

Mendorong Penerapan *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC) untuk mengatasi Pandemi Covid 19 di Indonesia

Enjang AS¹, Darajat Wibawa², Encep Dul Wahab³, Acep Muslim⁴

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, enjang_as@uinsgd.ac.id

²Program Studi Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, darajatwibawa@uinsgd.ac.id

³Program Studi Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, encep.dulwahab@uinsgd.ac.id

⁴Program Studi Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, acepmuslim@uinsgd.ac.id

Abstract

The communication practices exhibited by the government in dealing with the Covid 19 pandemic indicate that effective principles of communication have not yet been implemented to handle the pandemic. This results in a lack of public confidence in the government in handling outbreaks which in turn can slow down and even hinder the process of handling this health crisis. What is needed is a more comprehensive and relevant communication model in the Indonesian context. Unfortunately, there are not many studies that can be referenced to formulate this strategy. Therefore, this study aims to fill the lack of systematic studies related to communication in handling a pandemic in Indonesia by offering an alternative model of crisis and emergency risk communication (CERC). Furthermore, we hope that this article can make practical contributions for policymakers to formulate effective and relevant communication strategies to deal with the current and future pandemic. The study is carried out based on the literature study method. This study found that CERC has advantages in terms of completeness in handling crises in the stages before, during and after the crisis; second, it is practical but also considers the non-technical aspects of the crisis (for example psychological); third, the CERC model is constantly updated from time to time. The CERC model rests on six main principles namely be first, be right, be credible, express empathy, promote action, and show respect. With these advantages and principles, the CERC model deserves to be considered and applied as a communication model to handle the current pandemic as well as the pandemic and other crises that may be approaching in the future.

Kata kunci: crisis and emergency risk communication (CERC); effective communication; handling pandemi covid 19.

Abstrak

Praktik komunikasi yang diperagakan oleh pemerintah dalam menangani pandemi Covid 19 belum menerapkan prinsip-prinsip komunikasi yang efektif. Ini berakibat pada kurangnya kepercayaan publik terhadap pemerintah dalam penanganan wabah yang pada gilirannya dapat memperlambat bahkan menghambat proses penanganan krisis kesehatan ini. Maka yang diperlukan adalah model komunikasi yang lebih komprehensif dan relevan dengan konteks Indonesia. Sayangnya, tidak banyak referensi yang dapat diacu untuk merumuskan strategi tersebut. Secara akademik studi ini bertujuan untuk mengisi kurangnya kajian sistematis terkait komunikasi dalam penanganan pandemi di Indonesia dengan menawarkan alternatif model *crisis and emergency risk communication* (CERC). Lebih jauh, kami berharap tulisan ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi para pemangku kebijakan untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif dan relevan untuk menangani pandemi saat ini maupun di masa yang akan datang. Penulisan artikel ini didasarkan metode studi literatur. Studi ini menemukan bahwa CERC memiliki keunggulan dari segi kelengkapan dalam penanganan krisis di tahapan sebelum, ketika, dan setelah krisis; kedua, ia bersifat praktis tapi juga mempertimbangkan aspek-aspek nonteknis dari krisis (misalnya psikologis); ketiga, model CERC terus diperbarui dari waktu ke waktu. Model CERC berpijak pada enam prinsip utama yaitu *be first, be right, be credible,*

express empathy, promote action, dan show respect. Dengan keunggulan dan prinsip-prinsip tersebut, model CERC layak untuk dipertimbangkan dan diterapkan sebagai model komunikasi untuk menangani pandemi yang saat ini berlangsung maupun pandemi serta krisis-krisis lain yang mungkin akan menjelang di masa yang akan datang.

Kata kunci: crisis and emergency risk communication (CERC); komunikasi efektif; penanganan pandemi covid 19.

