

PENGANTAR REDAKSI

Melihat krisis sebagai "ruang belajar"

Puji Rianto[®]

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya,
Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia. Email: puji.rianto@uii.ac.id

Krisis senantiasa "berwajah ganda". Pada satu sisi, krisis menciptakan ketidakstabilan, kecemasan, dan kerugian baik material maupun immaterial. Namun, krisis juga menciptakan peluang (Ioannides & Gyimóthy, 2020) dan pelajaran berharga bagi organisasi dan, dalam banyak kasus, umat manusia. Pandemi Covid-19 yang dideklarasikan sebagai *Public Health Emergency of International Concern (PHEIC)* oleh organisasi kesehatan dunia (WHO) pada 30 Januari 2020 dan baru dinyatakan berakhir pada 05 Mei 2023 menyebabkan kematian antara 13,3-16,6 juta orang (dalam kurun 1 Januari 2020 hingga 31 Desember 2021) (Rahadian, 2022). Tidak berbeda dengan krisis dan bencana lainnya, pandemi Covid-19 juga telah memberikan banyak pelajaran berharga.

Pandemi Covid-19 tidak hanya menguji sistem kesehatan, tetapi juga menguji sistem-sistem lainnya seperti sistem jaminan sosial, sistem politik, kapital sosial masyarakat, dan yang tidak dapat diabaikan adalah sistem komunikasi publik. Oleh karena itu, yang terpenting dari pandemi covid adalah bagaimana mengambil pelajaran dari krisis tersebut. Dalam hal ini, Dirjen WHO, Tedros Adhanom Ghebreyesus (Dinkes Aceh, 2023) mengemukakan, "Covid telah mengubah dunia, mengubah kita. Seperti apa yang seharusnya terjadi. Jika kita kembali seperti dulu sebelum Covid, kita gagal untuk belajar dan bersalah ke

generasi masa depan". Dengan demikian, kegagalan dalam mengambil pelajaran bukan saja sebuah kesalahan, tetapi juga "dosa" untuk generasi yang akan datang.

Krisis telah menciptakan kebutuhan informasi melebihi hari-hari biasanya karena tingginya ketidakpastian, terutama sebagai akibar tingkat kebaruan dan tipe ancaman. Pandemi Covid-19 bukan saja merupakan fenomena baru karena tingkat persebarannya yang luas dan belum ada vaksin yang mencegahnya hingga beberapa waktu setelah pandemi berlangsung, tetapi juga tingkat ancamannya terhadap kehidupan manusia. Dalam situasi semacam ini, kebutuhan informasi meningkat tajam, dan masyarakat akan menggunakan seluruh saluran yang tersedia untuk mendapatkan informasi. Penelitian-penelitian di bidang ini telah memberikan pelajaran penting mengenai bagaimana perilaku orang-orang dalam mendapatkan informasi (Falcone & Sapienza, 2020; Gioia & Boursier, 2022; Limilia & Pratamawaty, 2020; Rianto et al., 2023; Yang et al., 2022; Zhou et al., 2023) sehingga dapat dirumuskan model komunikasi publik yang tepat di masa datang.

Pelajaran penting lainnya adalah bagaimana mengelola komunikasi publik. Krisis membutuhkan komunikasi publik yang efektif agar tidak menciptakan kerusakan yang parah. Riset Tallutondok dan Hsieh (2022) di Taiwan, misalnya,

menunjukkan bahwa landasan kesehatan masyarakat yang kuat untuk memerangi COVID-19 melalui respons yang terkoordinasi, terutama di bidang pemeriksaan awal, metode isolasi dan karantina yang efektif, teknologi digital untuk mengidentifikasi kasus potensial, dan penggunaan masker secara universal telah membatasi penyebaran virus secara lebih efektif. Sebaliknya, banyak negara seperti Indonesia yang gagal menjalankan komunikasi publik yang efektif terutama di awal-awal pandemi (Masduki, 2020) sehingga kerusakan yang ditimbulkan sangat parah. Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah korban kematian akibat Covid-19 terbanyak di kawasan.

