

ANALISIS KONTEN TWEET PADA AKUN TWITTER KEMENKES RI SELAMA AWAL WABAH COVID-19 DI INDONESIA

Daranida Normandia Visina^{1*}, Zahroh Shaluhiah², Ratih Indraswari²

¹Peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Diponegoro

²Bagian Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat
Universitas Diponegoro

*Corresponding author : daranidanv@gmail.com

ABSTRACT

The COVID-19 outbreak has become a major concern in the world and has been characterized by WHO as a pandemic. Dissemination of information related to COVID-19 was done quickly and widely on social media such as Twitter. The Twitter account of the Ministry of Health of the Republic of Indonesia is one of the trusted sources for providing information regarding COVID-19 in Indonesia. This study aims to analyze the content of @KemenkesRI Twitter accounts' tweets during the beginning of COVID-19 outbreak in Indonesia. This study used quantitative methods with cross sectional design. The sample of this study was 521 tweets uploaded by @KemenkesRI Twitter account in March 2020 and were selected using the consecutive sampling method. This study used content analysis and bivariate analysis using chi square test. Research shows that the frequency of tweets uploaded by the Twitter account of Ministry of Health in March has a message content in the form of case reports is 269 tweets (51,6%). The 439 tweets (84,3%) were informative and 386 tweets (74,1%) were in the form of plain text messages. The results showed that the message content ($p = 0.001$) and the form of the message ($p = 0.000$) were related to the message responses obtained by the Twitter account of the Ministry of Health. Suggestions for the Ministry of Health are to maximize the use of Twitter as a promotional and preventive media by considering risk communication strategies as one of the public health disaster mitigation efforts.

Keywords: COVID-19, Twitter, content analysis

PENDAHULUAN

Wabah COVID-19 telah menjadi perhatian utama di dunia saat ini dan telah diklasifikasikan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) sebagai pandemi. COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan. Coronavirus adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis coronavirus diketahui dapat menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari flu, batuk hingga dampak yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS).¹

Kasus COVID-19 di Indonesia pertama kali dilaporkan pada 2 Maret 2020 dengan jumlah pasien positif sebanyak 2 orang. Virus COVID-19 dengan cepat menyebar ke seluruh provinsi di Indonesia hingga pada 23 April 2020 tercatat ada 7.775 kasus positif COVID-19 dan 647 pasien meninggal dunia akibat virus ini serta 960 telah berhasil sembuh dari COVID-19 di 34 provinsi di Indonesia.² Hal tersebut membuat Indonesia menjadi negara dengan *Case Fatality Rate* tertinggi di Asia Tenggara.³

Penyebaran virus COVID-19 ini masih terus terjadi dan belum teratasi secara menyeluruh.

Salah satu tantangan dalam upaya pengendalian penyakit menular adalah peredaran informasi melalui media massa ataupun media sosial yang sangat cepat, baik informasi yang benar ataupun salah dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam melakukan upaya pencegahan penyakit menular.⁴ Hasil studi menunjukkan bahwa cakupan peliputan informasi terkait COVID-19 lebih masif dibandingkan pada saat wabah Ebola yang terjadi pada tahun 2014.⁵ Tingginya intensitas peliputan informasi terkait COVID-19 ini disebabkan karena persebaran penyakit ini sangat cepat dan memakan banyak korban di ratusan negara di seluruh dunia.⁵

Penyebaran informasi palsu terkait COVID-19 terjadi secara cepat dan luas di media sosial seperti Twitter. *Tweet* yang berisi informasi palsu dua kali lebih banyak diposting di Twitter dibandingkan dengan informasi berbasis bukti ilmiah. Informasi palsu tersebut termasuk berita palsu, rumor, mitos dan juga teori konspirasi. Dari 92% sampel *tweet* yang mengandung informasi palsu telah di-*retweet* oleh pengguna Twitter sebesar 77%. Hal

tersebut membuktikan bahwa informasi palsu terkait COVID-19 dapat disebarkan secara cepat dan luas.⁶ Informasi yang salah menimbulkan kebingungan dan menyebarkan ketakutan, sehingga menghambat respon terhadap wabah.

Twitter merupakan salah satu media sosial yang paling populer yang memungkinkan para penggunanya berkomunikasi melalui 140 karakter yang disebut *tweet*. Twitter bersifat *real-time* yang berarti pengguna dapat mengunggah *tweet* yang berisi informasi serta memberikan respon atau tanggapan secara langsung saat itu juga sehingga Twitter menjadi salah satu media sosial yang mampu memberikan informasi mengenai suatu kejadian termasuk wabah secara terkini. Pengguna twitter berinteraksi melalui pesan langsung ataupun balasan yang dapat didiseminasikan secara luas melalui penerusan (*retweeting*) yang memungkinkan untuk menyebarkan informasi secara cepat dan luas.

