

Sosialisasi Penanganan Pandemi Pemerintah Indonesia Dengan Pendekatan Budaya dan Media

Alpha Irawan

Mahasiswa Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Lampung, Indonesia
irawanalpha@gmail.com

Abstrak

Pandemi Covid-19 membawa dinamika tersendiri di masyarakat. Pemerintah berupaya untuk mengatasi permasalahan pandemi dari berbagai aspek, mulai dari sisi Kesehatan hingga sosialnya. Guna melancarkan kebijakan-kebijakan terkait hal ini, pemerintah melakukan proses sosialisasi di masyarakat. Sebagai negara multikultur, Indonesia memiliki keragaman budaya dan kehidupan sosial. Keragaman ini yang menjadi penguat atau bahkan bisa menjadi penghambat proses sosialisasi. Aspek sosio kultural yang ada di Indonesia menjadi tantangan sendiri dari proses sosialisasi oleh pemerintah. Penelitian ini mengulas *strategi sosialisasi penanganan pandemi Pemerintah Indonesia jika dilihat dari pendekatan sosio kultural*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Kemudian untuk meningkatkan kepercayaan pada hasil analisis, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Hasilnya menunjukkan bahwa ada kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat dalam sosialisasi kebijakan. Masyarakat turut berperan aktif dalam pengentasan wabah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa budaya partisipasi di masyarakat masih kental dan dapat dimaksimalkan untuk mensosialisasikan kebijakan-kebijakan pemerintah selanjutnya, terutama dalam hal pandemi.

Kata Kunci: Sosialisasi, Pandemi, Masyarakat, Budaya, Partisipasi, Kebijakan

Abstract

The Covid-19 pandemic brings its own dynamics in society. The government is trying to overcome the problem of the pandemic from various aspects, from the health side to the social side. In order to launch policies related to this, the government carries out a socialization process in the community. As a multicultural country, Indonesia has a diversity of cultures and social life. This diversity becomes a reinforcement or can even be an obstacle to the socialization process. This means that the socio-cultural aspects that exist in Indonesia are a challenge in itself from the socialization process by the government. Therefore, this study answers one main question, namely how is the socialization strategy for handling the pandemic by the Indonesian government when viewed from a socio-cultural approach? This paper was prepared using a qualitative method and a case study approach. Then to increase confidence in the results of the analysis, this study uses triangulation techniques. The results show that there is collaboration between the government and the community in policy socialization. The community plays an active role in alleviating the epidemic in Indonesia. This shows that the culture of participation in the community is still strong and can be maximized to disseminate further government policies, especially in the case of a pandemic.

Keywords: Socialization, Pandemic, Society, Culture, Policy

Pendahuluan

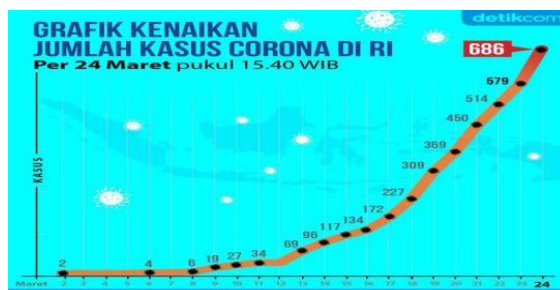
Dua tahun ini, terhitung dari akhir tahun 2019, dunia digemparkan oleh merebaknya pandemi *Coronavirus Disease* atau yang kemudian dikenal sebagai Covid-19. Wabah yang berasal dari daratan Tiongkok ini dengan cepat menginfeksi hampir seluruh dunia. Awal tahun 2020 penyebarannya menjadi luas hingga sampai ke benua Asia, Eropa dan Amerika. Penyebaran wabah tidak dapat dihindari, karena hal itu merupakan konsekuensi dari mobilitas manusia yang semakin luas dan mudah. Mayoritas negara kewalahan dengan fenomena ini. Tidak sedikit manusia yang terinfeksi hingga berjatuh korban jiwa. Maka, negara di seluruh dunia berupaya menangani wabah ini dengan cepat.

