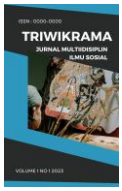
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



ANALISIS KEBERHASILAN STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PEMERINTAH DALAM MENGHAMBAT PENYEBARAN COVID-19 MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF GOVERNMENT PUBLIC COMMUNICATION STRATEGIES IN CURBING THE SPREAD OF COVID-19 THROUGH SOCIAL MEDIA PLATFORMS

Fikri Fariz Fadhilah
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2025
Revised Juni 2025
Accepted Juni 2025
Available online Juni 2025

fikri21003@mail.unpad.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

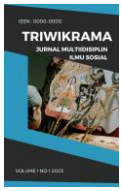
Abstrak. Tingginya penggunaan media sosial dan media massa di Indonesia menjadikan komunikasi publik pemerintah melalui platform digital sebagai fenomena yang layak untuk diteliti lebih lanjut. Studi ini berfokus pada penilaian sejauh mana efektivitas komunikasi publik pemerintah yang disalurkan lewat media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data utama melalui survei online berbasis kuesioner, serta data pendukung yang dihimpun dari berbagai sumber daring terpercaya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan referensi bagi pemerintah dalam menilai dan memperbaiki strategi komunikasi publik, baik yang dilakukan melalui media sosial maupun media massa. Latar belakang kajian ini adalah pesatnya pertumbuhan penggunaan media sosial di masyarakat, yang kini telah menjadi kanal komunikasi publik utama di samping media konvensional. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa baik media sosial maupun media massa berperan penting dalam memperkuat efektivitas komunikasi publik pemerintah di era digital.
Kata Kunci: Komunikasi Publik, Media Sosial, Keefektifan, Covid-19

Abstract. *The widespread use of social media and mass media in Indonesia has made government public communication through digital platforms a phenomenon worthy of further investigation. This study focuses on assessing the effectiveness of government public communication delivered via social media. A descriptive qualitative approach was employed, with primary data collected through online surveys using questionnaires, complemented by secondary data obtained from various credible online sources. The findings of this research are expected to serve as a reference for the government in evaluating and improving public communication strategies, whether through social media or traditional mass media. The background of this study is the rapid growth of social media usage in society, which has now become a primary channel for public communication alongside conventional media. The results indicate that both social media and mass media play significant roles in enhancing the effectiveness of government public communication in the digital era.*
Keywords: *Public Communications, Social Media, Effectiveness, Covid-19*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2019 terdapat peristiwa yang berdampak besar pada seluruh dunia yaitu Pandemi COVID-19. Pada awal kemunculin virus ini, masih bersifat endemik, kemudian

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



berkembang ke tahap epidemi, dan akhirnya pada 9 Maret 2020, Tedros Adhanom Ghebreyesus Pemimpin Jenderal WHO, secara resmi mengumumkan bahwa virus corona telah mencapai status pandemi dalam sebuah konferensi pers di Jenewa, Swiss. Hal ini menimbulkan kepanikan di berbagai negara, sehingga mendorong mereka untuk segera mengimplementasikan strategi komunikasi publik dan komunikasi krisis masing-masing. Negara tetangga Indonesia yaitu Singapura berhasil menekan penyebaran virus, yang bahkan melampaui capaian Selandia Baru. Dalam waktu relatif singkat, Singapura mampu memberikan vaksinasi kepada sekitar 20% dari total penduduknya yang berjumlah sekitar 5,7 juta jiwa.

Pada 2 Maret 2020 oleh Presiden Joko Widodo, kasus pertama COVID-19 diumumkan yang menyatakan bahwa dua warga negara Indonesia—seorang perempuan berusia 64 tahun dan seorang perempuan berusia 31 tahun—terkonfirmasi positif. Respons awal pemerintah Indonesia terhadap pandemi menunjukkan kelemahan dalam komunikasi krisis, yang diperparah oleh adanya stereotip di masyarakat bahwa orang Indonesia "kebal" terhadap virus ini. Persepsi tersebut menyebabkan keterlambatan dan ketidaksiapan dalam menghadapi pandemi. Beberapa kekeliruan komunikasi dari pihak pemerintah turut memperburuk situasi. Selama masa penyebaran COVID-19, Presiden dan kabinetnya tercatat telah mengeluarkan 37 pernyataan blunder menurut Direktur Center for Media and Democracy LP3ES. Dari jumlah tersebut, 20 pernyataan disampaikan saat pandemi berlangsung, 4 pernyataan di awal pandemi, dan 13 pernyataan lainnya sudah dikeluarkan sebelum virus terdeteksi di Indonesia.

Pernyataan-pernyataan yang tidak tepat ini berdampak pada persepsi publik, yang menjadi kurang peduli dan cenderung mengabaikan ancaman pandemi. Salah satu contoh pernyataan yang menjadi sorotan adalah dari Mahfud MD, Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan, yang mengutip pernyataan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto bahwa COVID-19 sulit masuk ke Indonesia karena faktor perizinan. Selain itu, Wakil Presiden Ma'ruf Amin sempat menyampaikan bahwa virus tersebut tidak masuk ke Indonesia karena terlindung oleh doa qunut, serta menyampaikan candaan mengenai manfaat susu kuda liar dalam mengobati COVID-19. Pernyataan-pernyataan semacam ini berkontribusi terhadap peningkatan angka kasus karena masyarakat menjadi tidak waspada.