Serangkaian penelitian lainnya telah menunjukkan beragam pelajaran yang sangat berguna bagi penyelesaian komunikasi publik dalam situasi krisis. Beberapa penelitian dapat disebutkan di antaranya Krause et al., (2020) yang menunjukkan pentingnya perhatian diberikan terhadap misinformasi yang muncul selama pandemi dan menjadi suatu bentuk krisis lainnya. Sebagaimana telah ditunjukkan dalam beberapa penelitian (Nasir et al., 2020; Nelson et al., 2020; Rahmawati et al., 2021; Reyes et al., 2021; Yustitia & Ashrianto, 2020), misinformasi telah menjadi masalah selama pandemi Covid-19. Beberapa penelitian juga telah mengungkapkan peran media baik media sosial maupun media konvensional dalam memerangi misinformasi (Marsudi et al., 2020; Najie et al., 2023; Rianto & Setiawati, 2021).

Tantangan lain yang dihadapi oleh komunikasi publik selama pandemi Covid-19 adalah bagaimana menyosialisasikan vaksinasi Covid-19. Di Indonesia, misinformasi mengenai Covid-19 ini telah menyebar luas, dan menjadi tantangan tersendiri bagi pelaksanaan vaksinasi yang sukses. Banyak penelitian telah mengungkapkan mengenai hal ini, dan

memberikan pelajaran penting bagi sosialisasi dan kampanye vaksin di masa datang (Gynada Winshine & Haryono, 2021; Jose, 2022; Kim et al., 2020; Yin et al., 2022).

Pandemi Covid-19 juga mendorong perlunya memberikan perhatian pada kompleksitas hubungan antar berbagai sistem sosial dalam masyarakat (Wahyuni, 2024), dan seperti telah disinggung sebelumnya pandemi telah menguji beragam sistem. Beberapa bidang yang disebutkan sebelumnya hanyalah bagian kecil dari begitu banyak pelajaran yang dapat diambil dari pandemi Covid-19. Persoalannya selanjutnya adalah bagaimana hasil-hasil penelitian itu memberikan informasi penting bagi pengembangan komunikasi publik di masa datang, terutama dalam mengembangkan strategi komunikasi publik yang efektif. Bidang ini telah menarik lebih banyak peneliti dan memberikan rekomendasi yang kaya sesuai dengan fokus kajian seperti membangun strategi komunikasi yang efektif untuk membangun *trust* dan penerimaan masyarakat (Warren & Lofstedt, 2022), mengembangkan komunikasi krisis dalam masyarakat multilingual seperti Indonesia (Sakhiyya et al., 2024), pengembangan strategi komunikasi berbasis budaya (Apriliani & Abisono, 2023; Elers & Dutta, 2023), pentingnya strategi komunikasi yang inklusif dalam mengatasi pandemi (BasuThakur & De, 2023), juga respon publik dalam menyikapi strategi komunikasi pemerintah (Adhani et al., 2022; Moss & Konstantinova, 2024), dan masih banyak lagi penelitian-penelitian yang memberikan perhatian mengenai strategi komunikasi yang efektif dalam mengatasi pandemi Covid-19 (Arifin, 2022; Kaduka et al., 2023; Radwan & Mousa, 2020).

Pelajaran dari Indonesia

Indonesia menjadi salah satu negara di kawasan Asia yang mengalami kerusakan parah akibat pandemi Covid-19. Beberapa penelitian mengungkapkan ketidaksiapan pemerintah Indonesia dalam menghadapi pandemi sejak pertama diumumkan pada Maret 2020. Pada awal pandemi terjadi, komunikasi publik pemerintah menunjukkan ketidakmampuan pemerintah dalam mengidentifikasi masalah sehingga menciptakan blunder (Arifin, 2022; Masduki, 2020). Indonesia karenanya dianggap gagal dalam mengendalikan pandemi Covid-19 sebagai akibat pendekatan yang tidak terstruktur (dikutip dari Arifin, 2022) ataupun rekomendasi kebijakan yang saling bertentangan (Wahyuni, 2024). Sebaliknya, seperti dijelaskan oleh Arifin (2022), strategi komunikasi pemerintah Indonesia tidak transparan, menganggap remeh covid, menggunakan istilah-istilah yang tidak mudah dimengerti, kontradiktif, terlalu banyak eufemisme, menipu (*deceptive*) dan tidak jelas (*ambigu*). Oleh karena itu, menjadi tidak mengherankan jika korban meninggal akibat covid di Indonesia menempati posisi kedua di kawasan dengan lebih dari 150 ribu kasus kematian dari total 5.630.096 kasus positif COVID-19 di Indonesia sejak pengumuman kasus pertama (BBC Indonesia, 2022).