Dalam kaitannya dengan kasus di Indonesia, sebenarnya cukup sulit untuk menemukan kasus pertama Covid-19. Hal ini karena jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak dan mobilitasnya yang sangat tinggi. Jika dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya, konfirmasi masuknya Covid-19 ke Indonesia cenderung lebih lama. Ketika Singapura, Malaysia dan negara tetangga lainnya sudah mengkonfirmasi keberadaan virus tersebut di negaranya, mayoritas warga Indonesia masih berasumsi bahwa negaranya kebal dengan virus tersebut. Latar belakang asumsi itu macam-macam, mulai dari iklim tropis hingga daya tahan tubuh warganya yang kuat. Namun, asumsi tersebut segera terpatahkan saat Presiden Jokowi mengumumkan kasus pertama Covid-19 di Indonesia yang terkonfirmasi.

Presiden Jokowi mengumumkan kasus terkonfirmasi Covid-19 pertama bagi Indonesia pada 2 Maret 2022. Pengumuman tersebut mengungkapkan bahwa ada dua kasus pertama yang terkonfirmasi, yakni seorang ibu yang berusia 64 tahun dan putrinya 31 tahun. Diketahui kedua orang tersebut melakukan kontak langsung dengan seorang WNA dari Jepang yang terinfeksi Covid (Retaduari, 2022). Pengumuman tersebut sontak mendapat respon yang mengejutkan dan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat. Masyarakat menjadi panik dan terciptalah situasi *panic buying* yang dilakukan masyarakat terhadap barang-barang pokok (Retaduari, 2022). Fenomena ini karena masyarakat merasa takut untuk keluar rumah, sehingga menimbulkan persepsi bahwa menimbun kebutuhan pokok diperlukan agar tidak perlu keluar dari rumah untuk berbelanja.

Setelah konfirmasi kasus pertama tersebut, kenaikan kasus Covid-19 di Indonesia berkembang cepat dan drastis. Saat penambahan kasus sejak tanggal dua masih berkisar antara 1-2 orang, di tanggal 13 Maret 2020 terjadi lonjakan kasus yang cukup signifikan menjadi 35 kasus baru dan sejak itu kasus Covid-19 di Indonesia terus meningkat (Damaledo, 2021). Pada tanggal 24 Maret 2020, total kasus harian makin meningkat hingga tercapat ada 106 kasus

terkonfirmasi baru. Kemudian, pada April 2020 penambahan kasus positif berada dikisaran 200-400 kasus perhari (Damaledo, 2021). Pertumbuhan drastis ini hanya terjadi satu bulan dari pertama kali diumumkan oleh Presiden. Gambaran mengenai kenaikan kasus Covid-19 yang signifikan dalam satu bulan, yakni maret 2020, dapat disimak pada grafik di bawah



Sumber : news.detik.com

Kenaikan secara signifikan dalam satu bulan tersebut akhirnya mendorong pemerintah untuk mengeluarkan banyak kebijakan. Pada tanggal 10 Maret 2020, Pemerintah Indonesia mengumumkan bahwa Covid-19 adalah persoalan darurat nasional. Keputusan tersebut dibarengi dengan dibentuknya Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 yang dipimpin oleh Doni Monardo (Sabiila, 2022). Kemudian satu bulan kemudian, tepatnya pada tanggal 13 April 2020, Covid-19 diumumkan sebagai bencana nasional. Tidak lama kemudian, muncul aturan pelarangan mudik lebaran pada tanggal 24 April 2020. Ini adalah pertama kalinya bagi Indonesia yang mayoritas beragama muslim untuk tidak menjalankan tradisi *pulang kampung* seperti biasanya.

