengan menggambarkan bahwa vaksin itu sama pentingnya saat kita berkendara menggunakan motor, kita wajib menggunakan helm dan saat kita berkendara menggunakan mobil, kita wajib menggunakan sabuk pengaman. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan kebijakan karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, memberikan informasi terkait pentingnya vaksin saat pandemi, yang dimana vaksin merupakan salah satu kebijakan yang diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 84 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).



Gambar 4.13. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 21 Juni 2021  
Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

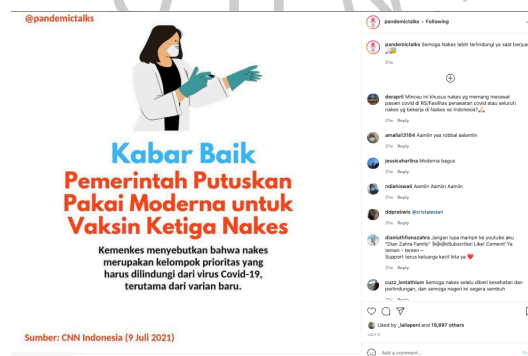
Gambar 4.13. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juni 2021. Postingan ini memuat pesan komunikasi risiko tentang statement dari Sulran Yogyakarta. Di dalam postingan ini, akun @Pandemictalks memberikan informasi bahwa Sultan Yogyakarta tidak bisa membiayai seluruh penduduk Yogyakarta bila harus dilakukan *lockdown*. Ia menyatakan bahwa Pemerintah tidak bisa melakukan hal tersebut karena tidak bisa mengganti pendapatan masyarakat Yogyakarta, bila masyarakatnya tidak diperbolehkan mencari nafkah. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan ekonomi karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, memuat pesan seputar dampak-dampak ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 dan kebijakan yang diambil terkait dengan ekonomi nasional.

Kemudian, jumlah postingan pada akun @Pandemictalks di *feeds* terkait komunikasi risiko seputar COVID-19 pada bulan Juli adalah 248 (dua ratus empat puluh delapan). Tema pesan yang terdapat di bulan Juni meliputi, 169 (seratus enam puluh sembilan) postingan terkait tema pesan kesehatan publik, 78 (tujuh puluh delapan) postingan terkait tema pesan kebijakan, 1 (satu postingan terkait tema pesan ekonomi, dan postingan terkait tema pesan politik 0 (kosong).



Gambar 4.14. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 1 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.14. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat pesan komunikasi risiko terkait informasi jumlah kenaikan kasus harian dan jumlah kematian tertinggi karena COVID-19 di Indonesia pada tanggal 1 Juli 2021. Postingan *feeds* ini dimasukan kedalam tema pesan kesehatan publik karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, memberikan informasi tentang penyebaran, jumlah korban yang terinfeksi, dan jumlah orang yang meninggal karena pandemi COVID-19 di Indonesia.



Gambar 4.15. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 9 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.15. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat pesan komunikasi risiko terkait pemerintah yang menetapkan kebijakan untuk tenaga kesehatan. Di dalam postingan ini, akun @Pandemictalks memberikan informasi bahwa vaksin ketiga untuk tenaga kesehatan menggunakan jenis Moderna. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan kebijakan karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria, dimana Pemerintah Indonesia telah menerima hibah vaksin COVID-19 Moderna dari Covax Facility sebanyak 8 juta dosis. Vaksin COVID-19 ini sudah mulai diberikan kepada tenaga kesehatan (nakes) dan tenaga penunjang kesehatan sebagai vaksin dosis ketiga. Hal ini dinyatakan oleh dr. Siti Nadia Tarmizi M.Epid, selaku Juru Bicara Vaksinasi COVID-19 Kemenkes RI.



Gambar 4.16. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 19 Juli 2021  
Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.16. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat pesan komunikasi risiko terkait teguran untuk 19 provinsi yang lambat menyerap dana kesehatan COVID-19. Di dalam postingan ini, akun @Pandemictalks memberikan informasi mengenai provinsi-provinsi yang dinilai lambat dalam mengalokasikan dana yang sudah di berikan oleh pemerintah untuk setiap daerah. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan ekonomi karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, memberikan informasi seputar dampak-kebijakan yang diambil terkait dengan ekonomi nasional.

Kemudian, jumlah postingan pada akun @Pandemictalks di *feeds* terkait komunikasi risiko seputar COVID-19 pada bulan Agustus adalah 159 (dua ratus

empat puluh delapan). Tema pesan yang terdapat di bulan Juni meliputi, 102 (seratus dua) postingan terkait tema pesan kesehatan publik, 55 (lima puluh lima) postingan terkait tema pesan kebijakan, 2 (dua) postingan terkait tema pesan ekonomi, dan postingan terkait tema pesan politik 0 (kosong).



Gambar 4.17. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 23 Agustus 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.17. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat pesan komunikasi risiko terkait informasi jumlah penurunan kasus harian, kasus aktif dan jumlah kematian yang disebabkan oleh COVID-19 di Indonesia pada tanggal 23 Agustus 2021. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan kesehatan publik karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, memberikan informasi tentang penyebaran, jumlah korban yang terinfeksi, dan jumlah orang yang meninggal karena pandemi COVID-19 di Indonesia.