Mengelola negara yang luas dan tingkat pluralitas yang tinggi seperti Indonesia tidaklah mudah. Namun, dari sudut pandang berbeda, hal itu juga seharusnya dapat dilihat sebagai sumber daya yang dapat digunakan untuk mengatasi krisis. Sebagai contoh, wilayah yang terdiri atas kepulauan seharusnya memudahkan pencegahan penyebaran virus karena memudahkan karantina dibandingkan dengan satu wilayah besar. Namun, pada kenyataannya, luasnya wilayah dan keragaman masyarakat beserta keragaman kulturalnya hanya

menjadi sumber retorika politik. Selebihnya, cara pandangnya tetap homogen sehingga gagal menemukan strategi komunikasi yang efektif. Seperti dikemukakan Sakhyya et al., (2024, p. 1173), "Tantangan kondisi multibahasa terhadap komunikasi krisis di Indonesia tidak hanya dalam hal bahasa dan budaya, tetapi juga kesenjangan dalam tingkat literasi dan akses terhadap informasi." Oleh karena itu, kesederhanaan, kejelasan, dan konsistensi adalah tiga hal yang harus diperhatikan untuk mengatasi kondisi multibahasa yang beragam (Sakhyya et al., 2024). Dengan begitu, pesan komunikasi krisis akan mudah dipahami oleh khalayak. Namun, yang terjadi tidaklah demikian. Pemerintah Indonesia menghadapi ketidakpercayaan yang luas di masyarakat sebagai akibat ketidakkonsistenan pemerintah dalam menyampaikan komunikasi krisis sehingga yang muncul justru ketidakpercayaan (Wahyuni, 2024) dan ketidakpatuhan masyarakat dalam melaksanakan instruksi yang diberikan pemerintah (Adhani et al., 2022).

Isu yang diangkat di edisi ini

Pandemi Covid-19 sebagaimana telah dikemukakan pada bagian sebelumnya menjadi argumen bagi dimuatnya tiga artikel bertemakan pandemi Covid-19. Ketiga artikel tersebut ditulis oleh Hasanah dan Destrity, Wirasti dan Wahyono, serta Kertamukti dan Nashira. Artikel Hasanah dan Destrity mengkaji pesan-pesan yang disampaikan oleh Kawal COVID-19 melalui akun *Instagram* pada masa pra-krisis dan awal krisis pandemi Covid-19 di Indonesia. Pesan yang diidentifikasi adalah pesan-pesan *sensemaking*, efikasi, gabungan antara *sensemaking* dan efikasi, serta pesan-pesan tambahan terkait strategi identitas dan hubungan masyarakat. Pesan-pesan *sensemaking* meliputi informasi mengenai perkembangan situasi pandemi COVID-19 di Indonesia, informasi mengenai

kemungkinan terjadinya sesuatu yang buruk di kemudian hari (risiko) dari pandemi COVID-19, dan edukasi mengenai virus COVID-19. Pesan-pesan efikasi memberikan rekomendasi tindakan yang harus diambil dan perilaku yang harus dihindari dalam menanggapi pandemi.