Pembatasan pergerakan masyarakat tentunya menimbulkan masalah sosial, terutama ketika tradisi mudik lebaran dibatasi. Sebenarnya, gejala-gejala yang berhubungan dengan kebiasaan-kebiasaan sosial masyarakat sudah muncul dari sebelum Covid-19 terkonfirmasi di Indonesia. Kebiasaan-kebiasaan masyarakat tersebut disinggung baik oleh masyarakat Indonesia sendiri maupun dari pemerintah seperti Menteri Kesehatan yang saat itu dijabat oleh Terawan Agus Putranto. Dalam menghadapi Covid-19, pemerintah ternyata secara eksplisit menyebutkan pemanfaatan kebudayaan dan kehidupan masyarakat Indonesia. Hal ini secara jelas disebutkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia:

“Penanganan wabah penyakit harus dilakukan dengan pendekatan sosial budaya. Berbagai catatan sejarah penangan wabah di seluruh dunia memberikan informasi bahwa penanganan wabah penyakit tidak bisa jika dilakukan dengan hanya melibatkan aspek medis saja. Hal ini dikarenakan wabah penyakit dan aspek sosial-budaya adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan” (Arman, 2020).

Indonesia sebagai negara multikultur, memiliki keragaman budaya dan kehidupan sosial. Keragaman ini yang menjadi penguat atau bahkan bisa menjadi penghambat proses sosialisasi. Artinya, aspek sosio kultural yang ada di Indonesia menjadi tantangan sendiri dari proses sosialisasi oleh pemerintah. Oleh sebab itu, penelitian ini menjawab satu pertanyaan utama bagaimana strategi sosialisasi penanganan pandemi Pemerintah Indonesia jika dilihat dari pendekatan sosio kultural. Meski sekarang (Mei, 2022) kasus Covid-19 sudah melandai dan diklaim sudah dapat dikendalikan, tapi perjalanan sosialisasi mengenai penanganan wabah masih penting untuk ditelisik. Hal ini sebagai bentuk antisipasi bagi negara kita jika menghadapi bencana alam selanjutnya, khususnya wabah penyakit.

Metode Penelitian

Tulisan ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menuntut seorang peneliti untuk masuk ke dalam hal yang ia teliti, sehingga sifat dari penelitian ini akan cenderung lebih subjektif. Penelitian kualitatif mempelajari suatu topik secara natural, berusaha menggambarkan logika di balik fenomena yang ada dan atau menginterpretasikannya (Creswell, 2013, 44). Karena penelitian kualitatif bergerak dengan sangat natural dan dinamis, maka tantangan dalam metode ini berada di segala prosesnya yang bisa jadi menimbulkan ambiguitas.

Salah satu kesulitan utama dalam penelitian kualitatif adalah jumlah data yang sangat banyak, basis data yang rumit karena secara langsung dapat berhubungan dengan media yang sangat banyak, transkrip wawancara, atau banyak dokumen (Bryman, 2012, 565). Jadi, tantangan terbesar seorang peneliti kualitatif adalah tetap menjalankan proses penelitian yang sistematis dan sesuai dengan kaidah penelitian agar menghasilkan penelitian yang komprehensif dan kredibel.

Kemudian, pendekatan studi kasus dirasa cocok dengan topik pada penelitian ini. Studi kasus merupakan penelitian yang berfokus pada satu kasus. Pada penelitian studi kasus, peneliti melakukan beberapa tahapan (Creswell, 2013, 120-121). Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi kasus apa yang ingin diangkat. Kemudian, peneliti melaporkan atau menuliskan dengan detail mengenai kasus yang diteliti. Sumber data yang digunakan juga beragam, bukan bersumber dari satu sumber saja. Kemudian dalam mengumpulkan dan menganalisis data, peneliti memfokuskan pada periode waktu tertentu. Penelitian ditutup dengan pernyataan akhir dari peneliti yang berdasarkan pada data dan literatur.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data utama yang didapatkan langsung dari sumber atau peneliti pertama tanpa interpretasi di dalamnya (Syafnidawaty, 2020). Artinya, data yang didapat berupa data mentah yang belum dilakukan analisis di dalamnya. Data primer ini didapat dari website resmi pemerintah (kementerian, dinas, dsb) atau dari press rilis resmi pemerintah. Data selanjutnya yang digunakan adalah data sekunder.

