

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Akun Instagram @pandemictalks

Akun Instagram @pandemictalks merupakan salah satu *platform* edukasi yang dibentuk pada masa awal pandemi oleh tiga orang inisiator yaitu Dr. Muhammad Kamil (dokter), Firdza Radiany (*data analyst* dan *marketing communication*), dan Mutiara Anissa (dosen biologi molekuler). Berasal dari latar belakang yang berbeda-beda, ketiga inisator tersebut membentuk sebuah *platform* di media sosial Instagram bernama @pandemictalks. Alasan terbentuknya *platform* ini berawal dari adanya gap informasi terkait pandemi Covid-19 di Indonesia. Melalui video yang diunggah lewat akun Instagram @pandemictalks, para inisiator mengungkapkan bahwa isu kesehatan merupakan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga diperlukan adanya keterbukaan data melalui media sosial. Selain itu, Instagram @pandemictalks hadir menjadi salah satu *platform* yang bertujuan untuk memberikan informasi dan data seputar Covid-19 di Indonesia. *Platform* ini dibentuk untuk mendistribusikan informasi terkait pandemi Covid-19 dengan lebih terbuka dan lugas (Mazida dkk., 2021, h. 2).

Menurut Maharani (2020) pandemictalks merupakan akun Instagram yang berfokus untuk menggabungkan dan menyajikan data-data resmi mengenai Covid-19 dengan cara yang sederhana, transparan, dan blak-blakan. Instagram @pandemictalks berusaha menjadi salah satu *platform* yang

bertujuan untuk menyebarkan informasi secara berkelanjutan terkait Covid-19. Informasi yang diberikan tidak hanya dari spektrum kesehatan saja melainkan juga dari sisi sains dan sosial.

Berdasarkan data-data yang diperoleh melalui media, Instagram @pandemictalks menjahit serta merangkai informasi yang ada dalam bentuk berbagai jenis konten. Menurut pengamatan peneliti melalui Instagram @pandemictalks, jenis konten yang dibagikan kepada *followers* terbagi menjadi tiga bentuk yaitu konten berupa data yang disertai gambar dan grafis, *podcast* melalui Instagram TV, dan video dengan menggunakan fitur *reels*. Berbagai jenis konten terkait Covid-19 yang dibuat oleh pandemictalks selalu menekankan pada aspek visual dengan menyertakan ilustrasi, grafis, dan suara. Hal ini dilakukan supaya pesan yang ingin disampaikan dapat menarik perhatian *followers* dalam membaca konten yang disajikan (NN, 2020). Konten-konten berupa informasi seputar pandemi Covid-19 disajikan secara beragam. Mulai dari informasi pencegahan penularan virus, vaksinasi, aturan pemerintah terkait Pembatasan Pemberlakuan Kegiatan Masyarakat (PPKM), peraturan karantina, munculnya virus varian baru, dan lain sebagainya. Dalam memproduksi konten yang ada di Instagram, pandemictalks tidak melalui proses editorial semacam media yang lain. Hal inilah yang membuat Instagram @pandemictalks menjadi unik karena *platform* ini mampu memberikan *update* informasi terkini dan sering mengunggah konten yaitu 1-4 kali dalam sehari.

Merintis sebagai *platform* edukasi di masa pandemi Covid-19 yakni pada bulan April 2020, kini akun Instagram @pandemictalks memiliki jumlah

*followers* sebanyak 396 ribu (data per 23 Februari 2022). Selain itu, sebagai salah satu inisiator @pandemictalks, Firdza Radiany dalam akun Instagramnya memaparkan rekap *insight* Instagram @pandemictalks tahun 2021 dalam kurun waktu sebelas bulan membuahkan hasil yang sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *account reached* yang mampu mencapai 7,6 juta dengan *impressions* 228 juta padahal jumlah *followers* hanya 396 ribu.

Selama masa pandemi Covid-19, Instagram @pandemictalks rutin memberikan informasi dan edukasi terkait Covid-19 khususnya mengenai virus varian baru Omicron yang sudah masuk ke Indonesia sejak Desember 2021. Instagram @pandemictalks ikut serta dalam menyampaikan pesan-pesan terbaru kaitannya dengan virus Omicron yang cukup cepat menular dibandingkan virus jenis lain. Beberapa konten yang diunggah pada Instagram @pandemictalks selama masa pandemi Covid-19 dari tanggal 27 November 2021 hingga 22 Februari 2020 mengenai virus Omicron antara lain:

#### 1. *Update* Data Perkembangan Virus Omicron





Gambar 2.1 Update Data Perkembangan Virus Omicron  
 Sumber: Instagram @pandemictalks