Gambar 4.18. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 2 Agustus 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)



Gambar 4.18. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Agustus 2021. Postingan ini memuat pesan komunikasi risiko terkait pemerintah yang mengeluarkan kebijakan baru untuk ibu hamil. Di dalam postingan ini, akun @Pandemictalks memberikan informasi bahwa ibu-ibu yang sedang mengandung sudah bisa mengikuti program vaksin dengan ketentuan dan syarat yang harus dipatuhi. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam tema pesan kebijakan karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriteria yaitu, memuat pesan seputar kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan atau diambil oleh pemerintah di Indonesia. Kebijakan ini publikasikan dalam Surat Edaran HK.02.01/I/2007/2021 tentang Vaksinasi COVID-19 bagi Ibu Hamil dan Penyesuaian Skrining dalam Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19.

#### **4.2.3. Fungsi-Fungsi Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks**

Secara sederhana fungsi komunikasi risiko dalam konteks penelitian ini diartikan sebagai peran yang dilakukan pesan tersebut bagi penggunanya, dalam hal ini pembaca yang melihat postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks. Dalam penelitian ini, fungsi komunikasi risiko yang digunakan merupakan kompilasi indikator dari sejumlah penelitian terdahulu, yakni fungsi informatif dan edukatif mengambil referensi dari Amalina (2019). Sementara untuk fungsi dukungan sosial mengambil referensi dari Wijayanti (2021). Fungsi informatif adalah pesan yang diperoleh individu dijadikan sebagai bahan pengetahuannya. Sedangkan fungsi edukatif diartikan sebagai pesan yang menekankan pada perubahan yang dilakukan individu setelah mengetahui informasi. Sehingga pada fungsi ini, pesan komunikasi risiko menekankan pada unsur kognitif, afektif dan psikomotorik. Sementara fungsi dukungan sosial dimaksudkan sebagai pesan yang berperan untuk memberikan sarana untuk saling berbagi pengalaman pribadi, hiburan serta memberikan semangat antar individu agar memiliki resiliensi dalam menghadapi ketidakpastian sebagai akibat dari pandemi COVID-19.

Dalam penelitian ini, terdapat sebanyak 642 postingan *feeds* Instagram di akun @Pandemictalks sebagai unit analisis yang akan diuraikan dalam sejumlah fungsi pesan komunikasi risiko. Adapun alat ukur yang dijadikan pedoman dalam menentukan fungsi komunikasi risiko menggunakan kompilasi indikator dari Amalina (2019) dan Wijayanti (2021). Setelah melakukan analisis isi kualitatif

terhadap 642 postingan *feeds* yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini, diperoleh temuan bahwa fungsi informatif (68%) merupakan fungsi komunikasi risiko yang paling banyak diposting selama periode penelitian ini. Kemudian disusul dengan fungsi edukatif (22%) dan paling sedikit adalah fungsi dukungan sosial (10%).

Tabel 4.3. Fungsi Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks

Fungsi Komunikasi Risiko	Periode 2021				Jumlah	
	Mei	Juni	Juli	Agustus	n	%
Informatif	37	119	172	107	435	68
Edukatif	10	49	51	31	141	22
Dukungan Sosial	3	17	25	21	66	10
Total	50	185	248	159	642	100

Sumber : (Olahan peneliti)

Hasil temuan sebagaimana tertera pada tabel 4.3 menunjukkan sejumlah temuan menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Pertama, fungsi informatif merupakan fungsi komunikasi risiko yang paling banyak diposting dalam *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks dibanding fungsi komunikasi risiko yang lainnya. Jumlah postingan untuk fungsi informatif sebanyak 435 postingan. Sementara untuk fungsi edukatif terdapat dalam 141 postingan. Sisanya sebanyak 66 postingan termasuk dalam kategori fungsi dukungan sosial. Kedua, data temuan jumlah fungsi informatif selama periode penelitian menunjukkan konsistensi fungsi komunikasi risiko tersebut paling banyak diunggah pada bulan Mei (37 postingan), bulan Juni (119 postingan), bulan Juli (172 postingan) dan bulan Agustus (107 postingan).

Ketiga, temuan penelitian yang menunjukkan dominasi fungsi informatif sebagai fungsi komunikasi risiko yang paling banyak diposting selama periode penelitian sejalan dengan temuan pada tema kesehatan publik. Alasan yang melatarbelakanginya ditengarai karena periode Mei hingga Agustus 2021 merupakan awal gelombang COVID-19 ke-2 di Indonesia, maka pesan komunikasi risiko yang dominan ditampilkan adalah pesan dengan fungsi informatif. Hal ini karena masyarakat tidak memiliki pengetahuan yang memadai terkait varian baru yang menjadi penyebab kasus positif COVID-19. Sehingga kebutuhan terkait informasi yang dapat memenuhi ketidakpastian terkait gelombang COVID-19 ke-2 ini sangat dibutuhkan.

Keempat, jumlah postingan untuk fungsi dukungan sosial juga cukup banyak selama periode penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi dukungan sosial memang dibutuhkan masyarakat manakala jumlah kasus harian COVID-19 mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Sebagaimana saat awal pandemi COVID-19 terjadi selama tahun 2020, dukungan sosial diantara masyarakat hadir dalam berbagai gerakan, baik di dunia nyata maupun dunia maya. Dalam konteks penelitian ini, ternyata terdapat sebanyak 10% dari keseluruhan unit analisis penelitian yang termasuk dalam fungsi dukungan sosial.

Selanjutnya, berikut ini secara berurutan akan disajikan postingan fungsi komunikasi risiko yang ditampilkan dalam akun Instagram @Pandemictalks selama bulan Mei hingga bulan Agustus 2021.