Organisasi kesehatan milik pemerintah merupakan salah satu sumber terpercaya untuk memberikan informasi kesehatan melalui media sosial termasuk pada masa pandemi. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia adalah instansi milik pemerintah yang berwenang dalam melakukan upaya penanggulangan wabah COVID-19 di Indonesia. Selain membuat pedoman penanganan COVID-19 secara medis, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia juga berwenang untuk memberikan informasi serta edukasi kepada masyarakat agar penyebaran virus COVID-19 dapat dicegah. Salah satu cara yang dilakukan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dalam memberikan informasi terkini seputar COVID-19 dan edukasi kepada masyarakat adalah melalui media sosial seperti Twitter.

Upaya penyebaran informasi yang dilakukan selama masa wabah melalui media sosial seperti Twitter memerlukan strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik sehingga masyarakat dapat melakukan perubahan perilaku untuk mengurangi risiko penularan penyakit. Menurut Roger dan Shoemaker, pembuat pesan (*Source*) mengirim pesan (*Message*) melalui saluran tertentu (*Channel*) kepada sasaran penerima pesan (*Receiver*) yang menyebabkan beberapa pengaruh setelah menerima pesan (*Effect*) dengan demikian proses komunikasi dapat berlangsung apabila kelima komponen tersebut saling berhubungan

dan berproses dalam mewujudkan yang dikehendaki.⁷ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gambaran konten *tweet* pada akun Twitter @KemenkesRI selama awal wabah COVID-19 di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian analitik kuantitatif dengan metode analisis konten dan pendekatan *cross-sectional* yang bertujuan untuk membuktikan hubungan antara variabel bebas yaitu konten pesan, sifat pesan, dan bentuk pesan dengan variabel terikat yaitu respon pesan yang berupa jumlah *like*, *retweet*, dan *reply*.

Populasi penelitian ini adalah seluruh *tweet* yang diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI pada bulan Maret 2020. Pemilihan *tweet* pada jangka waktu bulan Maret 2020 karena kasus COVID-19 pertama kali dikonfirmasi muncul di Indonesia pada awal bulan Maret sehingga terjadi kenaikan jumlah *tweet* yang diunggah oleh akun Twitter Kemenkes RI secara signifikan.

Peneliti melakukan penarikan data secara otomatis menggunakan aplikasi Twint. Penggunaan aplikasi Twint hanya untuk menarik data mentah, bukan untuk melakukan analisa sentimen atau analisa teks. Sebanyak 633 *tweet* berhasil ditarik oleh Twint dalam kurun waktu 1-31 Maret 2020. Data *tweet* ini kemudian diterjemahkan ke dalam tabel excel format data *comma separated values* (CSV) yang terdiri dari informasi seperti *id tweet*, *conversation id*, tanggal konten dibuat, waktu konten dibuat, *timezone* konten dibuat, *user id*, *username*, nama profil Twitter, lokasi, isi teks, *mention*, tautan, foto, jumlah *reply*, jumlah *retweet*, jumlah *like*, *hashtag*, *cashtag*, *retweet*, *quote retweet*, video, *user retweet id*, *username retweet*, *retweet id*, *reply to*, dan *retweeted*. Peneliti juga melakukan pengecekan ulang data dengan membaca *tweet* yang diunggah akun Twitter @KemenkesRI pada bulan Maret 2020 secara manual dengan menggunakan *advanced search Twitter*.

Pada tahap selanjutnya, Peneliti menyeleksi data secara manual dengan membaca data *tweet* yang telah terkumpul dalam format data *comma separated values* (CSV). Proses seleksi data dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria sampel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah *tweet* dengan kata kunci "#COVID19", "COVID-19" dan "corona virus" yang diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI pada periode

1-31 Maret 2020 dan *tweet* yang berisi informasi terkait COVID-19 yang diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI pada periode 1-31 Maret 2020. Sedangkan kriteria eksklusi dalam penelitian ini adalah *Retweet* yaitu *tweet* yang diunggah ulang, *tweet* dengan notasi '@' atau yang disebut *mention* yang mengindikasikan percakapan antara dua atau lebih pengguna Twitter dan *tweet* dengan kata kunci #COVID19 namun mengindikasikan *tweet* tersebut tidak relevan.