Menurut Dennis D. & Markus Moke (2005), strategi komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, meningkatkan kesadaran, serta memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat kepada khalayak umum dikenal sebagai komunikasi publik. Komunikasi ini juga mencakup proses memahami situasi, merancang pesan, mengimplementasikan strategi, dan mengevaluasi hasilnya dalam rangka pelayanan kepada kepentingan publik. Dalam pelaksanaannya, komunikasi publik bertujuan tidak hanya untuk memberi informasi, tetapi juga membangun hubungan, membentuk dialog, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pencarian solusi jangka panjang terhadap isu sosial.

Oleh karena itu, komunikasi publik maupun komunikasi krisis dari pemerintah perlu didasarkan pada riset yang kuat dan pengambilan keputusan yang tepat. Salah satu tujuan utama komunikasi publik adalah agar pesan dari pemerintah dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat dan diikuti sesuai dengan instruksi yang diberikan. Beragam saluran komunikasi, seperti media sosial dan media massa, dimanfaatkan oleh pemerintah dalam proses penyebaran informasi.

Media sosial dipilih sebagai salah satu saluran utama karena penggunaannya yang tinggi di masyarakat. Pemerintah Indonesia memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok untuk menyebarkan informasi, dengan akun resmi yang telah terverifikasi (ditandai dengan centang biru) guna meningkatkan kepercayaan publik. Efektivitas komunikasi publik sangat ditentukan oleh seberapa sering audiens mengakses platform yang digunakan. Karena mayoritas

masyarakat kini mengakses informasi melalui media sosial, penggunaan platform tersebut menjadi strategi yang tepat dan efisien untuk menyampaikan pesan kepada publik.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan laporan *Covid Performance Index* yang dirilis oleh Lowy Institute, Indonesia tercatat sebagai negara dengan penanganan COVID-19 terburuk di kawasan Asia Tenggara. Hal ini disebabkan oleh berbagai kesalahan komunikasi dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah selama pandemi. Menurut Direktur Center for Media and Democracy LP3ES, tercatat setidaknya 37 pernyataan tidak tepat (blunder) yang disampaikan oleh pejabat pemerintah Indonesia, baik sebelum pandemi terjadi, saat awal penyebarannya, maupun selama masa pandemi berlangsung. Kesalahan komunikasi dari para pejabat negara tersebut turut memengaruhi persepsi masyarakat, di mana pernyataan yang meremehkan pandemi menyebabkan rendahnya kewaspadaan publik terhadap COVID-19.

Melihat lemahnya komunikasi publik pada awal masa pandemi, maka diperlukan upaya perbaikan yang sistematis dan berbasis data faktual oleh pemerintah. Pemerintah perlu mengambil langkah konkret, salah satunya dengan secara terbuka menyampaikan bahwa COVID-19 merupakan penyakit menular yang berbahaya serta menegaskan bahwa masyarakat Indonesia tidak memiliki kekebalan khusus terhadap virus tersebut. Membantah asumsi-asumsi keliru yang beredar di tengah masyarakat merupakan langkah awal yang penting. Selain itu, transparansi dalam pelaporan kasus COVID-19 melalui media massa dapat mendorong peningkatan kesadaran masyarakat terhadap risiko pandemi.

Untuk menyampaikan informasi secara efektif, pemerintah harus memanfaatkan berbagai jenis media, baik media sosial maupun media massa. Nasrullah (2015:11) menjelaskan bahwa media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan penggunanya membentuk profil pribadi, berinteraksi, bekerja sama, serta menjalin komunikasi dan hubungan sosial secara daring. Sementara itu, Romli (2012:104) mendefinisikan media sosial sebagai platform online berbasis internet yang memberikan ruang bagi pengguna untuk berbagi, berpartisipasi, serta menciptakan aktivitas sosial, termasuk dalam bentuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, hingga dunia virtual. Menurut Nasrullah (2015), media sosial terbagi ke dalam enam kategori utama, yaitu wiki, social bookmarking, media sharing, microblogging, blog, dan media jejaring sosial.

Dalam jurnal Buana Komunikasi yang berjudul "Penggunaan Media dalam Komunikasi Publik Juru Bicara Pemerintah Republik Indonesia Khusus COVID-19 dalam Penyampaian Pesan kepada Masyarakat Indonesia", dijelaskan bahwa Tim Gugus Tugas COVID-19 memaksimalkan berbagai jenis media, termasuk media elektronik, sebagai sarana utama dalam menyebarluaskan informasi terkait pandemi. Langkah ini diambil mengingat masih banyak masyarakat Indonesia yang belum dapat mengakses internet secara optimal, sehingga media elektronik seperti televisi tetap menjadi pilihan utama untuk menjangkau kelompok masyarakat tersebut. Efektivitas penggunaan televisi sebagai media komunikasi publik pun terlihat dari adanya peningkatan signifikan pada jumlah pemirsa, yakni bertambah sekitar satu juta orang, serta adanya kenaikan durasi menonton televisi selama bulan Maret 2020. Data ini menunjukkan bahwa televisi masih memiliki peran penting dalam mendukung penyampaian pesan pemerintah, khususnya di tengah keterbatasan akses digital di sebagian wilayah Indonesia.