Dimulai dengan bulan Mei 2021, jumlah postingan pada akun @Pandemictalks di *feeds* terkait fungsi komunikasi risiko seputar COVID-19 ada sejumlah 50 postingan. Adapun rinciannya antara lain terdiri dari fungsi informatif mendominasi sebanyak 37 postingan, diikuti fungsi edukatif sebanyak 10 postingan, lalu dilanjutkan dengan fungsi dukungan sosial sebanyak 3 postingan.

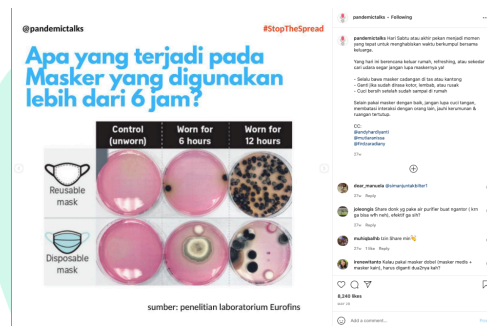
Jumlah postingan pada akun Instagram @Pandemictalks di *feeds* terkait komunikasi risiko seputar COVID-19 pada bulan Mei adalah 50 (lima puluh). Fungsi pesan yang terdapat pada bulan Mei meliputi, 37 (tiga puluh tujuh) postingan terkait fungsi informatif, 10 (sepuluh) postingan terkait fungsi edukatif, dan 3 (tiga) postingan terkait fungsi dukungan sosial.



Gambar 4.19. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 19 Mei 2021  
Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.19. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan informasi yang

menyatakan bahwa menurut studi terkini, terapi plasma konvalesen tidak berguna bagi pasien COVID-19. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan informatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan informasi seputar pengetahuan terkait COVID-19. Konteks informasi dalam konten ini menunjukkan suatu pesan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya. Pesan ini berdampak kognitif namun konteks pesan tidak memiliki kecenderungan ke arah perubahan berupa melakukan apa yang diketahuinya, hanya sebatas mengetahui sebuah informasi saja.



Gambar 4.20. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 29 Mei 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.20. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan edukatif yang menyatakan bahwa masker yang digunakan lebih dari 6 jam, akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk jatuh sakit karena terdapat lebih banyak bakteri dan jamur yang ditemukan. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan edukatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan edukasi tentang penggunaan masker di masa pandemi COVID-19. Pesan dalam konten ini menekankan pada unsur kognitif, sehingga pesan ini memiliki kecenderungan ke arah perubahan berupa melakukan apa yang diketahuinya.



Gambar 4.21. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 9 Mei 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.21. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan dukungan sosial kepada seluruh masyarakat yang terlibat karena telah berjuang dan bertahan selama pandemi COVID-19 berlangsung. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan dukungan sosial karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan dukungan sosial kepada seluruh khalayak yang terlibat di pandemi COVID-19 ini.

Kemudian, jumlah postingan pada akun Instagram @Pandemictalks di *feeds* terkait komunikasi risiko seputar COVID-19 pada Bulan Juni adalah 185 (seratus delapan puluh lima). Fungsi pesan yang terdapat pada bulan Juni meliputi, 119 (seratus sembilan belas) postingan terkait fungsi informatif, 49 (empat puluh sembilan) postingan terkait fungsi edukatif, dan 17 (tujuh belas) postingan terkait fungsi dukungan sosial.



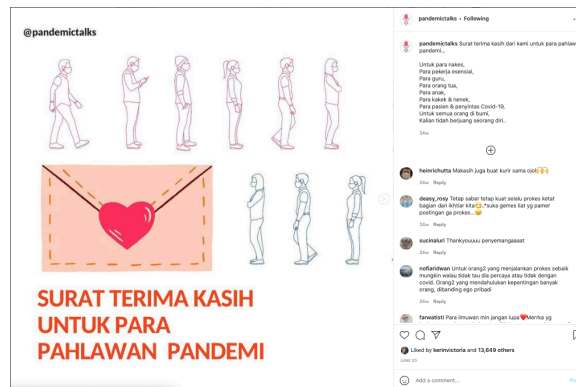
Gambar 4.22. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 9 Juni 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.22. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan informasi yang menyatakan bahwa ada 226 (dua ratus dua puluh enam) sekolah yang melakukan uji coba belajar tatap muka di Jakarta, padahal kasus penularan COVID-19 sedang melesat dalam 5 pekan hingga 4.088 (empat ribu delapan puluh delapan). Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan informatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan informasi seputar pengetahuan tentang uji coba belajar tatap muka di masa pandemi COVID-19, yang dimana konteks informasi dalam konten ini menunjukkan suatu pesan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya.



Gambar 4.23. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 30 Juni 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.23. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan edukasi yang menyatakan bahwa masyarakat tidak diperkenankan untuk mengkonsumsi obat sembarangan saat melakukan isolasi mandiri. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan edukatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu pesan ini memiliki kecenderungan ke arah perubahan berupa melakukan apa yang diketahuinya untuk memberikan himbauan bahwa masyarakat tidak boleh sembarangan mengkonsumsi obat dan mereka dianjurkan melakukan pemeriksaan ke dokter dan melaporkan kondisinya ke fasilitas kesehatan terdekat.