Artikel berikutnya yang masih berhubungan dengan pandemi Covid-19 ditulis oleh Wirasti dan Wahyono. Studi keduanya memfokuskan pada pemaknaan khalayak terhadap misinformasi atau di Indonesia lebih dikenal luas sebagai hoax di kalangan *santri* dan *abangan*. Suatu tipologi masyarakat yang dikemukakan Indonesianis, Clifford Geertz. Dengan menggunakan analisis resepsi Stuart Hall, Wirasti dan Wahyono menyimpulkan bahwa setiap pesan yang tersebar di media diterima secara polisemik seperti umumnya teori resepsi. Namun, berbeda dengan asumsi studi resepsi, posisi penerimaan khalayak pada setiap posisi pembacaan yang bersifat menetap dan berasal dari khalayak yang sama tidaklah benar. Sebaliknya, Wirasti dan Wahyono menyimpulkan bahwa penerimaan tipe-tipe atau kelompok-kelompok masyarakat dapat berubah-ubah. Adakalanya, pembacaan oleh satu kelompok berada pada kode dominan hegemonik, terkadang pada posisi negosiasi, dan bahkan kode oposisional. Perubahan posisi penerimaan itu sangat bergantung pada isu yang terkandung dalam pesan disinformasi pandemi COVID-19.

Artikel ketiga yang mengkaji pandemi Covid-19 ditulis oleh Kertamukti dan Nashira. Fokus kajian artikel kedua penulis ini pada dasarnya pada bentuk-bentuk ekspresi simbolik masyarakat Yogyakarta dalam menyikapi pandemi covid. Sebagai pusat peradaban budaya Jawa (Koentjaraningrat, 1984), ekspresi-ekspresi masyarakatnya sangat lekat dengan budaya Jawa. Dengan menggunakan semiotik, Kertamukti dan Nashira menunjukkan bahwa pesan-pesan pada

spanduk mengandung makna literal yang jelas mengenai *lockdown* dan virus corona, serta mencerminkan frustrasi dan kekhawatiran masyarakat terhadap pembatasan sosial. Di tingkat mitos, spanduk ini memperkuat narasi budaya tentang ketahanan dan kerja sama komunal. Penggunaan bahasa Jawa menunjukkan penekanan pada nilai-nilai lokal dan memperkuat ikatan komunitas.

Di luar studi yang menempatkan pandemi Covid-19 sebagai konteks penelitian, Jurnal Komunikasi Vol. 19 No. 1, Oktober 2024 menampilkan beberapa tema penelitian menarik, yang merentang dari studi ekonomi politik hingga kajian budaya. Ada penelitian komunikasi antar budaya, dan ada juga mengenai media digital dengan beragam perspektif.

Artikel ketiga dalam edisi ini yang ditulis oleh Aprilie dan Eddyono menunjukkan bentuk-bentuk komodifikasi tenaga kerja di media daring. Studi dengan menggunakan perspektif Christian Fuchs yang dilakukan di suara.com ini menunjukkan bahwa pekerja digital diesksploitasi dari segi beban kerja, tidak adanya batasan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan, serta pengakuan hasil kerja yang setara. Praktik ini dianggap sebagai cerminan dari aspek-aspek eksploitasi pekerja digital, yaitu koersi, alienasi, serta apropriasi.

Artikel kelima ditulis oleh Satyaningrum dan Alfarisy yang mengkaji Spotify. Penelitian ini mengadopsi pendekatan yang menempatkan relasi global dan lokal dalam industri digital. Perspektif yang telah banyak digunakan untuk membingkai penelitian industri budaya di banyak kawasan (Chang, 2003; Gulmez, 2021). Satyaningrum dan Alfarisy menunjukkan bagaimana Spotify melakukan hal yang kurang lebih sama melalui aspek teknis, konten, dan linguistik. Penelitian ini juga menemukan strategi pelokalan harga, penyesuaian metode pembayaran lokal, *copywriting*, penggunaan kata

pinjaman, dan padanan bahasa target. Satyaningrum dan Alfarisy menyimpulkan bahwa internasionalisasi Spotify menghasilkan kesamaan antara versi Indonesia dan Inggris dengan beberapa penyesuaian karena mengikuti preferensi target pasar.

Artikel berikutnya mengkaji kebiasaan berbagi orang tua atas aktivitas anaknya di media sosial. Ini telah menjadi kecenderungan umum dalam masyarakat di mana para orang tua berbagi aktivitas anaknya di media sosial. Studi yang dikerjakan oleh Hidayanto dan Athalarik menunjukkan bahwa praktik berbagi yang dilakukan orang tua milenial digunakan untuk mendapatkan pengakuan sosial (*recognition*).