Namun, seiring menurunnya kasus COVID-19 di Indonesia, penggunaan media elektronik untuk penyebaran informasi pun mengalami penurunan. Di sisi lain, penggunaan media sosial meningkat secara signifikan antara tahun 2020 hingga 2022. Menurut data dari Hootsuite, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada tahun 2020 tercatat sebanyak 160 juta,

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

dan meningkat menjadi 192 juta pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan pergeseran preferensi masyarakat terhadap media sosial sebagai sarana utama dalam memperoleh informasi.

LANDASAN TEORI

Dalam pelaksanaan komunikasi publik, pemerintah menerapkan pendekatan *social marketing*, yaitu pemanfaatan teori, keterampilan, dan praktik pemasaran guna mendorong perubahan sosial yang positif. Strategi ini bertujuan untuk membentuk perilaku individu maupun masyarakat secara kolektif demi tercapainya kesejahteraan sosial. Upaya ini dilakukan melalui penyusunan program dan kebijakan sosial yang ditargetkan secara spesifik kepada segmen-segmen masyarakat yang relevan. Selain itu, pemerintah juga mengadopsi *Agenda Setting Theory*, yang digunakan untuk memengaruhi persepsi publik dengan menyampaikan secara intensif berbagai informasi terkait COVID-19. Hal ini terlihat dari maraknya pemberitaan tentang kasus positif COVID-19 di masa awal pandemi, yang bertujuan untuk meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap penyebaran virus.

Diffusion of Innovations Theory yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers juga menjadi bagian penting dalam studi ini. Teori tersebut menjelaskan bahwa proses penyebaran inovasi, kebijakan, atau program dilakukan melalui saluran komunikasi berbasis teknologi. Proses difusi ini ditentukan oleh empat elemen utama, yakni saluran komunikasi, dimensi waktu, struktur sosial, dan karakteristik inovasinya. Oleh karena itu, fokus penelitian ini terletak pada bagaimana proses difusi tersebut dilakukan oleh pemerintah melalui platform media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi publik.

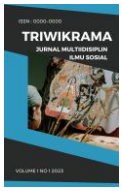
METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan elemen penting dalam suatu studi ilmiah, karena keberadaannya menjadi pedoman dalam pengumpulan dan pengolahan data. Tanpa metode yang jelas, proses penelitian akan sulit dikendalikan dan alurnya menjadi tidak sistematis. Data yang dikumpulkan dan diolah dengan metode yang tepat dapat menghasilkan fakta dan temuan yang valid. Permasalahan yang diteliti pun dapat dianalisis secara sistematis dan terukur. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Nazir (2014:43), metode deskriptif bertujuan untuk menyelidiki keadaan, kelompok peristiwa, status sekelompok individu, sistem pemikiran, atau objek tertentu dalam konteks waktu kini. Metode ini berupaya menyajikan deskripsi yang faktual dan akurat mengenai fenomena yang sedang diteliti melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumen utama, guna menggambarkan realitas lapangan dan hubungan antarkeadaan yang diamati.

Peneliti menetapkan objek dan subjek penelitian berdasarkan fokus kajian. Objek dalam studi ini adalah strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka menekan penyebaran COVID-19, sedangkan subjek penelitian adalah masyarakat pengguna media sosial sebagai penerima informasi dari pemerintah (Sugiyono, 2012:38). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring dan distribusi kuesioner secara online kepada masyarakat umum tanpa pembatasan usia, yang hasilnya akan disajikan dalam bentuk tabel. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana informasi yang diperoleh akan disusun secara naratif untuk menjelaskan fenomena yang diteliti.

Dengan demikian, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena secara sistematis melalui narasi ilmiah. Sasaran penelitian ini adalah masyarakat umum di Indonesia, mengingat penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui media sosial yang memungkinkan menjangkau berbagai wilayah. Adapun pelaksanaan pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu 14 hingga 16 Juni 2022.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Publik Pemerintah

Efektivitas strategi komunikasi publik yang dijalankan pemerintah dalam menekan laju penyebaran COVID-19 melalui media sosial dapat diukur melalui sejumlah indikator yang beragam. Secara garis besar, media sosial terbukti menjadi salah satu media yang sangat berpengaruh dalam menyebarluaskan informasi dan mendorong perubahan perilaku masyarakat selama pandemi. Pemerintah secara aktif menggencarkan berbagai kampanye, salah satunya protokol kesehatan 6M yang meliputi penggunaan masker, menjaga jarak, rajin mencuci tangan, menghindari kerumunan, membatasi mobilitas, serta tidak makan bersama.

Selain kampanye protokol kesehatan, pemerintah juga memberlakukan kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) untuk menekan mobilitas penduduk di berbagai wilayah, mulai dari tingkat kabupaten, kota, provinsi, hingga antar pulau. Wilayah Jawa dan Bali menjadi fokus utama penerapan PPKM dalam jangka waktu paling panjang karena tingginya jumlah penduduk dan intensitas aktivitas ekonomi di kawasan tersebut, sehingga upaya pengendalian penyebaran virus memerlukan strategi komunikasi yang lebih intensif dan terarah. Melalui pemanfaatan media sosial, pemerintah dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat, sehingga pesan-pesan kebijakan dan edukasi kesehatan dapat diterima dan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.