Gambar 4.24. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 20 Juni 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.24. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan terima kasih dan ungkapan semangat untuk para pahlawan pandemi yang telah berjuang. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan dukungan sosial karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan dukungan sosial kepada para tenaga kesehatan maupun masyarakat yang terlibat di pandemi COVID-19 ini.

Kemudian, jumlah postingan pada akun Instagram @Pandemictalks di *feeds* terkait komunikasi risiko seputar COVID-19 pada Bulan Juli adalah 248 (dua ratus empat puluh delapan). Fungsi pesan yang terdapat pada bulan Juli meliputi, 172 (seratus tujuh puluh dua) postingan terkait fungsi informatif, 51 (lima puluh satu) postingan terkait fungsi edukatif, dan 25 (dua puluh lima) postingan terkait dukungan sosial.



Gambar 4.25 . Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 8 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.25. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat pesan informasi yang menyatakan bahwa ada 34,2 (tiga puluh empat koma dua) juta orang di Indonesia yang telah di vaksinasi COVID-19 dosis pertama. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan informatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, dimana pesan ini berdampak kognitif namun konteks pesan tidak memiliki kecenderungan ke arah perubahan berupa melakukan apa yang diketahuinya, hanya sebatas mengetahui sebuah informasi saja yaitu, memberikan informasi bahwa sudah banyak masyarakat yang melakukan vaksinasi dosis pertama di masa pandemi COVID-19.



Gambar 4.26. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 18 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.26. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat pesan edukasi yang menyatakan bahwa ternyata Air Purifier dengan HEPA Filter tidak bisa sepenuhnya mencegah paparan virus COVID-19. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan edukatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan edukasi bahwa menggunakan alat tersebut tidak sepenuhnya dapat mencegah paparan virus di udara bila tidak di barengi dengan proses 5M. Pesan ini mendorong seseorang agar tidak termakan oleh informasi yang simpang siur terkait penggunaan Air Purifier. Menurut Hendra Pawitra, Head of Product Marketing Dept Electrolux Indonesia, Saat ini air purifier kami (Electrolux) belum bisa dikatakan bisa menghindari covid-19 karena belum ada sertifikatnya, namun bisa menghindari virus H1N1," ujarnya (Pratiwi, 2020).





Gambar 4.27. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 5 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.27. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan dukungan sosial kepada pemilik UMKM untuk mengenalkan usaha mereka satu sama lain di kolom komentar. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan dukungan sosial karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan dukungan sosial kepada masyarakat yang memiliki usaha untuk saling mempromosikan usahanya.

Kemudian, jumlah postingan pada akun Instagram @Pandemictalks di *feeds* terkait komunikasi risiko seputar COVID-19 pada Bulan Agustus adalah 159 (seratus lima puluh sembilan). Fungsi pesan yang terdapat pada bulan Agustus meliputi, 107 (seratus tujuh) postingan terkait fungsi informatif, 31 (tiga puluh satu) postingan terkait fungsi edukatif, dan 21 (dua puluh satu) postingan terkatif fungsi dukungan sosial.



Gambar 4.28. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 20 Agustus 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.28. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Agustus 2021. Postingan ini memuat pesan informasi yang menyatakan bahwa 90% kasus kematian akibat COVID-19 di Bali, diakibatkan karena orang-orang yang terinfeksi belum di vaksin. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan informatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan informasi bahwa penyebab 90% kematian akibat COVID-19 di Bali, diakibatkan karena masyarakatnya belum melakukan vaksinasi COVID-19. Konteks informasi dalam konten ini menunjukan suatu pesan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya.



Gambar 4.29. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 13 Agustus 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.29. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Agustus 2021. Postingan ini memuat pesan edukasi yang menyatakan bahwa virus dan vaksin COVID-19 tidak akan bisa masuk dan mengubah DNA manusia. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan edukatif karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan edukasi bahwa berita yang beredar, terkait virus dan vaksin COVID-19 bisa masuk dan mengubah DNA manusia adalah hal yang salah. Kini masyarakat tidak perlu ragu lagi untuk melakukan vaksinasi COVID-19. Pesan dalam konten ini menekankan pada unsur kognitif, sehingga pesan ini memiliki kecenderungan ke arah perubahan berupa melakukan apa yang diketahuinya.



Gambar 4.30. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 10 Agustus 2021

Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.30. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat pesan dukungan sosial berbentuk sumbangan kepada peran relawan non tenaga kesehatan seperti petugas kebersihan, penggali kubur, pemandi jenazah dan lain-lain. Postingan *feeds* ini dimasukkan kedalam fungsi pesan dukungan sosial, karena pesan komunikasi risiko yang disampaikan memenuhi kriterianya, yaitu memberikan dukungan sosial dengan cara membuka donasi untuk mereka relawan non medis yang terlibat dalam pandemi COVID-19 ini.

#### 4.2.4. Bentuk Pesan Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks

Dalam konteks penelitian ini, secara sederhana bentuk pesan komunikasi risiko diartikan sebagai cara penyampaian pesan yang meliputi bentuk gambar/ visualisasi maupun audio visual. Adapun bentuk pesan komunikasi risiko yang digunakan sebagai acuan alat ukur dalam penelitian ini mengambil referensi dari Andreas (2021). Secara garis besar bentuk pesan komunikasi risiko dibagi atas tiga kategorisasi, yakni pertama, pesan komunikasi risiko berupa gambar yang tidak bergerak, dengan jumlah sebanyak hanya 1 gambar dalam satu *feeds* yang diposting. Kedua, pesan komunikasi risiko yang berbentuk carousel, yakni pesan berupa kumpulan gambar atau video yang berjumlah antara 1 hingga 10 dalam sekali posting di *feeds* Instagram. Ketiga, pesan komunikasi risiko yang berbentuk video yakni pesan berupa video dengan durasi maksimal 1 menit.