Data sekunder merupakan data yang berasal dari sumber kedua, ketiga dan seterusnya atau dari peneliti sebelumnya (Syafnidawaty, 2020). Bentuk datanya merupakan hasil olahan dari sumber yang didapat, artinya data tersebut sudah diolah dan bukan lagi berupa data mentah. Jenis data sekunder dapat berupa dokumen media, foto, video, atau data dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Kemudian untuk meningkatkan kepercayaan pada hasil analisis, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun data dari berbagai hal. Terdapat empat jenis triangulasi data (LIPI, 2013), yaitu: (1) triangulasi data/sumber (*data triangulation*); (2) triangulasi peneliti (*investigator triangulation*); (3) triangulasi metodologis (*methodological triangulation*); dan (4) triangulasi teoritis (*theoretical triangulation*). Penelitian ini lebih memfokuskan pada teknik triangulasi data/sumber.

Penelitian ini menggunakan teori Komunikasi Massa dan Sosialisasi. Menurut Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (Rakhmat, 2003 dala ardianto, 2007). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran, televisi, surat kabar, majalah, serta film. Sementara menurut Gerbner (1967) "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Karakteristik komunikasi massa adalah 1) komunikator terlembaga; 2) pesan bersifat umum; 3) komunikasi bersifat anonim dan heterogen; 4) jangkauan luas melalui media massa; 5) bersifat satu arah; dan terakhir 6) umpan balik tertunda.

Sementara itu, sosialisasi merupakan proses sosial tempat seorang individu

mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku orang-orang disekitarnya. Fungsi sosialisasi dibagi dua macam yaitu dari segi kepentingan individu dan dari segi kepentingan masyarakat. Dari segi kepentingan individu sosialisasi berfungsi supaya seorang individu dapat mengenal, mengakui serta menyesuaikan dirinya dengan nilai, norma dan struktur sosial yang terdapat dalam masyarakat. Dari segi kepentingan masyarakat sosialisasi berfungsi sebagai alat dalam pelestarian, penyebarluasan serta mewarisi nilai, norma, maupun kepercayaan yang terdapat didalam masyarakat. Menurut Guanawan (2012:198), fungsi sosialisasi yaitu untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Menurut Mead dalam Bonawati dan Aulia (2015), tahap-tahap sosialisasi antara lain: 1) Tahap persiapan, dialami saat seorang mempersiapkan diri untuk mengenal dunia sosial termasuk memperoleh pemahaman tentang diri. 2) Tahap meniru, tahap ini mulai terbentuk kesadaran kemampuan untuk menempatkan diri pada posisi yang lain. 3) Tahap siap bertindak, peniruan yang dilakukan sudah mulai berkurang dan digantikan oleh peran yang secara langsung dimainkan sendiri dengan penuh kesadaran. 4) Tahap penerimaan norma kolektif, tahap ini seseorang telah dianggap dewasa dan harus mandiri menjadi masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Indonesia merupakan negara yang luas dan memiliki beragam kebudayaan, karena itu dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat yang dapat menjangkau secara efektif dan mampu mencegah penularan kasus covid 19 ini. Strategi komunikasi yang efektif dan kolaboratif adalah setengah keberhasilan dari aktivitas komunikasi publik/Massa. Karakter komunikasi era post truth, yang ditandai dengan tiga karakter yaitu : pertama kebenaran, fakta dan bukti tidak terlalu penting sepanjang narasi, cerita dan pemikiran diterima berdasarkan kesamaan pandangan, pikiran dan keyakinan. Kedua, tumbuh suburnya cara-cara manipulatif dan menyihir orang untuk mempercayainya berdasarkan prinsip-prinsip di luar penalaran dan akal sehat.