Menurut Ruben dan Stewart (2006), komunikasi publik serta komunikasi krisis berlangsung dalam konteks penyampaian pesan secara luas dan tidak bersifat personal. Dijkzeul dan Moke (2005) juga menjelaskan bahwa komunikasi publik merupakan serangkaian aktivitas dan strategi komunikasi yang ditujukan kepada kelompok sasaran tertentu. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi publik sangat bergantung pada strategi serta manajemen komunikasi yang baik. Dalam konteks pandemi, pemerintah sempat mengalami berbagai kesalahan komunikasi, dengan catatan sebanyak 37 pernyataan blunder oleh pejabat negara yang tersebar sebelum, saat awal, dan selama pandemi berlangsung. Untuk meredam dampak negatif dari kesalahan tersebut, pemerintah melakukan klarifikasi secara cepat melalui saluran resmi seperti media massa dan situs web pemerintah. Tindakan tersebut merupakan bentuk komunikasi krisis, sebagaimana diungkapkan oleh Harrison (2005:11), yang menyatakan bahwa komunikasi krisis merupakan respons strategis terhadap situasi yang dapat merugikan citra atau operasional suatu lembaga, dan membutuhkan keputusan yang cepat dan tepat.

Upaya pemerintah dalam memperbaiki kesalahan komunikasi bertujuan untuk menghilangkan asumsi negatif masyarakat yang dapat memperburuk kondisi pandemi. Setelah itu, pemerintah mengambil tindakan nyata seperti menerapkan PSBB, mengerahkan aparat kepolisian dan militer ke lokasi-lokasi strategis untuk memastikan penerapan protokol kesehatan, termasuk memberikan sanksi kepada warga yang tidak menggunakan masker. Selanjutnya, pemberlakuan PPKM dilakukan, di mana terdapat pembatasan mobilitas warga melalui penyekatan di wilayah zona merah. PSBB dan PPKM dilaksanakan utamanya di kota-kota besar yang mencatat tingkat penularan tinggi. Masyarakat dalam zona tertentu dibatasi aktivitasnya dan tidak diperbolehkan keluar-masuk tanpa keperluan mendesak. Kebijakan ini terbukti cukup efektif. Misalnya, pada penerapan PPKM level pada 23 Agustus 2021, tercatat bahwa jumlah kasus COVID-19 di Indonesia menurun hingga 30%. Selama dua pekan sebelumnya, data Kementerian Kesehatan menunjukkan bahwa penambahan kasus COVID-19 mengalami penurunan signifikan, dengan rata-rata 19.000 kasus baru per hari, menandakan keberhasilan kebijakan tersebut dalam menekan laju penyebaran virus.

Pemerintah tidak hanya mengandalkan pendekatan langsung di lapangan, tetapi juga memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk menyebarkan informasi kepada publik. Salah satunya adalah melalui media massa dan situs web resmi pemerintah seperti

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

https://covid19.go.id secara nasional, serta https://corona.jakarta.go.id untuk wilayah DKI Jakarta. Situs-situs ini menyediakan informasi terkini seputar perkembangan COVID-19 dan kebijakan yang diterapkan. Di samping itu, pemerintah juga aktif menggunakan media sosial sebagai platform komunikasi publik guna menjangkau masyarakat secara luas dan cepat, terutama di tengah tingginya penggunaan media sosial di Indonesia. Berikut adalah contoh komunikasi publik oleh pemerintah:

Sumber: Instagram, 4 Maret 2021

Gambar 1 Data Penurunan Angka Kasus Covid-19 di 14 Provinsi

Pemerintah turut memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi terkait penanggulangan COVID-19. Strategi ini dinilai efektif, mengingat tingginya angka pengguna media sosial, terutama selama masa pandemi. Kondisi work from home (WFH) dan pembelajaran jarak jauh mendorong masyarakat untuk menghabiskan lebih banyak waktu di rumah, dan salah satu bentuk hiburan yang paling banyak diakses adalah media sosial. Fenomena ini menjadi peluang yang dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menyebarluaskan pesan-pesan kampanye penanggulangan penyebaran COVID-19.

Media sosial dinilai sebagai media yang paling mudah diakses dan memiliki jangkauan luas untuk menyampaikan seruan atau ajakan kolektif dalam upaya memutus mata rantai penyebaran virus. Berbeda halnya dengan kebijakan seperti PPKM dan PSBB yang membutuhkan anggaran besar serta infrastruktur pendukung dalam implementasinya, penggunaan media sosial dapat dilakukan dengan biaya yang lebih efisien, meskipun efeknya tentu berbeda dalam skala dan ruang lingkup.