1. Pendahuluan

Pada 2 Maret 2020, pemerintah Indonesia mengumumkan kasus pertama Coronavirus disease 2019 (Covid 19) di Indonesia. Temuan ini berjarak hampir dua bulan sejak virus itu muncul di Wuhan, Cina; dan berjarak satu bulan sejak World Health Organization (WHO) menyatakan Covid 19 sebagai *Public Health Emergency of International Concern (PHEIC)*. Pada 4 Februari, Menteri Kesehatan menerbitkan Surat Keputusan (KEPMENKES) No 104 2020 tentang *Penetapan Infeksi Novel Coronavirus sebagai Penyakit yang dapat menimbulkan Wabah dan Upaya Penanggulangannya*. Surat tersebut termasuk mencantumkan poin komunikasi risiko tentang sebagai salah satu langkah penanggulangan pandemi. Huruf A dari langkah tersebut berbunyi "komunikasi risiko dan peningkatan komunikasi, informasi, dan edukasi kesehatan kepada masyarakat secara berkala termasuk kepada masyarakat yang akan berpergian ke wilayah terjangkit" (Kemenkes RI, 2020). Ini disusul dengan penerbitan *Pedoman Pencegahan dan Penanganan Covid 19* yang juga mencantumkan satu bagian tentang komunikasi risiko (Kemenkes RI, 2020). Pada 17 Februari, dokumen tersebut sudah direvisi untuk kedua kalinya. Versi revisi terakhir, revisi keempat, terbit 26 Maret lalu. Panduan tentang komunikasi risiko yang dibuat oleh Kemenkes ini mengadopsi dokumen dari WHO yang berjudul *Risk communication and community engagement (RCCE) readiness and response to the 2019 novel coronavirus (2019-nCoV)* (yang pertama kali diterbitkan pada 26 Januari 2020 (WHO, 2020)).

Meski begitu, surat keputusan dan pedoman tersebut agaknya hanya formalitas belaka. Karena praktik yang muncul di lapangan malah bertolak belakang. Alih-alih bersiap siaga dan menyampaikan informasi tentang bahaya Covid 19 secara serius, yang dilakukan pemerintah di depan publik malah sebaliknya. Dari awal hingga akhir Februari, para pejabat pemerintah mulai dari anggota DPR, Menteri Kesehatan, Menteri Perhubungan, sampai Menteri Koordinator Kemaritiman, serta Menteri Koordinator Hukum dan HAM semua mengeluarkan pernyataan yang terkesan menyepelkan (Renaldi, 2020). Puncak kekonyolan terjadi ketika pada 25 Februari Menteri Koordinator Ekonomi mengumumkan bahwa pemerintah akan mengeluarkan dana sebesar 72 miliar untuk membayar para influencer untuk mempromosikan pariwisata Indonesia (Tempo.co, 2020). Dengan kata lain, di level praktik, yang akan dilakukan oleh pemerintah bukanlah komunikasi risiko agar masyarakat waspada dan bersiaga menghadapi wabah, melainkan sebaliknya: menyampaikan pesan kepada masyarakat untuk tetap santai dan berwisata.

Ketidaksiapan pemerintah, terutama dari segi strategi komunikasi pun kian mengemuka. Indikasi ketidaksiapan tersebut nampak dari kasus pertama dan kedua diumumkan, Presiden mengklaim bahwa pasien pertama yang positif corona tersebut merupakan hasil penelusuran Kementerian Kesehatan. Namun berdasarkan keterangan dari pasien bersangkutan, rumah sakit (dan kemudian pemerintah) tahu bahwa ia positif corona karena ia yang proaktif melapor (Adam, 2020). Selain itu, sementara presiden tidak memberitahukan alamat dari dua pasien pertama tersebut, Menteri Kesehatan malah mengumumkannya ke media.

Uraian latar belakang tersebut menggambarkan adanya masalah serius dari cara pemerintah dalam melakukan komunikasi dengan publik terkait penanganan wabah. Karenanya, tulisan ini berfokus pada proses komunikasi yang dilakukan pemerintah sebagai bagian dari upaya untuk menangani masalah covid 19. Dalam artikel ini kami menawarkan model *crisis and emergency risk communication (CERC)* (Centers for Disease Control and Prevention, 2014; Reynolds,

Barbara J.; Galdo, Julia Hunter; Sokler, 2002; Reynolds & Quinn Crouse, 2008; Reynolds & Seeger, 2005; Veil et al., 2008) untuk diterapkan dalam penanganan pandemi. Mengingat kebaruan isu, saat ini belum tersedia satu tulisan akademik utuh yang membahas aspek komunikasi dari penanganan wabah Covid 19. Justru yang banyak bertebaran adalah tulisan-tulisan populer di media massa yang secara sekilas membahas aspek komunikasi seperti tentang bias informasi komunikasi yang beredar di media sosial (Abdullah, 2020), pentingnya penyampaian informasi yang jelas dan lugas dalam komunikasi mitigasi corona (Mulyana, 2020), dan kaitan antara kemunculan korona dan praktik ujaran kebencian (Bajari, 2020).