Data yang telah terkumpul kemudian dikelompokkan dan dianalisis menggunakan analisis konten kuantitatif. Analisis konten bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara konten dan tujuan komunikasi, mendeskripsikan makna, dan berfokus pada deskripsi kuantitatif atau frekuensi kemunculan karakteristik konten yang ada sehingga data dapat dianalisis menggunakan presentase dan frekuensi.⁸ Selain itu, penelitian ini juga melakukan uji hubungan antar variabel dengan menggunakan uji *chi-square* ($\alpha = 0,05$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Univariat

Tabel 1 Distribusi Frekuensi Konten Pesan Akun Twitter @KemenkesRI pada Bulan Maret 2020

Konten Pesan	Jumlah	
	f	(%)
Laporan Kasus	269	51,6
Pencegahan	64	12,3
Laporan Tindakan	140	26,9
Bantuan	30	5,8
Edukasi	18	3,5
Total	521	100

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa *tweet* yang paling banyak diunggah oleh Twitter Kemenkes RI berupa konten informasi terkait laporan kasus COVID-19, yaitu sebanyak 269 *tweet* (51,6%).

Pada masa awal pandemi COVID-19 di Indonesia, akun Twitter @KemenkesRI secara aktif mengunggah *tweet* yang berisi konten informasi dan berita terkait situasi COVID-19 di Indonesia, namun tidak ada *tweet* yang merangsang interaksi serta partisipasi pengikut Twitter. Salah satu contoh *tweet* yang paling sering diunggah selama masa awal pandemi COVID-19 adalah *tweet* yang berisi *update* situasi COVID-19 di Indonesia seperti jumlah kasus positif, jumlah pasien yang sembuh, jumlah pasien yang meninggal, sebaran wilayah

COVID-19, serta kondisi pasien pada awal masa wabah COVID-19 di Indonesia.

Akun @KemenkesRI juga tidak secara aktif memberikan respon terhadap balasan (*reply*) pada setiap *tweet* yang diunggah sehingga pola komunikasi yang terbentuk berupa komunikasi secara satu arah. Hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan Twitter oleh Kemenkes RI baru mengimplementasikan transparansi, tetapi belum sampai kepada partisipasi dan kolaborasi.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menginginkan transparansi instansi pemerintah dalam memanfaatkan media sosial namun juga partisipasi dan kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah.⁹ Melalui kolaborasi, informasi yang salah dapat diminimalisir dan digantikan dengan fakta yang disajikan secara tepat dan akurat.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Mike Thelwall dan Saheeda Thelwall pada masa pandemi COVID-19, menunjukkan bahwa komponen informasi dari reaksi COVID-19 di media sosial berpusat pada informasi kampanye publik dalam konteks kesehatan. Agar kampanye kesehatan masyarakat berhasil, pesan harus dilihat dan ditindaklanjuti. Di antara kedua tahap ini, penerima biasanya perlu memahami pesan, percaya bahwa pesan itu berlaku untuk mereka dan akan bermanfaat bagi mereka atau komunitas mereka, memiliki kemauan untuk melakukan tindakan yang diperlukan kemudian menerjemahkan kemauan tersebut menjadi sebuah tindakan. Pada situasi COVID-19 terdapat perbedaan dimana perubahan perilaku diamankan oleh pemerintah, namun tetap bergantung pada bagaimana publik memahami pesan sehingga dapat melaksanakan perubahan perilaku tersebut secara efektif.¹¹ Berdasarkan hal tersebut berarti pemerintah memerlukan strategi dalam membuat konten pesan agar dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat secara efektif sehingga masyarakat dapat melaksanakan perubahan perilaku untuk mencegah penularan virus COVID-19.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Sifat Pesan Akun Twitter @KemenkesRI pada Bulan Maret 2020

Sifat Pesan	Kategori	F	%
Informatif	Laporan	269	51,6

Kasus			
	Laporan Tindakan	140	26,9
	Bantuan	30	5,7
	Pencegahan	54	10,4
	Gejala	11	2,1
Edukatif	Terminologi terkait COVID-19	1	0,2
	Pengobatan	3	0,6
	Penularan	3	0,6
Persuasif	Pencegahan	10	1,9
Total		521	100

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa sifat pesan yang paling banyak diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI selama bulan Maret 2020 berupa informatif kategori laporan kasus COVID-19 di Indonesia, yakni sebanyak 269 *tweet* (51,6%).