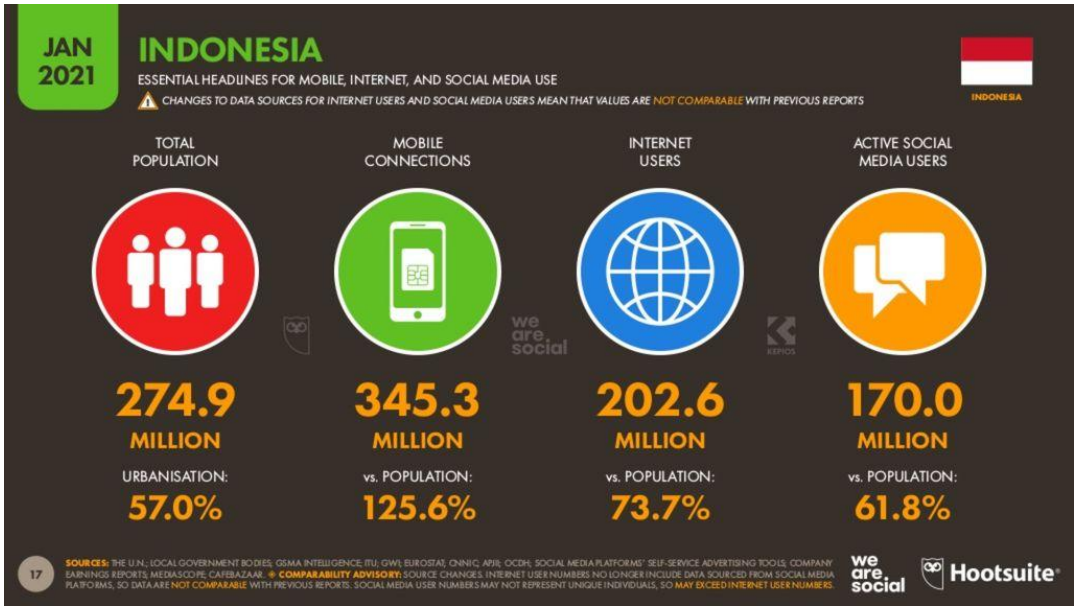
Menurut data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia, total anggaran yang telah dikeluarkan oleh pemerintah untuk penanganan pandemi COVID-19 mencapai Rp667,20 triliun. Dari jumlah tersebut, sebesar Rp87,55 triliun dialokasikan untuk sektor kesehatan, sementara sisanya, yaitu Rp589,65 triliun, digunakan untuk mendukung program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Dengan alokasi anggaran sebesar ini, pemerintah diharapkan mampu

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

menanggulangi pandemi secara menyeluruh dan terorganisir, baik dari sisi kesehatan maupun aspek sosial-ekonomi masyarakat.

Kontribusi Media Sosial dalam Upaya Pencegahan dan Pengendalian Covid-19

Efektivitas komunikasi publik yang dijalankan oleh pemerintah tentu perlu didukung oleh riset yang kuat, terutama terkait pemanfaatan media sosial di Indonesia. Berdasarkan laporan dari Hootsuite dan We Are Social pada tahun 2021, jumlah penduduk Indonesia tercatat sebesar 274,9 juta jiwa, dengan 202,6 juta di antaranya merupakan pengguna internet. Artinya, sekitar 73,7% dari populasi Indonesia telah atau sedang aktif menjelajahi dunia digital. Fakta ini kemudian dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai salah satu landasan strategi dalam melaksanakan komunikasi publik melalui platform daring.



Sumber: We Are Social/Hootsuite

Gambar 2 Laporan Jumlah dan Persentase Pengguna Internet

Pertumbuhan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia berjalan seiring dengan meningkatnya akses dan penggunaan internet di masyarakat. Platform-platform media sosial seperti TikTok, YouTube, Instagram, dan Twitter menjadi pilihan utama yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, khususnya mereka yang tinggal di wilayah perkotaan. Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari sarana komunikasi, hiburan, hingga mencari informasi.

Namun demikian, masih terdapat kelompok masyarakat yang belum terlibat dalam penggunaan media sosial. Biasanya, mereka berasal dari daerah yang belum terjangkau jaringan internet atau dari kalangan ekonomi menengah ke bawah yang belum memiliki perangkat untuk mengakses dunia digital. Meski demikian, tren pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia terus menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Hal ini diperkuat oleh data yang dihimpun DataIndonesia.Id dari laporan We Are Social, yang mencatat adanya lonjakan signifikan dalam jumlah pengguna aktif media sosial di tanah air dari tahun ke tahun. Fenomena ini menegaskan bahwa media sosial semakin meresap ke berbagai lapisan masyarakat dan menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan modern di Indonesia.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Sumber: We Are Social

Gambar 3 Chart Perkembangan Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan data yang tersedia, terdapat lonjakan signifikan dalam jumlah pengguna media sosial di Indonesia, terutama antara tahun 2021 dan 2022, di mana tercatat penambahan sekitar 20 juta pengguna aktif. Pertumbuhan pesat ini menunjukkan bahwa media sosial semakin menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, baik sebagai sarana komunikasi, hiburan, maupun sumber informasi. Fenomena ini juga menandai pergeseran pola komunikasi publik yang kini lebih banyak berlangsung di ranah digital, sehingga menuntut pemerintah untuk mampu beradaptasi dan memanfaatkan media sosial secara optimal dalam menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna, muncul pertanyaan tentang seberapa efektif pemerintah dalam melakukan komunikasi publik melalui media sosial. Untuk mengukur hal tersebut, dilakukan penelitian menggunakan metode survei kuesioner yang disebarkan melalui Google Form di berbagai platform media sosial. Selain itu, durasi waktu yang dihabiskan masyarakat dalam menggunakan media sosial juga menjadi faktor penting yang memengaruhi efektivitas komunikasi publik. Semakin sering dan lama masyarakat mengakses media sosial, semakin besar kemungkinan pesan yang disampaikan pemerintah dapat diterima dan dipahami dengan cepat oleh audiens. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi publik pemerintah di era digital sangat dipengaruhi oleh strategi penyampaian pesan serta pemahaman terhadap perilaku pengguna media sosial.