Dengan demikian, secara akademik studi ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan kajian terkait komunikasi krisis di masa pandemi. Lebih jauh, kami berharap tulisan ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi para pemangku kebijakan untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif dan relevan berdasarkan konteks Indonesia. Karena komunikasi yang efektif dapat memandu publik, media, penyedia layanan kesehatan dan kelompok lain, untuk dapat merespon secara tepat terhadap situasi wabah dan bertindak sejalan dengan rekomendasi (dan prinsip-prinsip) kesehatan publik (Reynolds & Quinn Crouse, 2008).

2. Metodologi

Penulisan artikel ini didasarkan pada studi literatur yang secara umum dapat dibagi ke dalam tiga klaster. Klaster pertama adalah literatur-literatur yang bersifat teoritis terkait dengan komunikasi risiko dan komunikasi krisis. Klaster kedua adalah studi-studi mengenai komunikasi risiko dan krisis dalam konteks kesehatan, terutama pandemi. Termasuk dalam klaster literatur ini adalah paper-paper yang membahas tentang komunikasi di masa pandemi yang terjadi dalam dua dekade terakhir yang terdiri dari Anthrax, SARS, MERS, Influenza, H1N1, dan Ebola. Studi-studi ini memberikan *insight* dan pembelajaran yang sangat penting bagi penulisan paper ini. Klaster literatur ketiga adalah panduan-panduan atau guideline komunikasi dari berbagai lembaga terkait penanganan krisis. Termasuk dalam kelompok literatur ini adalah panduan komunikasi yang diterbitkan oleh WHO, CDC, Kemenkes, dan KSP. Di samping itu, untuk keperluan data-data terkini terkait wabah covid 19 yang sedang terjadi, kami merujuk pada informasi-informasi yang disajikan di media massa.

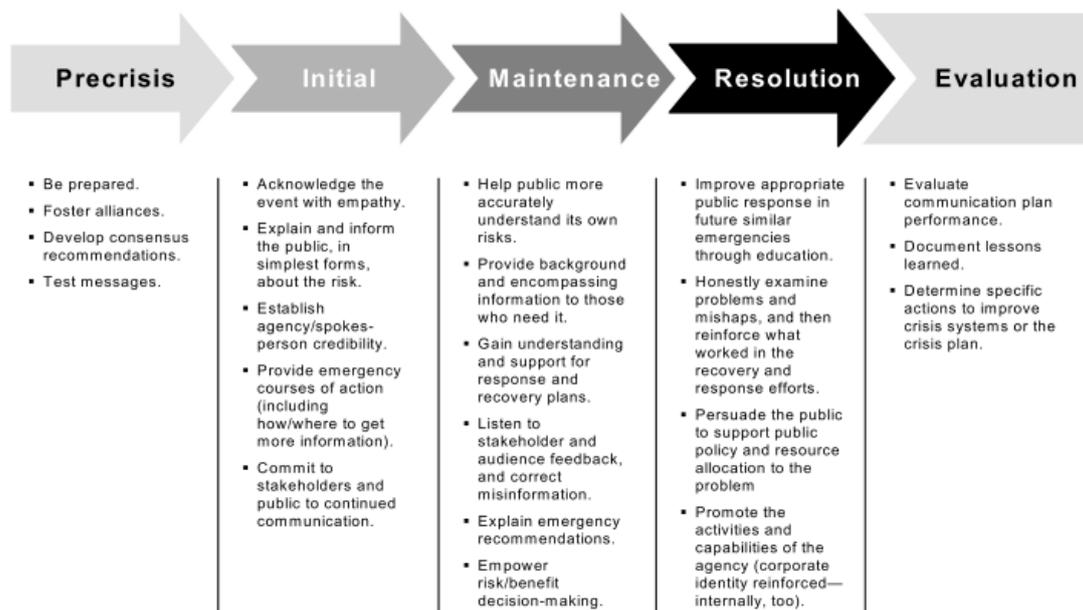
3. Hasil dan Pembahasan

a. Keunggulan CERC

CERC layak untuk dipertimbangkan sebagai model komunikasi dalam penanganan pandemi di Indonesia karena memiliki setidaknya tiga keunggulan.