Pada masa awal pandemi COVID-19, akun Twitter @KemenkesRI mengunggah *tweet* yang bersifat informatif bahkan sebelum kasus COVID-19 dikonfirmasi muncul di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan akun Twitter @KemenkesRI secara rutin memberikan *update* berita terkait evakuasi Anak Buah Kapal Diamond Princess dari Jepang sebagai upaya pemerintah untuk melakukan pencegahan virus COVID-19 pada WNI Anak Buah Kapal Diamond Princess serta meningkatkan kewaspadaan terhadap penularan virus COVID-19 di Indonesia. *Tweet* bersifat informatif yang paling banyak diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI adalah *tweet* yang berisi laporan kasus COVID-19 di Indonesia, seperti jumlah kasus positif, jumlah pasien yang sembuh, jumlah pasien yang meninggal, juga sebaran kasus COVID-19 di seluruh provinsi di Indonesia. Contoh *tweet* laporan kasus pada akun Twitter @KemenkesRI adalah: "1. Akumulasi jumlah kasus terkonfirmasi positif #COVID19 hingga tanggal 30 Maret 2020 pukul 12.00 WIB menjadi 1.414 kasus dengan 75 sembuh dan 122 meninggal. #dirumahaja #LawanCovid19". Selain itu *tweet* bersifat informatif yang berisi laporan tindakan yang telah dilakukan pemerintah dalam upaya menanggulangi wabah COVID-19 juga mendominasi jumlah *tweet* selama bulan Maret 2020. Contoh *tweet* yang berisi laporan tindakan adalah "Proses observasi di Pulau Sebaru

Kecil akan dilaksanakan selama 14 hari. Sebelumnya, seluruh ABK baik World Dream maupun Diamond Princess telah melaksanakan masa observasi selama 14 hari di kapal masing-masing. #WaspadaCOVID19". Hal tersebut menunjukkan transparansi pemerintah dalam melakukan upaya penanggulangan dan pencegahan virus COVID-19 di Indonesia.

Tweet yang bersifat edukatif baru pertama kali diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI pada tanggal 8 Maret 2020 atau satu minggu setelah kasus COVID-19 dikonfirmasi oleh pemerintah Indonesia. Adapun *tweet* edukatif yang diunggah pertama kali berupa protokol yang menjadi pedoman dalam melakukan upaya pencegahan dan penanganan penyebaran virus COVID-19. *Tweet* bersifat edukatif yang paling banyak diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI selama bulan Maret adalah *tweet* yang berisi informasi terkait upaya pencegahan virus COVID-19, yakni sebanyak 54 *tweet*. Namun, presentase *tweet* yang berisi informasi pencegahan virus COVID-19 hanya 10,4% dari total *tweet* yang diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI pada bulan Maret. Sedangkan untuk *tweet* yang bersifat persuasif untuk mengajak masyarakat melakukan upaya pencegahan penularan virus COVID-19 seperti menerapkan *social distancing* dan menggunakan masker hanya diunggah sebanyak 10 *tweet* atau 1,9% dari seluruh *tweet* yang diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI pada bulan Maret 2020. Hal ini memperlihatkan bahwa upaya promosi kesehatan yang dilakukan melalui media sosial Twitter Kemenkes RI untuk melakukan pencegahan dan penanganan penyebaran virus COVID-19 masih perlu ditingkatkan. Hal tersebut juga menyebabkan masyarakat menjadi panik dan bingung karena masyarakat kurang memperoleh informasi mengenai COVID-19 yang merupakan penyakit menular jenis baru ini secara lengkap sehingga upaya pencegahan penularan virus COVID-19 di Indonesia menjadi lebih sulit dan lambat untuk dilakukan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Biswas menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih media sosial daripada media tradisional seperti televisi ketika mencari informasi terkait kesehatan pada masa pandemi.¹² Twitter merupakan

salah satu media sosial populer saat ini, dengan layanan *microblogging* yang diusungnya, Twitter memungkinkan pengguna untuk membagikan pikiran dan ide secara *real-time* dan dapat disebarluaskan secara cepat dan luas melalui fitur *Retweet* yang dimiliki oleh Twitter. Hal tersebut membuat Twitter menjadi salah satu media promosi kesehatan yang efektif dan efisien selama masa pandemi.

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Bentuk Pesan akun Twitter @KemenkesRI pada bulan Maret 2020

Bentuk Pesan	Kategori	f	%
Video	ILM	5	1
	Video Kegiatan	7	1,3
Gambar	Infografis	16	3,1
	Poster	28	5,4
Tautan	YouTube	1	0,2
	Website	75	14,4
	Facebook	3	0,6
Teks	-	386	74
Total		521	100

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa bentuk pesan yang paling banyak diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI selama bulan Maret 2020 berupa teks biasa tanpa mengkombinasikan dengan elemen lainnya, yakni sebanyak 386 *tweet* (74%).

