

MEDIA, KOMUNIKASI DAN INFORMASI DI MASA PANDEMI COVID-19

MEDIA, KOMUNIKASI DAN INFORMASI DI MASA PANDEMI COVID-19

Penulis :

Soraya Fadhal, St. Tri Guntur Narwaya, Muhamad Sulhan, Agus Triyono, Muchammad Nasucha, M. Ghozali Moenawar, Betty Gama, Erwin Kartinawati, Kheyene Molekandella Boer, Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Moh. Zuhdi, Lukman Hakim, Deavvy M.R.Y. Johassan, Narayana Mahendra Prastya, Nadia Wasta Utami, Udi Rusadi, Pipit Fitriyah, Ahmad Fatoni, Inadia Aristyavani, Besti Rohana Simbolon, Ridwan Setiawan Daradjat, Falimu, Rizaldi Parani, Kun Wazis, Pundra Rengga Andhita, Rr. Wuri Arenggoasih dan Ifadatul Khabibah, Sulvinajayanti, Rama Kertamukti, Bono Setyo, Diah Ajeng Purwani, Rocky Prasetyo Jati, Mira Herlina, Yoyoh Hereyah, Indiwani Seto Wahjuwibowo, Loina Lalolo Krina Perangin-angin, Dendy Riksandi, Dasrun Hidayat, Gayes Mahestu, Desliana Dwita, Ansar Suherman, Suyono, Deardra Nurriel, Pulung Setiosuci Perbawani, Fadjarini Sulistyowati, Agus Hermanto, Aminah Swarnawati, Lidya Wati Evelina, Mulharnetti Syas, Lalita Hanief, Dr. Ni Made Ras Amanda Gelgel, Zainuddin Muda Z. Monggilo, Sika Nur Indah, Elok Perwirawati, Hadi Purnama, Monika Teguh, Ni Nyoman Ayu Sari Utami Dewi, Erwan Sudiwijaya, Nunik Hariyani, Stefanus Bayu Yubillianto, Indiwani Seto Wahjuwibowo.

Editor :

Nurudin, Didik Haryadi Santoso, Fajar Junaedi



Media, Komunikasi dan Informasi di Masa Pandemi Covid-19

© Penulis

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Rights Reserved

620 hal (x +610 hal), 15 cm x 23 cm

Cetakan Pertama, Agustus 2020

ISBN: 978-623-6615-05-8

Penulis :

Soraya Fadhal, St. Tri Guntur Narwaya, Muhamad Sulhan, Agus Triyono, Muchammad Nasucha, M. Ghozali Moenawar, Betty Gama, Erwin Kartinawati, Kheyene Molekandella Boer, Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal, Moh. Zuhdi, Lukman Hakim, Deavvy M.R.Y. Johassan, Narayana Mahendra Prastya, Nadia Wasta Utami, Udi Rusadi, Pipit Fitriyah, Ahmad Fatoni, Inadia Aristyavani, Besti Rohana Simbolon, Ridwan Setiawan Daradjat, Falimu, Rizaldi Parani, Kun Wazis, Pundra Rengga Andhita, Rr. Wuri Arenggoasih dan Ifadatul Khabibah, Sulvinajayanti, Rama Kertamukti, Bono Setyo, Diah Ajeng Purwani, Rocky Prasetyo Jati, Mira Herlina, Yoyoh Hereyah, Indiwani Seto Wahjuwibowo, Loina Lalolo Krina Perangin-angin, Dendy Riksandi, Dasrun Hidayat, Gayes Mahestu, Desliana Dwita, Ansar Suherman, Suyono, Deardra Nurriel, Pulung Setiosuci Perbawani, Fadjarini Sulistyowati, Agus Hermanto, Aminah Swarnawati, Lidya Wati Evelina, Mulharnetti Syas, Lalita Hanief, Dr. Ni Made Ras Amanda Gelgel, Zainuddin Muda Z. Monggilo, Sika Nur Indah, Elok Perwirawati, Hadi Purnama, Monika Teguh, Ni Nyoman Ayu Sari Utami Dewi, Erwan Sudiwijaya, Nunik Hariyani, Stefanus Bayu Yubillianto, Indiwani Seto Wahjuwibowo.