Tabel 1 Sumber Waktu yang Dihabiskan untuk Mengakses Media Elektronik

Kategori	Frekuensi	%
Tidak dalam seminggu	17	27,8
1 jam dalam seminggu	25	41,2
1> dalam seminggu	19	30,9

Berdasarkan data pada tabel sebelumnya, terlihat bahwa penggunaan media massa elektronik seperti radio dan televisi kini semakin jarang diminati. Dalam satu minggu, tercatat ada sekitar 17 orang atau 27,9% responden yang sama sekali tidak menonton media massa elektronik. Fenomena ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan perubahan preferensi masyarakat yang kini lebih menginginkan kebebasan dalam memilih konten sesuai keinginan mereka. Pada media elektronik tradisional seperti televisi, pilihan tontonan sangat terbatas

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

karena hanya bergantung pada saluran yang tersedia, sehingga banyak orang mulai beralih ke platform digital yang menawarkan kebebasan memilih dan mengakses berbagai jenis konten.

Meskipun demikian, televisi masih menjadi pilihan utama di beberapa daerah, terutama di wilayah yang belum terjangkau jaringan internet atau bagi masyarakat yang merasa biaya paket data internet masih tergolong mahal. Televisi tetap digunakan sebagai sumber hiburan dan informasi karena jaringannya yang telah menjangkau hingga pelosok negeri dan tidak memerlukan biaya tambahan selain listrik, berbeda dengan akses internet yang membutuhkan pembelian kuota. Sementara itu, 17 orang yang tidak menonton televisi dalam seminggu kemungkinan telah beralih ke media sosial sebagai sarana hiburan utama, menikmati kebebasan dalam menentukan konten yang ingin mereka konsumsi. Untuk kelompok yang menonton televisi selama satu jam per minggu, sebanyak 25 orang atau 41% responden, kemungkinan besar mereka tetap aktif di media sosial namun sesekali masih menikmati tayangan televisi. Sedangkan mereka yang menghabiskan waktu lebih dari satu jam per minggu untuk menonton televisi, dapat diasumsikan masih membagi waktu antara menikmati konten digital dan tetap menyukai tayangan televisi.

Tabel 2 Sumber Waktu yang Dihabiskan untuk Bersosialisasi di Media Sosial

Kategori	Frekuensi	%
2 – 3 jam sehari	18	29,4
3 – 4 jam sehari	25	41,2
4> jam sehari	18	29,4

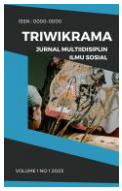
Berdasarkan tabel yang telah disajikan, dapat terlihat bahwa mayoritas responden menghabiskan waktu antara 2 hingga 4 jam, bahkan lebih, setiap harinya untuk berselancar di media sosial. Beberapa responden bahkan mengaku dapat menggunakan gadget mereka sepanjang hari jika memiliki waktu luang. Hal ini menunjukkan betapa eratnya keterikatan masyarakat Indonesia terhadap media sosial, di mana perangkat digital dan platform sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi yang selalu menawarkan hal-hal baru dan menarik, sehingga membuat penggunanya sulit untuk berpisah dari gadget mereka.

Dari data tersebut, responden yang menggunakan media sosial selama 2-3 jam per hari, sebanyak 18 orang, kemungkinan merupakan individu yang mampu mengontrol penggunaan media sosial atau memiliki kesibukan lain di luar aktivitas digital. Sementara itu, kelompok terbesar yaitu 25 orang atau 41% responden, menghabiskan waktu 3-4 jam per hari di media sosial. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin banyak orang yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi sekaligus hiburan. Jika dibandingkan dengan konsumsi media massa elektronik seperti radio dan televisi, intensitas penggunaan media sosial jauh lebih tinggi. Kondisi ini menjadi peluang besar bagi pemerintah untuk memaksimalkan komunikasi publik melalui media sosial, mengingat tingginya tingkat keterlibatan masyarakat di platform digital tersebut.

Tabel 3 Sumber Efektivitas media massa dalam mengendalikan penyebaran Covid-19

Kategori	Frekuensi	%
Sangat efektif	11	17,9
Efektif	23	37,8
Sedang	23	37,8
Tidak efektif	3	4,8
Sangat tidak efektif	1	1,5

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Berdasarkan data dari tabel 3 yang melibatkan 61 responden, dapat diketahui bahwa persepsi masyarakat terhadap efektivitas media massa—seperti koran, televisi, radio, dan berita digital—masih cukup beragam. Sebanyak 11 responden menyatakan bahwa media massa sangat efektif, yang menandakan bahwa media ini masih dianggap layak dijadikan sumber informasi yang kredibel. Kredibilitas media massa ini didukung oleh regulasi dan standar tertentu yang harus dipenuhi, sehingga tidak sembarang pihak dapat menjalankan atau menerbitkan media massa, dan berita yang disampaikan pun cenderung lebih dapat dipercaya.