Tweet dengan tautan *website* termasuk *tweet* yang paling banyak diunggah kedua dengan presentase sebesar 14,4%. Tautan *website* yang diunggah didalam sebuah *tweet* sebagian besar berisi berita terkait situasi terkini COVID-19 di Indonesia. *Tweet* yang berisi gambar diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI pada bulan Maret 2020 sebanyak 44 *tweet* dengan gambar berupa poster yang diunggah paling banyak. Adapun gambar berupa poster yang diunggah oleh akun @KemenkesRI antara lain berupa upaya pencegahan virus COVID-19, *hotline* COVID-19 di Indonesia, daftar rumah sakit rujukan COVID-19, hingga alur pemeriksaan COVID-19. Untuk bentuk *tweet* yang paling sedikit diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI adalah *tweet* yang disematkan video didalamnya, yakni sebanyak 12 *tweet*. Adapun video yang paling sering diunggah oleh akun Twitter

@KemenkesRI adalah video yang berisi laporan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah untuk menanggulangi COVID-19 di Inonesia. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan *tweet* yang diunggah oleh Kemenkes RI pada awal wabah COVID-19 belum atraktif.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebenarnya *tweet* yang mengandung media seperti gambar dan video lebih banyak direspon oleh pengguna Twitter baik melalui *like*, *reply*, hingga *retweet*. Hal tersebut membuktikan bahwa *tweet* dengan media gambar dan video lebih diminati oleh pengguna Twitter dan memiliki kemungkinan untuk didiseminasikan secara lebih luas melalui fitur *retweet*.

Penelitian yang dilakukan oleh Hughes dan Palen menemukan bahwa penggunaan gambar dan video memiliki dampak yang signifikan pada diseminasi informasi. Selama masa krisis kesehatan masyarakat, masyarakat mencari informasi yang dapat dipercaya yang berfokus pada topik tertentu untuk membagikan fakta, berita, dan pendapat bermanfaat yang dirumuskan agar mudah dipahami.¹³

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Respon Pesan akun Twitter KemenkesRI pada bulan Maret 2020

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa

Respon Pesan	Jumlah		Mean =
	f	%	
Sedikit	422	81	367,36
Banyak	99	19	
Total	521	100	

sebesar 422 *tweet* (81%) mendapatkan respon yang sedikit dan 99 *tweet* (19%) mendapatkan respon yang banyak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon secara aktif terhadap *tweet* yang diunggah oleh akun Twitter @KemenkesRI. Namun, Kemenkes tidak memberikan umpan balik terhadap respon masyarakat sehingga pola komunikasi yang terbentuk adalah satu arah dan konten *tweet* Twitter @KemenkesRI belum responsif dan interaktif.

Pada masa awal pandemi COVID-19 terjadi kepanikan dan kebingungan masyarakat terkait upaya pencegahan virus COVID-19, hal ini dapat dilihat dari

banyaknya respon yang diterima oleh akun Twitter Kemenkes RI sebagian besar berupa pengguna Twitter yang menanyakan informasi mengenai COVID-19 yang lengkap seperti gejala penyakit, upaya pencegahan, serta fasilitas kesehatan untuk melakukan *rapid test* dan rumah sakit rujukan COVID-19. Sayangnya, Kemenkes RI tidak membalas atau memberikan umpan balik dari setiap tanggapan pengguna Twitter. Kemenkes RI juga tidak mengaktifkan fitur pesan langsung pada akun Twitternya sehingga pengguna Twitter tidak bisa memberikan pertanyaan ataupun tanggapan secara langsung. Hal ini membuat pola komunikasi yang terbentuk menjadi satu arah dan interaksi antara Kemenkes RI dengan pengikutnya tidak terbentuk.