Pertama, CERC mencakup strategi komunikasi sebelum (menjelang), ketika pandemi berlangsung, dan setelahnya (pascapandemi). Secara lebih rinci, CERC memiliki rancangan strategi komunikasi dalam setiap tahapan krisis atau yang mereka sebut sebagai *Crisis Communication Lifecycle* (CCL). Dalam *lifecycle* ini, mereka membagi sebuah krisis (seperti pandemi) ke dalam lima tahapan mulai dari prakrisis (sebelum atau menjelang krisis terjadi) sampai dengan evaluasi (lihat gambar 2). Kemudian mereka merinci apa saja yang perlu dilakukan dari sisi komunikasi di setiap tahapan tersebut.

Gambar 1 Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) Lifecycle



(Sumber: CDC, 2014)

Dalam kasus Indonesia, tersedianya panduan komunikasi dalam setiap tahapan pandemi diperlukan. Ini dapat dijadikan acuan bagi tim komunikasi atau pejabat yang berwenang untuk merumuskan pesan dan menentukan teknik penyampaian pesan yang tepat, misalnya menjelang datangnya pandemi. Dalam kasus Indonesia, salah satu tahapan komunikasi yang buruk terjadi menjelang terjadinya pandemi di mana beberapa pejabat mengeluarkan pernyataan yang terkesan meremehkan (Renaldi, 2020).

Keunggulan kedua, CERC secara teknis bersifat praktis, namun di sisi lain juga mempertimbangkan aspek-aspek non teknis dari sebuah krisis yang dapat dijadikan pertimbangan ketika kita merumuskan dan menyampaikan pesan. Dokumen CERC misalnya, membahas aspek psikologis dari krisis secara cukup detil dan disajikan dalam satu bab khusus. Ia menyediakan *tools* untuk memahami aspek psikologis masyarakat dalam kondisi krisis dan bagaimana itu dapat dijadikan bahan untuk perumusan pesan komunikasi. Dalam kondisi krisis, orang akan mencerna informasi dengan berbeda dengan ketika situasi normal. Untuk itu CERC menyarankan penyampaian pesan yang sederhana, dikaitkan dengan apa yang dipercayai di masyarakat, disampaikan oleh sumber (orang) yang kredibel, dan memastikan bahwa pesan pertama yang disampaikan adalah pesan yang akurat (Centers for Disease Control and Prevention, 2014).

Keunggulan ketiga, CERC terus diperbarui dari waktu ke waktu, baik sebagai dokumen secara keseluruhan maupun perbagian. Bagian Community engagement dan psychology of crisis, misalnya, telah diperbarui masing-masing pada 2018 dan 2019 (CDC, 2019; CDC, 2018). Pembaruan seperti ini sangat penting terutama untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan perkembangan teknologi yang dari tahun ke tahun terus berubah termasuk konvergensi media yang telah lebih dari satu dekade lalu muncul dan diadopsi oleh berbagai kalangan, termasuk para tokoh agama (Dulwahab, 2010).

b. Prinsip-prinsip CERC

Selain tiga keunggulan tersebut, dalam model CERC terdapat enam prinsip utama yang dapat diterapkan dalam rumusan dan praktik komunikasi pemerintah dalam penanganan Covid. Keenamnya terdiri dari *Be First*, *Be Right*, *Be Credible*, *Express Empathy*, *Promote Action*, dan *Show Respect*.