Selama masa pandemi Covid-19, masyarakat membutuhkan informasi mengenai peningkatan kasus virus Omicron secara cepat dan ringkas. Melalui konten yang diunggah, Instagram @pandemictalks menyajikan informasi terbaru mengenai data-data perkembangan kasus Covid-19 khususnya varian Omicron di Indonesia maupun negara lain. Informasi terbaru yang disebarakan berkaitan dengan kasus pertama virus Omicron yang terdeteksi di Indonesia, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di daerah tertentu,

hingga pelaksanaan Pembelajaran Tatap Muka (PTM) di sekolah yang harus dipertimbangkan karena meningkatnya kasus virus Omicron. Pesan-pesan yang disampaikan berasal dari sumber-sumber yang dapat dipertanggungjawabkan seperti media besar di Indonesia yaitu Kompas TV, Kompas.com, Perupa Data, Detik, Tempo, Kumparan, *World Health Organization* (WHO), *Our World In Data*, dan *Global Initiative on Sharing All Influenza Data* (GISAID). Informasi yang diberikan oleh Instagram @pandemictalks berisi data lengkap dan juga *feeds* dengan menggunakan dukungan gambar dan warna tulisan yang mencolok sehingga mampu menarik perhatian *followers*.

## 2. Konten Edukasi Mengenai Virus Omicron



Gambar 2.2 Konten Edukasi Mengenai Virus Omicron  
 Sumber: Instagram @pandemictalks

Instagram @pandemictalks juga menyajikan pesan-pesan edukatif yang berkaitan dengan virus Omicron. Pesan-pesan tersebut dikemas dengan menarik yaitu menggunakan ilustrasi yang sesuai dan pemaparan informasi yang singkat. Konten yang disajikan berisi mengenai pengetahuan umum virus Omicron, gejala dari virus Omicron, hingga bagaimana cara memperoleh konsultasi dan obat gratis apabila seseorang terkena virus Omicron. Informasi yang dikemas dengan bentuk edukasi seperti yang disajikan oleh Instagram @pandemictalks mampu memberikan wawasan baru bagi masyarakat terkait varian baru virus Covid-19 khususnya Omicron.

### 3. Mitos atau Fakta Virus Omicron

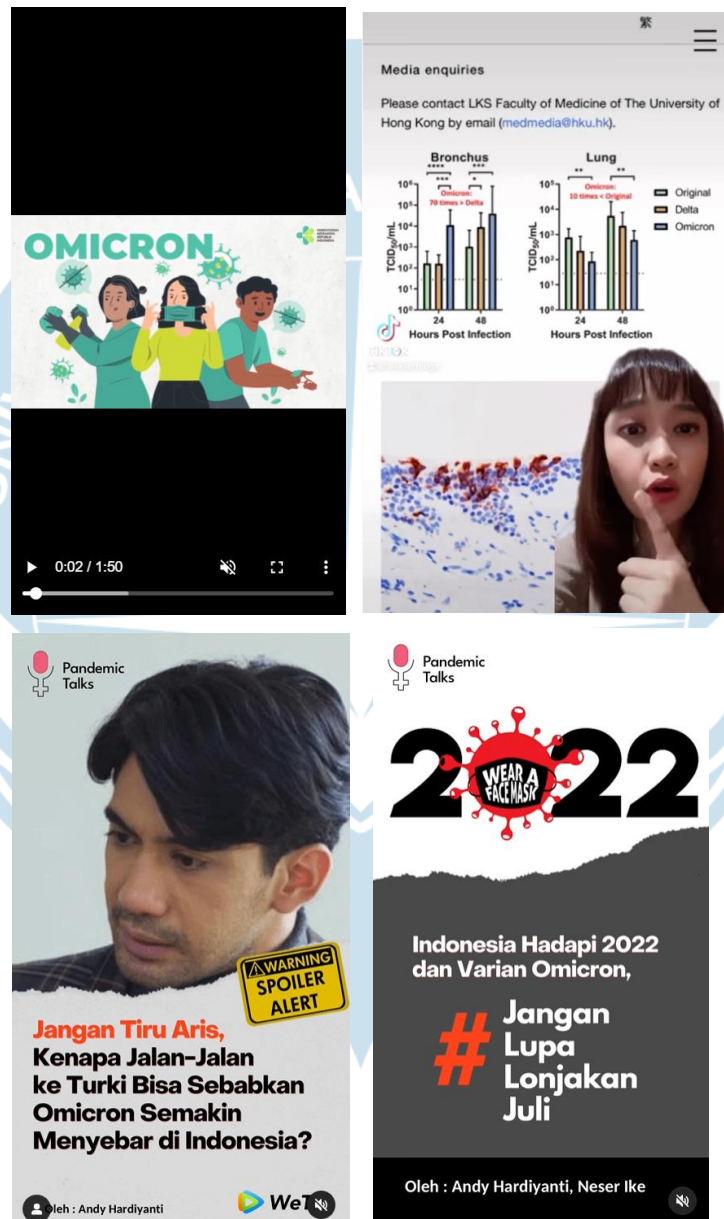


Gambar 2.3 Mitos atau Fakta Virus Omicron  
 Sumber: Instagram @pandemictalks

Instagram @pandemictalks juga memaparkan konten terkait mitos atau fakta mengenai virus Omicron yang beredar di masyarakat. Konten tersebut menyajikan informasi yang berasal dari sumber resmi yaitu Kementerian Kesehatan sehingga dapat dipercaya kebenarannya. Selain itu, konten mitos