Pada masa awal pandemi COVID-19, peran akun Twitter Kemenkes RI untuk memberikan respon yang tepat terhadap berbagai balasan yang diterima dari masyarakat dapat meminimalisir kebingungan dan kepanikan yang terjadi selama masa awal pandemi. Hal tersebut juga salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Menurut Eiser et al (2012), kepercayaan kepada informan akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku saat ada bencana. Di sisi lain, pemberi informasi juga harus mempercayai masyarakat bahwa mereka akan melaksanakan nasehat yang diarahkan.¹⁴

2. Analisis Bivariat

Tabel 5 Tabulasi silang antara variabel bebas dengan variabel terikat

Variabel	Respon Pesan				p-value
	Sedikit		Banyak		
	f	%	f	%	
Konten Pesan					$\rho = 0,001$
Laporan Kasus	210	78	59	22	
Pencegahan	44	68,8	20	31,2	
Laporan Tindakan	129	88,6	11	11,4	
Bantuan	24	80	6	20	
Edukasi	15	83,3	3	16,7	
Sifat Pesan					$\rho = 0,059$
Informatif	363	82,7	76	17,3	
Edukatif	51	70,8	21	29,2	
Persuasif	8	80	2	20	
Bentuk Pesan					$\rho = 0,000$
Video	6	50	6	50	
Gambar	17	38,6	27	61,4	
Tautan	48	60,8	31	39,2	
Teks	351	91	35	9	

Berdasarkan analisis bivariat dengan menggunakan uji *chi-square* diketahui bahwa variabel konten pesan ($\rho = 0,001$) dan bentuk pesan ($\rho = 0,000$) memiliki hubungan yang signifikan dengan respon pesan yang diperoleh akun Twitter @KemenkesRI.

Pada masa pandemi COVID-19, masyarakat menggunakan media sosial seperti Twitter sebagai sumber informasi untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan untuk mencegah penyakit COVID-19. Konten pesan memiliki hubungan yang signifikan dengan respon pesan yang diperoleh. Hal tersebut dikarenakan masyarakat cenderung memberikan respon pada konten pesan yang sesuai dengan kebutuhan informasi

yang diperlukan oleh masyarakat selama masa wabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Park (2016) dimana didapatkan hasil bahwa pengikut akun Twitter organisasi kesehatan paling banyak memberikan *retweet* pada *tweet* dengan topik informasi kesehatan seperti faktor risiko penyakit dan pencegahan penyakit ($Mdn=14.0$ $\rho < 0,001$).¹⁵ Konten pesan berupa pencegahan sangat dibutuhkan masyarakat pada masa pandemi karena hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan masyarakat terkait suatu penyakit sehingga masyarakat mampu melakukan upaya pencegahan penyakit dengan tepat.

COVID-19 merupakan penyakit yang menular melalui droplet yang keluar saat penderita COVID-19 bersin atau batuk.¹ Hal tersebut menjadikan penularan COVID-19 antar manusia dapat terjadi dengan sangat cepat. Pada awal kasus COVID-19 muncul di Indonesia, timbul kepanikan massa yang disebabkan karena masyarakat bingung dan takut tertular virus COVID-19 yang termasuk penyakit menular jenis baru. Sehingga pada masa awal pandemi COVID-19 di Indonesia, kebutuhan masyarakat akan informasi terkait penyakit COVID-19 terkhusus konten pencegahan penyakit COVID-19 sangat tinggi. Hal tersebut yang akhirnya membuat *tweet* yang berisi konten pencegahan mendapatkan respon yang sangat tinggi dan memiliki potensi untuk didesiminasikan secara lebih luas.

COVID-19 termasuk jenis penyakit menular yang baru diketahui oleh masyarakat namun kasus penularannya terjadi dengan sangat cepat hingga dikategorikan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) sebagai suatu pandemi.¹⁶ Hal ini membuat masyarakat memerlukan informasi terkait COVID-19 secara lengkap antara lain mengenai gejala penyakit, penularan, pencegahan, serta *update* mengenai jumlah kasus positif. Twitter merupakan salah satu media informasi yang digunakan oleh masyarakat selama masa wabah COVID-19. Melalui Twitter masyarakat dapat memperoleh informasi terkait COVID-19 secara *real time*. Namun Twitter memiliki keterbatasan karakter pada sebuah *tweet*, sehingga penggunaan media seperti gambar dan video dapat menjadi sebuah strategi untuk menyampaikan pesan secara lebih lengkap. Selain itu, penggunaan ilustrasi gambar pada sebuah *tweet* juga lebih menarik minat masyarakat dan membuat sebuah informasi terkait COVID-19 lebih mudah untuk dipahami. Hal tersebut membuat *tweet* yang mengandung gambar mendapatkan respon berupa *like*, *retweet*, dan *reply* lebih tinggi daripada *tweet* yang hanya berupa teks saja.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan pada masa wabah Zika yang menunjukkan bahwa multimedia yang diunggah oleh instansi pemerintah melalui akun Twitter juga memiliki kemungkinan untuk diseminasikan melalui *retweet* lebih tinggi. Adapun multimedia yang digunakan

antara lain berupa gambar infografis terkait virus Zika seperti pengertian, pencegahan, serta penanggulangan penyakitnya serta video informasi mengenai virus Zika.¹⁷