- 1) *Be First*. Selnow dan Seeger (2008) mengemukakan bahwa salah satu karakteristik dari sebuah krisis adalah ia memerlukan kesegeraan dalam penangannya. Ini mengindikasikan adanya *sense of urgency* dari peristiwa yang dikategorikan sebagai krisis. Aspek waktu, dengan demikian, sangat penting dalam penanganan krisis kesehatan seperti pandemi. Selain itu, prinsip *menjadi yang pertama* perlu diletakkan dalam dua hal. Pertama, dinamika pandemi biasanya berlangsung begitu cepat misalnya terkait persebaran virus maupun penambahan korban. Kedua, konteks sirkulasi informasi saat ini yang begitu cepat. Ada begitu banyak informasi yang beredar dari jam ke jam (bahkan menit ke menit). Karenanya, pemerintah perlu memastikan bahwa masyarakat mendapatkan informasi pertama dan akurat terkait pandemi dari mereka. Untuk memastikan kecepatan penyampaian informasi ini, tim komunikasi penanganan wabah juga perlu memiliki sistem monitoring peredaran informasi yang baik dan akurat.
- 2) *Be right*. Salah satu karakteristik krisis adalah adanya ketidakpastian (*uncertainty*). Prinsip *be right* pada dasarnya adalah bagian dari upaya untuk mengatasi masalah ketidakpastian tersebut. Dalam hal ini, selain perlu disampaikan dengan cepat, pesan komunikasi dalam CERC perlu disampaikan secara akurat. Aspek akurasi informasi menjadi tidak sulit karena pada saat yang sama tim komunikasi penanganan pandemi perlu menyeimbangkan antara kecepatan dan akurasi informasi. Kelalaian dalam menjaga keseimbangan antara kedua hal ini bisa berakibat fatal. Prinsip ini juga menjadi sangat penting mengingat hari ini begitu banyak *hoax* yang beredar terkait Covid 19. Melalui kajian literatur sistatis, Wang dkk. (2019) merekam banyaknya *hoax* yang beredar seputar isu kesehatan seperti pandemi dan vaksin. *Hoax* dalam bidang kesehatan sangat berbahaya karena ia bisa memperlambat dan mencegah proses penanganan masalah dan bahkan bisa mengancam keselamatan jiwa (Wang et al., 2019). Dan dalam kondisi krisis seperti pandemi, secara psikologis orang bisa lebih mudah percaya *hoax-hoax* tersebut, bahkan pada teori-teori konspirasi (Muller, 2020). Di titik ini pulalah prinsip akurasi informasi ini sangat diperlukan. Karena kesuksesan komunikasi di masa pandemi juga dapat dilihat dari sejauh mana ia bisa mengatasi ketidakpastian beserta rumor dan *hoax* yang beredar (Vaughan & Tinker, 2009).
- 3) *Be credible*. Dalam banyak literatur tentang komunikasi di masa pandemi, aspek yang sering dibahas (Abraham, 2011; Holmes, 2008; Siegrist & Zingg, 2014; Vaughan & Tinker, 2009). Dalam model CERC, kepercayaan publik dihasilkan dari proses komunikasi yang terbuka dan empati (Centers for Disease Control and Prevention, 2014). Kredibilitas tim komunikasi terutama berkaitan dengan sejauh mana mereka bersikap terbuka terhadap publik tentang informasi yang mereka ketahui dan tidak diketahui. Institusi yang berwenang dalam mengatasi pandemi harus memperlakukan publik sebagai orang dewasa yang bisa berpikir secara sehat. Ini perlu ditekankan karena kadang ‘pembatasan’ informasi dilakukan dengan asumsi untuk menghindari kepanikan di masyarakat. Padahal, justru informasi yang lengkap itu yang akan menjadi modal penting bagi masyarakat untuk bersikap dan mengambil keputusan yang masuk akal. Pembatasan, terlebih penyampaian informasi yang tidak jujur, pada gilirannya hanya akan menurunkan kepercayaan public kepada komunikator yang berwenang. Kredibilitas juga penting dalam menjali hubungan dengan para jurnalis, sehingga hubungan yang terjalin antara keduanya dapat bersifat mutualisme (Wibawa, 2018)
- 4) *Express Empathy*. Jika inti kredibilitas adalah keterbukaan dan kejujuran, maka prinsip empati terutama berkaitan dengan kepedulian dan keberpihakan pemerintah terhadap masyarakat. Pemerintah perlu secara tulus menunjukkan kepedulian kepada masyarakat, termasuk para korban yang terpapar virus, dalam bentuk perkataan dan ekspresi komunikasi lainnya. Seorang juru bicara tugas covid 19, misalnya, perlu menyampaikan tentang tantangan dan kesulitan warga dalam menghadapi pandemi ini, setelah itu ia dapat menyampaikan apa saja yang akan dilakukan pemerintah untuk mengatasi tantangan dan kesulitan tersebut. Terkait ini, pemerintah kita bisa belajar dari kegagalan pemerintah Hongkong pada tahun