Dari 642 postingan *feeds* Instagram yang menjadi unit analisis penelitian ini berikutnya akan diuraikan dalam sejumlah bentuk penyampaian pesan komunikasi

risiko. Adapun yang menjadi alat ukur dalam bentuk pesan komunikasi risiko kali ini menggunakan indikator gambar, carousel dan video dari Andreas (2021). Setelah melakukan analisis isi kualitatif terhadap 642 postingan *feeds* yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini, diperoleh temuan bahwa bentuk penyampaian pesan gambar (67%) merupakan bentuk pesan yang paling banyak diposting selama periode penelitian ini. Kemudian disusul dengan bentuk carousel (25%) dan sisanya paling sedikit dalam bentuk video (8%).

Tabel 4.4. Bentuk Komunikasi Risiko di Akun Instagram @Pandemictalks

Bentuk Komunikasi Risiko	Periode 2021				Jumlah	
	Mei	Juni	Juli	Agustus	n	%
Gambar ( <i>still image</i> )	25	144	164	96	429	67
Video	7	8	20	15	50	8
Carousel	18	33	64	48	163	25
Total	50	185	248	159	642	100

Sumber : (Olahan peneliti)

Data temuan penelitian seperti tertera pada tabel 4.4 tersebut menunjukkan sejumlah temuan menarik untuk didiskusikan lebih lanjut. Pertama, bentuk pesan gambar merupakan fungsi komunikasi risiko yang paling banyak diposting dalam *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks dibanding bentuk pesan komunikasi risiko yang lainnya. Jumlah postingan untuk bentuk gambar sebanyak 429 postingan. Sementara untuk bentuk pesan carousel terdapat dalam 163 postingan. Sisanya sebanyak 50 postingan termasuk dalam kategori bentuk pesan video. Kedua, data temuan jumlah bentuk gambar selama periode penelitian menunjukkan konsistensi bentuk gambar tersebut paling banyak diunggah pada bulan Mei (25 postingan), bulan Juni (144 postingan), bulan Juli (164 postingan) dan bulan Agustus (96 postingan).

Ketiga, temuan penelitian yang menunjukkan dominasi bentuk pesan gambar sebagai bentuk pesan komunikasi risiko yang mendominasi postingan selama periode penelitian menarik untuk ditelaah. Hal ini disebabkan, pada umumnya dibanding dengan pesan berbentuk gambar, pesan dalam bentuk audio visual selama ini cenderung lebih menarik perhatian dan lebih mudah dipahami pesannya. Namun dalam penelitian ini, justru bentuk pesan gambar lebih banyak ditemukan. Sejumlah alasan yang ditengarai menjadi penyebabnya adalah kesatu,

terkait dengan strategi pembuatan konten yang dipilih untuk digunakan pengelola akun Instagram @Pandemictalks yaitu *repackaging* informasi yang sudah ada di media yang kebanyakan dalam bentuk gambar. Kedua, tuntutan kecepatan mengunggah postingan, menyebabkan kecenderungan pemilihan bentuk gambar karena gambar merupakan konten yang lebih cepat untuk diperiksa dan di-update pengelola akun Instagram.

Selanjutnya, berikut ini secara berurutan akan disajikan postingan bentuk pesan komunikasi risiko yang ditampilkan dalam akun Instagram @Pandemictalks selama bulan Mei hingga bulan Agustus 2021.

Dimulai dengan bulan Mei 2021, jumlah postingan pada akun @Pandemictalks di *feeds* terkait bentuk pesan komunikasi risiko seputar COVID-19 ada sejumlah 50 postingan. Adapun perinciannya antara lain terdiri dari bentuk gambar mendominasi sebanyak 25 postingan, diikuti bentuk carousel 18 postingan, lalu dilanjutkan dengan bentuk video sebanyak 7 postingan.



Gambar 4.31. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 20 Mei 2021  
Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.31. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat 1 gambar ilustrasi . Postingan ini dimasukan kedalam bentuk pesan gambar (*still image/single image*) karena memenuhi kriteria yaitu, postingannya hanya memuat 1 gambar.



Gambar 4.32. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 6 Mei 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.32. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat video IG TV yang di tampilkan di *feeds* akun @Pandemictalks. Postingan ini dimasukan kedalam bentuk pesan video karena memenuhi kriteria yaitu, memuat video IG TV yang ditampilkan di *feeds* akun Instagram @Pandemictalks.



Gambar 4.33. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 20 Mei 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

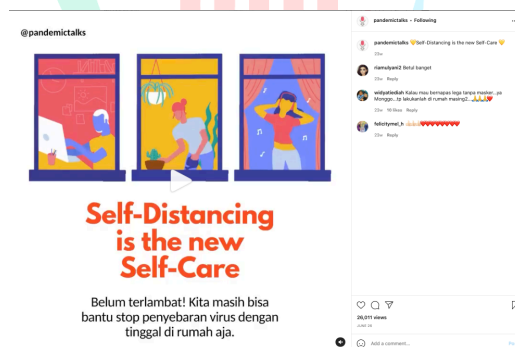
Gambar 4.33. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Mei 2021. Postingan ini memuat lebih dari 1 gambar ilustrasi. Postingan ini dimasukan kedalam bentuk pesan carousel karena memenuhi kriteria yaitu, memposting lebih dari 1 gambar.