Indonesia secara eksplisit melalui kementerian-kementriannya menyosialisasikan penanganan Covid-19 dengan referensi kebudayaan atau kebiasaan-kebiasaan yang ada di masyarakat. Karena wabah terkait dengan sosial-budaya, maka penanganannya juga harus mempertimbangkan aspek sosial-budaya. Dalam langkah penanggulangan covid-19 yang saat ini dilakukan, pemerintah telah memperhatikan aspek sosial budaya. Seperti misalnya:(1) himbauan membuat gugus tugas hingga tingkat Rukun Tetangga, (2) mengkampanyekan penanganan covid-19 dengan gotong royong, (3) pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal

Kebudayaan membuat video sosialisasi pencegahan covid-19 dengan menggunakan konten tradisi seperti lagu daerah, seni lakon tradisi dan sebagainya, (4) bahkan tidak dipilihnya opsi *lockdown* oleh pemerintah pusat adalah suatu bentuk perhatian pada aspek sosial (Arman, 2020). Namun, upaya pemerintah tersebut terkadang terkendala oleh suara masyarakat sendiri.

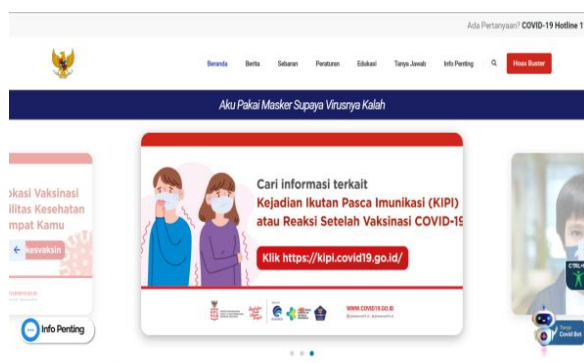
Respons masyarakat yang berbeda-beda atas informasi yang disampaikan oleh pemerintah salah satunya - adalah karena keberadaan hoaks, berita bohong yang mudah sekali menyebar secara masif di masyarakat. Penyebaran ini sulit dikendalikan oleh pihak Pemerintah karena menyebar dengan cepat melalui media sosial yang ada dan melekat di gawai - baik itu yang berupa telpon pintar maupun laptop - yang dimiliki masyarakat.

Tantangan-tantangan terkait besarnya penyebaran informasi di masyarakat - dalam penanganan COVID-19 dikategorikan oleh Emily K Vraga, dan Kathryn H Jacobsen (2020) sebagai berikut;

1. Informasi yang terlalu banyak, hal ini disebabkan setelah merebaknya virus di Wuhan China, selanjutnya ditemukan pula kasus positif lain di negara lain, yang masyarakatnya sempat bepergian ke sana. Hal ini dapat ditangkal oleh masyarakat di negara lain (bahkan yang belum terdampak) telah terjadi transmisi lokal penyebaran COVID-19 di banyak negara di dunia, padahal transmisi lokal yang ada pada awal mula kejadian COVID-19 hanya di Wuhan, dan di Kapal Pesiar Diamond Princess, yang kembali dari China dan terakhir merapat di Jepang.
2. Ketidakpastian informasi yang beredar, hal ini disebabkan butuh waktu untuk mendapatkan bukti-bukti terukur, pengetahuan yang memadai tentang ciri-ciri COVID-19 yang menyebar, sementara, rasa keingintahuan masyarakat sangat besar, ketidakpastian informasi ini dapat menimbulkan kepanikan di masyarakat.
3. Penyebaran informasi yang salah (misinformasi). Informasi yang salah adalah informasi yang dinyatakan salah berdasarkan bukti otentik yang ada, terkait COVID-19. Misinformasi dengan mudah diperkuat oleh media sosial. Pandemi COVID-19 telah menghasilkan rumor dan teori konspirasi yang tidak berdasar terkait dengan asal virus, cara penularannya, pilihan untuk mencegah dan mengobatinya, dan tindakan yang diambil atau tidak diambil pemerintah untuk membatasi penyebarannya. WHO menyebut penyebaran informasi yang salah dan masif melalui media sosial terkait COVID-19 sebagai infodemic.

Untuk mengatasi hal di atas, pemerintah membuat kampanye penanganan Covid-19 melalui akun-akun media sosial kementerian dan laman khusus terkait Covid-19. Laman

tersebut dapat diakses melalui tautan <https://covid19.go.id/>.