Sementara itu, 23 responden menilai media massa efektif, meskipun diakui bahwa media ini tidak selalu optimal dalam upaya menekan angka Covid-19. Ada pula 23 responden yang memberikan penilaian "sedang", artinya mereka merasa media massa tidak terlalu efektif namun juga tidak sepenuhnya tidak efektif. Hanya sedikit responden yang menilai media massa kurang efektif, yakni 3 orang, kemungkinan karena media massa kini mulai ditinggalkan masyarakat yang lebih memilih platform digital. Satu responden lainnya bahkan menyatakan media massa tidak efektif sama sekali, yang mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan jangkauan atau kurangnya relevansi dengan kebutuhan informasi saat ini.

Tabel 4 Sumber keefektifan penekanan Covid-19 melalui media sosial

Kategori	Frekuensi	%
Sangat efektif	18	29,5
Efektif	9	9,8
Sedang	34	55,7
Tidak efektif	0	0
Sangat tidak efektif	0	0

Berdasarkan hasil yang tercantum pada tabel 4, mayoritas responden menilai efektivitas media sosial dalam menekan penyebaran Covid-19 berada pada kategori "sedang". Hal ini terjadi karena media sosial seringkali dianggap belum sepenuhnya mampu menyajikan data yang benar-benar kredibel, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang beredar di platform ini masih terbagi. Namun, terdapat 9 responden yang menganggap media sosial efektif sebagai sarana penyebaran informasi terkait Covid-19. Mereka menilai, media sosial memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi dengan cepat, sehingga dapat membantu menekan laju penyebaran virus. Sementara itu, sebanyak 18 responden atau sekitar 29,5% menyatakan media sosial sangat efektif. Menurut mereka, tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, ditambah adanya interaksi langsung dan kebebasan beropini, membuat informasi tentang Covid-19 bisa menyebar luas dan cepat. Selain itu, kehadiran influencer juga turut berperan dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pencegahan Covid-19.

Dalam survei ini juga terdapat pertanyaan mengenai media mana yang dianggap paling efektif untuk menekan laju penyebaran Covid-19. Dari 61 responden, sebanyak 35 orang memilih media sosial sebagai media paling efektif, dengan alasan tingginya tingkat penggunaan dan aktivitas penggunanya, serta adanya pengaruh dari para influencer yang mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap isu Covid-19. Sebanyak 14 responden memilih media massa, karena media ini dinilai mampu menjangkau hingga ke pelosok daerah, memberikan informasi secara real time, dan mudah diakses oleh kelompok usia lanjut atau mereka yang kurang familiar dengan teknologi digital. Sementara itu, 12 responden memilih kombinasi antara media sosial dan media massa, dengan pertimbangan bahwa kedua media tersebut memiliki keunggulan dan keterbatasan masing-masing. Media sosial dinilai unggul dalam hal interaksi dan kecepatan penyebaran informasi, sedangkan media massa lebih terpercaya dari

segi kredibilitas berita. Oleh karena itu, sinergi antara keduanya dianggap penting agar informasi yang disampaikan dapat diterima secara luas dan tetap terpercaya).

KESIMPULAN

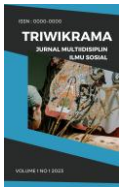
Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner online dengan total 61 responden, dapat diketahui bahwa efektivitas komunikasi publik pemerintah terkait penanganan Covid-19 melalui media sosial dinilai cukup tinggi oleh mayoritas responden. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi kanal utama bagi masyarakat dalam memperoleh informasi, mengingat hampir seluruh responden mengaku lebih sering menggunakan media sosial dibandingkan media massa elektronik seperti televisi dan radio. Hal ini tercermin dari fakta bahwa sebagian besar responden pertama kali mengetahui informasi penting, seperti masuknya Covid-19 ke Indonesia, kampanye 6M (Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan, Mengurangi mobilitas, dan Menghindari makan bersama), serta kebijakan pemerintah seperti PSBB dan PPKM, melalui media sosial. Media sosial dinilai sangat efektif karena memberikan keleluasaan kepada pengguna dalam memilih dan mengakses konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka, serta memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan masif.

Selain itu, media sosial juga menawarkan keunggulan berupa interaktivitas yang tidak dimiliki oleh media massa elektronik konvensional. Pengguna dapat dengan mudah memberikan tanggapan, mengomentari, serta membagikan ulang informasi yang mereka anggap penting, sehingga proses penyebaran informasi menjadi lebih dinamis dan melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat. Meskipun demikian, tantangan berupa penyebaran hoaks dan misinformasi tetap menjadi perhatian. Namun, masyarakat kini semakin cerdas dalam memilah informasi dengan mengandalkan akun-akun resmi pemerintah yang telah terverifikasi, sehingga mereka dapat membedakan antara informasi yang valid dan yang tidak. Hasil survei juga menunjukkan bahwa sebanyak 86,7% responden atau 52 orang lebih sering mengakses media massa digital, sementara hanya 13,3% atau 8 orang yang masih mengandalkan media elektronik seperti televisi dan radio. Hal ini menandakan adanya pergeseran preferensi masyarakat dalam mengonsumsi informasi, dari media konvensional ke media digital yang lebih fleksibel dan mudah diakses.