Editor :

Nurudin, Didik Haryadi Santoso, Fajar Junaedi

Perancang Sampul:

Nasrul Nasikh

Tata letak :

Ibnu T.W

Penerbit:

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
Komunikasi Publik di Tengah Krisis: Tinjauan Komunikasi Pemerintah dalam Tanggap Darurat Pandemi Covid-19 <i>Soraya Fadhal</i>	1
Pandemi, Distorsi Komunikasi dan Narasi ‘Hantu Komunis’ <i>St. Tri Guntur Narwaya</i>	26
Pupusnya Nilai Deliberatif dalam Keterbukaan Informasi Publik Penanganan Pandemi Covid-19 <i>Muhamad Sulhan</i>	41
Menakar Keterbukaan Informasi Publik di Tengah Pandemi Covid-19 <i>Agus Triyono</i>	59
Covid-19, Asimetri dan Keterbukaan Informasi Publik <i>Muchammad Nasucha, dan M. Ghozali Moenawar</i>	74
Keterbukaan Informasi Pada Masa Pandemi Covid-19 <i>Betty Gama, Erwin Kartinawati</i>	94
Kematangan Informasi, Mampukah Membantu Menekan Penularan Covid-19? <i>Kheyene Molekandella Boer</i>	102
Konsep Keterbukaan Informasi-Komunikasi: Pendekatan Responsif Bukan Reaktif, Sebuah Orkestrasi <i>Ade Putranto Prasetyo Wijiharto Tunggal</i>	111
Menyoal Narasi Komunikasi Publik Terkait Covid-19 pada Akun Twitter Presiden Joko Widodo dalam Paradigma Naratif Walter Fisher <i>Moh. Zuhdi</i>	119
Korona dan Problem Komunikasi yang Melingkupinya <i>Lukman Hakim</i>	132
Komunikasi di Masa Pandemi (Kajian Teori Paradigma Naratif Walter Fisher) <i>Deavvy M.R.Y. Johassan</i>	144

Analisis Pesan Komunikasi Krisis Kementerian Agama RI di Masa Pandemi Covid-19 (Kasus Pembatalan Pemberangkatan Jamaah Haji Indonesia) <i>Narayana Mahendra Prastyana Dan Nadia Wasta Utami</i>	154
Bising Politik dalam Komunikasi Mengatasi Pandemi Covid-19 <i>Udi Rusadi</i>	168
<i>Communication and Network</i> Krisis Badan Penanggulangan Bencana Indonesia pada Era Transisi Covid-19 di Twitter <i>Pipit Fitriyah, dan Ahmad Fatoni</i>	180
<i>Government Communication</i> dan Komunikasi Resiko <i>Inadia Aristyavani</i>	196
Komunikasi Krisis Pemerintah Era Pandemi Covid-19 di Media Massa <i>Besti Rohana Simbolon</i>	211
Komunikasi <i>New Normal</i> Masa Pandemi Covid-19 <i>Ridwan Setiawan Daradjat</i>	222
Komunikasi Pemerintah dalam Keputusan <i>Social Distancing</i> <i>Falimu</i>	232
Komunikasi Pemerintah, Transparansi, dan <i>Trust</i> sebagai Modal Sosial Menghadapi Pandemi Covid-19 <i>Rizaldi Parani</i>	239
Komunikasi Pesantren Melawan Pandemi Covid-19 saat <i>New Normal</i> <i>Kun Wazis</i>	253
Penerapan CERC Model dalam Krisis Komunikasi <i>Pundra Rengga Andhita</i>	265
Peran Pemerintah sebagai Aktor dalam Jaringan Komunikasi pada Pemberitaan Di Masa Pandemi Covid19 <i>Rr. Wuri Arenggoasih Dan Ifadatul Khabibah</i>	275
Covid-19 dalam Kacamata Komunikasi Krisis <i>Sulvinajayanti</i>	291
Analisa Karakteristik Unggahan Instagram #Untiltomorrow pada Masa Pandemi Covid 19 <i>Rama Kertamukti, Bono Setyo, Diah Ajeng Purwani</i>	303
Dimensi Media Hiperlokal Infotangerang.co.id pada Pemberitaan Covid-19 <i>Rocky Prasetyo Jati, Dan Mira Herlina</i>	317