Artikel ketujuh ditulis oleh Intyaswati et al., yang mengkaji partisipasi daring. Survei yang diselenggarakan terhadap 500 responden tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap partisipasi politik daring. Selain itu, faktor-faktor lainnya yang berpengaruh pada partisipasi politik daring adalah gender dan pendidikan (pada kategori rendah); gender, pendidikan, usia, dan kepercayaan politik (pada kategori sedang) dan kepercayaan politik dan kredibilitas media sosial (pada kategori tinggi). Penelitian ini menyimpulkan bahwa teori kredibilitas sumber hanya terkonfirmasi di kalangan pengguna kategori tinggi.

Tiga artikel berikutnya bersinggungan dengan budaya dan wacana sosial meskipun dengan perspektif ataupun pendekatan yang berbeda. Artikel kedelapan yang ditulis Setiawan et al., menggunakan perspektif komunikasi antar budaya. Penelitiannya dikerjakan di pondok pesantren Gontor, Ponorogo di mana mahasiswa dari berbagai negara belajar di pondok modern tersebut. Penelitiannya menunjukkan bahwa makna identitas bagi mahasiswa internasional terbentuk melalui perbandingan sosial dengan

kelompok lain, didorong oleh keinginan untuk memahami kelompoknya. Bahasa Arab dan Inggris berperan penting dalam aktivitas akademik dan sosial sehari-hari mereka, sementara pembelajaran bahasa Indonesia dilakukan secara sukarela untuk mempermudah interaksi dengan mahasiswa lokal. Tindakan komunikasi juga ditemukan sebagai komponen utama yang membantu mahasiswa internasional membangun konsep diri, mencapai aktualisasi diri, merasakan kebahagiaan, serta mengurangi tekanan hidup.

Artikel kesembilan ditulis oleh Priyatna et al., yang mengkaji prasangka etnis dengan menggunakan pendekatan van Dijk. Priyatna et al., menunjukkan bagaimana struktur makro teks ujaran kebencian memiliki tema tertentu dan masyarakat *Twitter* memiliki definisi tersendiri tentang kata “cina” sebagai kognisi sosial. Konteks sosial yang berkembang adalah isu-isu yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah, yaitu pembangunan Ibu Kota Nusantara dan polarisasi masyarakat pasca pemilihan presiden 2019, yang terkumpul dalam bentuk wacana ketidaksukaan terhadap pemerintahan Presiden Jokowi.

Artikel kesepuluh meneliti komunikasi lingkungan melalui artefak budaya, dalam hal ini pantun yang berkembang luas dalam masyarakat Melayu. Penelitian yang dikerjakan oleh Yenrizal et al., menunjukkan bahwa pantun memuat pesan komunikasi lingkungan yang penting. Pesan komunikasi lingkungan itu dapat dimasukkan ke dalam dua kategori, yakni secara eksplisit yang merujuk pada masalah lingkungan hidup dan secara tidak langsung berkaitan dengan masalah lingkungan, tetapi makna implisitnya merujuk pada masalah lingkungan. Penelitian Yenrizal et al., juga menemukan bahwa pantun sebagai bentuk komunikasi lingkungan masyarakat Uluang Sumatra Selatan bersifat dinamis dan terus mengalami reproduksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, A., Anshori, A., & Mahardika, A. (2022). Public Attitudes towards the Government's Policy Communication in Preventing COVID-19. *Jurnal ASPIKOM*, 7(1), 61. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v7i1.1058>
- Apriliani, R., & Abisono, F. Q. (2023). Cultural Approach in Responding to the Crisis of Public Trust Sleman Government's Strategy in Encouraging Cultural Approach in Responding to the Crisis of Public Trust Sleman Government's Strategy in Encouraging COVID-19 Vaccination. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i1.1186>
- Arifin, B. (2022). Government Communication Strategies in Time of Pandemic: Comparative Study between South Korea and Indonesia. *Policy & Governance Review*, 6(2), 189. <https://doi.org/10.30589/pgr.v6i2.546>
- BasuThakur, P., & De, S. (2023). Government communication strategy and its reflection on media construction of pandemic: A structured analysis of COVID-19 in India. *Review of Communication*, 23(3), 276–292. <https://doi.org/10.1080/15358593.2023.2228875>
- BBC Indonesia. (2022). *Kematian akibat Covid-19 di Indonesia tertinggi kedua di Asia, pandemi disebut epidemiolog "masih serius dan genting."* 09 Maret. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-60664347>
- Chang, Y. L. (2003). 'glocalization' of television: Programming strategies of global television broadcasters in Asia. *Asian Journal of Communication*, 13(1), 1–36. <https://doi.org/10.1080/01292980309364829>
- Dinkes Aceh. (2023, May). *WHO Umumkan Pandemi Covid Telah Berakhir - Dinas Kesehatan Provinsi Aceh*. <https://Dinkes.Acehprov.Go.Id/Detailpost/Who-Umumkan-Pandemi-Covid-Telah-Berakhir>.
- Elers, P., & Dutta, M. J. (2023). Theorizing COVID-19 information retrieving from a culture-centered lens: Communication infrastructures for challenging disinformation. *Communication Monographs*, 90(2), 205–224. <https://doi.org/10.1080/03637751.2022.2164321>
- Falcone, R., & Sapienza, A. (2020). How COVID-19 changed the information needs of Italian citizens. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 1–19. <https://doi.org/10.3390/ijerph17196988>
- Gioia, F., & Boursier, V. (2022). Young adults' attitudes toward online self-disclosure and social connection as predictors of a preference for online social interactions: the mediating effect of relational closeness. *Atlantic Journal of Communication*, 30(5), 481–497. <https://doi.org/10.1080/15456870.2021.1952205>