Gambar 4.34. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 25 Juni 2021

Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.34. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juni 2021. Postingan ini memuat 1 gambar ilustrasi. Postingan ini dimasukkan kedalam bentuk pesan gambar (*still image/single image*) karena memenuhi kriteria yaitu, memuat 1 gambar ilustrasi.



Gambar 4.35. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 26 Juni 2021

Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.35. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juni 2021. Postingan ini memuat video yang di tampilkan di *feeds* akun @Pandemictalks. Postingan ini dimasukkan kedalam bentuk pesan video karena memenuhi kriteria yaitu, memuat 1 video.



Gambar 4.36. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 23 Juni 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.36. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juni 2021. Postingan ini memuat lebih dari 1 gambar ilustrasi. Postingan ini dimasukan kedalam bentuk pesan carousel karena memenuhi kriteria yaitu, memposting lebih dari 1 gambar.



Gambar 4.37. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 27 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.37. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat 1 gambar ilustrasi. Postingan ini dimasukan kedalam bentuk pesan gambar (*still image/single image*) karena memenuhi kriteria yaitu, memuat 1 postingan gambar.





Gambar 4.38. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 16 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.38. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat video yang di tampilkan pada *feeds* akun @Pandemictalks. Postingan ini dimasukan kedalam bentuk pesan video karena memenuhi kriteria yaitu, memuat 1 video.



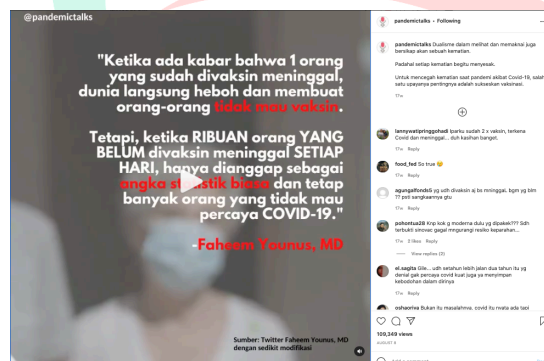
Gambar 4.39. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 12 Juli 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.39. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Juli 2021. Postingan ini memuat lebih dari 1 gambar ilustrasi. Postingan ini dimasukan kedalam bentuk pesan carousel karena memenuhi kriteria yaitu, postingannya lebih dari 1 gambar.



Gambar 4.40. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 19 Agustus 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.40. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Agustus 2021. Postingan ini memuat 1 gambar ilustrasi. Postingan ini dimasukkan kedalam bentuk pesan gambar (*still image/single image*) karena memenuhi kriteria yaitu, memuat 1 postingan gambar ilustrasi.



Gambar 4.41. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 8 Agustus 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.41. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Agustus 2021. Postingan ini memuat video yang di tampilkan pada *feeds* akun @Pandemictalks. Postingan ini dimasukkan kedalam bentuk pesan video karena memenuhi kriteria yaitu, memuat 1 video.



Gambar 4.42. Postingan *feeds* akun @Pandemictalks 20 Agustus 2021  
 Sumber : (Instagram.com/pandemictalks)

Gambar 4.42. merupakan salah satu postingan *feeds* di akun Instagram @Pandemictalks pada bulan Agustus 2021. Postingan ini memuat lebih dari 1 gambar. Postingan ini dimasukkan kedalam bentuk pesan carousel karena memenuhi kriteria yaitu, postingannya lebih dari 1 gambar.

Menurut tabel 4.4 diatas, dapat disimpulkan bahwa selama periode penelitian yang diambil, yaitu pada bulan Mei hingga Agustus 2021, dengan jumlah total 642 postingan. Bentuk-bentuk pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak diposting di akun Instagram @Pandemictalks adalah bentuk gambar, bentuk ini berada di urutan pertama dengan jumlah total 429 (empat ratus dua puluh sembilan) postingan, disusul dengan bentuk carousel dengan jumlah total 163 (seratus enam puluh tiga), dan di urutan terakhir adalah bentuk video, dengan jumlah total 50 (lima puluh) postingan. Selama periode bulan Mei – Agustus 2021, bentuk pesan gambar juga terlihat mendominasi di setiap bulannya. Sama seperti tema pesan, yaitu kesehatan publik dan fungsi pesan, yaitu informatif. Bentuk gambar, terdapat postingan-postingan berbentuk ilustrasi, diagram, foto, dan tulisan-tulisan yang berisikan informasi seputar COVID-19.

Menurut hasil analisis diatas, selama periode penelitian yang diambil yaitu bulan Mei hingga Agustus 2021. Di bulan Mei, tema pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah kesehatan publik dengan jumlah 46 (empat puluh enam) postingan, lalu fungsi pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah informatif dengan jumlah 37 (tiga puluh tujuh) postingan, dan bentuk pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak

digunakan adalah gambar (*still image / single image*) dengan jumlah 25 (dua puluh lima) postingan. Kemudian di urutan kedua, terdapat tema pesan kebijakan dengan jumlah 2 (dua) postingan, fungsi pesan edukatif dengan jumlah 10 (sepuluh) postingan, dan bentuk pesan carousel dengan jumlah 18 (delapan belas) postingan. Tema pesan ekonomi dan politik berada di posisi terakhir dengan jumlah 2 (dua) postingan, ekonomi 0 (kosong) dan politik 2 (dua). Kemudian, fungsi pesan yang paling sedikit digunakan adalah dukungan sosial dengan jumlah 3 (tiga) postingan, dan bentuk pesan video dengan jumlah 7 (tujuh).