Framing Berita Pemindahan Ibu Kota Negara di Era Pandemi Covid-19 <i>Yoyoh Hereyah, Dan Indiwani Seto Wahjuwibowo</i>	330
Infodemic Covid-19 dalam Ruang Komunitas Virtual <i>Loina Lalolo Krina Perangin-Angin</i>	351
Instagram Media Informasi Publik <i>Workout From Home</i> di Tengah Pandemi Covid-19 <i>Dendy Riksandi, Dasrun Hidayat</i>	364
Konsumsi Hoax di Era Pandemic <i>Gayes Mahestu</i>	376
Konsumsi Media Penderita OCD <i>Desliana Dwita</i>	385
Media Sosial dan Pembangunan Komunikasi Krisis-Inklusif <i>Ansar Suherman</i>	393
<i>New Normal</i> dan Irasionalitas Media Sosial <i>Suyono</i>	403
Media Sosial dan Proses Kuantifikasi Diri pada Masa Pandemi Covid-19 <i>Deardra Nurriel dan Pulung Setiosuci Perbawani</i>	415
Program Acara Belajar dari Rumah: Peran TVRI sebagai Media Publik di Masa Pandemi Covid-19 <i>Fadjarini Sulistyowati</i>	426
Social Distancing dalam Pesan Iklan TV Layanan Masyarakat ANTV <i>Agus Hermanto dan Aminah Swarnawati</i>	438
<i>Virtual Photo Shoot</i> Budaya Populer Di Tengah Pandemic Covid-19 <i>Lidya Wati Evelina</i>	450
Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan tentang Covid-19 <i>Mulharnetti Syas</i>	460
Etika Jurnalistik Pemberitaan Covid-19 pada <i>Citizen Journalism</i> Akun Instagram Wargabangsa <i>Lalita Hanief</i>	472
Jurnalis dan Media Lokal Bertahan Hidup dalam Hantaman Covid-19 <i>Dr. Ni Made Ras Amanda Gelgel</i>	

Jurnalis Indonesia di Masa Pandemi Covid-19: Kisah Profesi dan Catatan Harapan <i>Zainuddin Muda Z. Monggilo</i>	495
Menelisik Kerja dan Etika Wartawan di Masa Covid-19 <i>Sika Nur Indah</i>	514
Opini Publik tentang Peran Media Sosial dan Komunikasi Kedermawanan di Era Pandemi Covid-19 <i>Elok Perwirawati</i>	528
Pertarungan Opini di Tengah Infodemik: Strategi Melawan Hoaks Seputar Covid-19 <i>Hadi Purnama</i>	538
Komik Kita Si Binsa Sebagai Alat Komunikasi TNI pada Masa Pandemi Covid-19 <i>Monika Teguh, Ni Nyoman Ayu Sari Utami Dewi</i>	549
Membangun Relasi <i>Brand</i> di Masa Pandemi <i>Erwan Sudiwijaya</i>	562
Pemilihan Media “ <i>Conversation</i> ” Pemasaran Produk Era Pandemi <i>Nunik Hariyani</i>	571
Representasi Citra Garuda Indonesia di Masa Covid-19 (Studi Semiotika Roland Barthes pada Korporat Garuda Indonesia) <i>Stefanus Bayu Yubillianto dan Indiwani Seto Wahjuwibowo</i>	577
BIODATA PENULIS	589

KETERBUKAAN INFORMASI PADA MASA PANDEMI COVID-19

Betty Gama, Erwin Kartinawati

Pendahuluan

Sejak virus Corona (Covid-19) menyebar, pemberitaan media massa dan isi media sosial dipenuhi dengan segala hal berkaitan dengan corona. Wabah corona tidak saja mengancam jiwa manusia tetapi juga berdampak pada bidang ekonomi, sosial, dan politik. UU No. 24/2007 tentang Penanggulangan Bencana menyebutkan ada tiga jenis bencana yaitu bencana alam, bencana non alam, dan bencana sosial. Pandemi covid-19 merupakan salah satu contoh dari bencana non alam.

Berita menjadi salah satu produk utama media dalam rangka memenuhi kebutuhan naluri manusia yang ingin tahu tentang suatu peristiwa. Berita merupakan laporan tentang fakta atas suatu peristiwa, yang dicari dan dilaporkan oleh reporter ke masyarakat (Suhandang, 2016). Berita merupakan laporan terkini tentang fakta atau pendapat yang penting dan atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media (Josef, 2009). Covid-19 merupakan fakta yang dilaporkan oleh para reporter ke masyarakat melalui media massa dan kini juga terperantara melalui media sosial. Ada tiga tahap dalam suatu proses penyebaran berita yakni *newsbreak*, diseminasi dan saturasi. *Newsbreak* merupakan situasi dimana reporter menyampaikan fakta-fakta penting berita kepada organisasi media, kemudian organisasi media yang memublikasikan atau menyiarkannya ke masyarakat. Tahap diseminasi merupakan periode selama berita menyebar melalui khalayak dan selama fakta-fakta menjadi diketahui anggota komunitas atau masyarakat. Tahap terakhir disebut saturasi, yakni saat berita telah diketahui (didengar, dibaca, dilihat) oleh minimal 90 persen dari jumlah penduduk (Tubbs & Moss, 2011).