2002-2003 dalam membangun kepercayaan publik dalam mengatasi wabah SARS. Pada saat wabah terbut mulai memasuki Hongkong di bulan November 2002, salah seorang pejabat pemerintah di sana malah menyampaikan informasi menganggap ringan wabah tersebut dengan mengatakan “tidak ada yang perlu dikhawatirkan” dan “tidak ada alasan untuk panik” (Lee, 2009). Pernyataan seperti ini seperti bernada positif, tapi sesungguhnya tidak bersikap sensitif terhadap apa yang tengah dirasakan masyarakat. Dalam situasi seperti ini, otoritas yang berwenang pertama-tama perlu menyampaikan permakluman tentang kecemasan yang dihadapi oleh warga kemudian menyampaikan saran-saran kongkrit tentang apa yang dilakukan tanpa menganggap enteng permasalahan.

- 5) *Promote Action*. Meneruskan prinsip empati, daripada menyamapikan pernyataan-pernyataan yang terkesan positif tapi menyepelekan permasalahan, pemerintah lebih baik menyampaikan anjuran-anjuran kongkrit tentang apa yang perlu dilakukan atau disiapkan untuk menghadapi pandemi. Namun, yang penting dicatat adalah, masyarakat akan mengikuti anjuran-anjuran pemerintah jika pemerintah mampu untuk untuk membangun kepercayaan masyarakat (Siegrist & Zingg, 2014) yang dalam CERC dapat dicapai melalui prinsip-prinsip komunikasi yang cepat, akurat, kredibel, dan berempati seperti tertulis dari empat prinsip di atas.
- 6) *Show respect*. Untuk memastikan komunikasi dapat dilaksanakan secara efektif, pemerintah perlu menghargai beragam ekspresi dan pengalaman masyarakat dalam menghadapi pandemi. Terlebih, pemerintah pun perlu menyampaikan penghargaan terhadap seluruh pihak yang telah berperan dalam upaya penanganan pandemi ini. Sikap mengharagai seperti ini akan mendorong terjadinya kerjasama yang lebih kuat antara beragam stakeholder dalam usaha untuk menangani pandemi (CDC, 2014). Penghargaan dalam hal ini harus dilakukan dengan tulus dan bukan hanya ditujukan untuk membangun citra yang kerap menjadi tujuan utama dalam kegiatan komunikasi dengan publik dari banyak lembaga pemerintah (Alfiani; Enjang; Betty, 2018).

4. Simpulan

Tingginya sentimen negatif masyarakat di media sosial terkait kebijakan penanganan pandemi Covid 19 menjadi salah satu indikator tentang masih lemahnya strategi dan praktik komunikasi yang dijalankan oleh pemerintah. Untuk memperbaikinya, tulisan ini mengajukan alternatif model komunikasi penanganan pandemi yang lebih sistematis yaitu model *crisis and emergency risk communication* (CERC). CERC memiliki keunggulan dari segi kelengkapan dalam penanganan krisis di tahapan sebelum, ketika, dan setelah krisis; kedua, ia bersifat praktis tapi juga mempertim-bangkan aspek-aspek nonteknis dari krisis (misalnya psikologis); ketiga, model CERC terus diperbarui dari waktu ke waktu. Model CERC berpijak pada enam prinsip utama yaitu *be first, be right, be credible, express emphaty, promote action*, dan *show respect*. Karenanya, model ini layak untuk dipertimbang-kan dan diterapkan sebagai model komunikasi untuk menagani pandemi yang saat ini berlangsung maupun pandemi serta krisis-krisis lain yang mungkin akan menjelang di masa yang akan datang.