Di bulan Juni, tema pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah kesehatan publik dengan jumlah 116 (seratus enam belas) postingan, lalu fungsi pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah informatif dengan jumlah 119 (seratus sembilan belas) postingan, dan bentuk pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah gambar (*still image / single image*) dengan jumlah 144 (seratus empat puluh empat) postingan. Kemudian di urutan kedua, terdapat tema pesan kebijakan dengan jumlah 65 (enam puluh lima) postingan, fungsi pesan edukatif dengan jumlah 49 (empat puluh sembilan) postingan, dan bentuk pesan carousel dengan jumlah 33 (tiga puluh tiga) postingan. Tema pesan ekonomi dan politik berada di posisi terakhir dengan jumlah 4 (empat) postingan, ekonomi 4 (empat) dan politik 0 (kosong). Kemudian, fungsi pesan yang paling sedikit digunakan adalah dukungan sosial dengan jumlah 17 (tujuh belas) postingan, dan bentuk pesan video dengan jumlah 8 (delapan).

Di bulan Juli, tema pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah kesehatan publik dengan jumlah 169 (seratus enam puluh sembilan) postingan, lalu fungsi pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah informatif dengan jumlah 172 (seratus tujuh puluh dua) postingan, dan bentuk pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah gambar (*still image / single image*) dengan jumlah 164 (seratus enam puluh empat) postingan. Kemudian di urutan kedua, terdapat tema pesan kebijakan dengan jumlah 78 (tujuh puluh delapan) postingan, fungsi pesan edukatif dengan jumlah 51 (lima puluh satu) postingan, dan bentuk pesan carousel dengan jumlah 64 (enam puluh empat) postingan. Tema pesan ekonomi dan politik berada di posisi terakhir

dengan jumlah 1 (satu) postingan, ekonomi 1 (satu) dan politik 0 (kosong). Kemudian, fungsi pesan yang paling sedikit digunakan adalah dukungan sosial dengan jumlah 25 (dua puluh lima) postingan, dan bentuk pesan video dengan jumlah 20 (dua puluh).

Di bulan Agustus, tema pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah kesehatan publik dengan jumlah 102 (seratus dua) postingan, lalu fungsi pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah informatif dengan jumlah 107 (seratus tujuh) postingan, dan bentuk pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah gambar (*still image / single image*) dengan jumlah 96 (sembilan puluh enam) postingan. Kemudian di urutan kedua, terdapat tema pesan kebijakan dengan jumlah 55 (lima puluh lima) postingan, fungsi pesan edukatif dengan jumlah 31 (tiga puluh satu) postingan, dan bentuk pesan carousel dengan jumlah 48 (empat puluh delapan) postingan. Tema pesan ekonomi dan politik berada di posisi terakhir dengan jumlah 2 (dua) postingan, ekonomi 2 (dua) dan politik 0 (kosong). Kemudian, fungsi pesan yang paling sedikit digunakan adalah dukungan sosial dengan jumlah 21 postingan, dan bentuk pesan video dengan jumlah 15.

Dilihat dari penjelasan diatas, selama periode bulan Mei sampai Agustus, tema pesan terkait komunikasi risiko yang paling banyak digunakan adalah kesehatan publik dengan fungsi pesan terkait komunikasi risiko yaitu, informatif dan dalam bentuk pesan terkait komunikasi risiko yaitu gambar (*still image/single image*). Bila dilihat dari jumlah postingan *feeds* akun @Pandemictalks dari bulan Mei hingga Juli, terdapat kenaikan jumlah posting yang signifikan, hal ini selaras dengan data kenaikan kasus COVID-19 yang terjadi di Indonesia. Dimana per bulan Juni hingga Juli, angka penyebaran di Indonesia naik drastis dan bahkan di bulan Juli, terdapat kasus harian tertinggi di dunia. Kemudian, dibulan Agustus mengalami penurunan postingan karena angka penularan juga ikut turun.

#### **4.2.5. Pesan Komunikasi Risiko Pada Media Instagram Dalam Masa Pandemi**

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak tahun 2019 yang kemudian masuk ke Indonesia sejak awal Maret 2020 telah memberikan pembelajaran karena berdampak sangat besar pada kehidupan sehari-hari. Pandemi yang terjadi seperti

saat ini, yang belum pernah terjadi sebelumnya, menyebabkan masyarakat sangat membutuhkan informasi yang tepat dan akurat, karena masyarakatlah yang menghadapi pandemi dan merasakan dampaknya secara langsung. Dalam hal ini, masyarakat selalu menjadi korban ketika ancaman krisis kesehatan terjadi. Untuk itu, upaya meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat perlu dilakukan agar masyarakat bisa berdaya dan memilih dengan benar tindakan pencegahan dan penanganan yang harus dilakukan. Pada konteks inilah, komunikasi risiko diperlukan sebelum, saat dan sesudah terjadi ancaman bahaya.