Dalam situasi bencana seperti saat ini, media massa memiliki peran penting dalam penyebaran informasi ke masyarakat. Kebutuhan akan informasi dalam situasi genting seperti masa pandemi saat ini juga menjadi sangat tinggi. Masyarakat membutuhkan kejelasan

dan keterbukaan informasi guna mengurangi ketidakpastian yang berdampak pada munculnya efek psikologis seperti kecemasan, ketakutan, dan lain sebagainya. Posisi penting dipegang oleh pemerintah dalam situasi bencana seperti sekarang. Tak hanya dalam bentuk penanganan cepat dalam menanggulangi penyebaran penyakit, namun juga sisi-sisi lain yang diakibatkan oleh pandemi covid-19.

Kejelasan dan keterbukaan informasi dari pemerintah sangat penting bagi masyarakat guna membantu memutus penyebaran virus yang belum ditemukan penanganan efektifnya ini. Media massa masih menjadi sarana paling efektif dalam penyebaran informasi ke publik. Komunikasi melalui media yang ditempuh tentunya tidak sekadar menyampaikan keadaan apa adanya namun komunikasi yang efektif agar pesan yang disampaikan ke publik, dapat menimbulkan efek sesuai diharapkan pemerintah.

Agar komunikasi terjadi secara efektif, dalam situasi bencana termasuk seperti saat ini, menurut The Centers for Disease Control and Prevention (CDC), pemerintah harus memerhatikan lima hal. Kelimanya merupakan syarat atau kunci utama yakni sumber informasi yang kredibel; kejujuran dan keterbukaan informasi; bertujuan membujuk orang mengambil tindakan yang mengurangi bahaya tertular; disusun berdasarkan pendapat para ahli atau bukan amatiran; dan konsisten (Seeger, 2020). Kredibilitas sumber pesan berkaitan dengan pihak atau penyampai informasi yang dapat dipercaya dan harus memiliki keahlian. Sementara kejujuran dan keterbukaan informasi disyaratkan agar dapat mengurangi terjadinya rumor, kecemasan dan kepanikan yang tidak perlu. Kejujuran perlu dilakukan dalam mengomunikasikan apa yang diketahui dan tidak diketahui terkait faktor risiko. Selain itu kejujuran dalam menyampaikan informasi harus menghindari upaya menyembunyikan informasi dengan dalih menghindari terjadinya kepanikan dan menawarkan skenario yang terlalu optimistis dan dilarang untuk membungkam suara-suara yang mengekspresikan kekhawatiran.

Keterbukaan Informasi di Masa Pandemi

Dalam situasi krisis, berita bisa menyebar begitu cepat hingga berpotensi melumpuhkan jajaran manajemen sebelum mereka bisa mengontrol situasi dengan efektif (Millar & Heath, 2004). Oleh

karena itu, dalam situasi krisis, keterbukaan informasi menjadi sangat penting. Hal yang harus dilakukan pemerintah adalah melakukan komunikasi yang meyakinkan tanpa berlebihan (Sandman, Peter M; Lanard, 2004). Komunikasi media yang dilakukan pemerintah pada pandemi Covid-19, berdasarkan pengamatan masih belum efektif. Hal itu disebabkan masih banyaknya pernyataan pihak pemerintah yang kerap berlebihan, misalnya pernyataan kementerian kesehatan yang menantang peneliti Harvard untuk membuktikan virus corona ada di Indonesia (CNN, 2020), pernyataan menteri kesehatan yang cenderung mengecilkan corona dan membandingkannya dengan difteri (Setiawan, Aries; Darmawan, 2020).