atau fakta yang disampaikan oleh Instagram @pandemictalks dapat membantu masyarakat untuk memahami informasi yang benar mengenai virus Omicron.

#### 4. Instagram Reels



Gambar 2.4 Instagram Reels  
Sumber: Instagram @pandemictalks

Instagram @pandemictalks tidak hanya menampilkan pesan-pesan terkait virus Omicron melalui postingan feeds saja tetapi juga menyajikan dengan bentuk lain seperti fitur *reels*. Melalui konten berbentuk video, pesan-pesan terkait virus Omicron dapat diungkapkan dengan lebih variatif misalnya menggunakan grafis, gambar yang mendukung, pemaparan data yang ada di lapangan, penggunaan musik, hingga mengikuti *trend* yang sedang ramai di dunia maya. Informasi yang dibahas antara lain seputar pemahaman mengenai virus Omicron, lonjakan kasus yang terjadi di bulan Juli 2021, dan larangan bagi masyarakat untuk pergi ke luar negeri.

#### **B. Followers Akun Instagram @pandemictalks**

Sesuai dengan penjelasan pada BAB sebelumnya, objek dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @pandemictalks karena objek penelitian merupakan seseorang yang menjadi sasaran dalam sebuah penelitian. *Followers* akun Instagram @pandemictalks merupakan orang-orang yang mengikuti akun Instagram @pandemictalks khususnya laki-laki dan perempuan yang berusia 18-45 tahun dan melakukan aktivitas komentar pada postingan yang berkaitan dengan pesan-pesan mengenai virus Omicron. Melalui karakteristik tersebut, maka *followers* akun Instagram @pandemictalks dapat dikatakan sebagai responden yang memberikan data kepada peneliti untuk ditarik kesimpulannya dalam penyusunan penelitian.

Menurut Wijaya & Ida (2021, h. 430) secara demografis, *followers* akun Instagram @pandemictalks pada periode Juni 2021 didominasi oleh 65,9% perempuan sementara 34,1% adalah laki-laki. Berdasarkan segi usia, *followers*



Instagram @pandemictalks didominasi oleh rentang usia 25-34 tahun dengan persentase 54,7% kemudian diikuti oleh usia 35-44 tahun dengan persentase 24,8% dan usia 18-24 tahun dengan persentase paling rendah yaitu 12,9%. Selain itu, *followers* Instagram @pandemictalks dinilai cukup baik dalam menanggapi setiap konten yang diunggah sehingga mampu meningkatkan keterlibatan yang tinggi dalam sebuah konten edukasi maupun hiburan kaitannya dengan Covid-19.

Adapun informasi lain terkait sebaran demografi *followers* akun Instagram @pandemictalks yang dilihat berdasarkan jenis pekerjaan *followers*. Data ini peneliti peroleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden atau *followers* akun Instagram @pandemictalks. Berdasarkan tabel pekerjaan yang telah didapatkan peneliti, mahasiswa mendominasi sebaran demografi *followers* Instagram @pandemictalks. Namun dalam hal ini, mahasiswa bukan termasuk jenis pekerjaan melainkan status yang mereka miliki berdasarkan rentang usia.

TABEL 2.1  
Distribusi Frekuensi Pekerjaan *Followers* Instagram  
@pandemictalks

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Mahasiswa	38	38%
Pengurus Kerumahtangaan	15	15%
Dokter	9	9%
Wirausaha	8	8%
Pegawai BUMN	3	3%
Penulis	4	4%

Seniman Digital	6	6%
Pegawai Swasta	3	3%
Musikus	2	2%
Pengajar Pendidikan Tinggi	2	2%
Manajer Bagian Penjualan	1	1%
Layanan Pelanggan Jasa Perusahaan	1	1%
Ahli Fisioterapi	1	1%
Wartawan	1	1%
Pengajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas	1	1%
Peneliti Ilmu Pengetahuan Hayat dan Kesehatan	1	1%
Manajer Bagian Hubungan Masyarakat	1	1%
Pekerja Sosial Lembaga	1	1%
Ahli Asuransi	1	1%
Pekerja Seni	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Data Peneliti disesuaikan dengan Klasifikasi Baku Jenis Pekerjaan Indonesia (KBJI)