Sumber: <https://covid19.go.id/>

Dalam laman tersebut pemerintah menyediakan tombol khusus untuk mengatasi penyebaran hoaks. Penggunaan fitur tersebut adalah upaya pemerintah untuk meningkatkan budaya literasi masyarakat terkait penyebaran berita hoaks di lingkungan sekitar. Upaya tersebut juga dibantu dengan partisipasi masyarakat dan saluran-saluran media independen yang tidak terafiliasi dengan pemerintah.

Dalam merumuskan strategi komunikasi publik COVID-19, pemahaman perilaku menjadi sangat penting. Pemahaman perilaku terkait penanganan COVID-19 terbagi menjadi dua bagian pemahaman yaitu pemahaman akan perilaku sebelum terjadinya Pandemi COVID-19 (yang akan diubah) dan perilaku yang ditargetkan untuk diterapkan (perubahan perilaku yang diharapkan). Selain itu, perlu diidentifikasi dengan baik perilaku penentu, yang dapat mendorong masyarakat untuk meninggalkan perilaku lama, kepada perilaku yang baru. Perilaku umum yang berlaku di masyarakat Indonesia sebelum Pandemi, yang ingin diubah, diantaranya sebagai berikut;

1. Senang berkerumun, guyub, baik untuk acara sosial maupun acara ibadah (shalat jamaah, misa, hingga mudik ketika Idul Fitri atau saat Natal)
2. Tidak terbiasa menggunakan masker (baik kain maupun medis) pada saat berada di luar rumah atau ruang publik
3. Tidak terbiasa bersegera membersihkan tubuh setelah bepergian atau berada di luar rumah
4. Tidak terbiasa mencuci tangan kecuali pada waktu tertentu seperti akan dan sesudah makan, setelah berkemih atau buang air besar.

Adapun perilaku yang diharapkan berubah - terkait penanganan COVID-19 - adalah sebagai berikut;

1. Masyarakat menggunakan masker selama berada di luar rumah atau di ruang publik
2. Masyarakat menghindari kerumunan, atau acara yang tidak perlu demi menjaga kesehatan dirinya dan orang sekitarnya

3. Menjaga jarak ketika harus melakukan aktivitas di luar rumah atau bertemu pihak lain sesama anggota masyarakat
4. Selalu mencuci tangan dengan sabun, sebagai bagian dari personal hygiene.

Perubahan-perubahan perilaku tersebut diupayakan pemerintah melalui beberapa langkah. Pertama, dengan melakukan sosialisasi melalui media cetak, seperti poster, spanduk, koran dan majalah. Setelah itu, dalam tiap-tiap media sosial milik pemerintah juga menyematkan imbauan mengenai perilaku yang diinginkan. Selain dengan metode sosialisasi seperti itu, tentunya pemerintah juga menggunakan otoritasnya dengan menerapkan kebijakan-kebijakan seperti PSBB, *new normal*, dan wajib vaksin serta pemberlakuan aplikasi Peduli Lindungi.

Berbagai upaya sosialisasi tersebut juga didukung dengan budaya partisipasi dan gotong royong yang ada di masyarakat. Mulai dari individu hingga institusi-institusi swasta di berbagai sektor. Budaya partisipasi tersebut muncul karena masyarakat dan pemerintah sama-sama memiliki keinginan yang sama untuk mengakhiri pandemi. Kesamaan tujuan tersebut pada akhirnya menciptakan harmonisasi yang melengkapi upaya sosialisasi pemerintah untuk mengatasi pandemi di Indonesia.

Kesimpulan

Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya memasukkan aspek sosial dan budaya dalam upaya mengatasi penyebaran wabah Covid-19. Hal ini ditandai dengan dimasukkannya isu-isu mengenai gotong royong dan kebersamaan dalam mengatasi wabah. Selain itu, pemerintah Indonesia juga berusaha meningkatkan budaya literasi masyarakat dengan menggunakan media sosial, website resmi, serta media lainnya untuk memberikan informasi seputar penanganan Covid-19. Bahkan, pemerintah juga membuat fitur khusus untuk memberantas hoaks yang banyak beredar di masyarakat. Selain itu ternyata masyarakat juga turut berperan aktif dalam pengentasan wabah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa budaya partisipasi di masyarakat masih kental dan dapat dimaksimalkan untuk mensosialisasikan kebijakan-kebijakan pemerintah selanjutnya, terutama dalam hal pandemi.