- Gulmez, D. (2021). Glocal as hybridity, hegemony and reflexive engagement. *Globalizations*, 18(5), 750–761. <https://doi.org/10.1080/14747731.2020.1842669>
- Gynada Winshine, C., & Haryono, H. (2021). Public Communication Strategies on Socialization Covid-19 Vaccine in Indonesia Perspective Sociology of Mass Communication. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 1(6), 437–445. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v1i6.81>
- Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624–632. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- Jose, S. (2022). COVID Vaccine And Generation Z – A Study of Factors Influencing Adoption. *Young Consumers*, 23(1), 16–32. <https://doi.org/10.1108/YC-01-2021-1276>
- Kaduka, L., Olale, J., Karamanos, A., Mutai, J., Coultas, C., Ahmed, I., L’Esperance, V., Read, U., Dazzan, P., Cruickshank, J. K., Muniu, E., & Harding, S. (2023). Contextually appropriate communication strategies for COVID-19 prevention in Kenya border regions: Evidence from a mixed methods observational study in Busia and Mandera counties. *BMJ Open*, 13(5), 1–11. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2022-062686>
- Kim, H., Han, J. Y., & Seo, Y. (2020). Effects of facebook comments on attitude toward vaccines: The roles of perceived distributions of public opinion and perceived vaccine efficacy. *Journal of Health Communication*, 25(2), 159–169.
- Koentjaraningrat. (1984). *Kebudayaan Jawa*. Balai Pustaka.
- Krause, N. M., Freiling, I., Beets, B., & Brossard, D. (2020). Fact-checking as risk communication: the multi-layered risk of misinformation in times of COVID-19. *Journal of Risk Research*, 23(8), 1052–1059. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1756385>
- Limilia, P., & Pratamawaty, B. B. (2020). Google Trends and Information Seeking Trend of COVID-19 in Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 188. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.741>
- Marsudi, M., Sampurno, M. B. T., Wiratmoko, C., & Retyaningrum, F. (2020). Kontribusi Desain Komunikasi Visual dalam Anti-Hoax System saat Pandemi Covid-19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(10), 923–938. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i10.15844>
- Masduki. (2020). Blunders of government communication: The political economy of COVID-19 communication policy in indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 24(2), 97–111. <https://doi.org/10.22146/JSP.57389>
- Moss, G., & Konstantinova, N. (2024). Communicating Solidarity? Public Responses to UK Government Communication of COVID-19. *Representation*, 60(3), 415–433. <https://doi.org/10.1080/00344893.2023.2263465>
- Najie, I. A., Widati, S., & Fattah, M. Z. (2023). Role of Traditional Media in Preventing Misinformation About COVID-19: A Literature Review. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.26553/jikm.2023.14.1.1-12>