Dasar dari komunikasi krisis adalah memberikan respons dengan segera begitu krisis terjadi, dengan pesan yang terbuka dan jujur kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik itu yang terpengaruh secara langsung atau tidak langsung (Prastya, 2011), (Ardiyanti, 2020). Menurut Argenti (2009: 259), ada kondisi yang umum yang terjadi dalam krisis yaitu elemen-elemen yang sifatnya tak terduga, informasi yang tidak mencukupi, dan begitu cepatnya dinamika terjadi. Coombs (2006) menyatakan, ada tiga prinsip utama dalam komunikasi krisis, yaitu menyampaikan pesan dengan cepat atau segera menyampaikan pesan; konsisten; dan terbuka.

Prinsip pertama adalah respon yang cepat yang berarti memberikan kesempatan bagi pemangku kepentingan, terutama media massa untuk mengetahui tentang apa yang sebenarnya terjadi. Respon yang lambat justru memberikan kesempatan bagi pihak lain terutama yang ingin menghancurkan reputasi organisasi atau perusahaan untuk mengisi kekosongan informasi tersebut dengan spekulasi atau informasi yang salah. Ketika virus corona muncul di awal bulan Maret tahun 2020 ini, berbagai kesimpangsiuran informasi disampaikan pejabat negara. Mulai dari masuknya virus corona di Indonesia, hingga anggapan masyarakat kebal akan wabah corona. Statemen dari sejumlah pejabat justru menunjukkan ada kesalahan aspek komunikasi negara ke masyarakat.

Pejabat negara justru terkesan santai dan dimana negara-negara lain sudah mengambil Langkah antisipasi. Sebagai contoh bisa diambil adalah adanya pihak-pihak yang membenturkan kebijakan yang dikeluarkan Gubernur DKI Anies Bawesdan dengan kebijakan

dalam menggunakan media sosial. Para pejabat perlu untuk berpuasa dalam memberikan statemen di media sosial sebab corona bukanlah obyek yang dapat dibuat sebagai bahan gurauan (Sukoyo, 2020). Hingga sejauh ini dapat dilihat pola komunikasi krisis di tengah pandemi Covid-19 belum dilaksanakan dengan terstruktur. Dampak dihasilkan adalah kebijakan yang tumpang tindih dan membingungkan masyarakat. Beberapa kebijakan yang membingungkan masyarakat antara lain larangan mudik lebaran atau hari raya, aturan prosedur bagi warga yang mudik, kebijakan new normal, dan sebagainya. Prinsip ketiga adalah keterbukaan. Menurut Coombs (2006), prinsip ini merupakan satu-satunya prinsip yang kontroversial. Kontroversi muncul akibat interpretasi yang berbeda terhadap pemahaman keterbukaan. Interpretasi pertama adalah keterbukaan diartikan bahwa orang-orang dalam organisasi (yang berwenang untuk memberikan pernyataan) selalu siap dan bersedia untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan, terutama media massa. Keengganan untuk berkomunikasi dengan pemangku kepentingan akan menimbulkan kesan bahwa organisasi tersebut sangat tertutup, berusaha menyembunyikan sesuatu, atau tidak mampu menangani krisis. Interpretasi kedua mengenai keterbukaan adalah pengungkapan secara terbuka sepenuhnya (*full disclosure*), yakni organisasi harus mengatakan semua yang mereka ketahui tentang krisis segera setelah mereka mendapatkan informasi. Pemerintah telah membentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Gugus tugas ini diketuai oleh kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana yang berada di bawah dan bertanggungjawab kepada presiden. Oleh karena itu dalam mengomunikasikan kebijakan yang diambil saat ini dan ke depan, pemerintah harus lebih jelas, lebih logis dan lebih bisa dipahami masyarakat. Jangan menggunakan strategi komunikasi *equivocal* karena pesan yang disampaikan menjadi tidak jelas, tidak langsung dan tidak lugas. Mengapa hal tersebut harus dihindari sebab pada masa krisis justru terjadi peningkatan tajam kepercayaan publik terhadap pemerintah. Di Indonesia indeks kepercayaan publik kepada pemerintah pada Mei 2020 mencapai angka 61 persen. Capaian tersebut merupakan yang tertinggi selama 20 tahun terakhir (Ernes, 2020). Covid-19 mengajarkan kepada kita untuk hidup lebih bersih dan lebih sehat. Pesan jaga jarak, di rumah saja, bekerja dari rumah, *work from home* merupakan pendekatan budaya. Aspek budaya pada penyampaian

komunikasi krisis kepada publik sangat penting. Memahami aspek budaya masyarakat akan membantu dalam memahami kerentanan budaya, mengembangkan rencana intervensi khusus, serta menentukan metode yang tepat untuk mengatasi krisis pandemi Covid-19 (Hasna, 2020). Pesan dalam komunikasi krisis semestinya disesuaikan dengan khalayak yang menjadi target. Penyampaian pesan tidak harus melalui media massa karena tidak semua orang menggunakan media arus utama untuk mendapatkan berbagai informasi. Isi pesan harus berbeda sesuai target dan ada satu tokoh yang berbicara dengan tepat kepada masyarakat. Dalam situasi yang penuh ketidaknyamanan dan ketidakpastian saat bencana covid-19 maka komunikasi menjadi kunci sekaligus bagian dari solusi.