Daftar Pustaka

- Agustin, R. (2014). Persepsi Masyarakat tentang Sosialisasi Bahaya Narkoba di Kelurahan Sidomulyo Kecamatan Samarinda Ilir Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbosa Rekatama Media.
- Ardiyanti, H. (n.d.). Komunikasi Pemerintahan Dalam Penanganan Pandemi Covid-19. *Info Singkat, Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis.*, XII(15).
- Arman, D. (2020, April 2). Penanganan Wabah Covid-19 Dengan Pendekatan Budaya - Balai Pelestarian Nilai Budaya Kepulauan Riau. Retrieved May 26, 2022, from <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkepri/penanganan-wabah-covid-19-dengan-pendekatan-budaya/>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. OUP Oxford.
- Creswell, J. D., & Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Damaledo, Y. D. (2021, March 2). 2 Maret 2020 Kasus Corona Pertama di Indonesia Diumumkan Tahun Lalu. Tirto.ID. Retrieved May 22, 2022, from <https://tirto.id/2-maret-2020-kasus-corona-pertama-di-indonesia-diumumkan-tahun-lalu-gaKw>
- detikNews. (2020, March 25). *Grafik Data Kasus Positif Corona di RI Selama 23 Hari, Per 24 Maret 2020*. detikNews. Retrieved May 22, 2022, from <https://news.detik.com/infografis/d-4952177/grafik-data-kasus-positif-corona-di-ri-selama-23-hari-per-24-maret-2020>
- Fadha, S. (2020). *Media, Komunikasi dan Informasi di Masa Pandemic Covid-19*. Mbridge-Press.
- Hadi, I. P., Wahjudinata, M., & Indrayani, I. (2021). *KOMUNIKASI MASSA*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Lindiarti, S. (2013). Pengaruh Sosialisasi dan Tingkat Pemahaman Masyarakat terhadap Minat Pembuatan Akta Kematian di Desa Purworejo. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 5(6).
- LIPI. (2013, April 4). *Triangulasi pada penelitian kualitatif - Pusat Data dan Dokumentasi Ilmiah - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia*. PDDI LIPI. Retrieved May 22, 2022, from <https://pddi.lipi.go.id/triangulasi-pada-penelitian-kualitatif/>
- Morissan, Wardhani, A. C., & Hamid, F. (2013). *Teori komunikasi massa: media, budaya, dan masyarakat* (R. Sikumbang, Ed.). Ghalia Indonesia.

- Retaduari, E. A. (2022, March 2). *2 Maret 2020, Saat Indonesia Pertama Kali Dilanda Covid-19 Halaman all*. Kompas.com. Retrieved May 22, 2022, from <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/02/10573841/2-maret-2020-saat-indonesia-pertama-kali-dilanda-covid-19?page=all>
- Sabiila, S. I. (2022, March 2). *Kasus Corona Pertama di Indonesia, Ini Kilas Balik Usai 2 Tahun Berlalu*. detikNews. Retrieved May 22, 2022, from <https://news.detik.com/berita/d-5964691/kasus-corona-pertama-di-indonesia-ini-kilas-balik-usai-2-tahun-berlalu>
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. (n.d.). *Beranda | Covid19.go.id*. Retrieved May 26, 2022, from <https://covid19.go.id/>
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. (n.d.). *Hoax Buster*. Covid19.go.id. Retrieved May 26, 2022, from <https://covid19.go.id/p/hoax-buster>
- Syafnidawaty. (2020, November 9). *PERBEDAAN DATA PRIMER DAN DATA SEKUNDER - UNIVERSITAS RAHARJA*. Universitas Raharja. Retrieved May 22, 2022, from <https://raharja.ac.id/2020/11/09/perbedaan-data-primer-dan-data-sekunder/>
- Yaqin, A. (2005). *Pendidikan Multikultural*. Pilar Media.