Variabel yang tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap respon pesan yang diperoleh akun Twitter @KemenkesRI adalah sifat pesan ($p = 0,059$). Hal ini dikarenakan pesan ditangkap sebagai pesan yang bersifat informatif, edukatif, dan persuasif dipengaruhi oleh interpretasi dari penerima atau pembaca pesan. Sekalipun jumlah karakter pada sebuah *tweet* dibatasi hingga 140 karakter, namun konteks *tweet* dapat diinterpretasikan secara luas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Graeme Burton yang menyatakan setiap khalayak memiliki konsep berbeda dalam merekonstruksi makna dari fenomena yang diberitakan sehingga setiap pembaca menghasilkan keragaman interpretasi dan kemampuan dalam meresapi teks sebuah *tweet*. Presepsi khalayak terhadap teks yang dibaca sangat dipengaruhi oleh pengalaman budaya, pengetahuan, pembacaan, dan konten yang ditargetkan kepadanya.¹⁸

KESIMPULAN

1. Konten pesan yang diunggah oleh akun Twitter Kemenkes RI sebagian besar berupa laporan kasus sebesar 51,6%. Akun Twitter @KemenkesRI secara rutin memberikan *update* situasi COVID-19 di Indonesia seperti jumlah kasus positif, jumlah pasien yang sembuh, jumlah pasien yang meninggal, sebaran wilayah COVID-19, serta kondisi pasien pada awal masa wabah COVID-19 di Indonesia. Hal ini memperlihatkan bahwa penggunaan Twitter oleh Kemenkes RI pada masa awal wabah COVID-19 baru mengimplementasikan transparansi, tetapi belum sampai kepada partisipasi dan kolaborasi.
2. Sifat pesan yang diunggah oleh akun Twitter Kemenkes RI sebagian besar bersifat informatif sebesar 84,3%. Sebagian besar *tweet* yang bersifat informatif berupa laporan kasus serta laporan tindakan atau upaya yang telah dilakukan pemerintah untuk menanggulangi wabah COVID-19 di Indonesia. Hal ini memperlihatkan bahwa upaya promosi kesehatan yang dilakukan

- melalui media sosial Twitter Kemenkes RI pada masa awal wabah COVID-19 masih perlu ditingkatkan, hal ini diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melakukan upaya pencegahan dan penanganan penyebaran virus COVID-19.
3. Bentuk pesan yang diunggah oleh akun Twitter Kemenkes RI sebagian besar berupa teks biasa sebesar 74,1%. Hal ini memperlihatkan bahwa secara keseluruhan *tweet* yang diunggah oleh Kemenkes RI pada masa awal wabah COVID-19 di Indonesia belum atraktif. Penggunaan media seperti gambar dan video juga merupakan salah satu cara yang efektif untuk menyampaikan informasi selama masa pandemi. Hal ini merupakan salah satu strategi yang tepat untuk menyampaikan pesan kesehatan masyarakat di media sosial Twitter mengingat Twitter memiliki keterbatasan karakter pada sebuah *tweet* yang diunggah.
 4. Akun Twitter Kemenkes RI telah memanfaatkan fitur pada Twitter seperti *retweet*, tagar, tautan, gambar dan video pada saat mengunggah *tweet* terkait COVID-19. Tagar #WaspadaCOVID19 merupakan kata yang paling sering muncul pada *tweet* akun Twitter Kemenkes RI bulan Maret 2020 yaitu sebanyak 292 *tweet*.
 5. Respon yang didapatkan oleh akun Twitter Kemenkes RI terkait COVID-19 di Indonesia berupa *retweet*, *like*, dan juga *reply* berisi pertanyaan, tanggapan dan masukan dari masyarakat terkait COVID-19 tidak diberikan umpan balik dari Kemenkes RI sehingga pola komunikasi yang terbentuk berupa komunikasi satu arah. Hal ini menunjukkan bahwa pola komunikasi dan diseminasi informasi selama masa awal wabah COVID-19 yang dilakukan oleh akun Twitter Kemenkes RI masih sebatas kegiatan publisitas tanpa melibatkan masyarakat secara langsung.
 6. Variabel yang berhubungan secara signifikan dengan respon pesan yang diperoleh akun Twitter @KemenkesRI adalah konten pesan ($p = 0,001$) dan bentuk pesan ($p = 0,000$).
 7. Variabel yang tidak berhubungan secara signifikan dengan respon pesan yang diperoleh akun Twitter @KemenkesRI adalah sifat pesan ($p = 0,059$).