Daftar Pustaka

- Ardiyanti, H. (2020, April). KOMUNIKASI MEDIA YANG EFEKTIF PADA PANDEMI COVID-19. *Majalah Info Singkat DPR RI Vol 12 No 7*. Retrieved from [http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info Singkat-XII-7-I-P3DI-April-2020-199.pdf](http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XII-7-I-P3DI-April-2020-199.pdf)
- Argenti, P. A. (2009). *Corporate Communication*. New York: McGraw Hill.
- Assegaf, J. S. (2020). Pengin Corona Berakhir? Rudy Wali Kota Solo: Yo Do Manuto! Retrieved June 15, 2020, from solopos.com, 31 Maret 2020 website: <https://m.solopos.com/pengin-corona-berakhir-rudy-wali-kota-solo-yo-do-manuto-1054353>
- Coombs, T. W. (2006). Crisis Management: A Communicative Approach. In C. H. B. V. Hazleton (Ed.), *Public Relations Theory II*. Mahwah New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ernes, Y. (2020). Survei soal Penanganan Corona: Kepercayaan Publik ke Pemerintah Tinggi. Retrieved June 15, 2020, from DetikNews Kamis, 05 Mar 2020 16:16 WIB website: <https://news.detik.com/berita/d-4926730/survei-soal-penanganan-corona-kepercayaan-publik-ke-pemerintah-tinggi>
- Hasna, S. (2020). Bagaimana Seharusnya Penanganan Komunikasi Krisis COVID-19 di Indonesia? Retrieved June 15, 2020, from kumparan.com, 10 Mei 2020 11:33 website: <https://kumparan.com/sofia-hasna/bagaimana-seharusnya-penanganan-komunikasi-krisis-covid-19-di-indonesia-1tKVNRmhM6i/full>
- Indonesia, C. (2020). Menkes Tantang Harvard Buktikan Virus Corona di Indonesia. Retrieved June 15, 2020, from Selasa, 11/02/2020 20:09 WIB website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200211195637-20-473740/menkes-tantang-harvard-buktikan-virus-corona-di-indonesia>
- Josef, J. (2009). *To be a Journalist* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Millar, Dan Pyle; Heath, R. L. (Ed.). (2004). *Responding to crisis: a rhetorical approach to crisis communication*. New York: Routledge.
- Prastya, N. M. (2011). Komunikasi Krisis di Era New Media dan Social Media. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 1–20. Retrieved from <https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6374>

- Sandman, Peter M; Lanard, J. (2004). *Crisis Communication: Guidelines for Action Planning What to Say When Terrorists, Epidemics, or Other Emergencies Strike*. Retrieved from https://www.psandman.com/handouts/AIHA/AIHA_book.pdf
- Seeger, M. (2020). Crisis communication researcher shares 5 key principles that officials should use in coronavirus. Retrieved March 31, 2020, from theconversation.com website: <https://theconversation.com/crisis-communication-researcher-shares-5-key-principles-that-officials-should-use-in-coronavirus-133046>
- Setiawan, Aries; Darmawan, Z. (2020). Menkes: Difteri Saja Kita Enggak Takut, Apalagi Corona. Retrieved June 15, 2020, from vivanews.com, 2 Maret 2020 website: <https://www.vivanews.com/berita/nasional/38785-menkes-difteri-saja-kita-enggak-takut-apalagi-corona>
- Suhandang, K. (2016). *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Sukoyo, Y. (2020). Komunikasi Bencana Covid-19 Harus Dilakukan Satu Pintu. Retrieved June 15, 2020, from beritasatu.com 6 April 2020 website: <https://www.beritasatu.com/nasional/617387-komunikasi-bencana-covid19-harus-dilakukan-satu-pintu>
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2011). *Human Communication*. Bandung: Rosdakarya.