Lebih jauh lagi, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai ruang diskusi dan pembentukan opini publik. Fitur-fitur seperti komentar, like, dan share memungkinkan masyarakat untuk saling bertukar pandangan dan membentuk opini kolektif terhadap isu-isu yang sedang berkembang, termasuk penanganan pandemi Covid-19. Dengan adanya influencer dan tokoh masyarakat yang aktif di media sosial, pesan-pesan pemerintah dapat tersebar lebih luas dan diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang mendominasi pengguna media sosial. Media sosial juga memungkinkan pemerintah untuk melakukan komunikasi dua arah, sehingga dapat menerima masukan, kritik, maupun aspirasi dari masyarakat secara langsung.

Dari perspektif teori Difusi Inovasi, penyebaran informasi dan kebijakan baru terkait Covid-19 melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh karakteristik saluran komunikasi, kecepatan penyebaran, sistem sosial yang mendukung, serta inovasi dalam penyajian konten. Pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai inovasi dalam komunikasi publik untuk mengatasi ketidakpastian informasi dan meningkatkan literasi masyarakat terkait pandemi. Dengan demikian, media sosial tidak hanya efektif sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam upaya menekan laju penyebaran Covid-19 di Indonesia. Perubahan pola konsumsi informasi ini menjadi peluang besar bagi pemerintah untuk terus mengembangkan strategi komunikasi publik yang adaptif dan responsif terhadap dinamika masyarakat digital.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



DAFTAR PUSTAKA

Cahyani, W., Rachman, R. S., Evert, D. P., Nugraha, I. & Dianti, D. (2020). Penggunaan Media dalam Komunikasi Publik Juru Bicara Pemerintah Republik Indonesia Khusus Covid 19 dalam Penyampaian Pesan Kepada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi, 1*(2). 80-91. doi: -

Farisa, F. C. (2020). LP3ES Catat Ada 37 Pernyataan Blunder Pemerintah soal Covid-19. Accessed from: https://nasional.kompas.com/read/2020/04/06/17522121/lp3es-catat-ada-37-pernyataan-blunder-pemerintah-soal-covid-19?page=all

Fisipol. (2021). Komunikasi Publik. Accessed from: https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2021/07/19/komunikasi-publik/

Goeritman, H. I. N. (2021). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi, 23*(1). 1-19. doi: http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.23.1.2021.1%20-%2019

Hastuti, K. R. (2021). Jelang PPKM Berakhir, Kasus Covid RI Turun 30% dalam Sepekan. Accessed from: https://www.cnbcindonesia.com/news/20210821194800-4-270190/jelang-ppkm-berakhir-kasus-covid-ri-turun-30-dalam-sepekan

Henry. (2021). Geser Selandia Baru, Singapura Jadi Negara Terbaik Menghadapi Pandemi Covid-19. Accessed from: https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4546608/geser-selandia-baru-singapura-jadi-negara-terbaik-menghadapi-pandemi-covid-19

Kemenkeu. (2021). Efektivitas PPKM Kunci Kendalikan Covid dan Pemulihan Ekonomi. Accessed form: https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/efektivitas-ppkm-kunci-kendalikan-covid-dan-pemulihan-ekonomi/

Kristina (2021). Pebedaan Pandemi, Epidemi, dan Endemik, Hati-hati Sering Salah Tafsir. Accessed from: https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5724442/perbedaan-pandemi-epidemi-dan-endemik-hati-hati-sering-salah-tafsir

Lidwina, A. (2021). Penanganan Covid-19 Indonesia Terburuk di Asia Tenggara. Accessed from: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/penanganan-covid-19-indonesia-terburuk-di-asia-tenggara

Media Indonesia. (2021). 140 Juta Pengguna Media Sosial di Indonesia Aktif Selama Pandemi. Accessed from: https://mediaindonesia.com/humaniora/386622/140-juta-pengguna-media-sosial-di-indonesiaaktif-selama-pandemi

Riyanto, A. D. (2020). Hootsuite (We are Social): Indonesia Digital Report 2020. Accessed from: https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/

Ramdani, T. (2019). Pengelolaan Komunikasi Publik. *Jurnal Good Governance, 15*(1). 11-27. doi: 10.32834/gg.v15i1.42

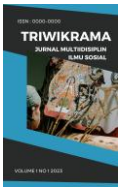
Sebayang, R. (2020). Alert! WHO Resmi Tetapkan Corona Pandemi. Accessed from: https://www.cnbcindonesia.com/news/20200312064200-4-144245/alert-who-resmi-tetapkan-corona-pandemi

Subandri, B. (2020). *Teknik Komunikasi Publik*. Accessed from: https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan_diklat/BA_2307.pdf

Sulistyowati, F. & Hasanah, N. U. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia dalam Penanganan COVID-19 pada Majalah TEMPO Edisi Maret-Juli 2020. *Jurnal Riset Komunikasi, 4*(2), 198-214. doi: https://doi.org/10.38194/jurkom.v4i2.326

Yovinus. (2018). Peran Komunikasi Publik Media Sosial dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik Di Kota Bandung. *Jurnal Academia Praja, 1*(1). 185-211. doi: https://doi.org/10.36859/jap.v1i01.47

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 10 No 1 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Zubair, F., Dewi, R., & Kadarisman, A. (2018). Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan PTNBH. *Profetik Jurnal Komunikasi*, *11*(2). 74-84. doi: https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1328