SARAN

1. Bagi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia
 - a. Memaksimalkan penggunaan media sosial Twitter sebagai media promotif dan preventif dengan mempertimbangkan strategi komunikasi risiko sebagai salah satu upaya mitigasi bencana kesehatan masyarakat.
 - b. Melakukan evaluasi penggunaan media sosial Twitter pada masa awal wabah termasuk pola komunikasi yang telah dilakukan sehingga apabila terjadi kondisi bencana kesehatan masyarakat seperti pandemi lagi, maka pemerintah telah siap merancang pesan yang dapat meminimalisir risiko pandemi.
 - c. Memaksimalkan penggunaan multimedia seperti gambar dan video untuk mengkomunikasikan materi promosi kesehatan.
 - d. Meningkatkan partisipasi dan kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah dengan cara membangun komunikasi dua arah pada media sosial seperti memberikan *feed back* pada respon yang didapatkan dari masyarakat.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai peran media sosial milik instansi pemerintah atau organisasi kesehatan sebagai media promotif dan preventif dalam upaya penanggulangan wabah atau kondisi ke daruratan kesehatan masyarakat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. WHO. Q&A on coronaviruses (COVID-19) [Internet]. WHO. 2020. Available from: <https://www.who.int/news-room/q-a-detail/q-a-coronaviruses>
2. WHO Indonesia. Coronavirus disease 2019 (COVID) Situation Report-5 [Internet]. 2020. Available from: <https://www.who.int/indonesia/news/ovel-coronavirus>
3. The Jakarta Post. COVID-19: Indonesia records 60 deaths in single day. 2020; Available from: <https://www.thejakartapost.com/news/2020/04/14/covid-19-indonesia-records-60-deaths-in-single-day.html>
4. McCauley M, Minsky S, Viswanath K. The H1N1 pandemic: Media frames, stigmatization and coping. BMC Public

- Health. 2013;
5. Time. News Coverage of Coronavirus in 2020 is Very Different Than it Was For Ebola in 2018. 2020;1. Time. News Coverage of Coronavirus in 2020 is V. Available from: <https://time.com/5779872/coronavirus-ebola-news-coverage/>
 6. Pulido CM, Villarejo-Carballido B, Redondo-Sama G, Gómez A. COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *Int Sociol.* 2020;
 7. Rogers EM, Shoemaker FF. Communication of innovations: A cross-cultural approach, 2nd ed. Communication of innovations: A cross-cultural approach, 2nd ed. 1971.
 8. Prayoga K. How Jokowi communicates with the public during COVID-19 crisis: An analysis of tweets on Twitter. *J Komun Malaysian J Commun.* 2020;
 9. Md Dawot NI, Ibrahim R. A review of features and functional building blocks of social media. In: 2014 8th Malaysian Software Engineering Conference, MySEC 2014. 2014.
 10. Kouzy R, Abi Jaoude J, Kraitem A, El Alam MB, Karam B, Adib E, et al. Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. *Cureus.* 2020 Mar 13;
 11. Thelwall M, Thelwall S. Retweeting for COVID-19: Consensus building, information sharing, dissent, and lockdown life. 2020;
 12. Biswas M. Health Organizations' Use of Social Media Tools during a Pandemic Situation: An H1N1 Flu Context. *J New Commun Res.* 2013;
 13. Lee Hughes A, Palen L. Twitter adoption and use in mass convergence and emergency events. *Int J Emerg Manag.* 2009;
 14. Richard Eiser J, Bostrom A, Burton I, Johnston DM, McClure J, Paton D, et al. Risk interpretation and action: A conceptual framework for responses to natural hazards. *International Journal of Disaster Risk Reduction.* 2012.
 15. Park H, Reber BH, Chon MG. Tweeting as health communication: Health organizations use of twitter for health promotion and public engagement. *J Health Commun.* 2016 Feb 1;21(2):188–98.
 16. Guo YR, Cao QD, Hong ZS, Tan YY, Chen SD, Jin HJ, et al. The origin, transmission and clinical therapies on coronavirus disease 2019 (COVID-19) outbreak - an update on the status. Vol. 7, *Military Medical Research. NLM (Medline);* 2020. p. 11.
 17. Yoon J, Hagen L, Andrews J, Scharf R, Keller T, Chung EK. On the use of multimedia in twitter health communication: Analysis of tweets regarding the Zika virus. *Inf Res.* 2019;
 18. Graeme B. Media and society: Critical perspectives. McGraw-Hill Education; 2010.