- Nasir, N. M., Baequni, B., & Nurmansyah, M. I. (2020). Misinformation Related To Covid-19 in Indonesia. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 8(2), 51. <https://doi.org/10.20473/jaki.v8i2.2020.51-59>
- Nelson, T., Kagan, N., Critchlow, C., Hillard, A., & Hsu, A. (2020). The Danger of Misinformation in the COVID-19 Crisis. In *Missouri medicine* (Vol. 117, Issue 6).
- Radwan, A. F., & Mousa, S. A. (2020). Government Communication Strategies during Coronavirus Pandemic: United Arab Emirates Lessons. *Journal of Health Management*, 22(4), 516–527. <https://doi.org/10.1177/0972063420983091>
- Rahadian, L. (2022). *WHO: Korban Meninggal Akibat Covid Capai 16,6 Juta Orang*. 05 Mei. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220505210650-4-336917/who-korban-meninggal-akibat-covid-capai-166-juta-orang>
- Rahmawati, D., Mulyana, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., & Anindhita, W. (2021). Mapping Disinformation During the Covid-19 in Indonesia: Qualitative Content Analysis. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 222. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.907>
- Reyes, L. M., Ortiz, L., Abedi, M., Luciano, Y., Ramos, W., & Pablo, P. J. (2021). Misinformation on COVID-19 origin and its relationship with perception and knowledge about social distancing: A cross-sectional study. *PLoS ONE*, 16(3), 1–13. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248160>
- Rianto, P., Afifi, S., & Hariyanti, P. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Covid 19 dan Implikasinya pada Strategi Komunikasi. *Komunika*, 10(1), 28–38. <https://doi.org/10.22236/komunika.v10i1.10216>
- Rianto, P., & Setiawati, T. (2021). The Role of Indonesian Mainstream Media to Fight Against Covid-19 Hoaxes. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Volume 596*, 596(Jcc), 224–227.
- Sakhiyya, Z., Dewi Saraswati, G. P., Anam, Z., & Azis, A. (2024). What's in a name? Crisis communication during the COVID-19 pandemic in multilingual Indonesia. *International Journal of Multilingualism*, 21(2), 1169–1182. <https://doi.org/10.1080/14790718.2022.2127732>
- Tallutondok, E. B., & Hsieh, C.-J. (2022). Lessons on effective communication from Taiwan Government to combat COVID-19. *GHMJ (Global Health Management Journal)*, 5(2), 99–103. <https://doi.org/10.35898/ghmj-52933>
- Wahyuni, H. I. (2024). Trust , pandemic and communication : an analysis of the COVID-19 pandemic from an autopoietic systems perspective. *Kybernetes*, 53(12), 5136–5154. <https://doi.org/10.1108/K-06-2022-0866>
- Warren, G. W., & Lofstedt, R. (2022). Risk communication and COVID-19 in Europe: lessons for future public health crises. *Journal of Risk Research*, 25(10), 1161–1175. <https://doi.org/10.1080/13669877.2021.1947874>

- Yang, J. Z., Liu, Z., & Wong, J. C. S. (2022). Information seeking and information sharing during the COVID-19 pandemic. *Communication Quarterly*, 70(1), 1–21. <https://doi.org/10.1080/01463373.2021.1995772>
- Yin, F., Ji, M., Yang, Z., Wu, Z., Xia, X., Xing, T., She, Y., & Hu, Z. (2022). Exploring the determinants of global vaccination campaigns to combat COVID-19. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01106-7>
- Yustitia, S., & Ashrianto, P. D. (2020). An Analysis on COVID-19 Disinformation Triangle in Indonesia. *Komunikator*, 12(2), 117–128. <https://doi.org/10.18196/jkm.122040>
- Zhou, X., Roberto, A. J., & Lu, A. H. (2023). Understanding Online Health Risk Information Seeking and Avoiding during the COVID-19 Pandemic. *Health Communication*, 38(3), 532–542. <https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1958981>