Referensi

- Abdullah, A. (2020, April). Corona dan Bias Komunikasi. *Pikiran Rakyat*.
- Abraham, T. (2011). Lessons from the pandemic: the need for new tools for risk and outbreak communication. *Emerging Health Threats Journal*, 4(1), 7160.
<https://doi.org/10.3402/ehth.v4i0.7160>
- Adam, A. (2020). “Kikuknya” Menkes Terawan Menghadapi COVID-19. *Tirto.Id*, 1–16.
<https://tirto.id/kikuknya-menkes-terawan-menghadapi-covid-19-eD3a>
- Adhinegara, B. Y. (2020). *Si Kaya dan Si Miskin dalam Isi Kepala Jubir Corona*. 1–10.
<https://kumparan.com/bhima-yudhistira/si-kaya-dan-si-miskin-dalam-isi-kepala-jubir-corona-1t70z6ifBOK>
- Alfiani, Dera; AS, Enjang; Betty, T. (2018). *Manajemen Citra Kegiatan Media Relations Polda*

Jawa Barat. 12(2).

- Bajari, A. (2020, April 8). Penyakit Komunikasi. *Pikiran Rakyat*.
- Beck, U. (2012). Global Risk Society. In G. Ritzer (Ed.), *Encyclopedia of Globalization* (Vol. 1, pp. 1–3). Willey-Blackwell. <https://doi.org/10.5860/choice.45-0616>
- Centers for Disease Control and Prevention. (2014). *Crisis and Emergency Risk Communication* (2014th ed.).
- Centers for Disease Control and Prevention. (2018). *CERC: Crisis and Emergency Risk Communication. Community Engagement*.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2019). *Psychology of a Crisis 2019 Update CERC : Psychology of a Crisis*.
- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (Fourth). Sage.
- Damarjati, D. (2020, April 26). *Riset Indef: Warganet Tanggapi Negatif Kebijakan Pemerintah soal COVID-19*. Detik.Com.
- Dougall, E. K., Horsley, J. S., & McLisky, C. (2008). Disaster Communication: Lessons from Indonesia. *International Journal of Strategic Communication*, 2(2), 75–99. <https://doi.org/10.1080/15531180801958188>
- Dulwahab, E. (2010). Dakwah Di era Konvergensi Media. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5(16), 19–34.
- Holmes, B. J. (2008). Communicating about emerging infectious disease: The importance of research. *Health, Risk and Society*, 10(4), 349–360. <https://doi.org/10.1080/13698570802166431>
- Kemendes RI. (2009). *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 300/MENKES/SK/IV/2009 tentang Pedoman Penanggulangan Episenter Pandemi Influenza*.
- Kemendes RI. (2020). *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/104/2020 tentang Penetapan Infeksi Novel Corona Viruw (Infeksi 2019-nCov) sebagai Penyakit yang dapat Menimbulkan Wabah dan upaya Penanggulangannya*, (2020).
- Kemendes RI. (2020). *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (COVID-19) (Revisi IV)*.
- Kemendes RI. (2005). *Kepmenkes RI No 1653 Tahun 2005 tentang Pedoman Penanganan Bencana Bidang Kesehatan*.
- Lee, K. (2009). How the Hong Kong government lost the public trust in SARS: Insights for government communication in a health crisis. *Public Relations Review*, 35(1), 74–76. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2008.06.003>
- Lundgren, Regina E.; McMakin, A. H. (2013). *Risk Communication: A handbook for communicating environmental, safety, and health risks* (Fifth Edit). John Wiley & Son, Inc.
- Muller, R. T. (2020). *Covid-19 Brings a Pandemic of Conspiracy Theories*. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/talking-about-trauma/202004/covid-19-brings-pandemic-conspiracy-theories>
- Mulyana, D. (2020, April 28). Komunikasi Mitigasi Corona. *Pikiran Rakyat*.
- Ratzan, S. C., & Moritsugu, K. P. (2014). Ebola crisis - Communication chaos we can avoid. *Journal of Health Communication*, 19(11), 1213–1215. <https://doi.org/10.1080/10810730.2014.977680>
- Renaldi, A. (2020). Simak Kompilasi Guyonan Pejabat Indonesia Soal Virus Corona, Agar Harimu Lebih “Cringy.” *Vice*, 1–15. https://www.vice.com/id_id/article/pkeqag/guyonan-pejabat-indonesia-soal-virus-corona
- Reynolds, Barbara J.; Galdo, Julia Hunter; Sokler, L. (2002). *Crisis and emergency risk communication*. Centres for Disease Control and Prevention. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511902482.024>
- Reynolds, B., & Quinn Crouse, S. (2008). Effective communication during an influenza pandemic:

- the value of using a crisis and emergency risk communication framework. *Health Promotion Practice*, 9(4 Suppl), 13–17. <https://doi.org/10.1177/1524839908325267>
- Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model. *Journal of Health Communication: International Perspectives*, 10(1), 43–55. <https://doi.org/10.1080/10810730590904571>
- Penanganan covid-19: protokol komunikasi publik, Kantor Staf Presiden (2020). <http://ksp.go.id/wp-content/uploads/2020/03/Protokol-Komunikasi-COVID-19.pdf>
- Sellnow, Timothy; Matthew, W. S. (2013). *Theoritizing Crisis Communication*. John Wiley & Sons, Inc.
- Siegrist, M., & Zingg, A. (2014). The role of public trust during pandemics: Implications for crisis communication. *European Psychologist*, 19(1), 23–32. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000169>
- Telg, R. (2010). *Risk and Crisis Communication : When Things Go Wrong*. <https://edis.ifas.ufl.edu/wc093>
- Tempo.co. (2020). ' Rp 72 Miliar Untuk Influencer ': Cara Indonesia Merespon Virus Corona. February, 1–10. <https://www.tempo.co/abc/5348/rp-72-miliar-untuk-influencer-cara-indonesia-merespon-virus-corona>
- https://emergency.cdc.gov/cerc/ppt/CERC_CommunityEngagement.pdf
- Vaughan, E., & Tinker, T. (2009). Effective health risk communication about pandemic influenza for vulnerable populations. *American Journal of Public Health*, 99(SUPPL. 2), 324–332. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2009.162537>
- Veil, S., Reynolds, B., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2008). CERC as a theoretical framework for research and practice. *Health Promotion Practice*, 9(4 Suppl), 26–34. <https://doi.org/10.1177/1524839908322113>
- Walaski, P. (2011). *Risk and Crisis Communications*. John Wiley & Son, Inc.
- Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. *Social Science and Medicine*, 240(August), 112552. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>
- WHO. (2005). *Outbreak Communication: Best practices for communicating with the public during an outbreak* (Issue September).
- WHO. (2008). World Health Organization outbreak communication planning guide. In *World Health Organization*. World Health Organization (WHO). <http://www.who.int/ihr/elibrary/WHOOutbreakCommsPlanngGuide.pdf>
- WHO. (2005). WHO Outbreak Communication Guidelines. In *WHO Outbreak Communication Guidelines*. http://www.who.int/csr/resources/publications/WHO_CDS_2005_28en.pdf
- WHO. (2020). *Risk communication and community engagement (RCCE) readiness and response to the 2019 novel coronavirus (2019-nCoV)*. [https://www.who.int/publications-detail/risk-communication-and-community-engagement-readiness-and-initial-response-for-novel-coronaviruses-\(-ncov\)](https://www.who.int/publications-detail/risk-communication-and-community-engagement-readiness-and-initial-response-for-novel-coronaviruses-(-ncov))
- Wibawa, D. (2018). Communication pattern of Indonesian journalists with news source in the internet era. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(1), 316–329. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3401-19>

Biografi Penulis



Enjang AS merupakan dosen yang juga menjabat sebagai Wakil Dekan I Bidang Akademik pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung. Ia meraih gelar doktornya dari Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.



Darajat Wibawa merupakan dosen yang juga menjabat sebagai Ketua Jurusan ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung. Ia meraih gelar doktornya dari Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.



Encep Dulwahab merupakan dosen yang juga menjabat sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung. Saat ini ia juga tengah menempuh studi doctoral pada jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.



Acep Muslim merupakan dosen pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung. Ia menamatkan studi pada Program Studi *Global Media Communication*, The University of Melbourne.