Secara sederhana komunikasi risiko merupakan proses komunikasi untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman individu maupun masyarakat tentang risiko ancaman bahaya agar mereka dapat mengantisipasi dan mengatasi risiko yang mungkin terjadi. Namun sayangnya, selama ini komunikasi risiko belum dipandang penting, padahal perkembangan teknologi dewasa ini menyadarkan kita akan urgensi memberikan pengetahuan tentang risiko kesehatan yang tepat dan terpercaya pada masyarakat. Komunikasi risiko sangat tepat digunakan saat ini karena dengan pemahaman, nilai dan kepercayaan yang dimiliki, masyarakat dapat melakukan tindakan yang tepat untuk mempersiapkan berbagai upaya dalam menghadapi penyakit ini. Pandemi COVID-19 bukanlah pandemi terakhir yang akan kita hadapi, cepat atau lambat kita harus siap menghadapi krisis kesehatan atau pandemi lainnya.

Terlebih saat ini kita sedang berada dalam dunia digital, komunikasi mempunyai peran sangat penting. Berbagai informasi, baik informasi yang benar maupun hoaks, bisa dikirim dan beredar, dalam hitungan detik dapat diterima masyarakat. Kemajuan teknologi telekomunikasi mengakibatkan banjir informasi yang juga berdampak pada kesehatan masyarakat. Dampak positifnya sistem pelayanan kesehatan menjadi lebih baik, informasi kesehatan pun lebih lengkap dan mudah diakses. Namun di sisi lain, terdapat dampak negatif menyertainya yakni timbulnya informasi bohong yang disebarkan secara sengaja (hoaks) dan kesalahan persepsi di masyarakat. Kesenjangan besar dalam menghadapi ancaman krisis kesehatan terletak pada kesiapsiagaan dan respon. Pengetahuan dan kecenderungan perilaku masyarakat menentukan kondisi kesehatan mereka dalam keadaan darurat.

Keterlibatan masyarakat sebagai bagian integral dari kesiapsiagaan dan respons menjadi sangat penting dalam penanggulangan ancaman krisis kesehatan. Dalam konteks penelitian ini, pengelola akun Instagram @Pandemictalks sebagai bagian dari masyarakat ikut ambil bagian untuk melakukan komunikasi risiko. Tantangan yang dihadapi pengelola akun Instagram @Pandemictalks dalam menjalankan peran mereka saat menghadapi pandemi saat ini ada dua, yakni wabah penyakitnya sendiri dan wabah rumor dan hoaks yang sering disebut *infodemic*.

Pengelola akun Instagram @Pandemictalks diinisiasi oleh tiga orang, yakni dr Muhammad Kamil, Firdza Radiany dan Mutiara Anissa yang memiliki perbedaan latar belakang pendidikan dan keahlian, namun disatukan keresahan mereka ketika melihat adanya gap informasi terkait COVID-19 di masyarakat. Muhammad Kamil adalah seorang dokter dan peneliti kanker otak di Kagoshima University Jepang, sedang Firdza Radiany adalah data analysis dan entrepreneur, sementara Mutiara Anissa seorang dosen biologi molekuler.

Akun Instagram @Pandemictalks yang mereka bentuk pada akhirnya dikenal sebagai platform pemantau COVID-19 di Indonesia. Pada proses pembuatan konten @Pandemictalks, pengelola akun Instagram ini melakukan strategi *repackaging* informasi-informasi yang sudah ada di media. Bentuk penyampaian pesan komunikasi risiko yang mereka pilih ada yang berbentuk visual grafis, video, maupun podcast. Oleh karena mereka melakukan *repackaging* informasi yang sudah ada di media, maka waktu yang mereka gunakan untuk menyiapkan konten akun Instagram ini menjadi lebih cepat. Sehingga tidak mengherankan bila pengelola akun dapat mengunggah pesan komunikasi risiko setiap harinya dan konsisten melakukannya hingga saat ini. Bahkan tidak jarang dalam sehari, terdapat unggahan pesan komunikasi risiko lebih dari satu postingan. Sehingga tidak mengherankan bila jumlah postingan @Pandemictalks bisa selalu *update*, dan kontennya cukup banyak bisa 1-2 kali dalam sehari. Berdasarkan temuan penelitian ini, jumlah postingan yang menjadi konten pesan komunikasi risiko selama bulan Mei hingga Agustus 2021 cukup banyak, yakni berjumlah 642 postingan. Artinya postingan komunikasi risiko dilakukan setiap hari, bahkan dalam sehari bisa memposting konten lebih dari satu kali.

Disamping melakukan strategi *repackaging* informasi-informasi yang sudah ada di media, pihak pengelola akun juga tidak melakukan sistem hierarki dalam pemeriksaan dan editing konten akun Instagram @Pandemictalks. Artinya, update informasi tidak melalui tahapan sebagaimana tahapan editorial seperti halnya proses kerja di media. Latar belakang ketiga pengelola yang berbeda justru bisa saling melengkapi. Sebuah isu yang akan diposting menjadi konten pesan komunikasi risiko dinilai berdasar kacamata para ahli yang diwakilkan melalui dr Muhammad Kamil dan Mutiara Anissa yang memiliki kompetensi terkait epidemiologi. Sedangkan Firdza Radiany mewakili kacamata orang awam. Pemilihan tema yang akan diangkat menjadi konten dilakukan bila data terkait isu tersebut sudah ada dan banyak ditemui di media. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi berbagai tema yang menjadi konten di akun Instagram @Pandemictalks. Terdapat empat tema yang menjadi konten di akun tersebut selama periode penelitian bulan Mei hingga Agustus 2021, yakni tema kesehatan publik, tema kebijakan, tema ekonomi dan tema politik.