

Peranan Whatsapp sebagai Media Penyebarluasan Informasi Covid-19 melalui Chatbot U-Report Unicef

Alfred Maston Y. G

LSPR Communication and Business Institute
email: 21172350045@lspr.edu

Abstrak

Pemberdayaan United Nations Children's Fund (UNICEF) dan pemerintah dalam pemanfaatan aplikasi *whatsapp* sebagai media penyebarluasan informasi tentang kasus Coronavirus disease (COVID-19) di Indonesia. *Whatsapp* merupakan media sosial yang populer di Indonesia. *Whatsapp* menyediakan fasilitas untuk mengirim pesan, berkomunikasi, dari level individu maupun kelompok yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai penyampaian pesan *whatsapp* di masyarakat yang terdiri dari: Komunikasi, *Government Public Relations and Transparency*. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif (penjelasan) dengan teknik analisis data pada penelitian adalah menggunakan analisis isi. Analisis isi menurut Krippendorff (1980, p. 21), merupakan suatu metode untuk membuat sebuah simpulan yang dapat direplikasi (ditiru) dan sah datanya dengan memerhatikan konteksnya. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh dari pandemi yang sudah terjadi sejak tahun 2020, menurut data dari *We Are Social* di tahun 2021, *Whatsapp* menempati posisi nomor tiga dari sosial media yang paling banyak digunakan oleh penduduk dunia. Sedangkan di Indonesia menempati posisi nomor dua dengan 87.7 % dari populasi orang yang mengakses internet. Pandemi yang berdampak dengan pembatasan sosial untuk bertemu langsung tatap muka membuat penggunaan *Whatsapp* menjadi lebih tinggi dan sebagian besar orang menghabiskan waktu untuk melihat ke *smartphone* mereka. U-Report sendiri telah dapat diakses oleh 6 juta penduduk dunia yang tersebar di 52 negara dan memiliki interaksi dengan 20 juta anak muda dan komunitas yang berafiliasi pada saat COVID-19 meretas.

Kata Kunci: *U-Report, Covid-19, Whatsap, UNICEF.*

Abstract

Empowerment of the United Nations Children's Fund (UNICEF) and the government in the use of the WhatsApp application as a medium for disseminating information about cases of Coronavirus disease (COVID-19) in Indonesia. Whatsapp is a popular social media in Indonesia. Whatsapp provides facilities for sending messages, communicating, from the individual or group level which aims to obtain information about the delivery of whatsapp messages in the community which consists of: Communication, Government Public Relations and Transparency. This research was conducted using a descriptive qualitative method (explanation) with data analysis techniques in this study using content analysis. Content analysis according to Krippendorff (1980, p. 21), is a method for making conclusions that can be replicated (imitated) and valid data by paying attention to the context. The results of this study are the effects of the pandemic that has occurred since 2020, according to data from We Are Social in 2021, Whatsapp occupies the third position of the social media most widely used by the world's population. Meanwhile, Indonesia occupies the second position with 87.7% of the population accessing the internet. The impact of the pandemic with social restrictions on meeting face to face has made the use of Whatsapp higher and most people spend time looking at their smartphones. U-Report itself has been accessible to 6 million people in the world spread over 52 countries and had interactions with 20 million young people and affiliated communities when COVID-19 hacked.

Keywords: *U-Report, Covid-19, Whatsap, UNICEF.*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang pesat pada era saat ini. Perkembangan TIK ini juga memberikan perubahan perilaku tidak hanya pada individu saja, namun juga kepada kelompok, komunitas, maupun organisasi. Penggunaan teknologi informasi seperti penggunaan *internet* yang sudah memiliki berbagai aplikasi layaknya media sosial, merupakan salah satu media dimana para penggunanya dapat mencari informasi, saling berkomunikasi dan menjalin pertemanan secara *online*. Seperti diketahui beberapa media sosial yakni adalah *facebook, Twitter, Line, Blackberry Messenger (bbm), WhatsApp, Instagram, Path, Ask.fm, LinkedIn, Snapchat* dan lain-lain. (Trisnani, 2017)

Seperti yang dikutip oleh Hermawan (2009, p. 1-2), penggunaan media sosial dengan mudah menciptakan suatu forum untuk berkomunikasi satu sama lain. Individu juga dapat memberikan respon dan sudut pandang mereka secara reaktif melalui fitur-fitur seperti komentar, *likes*, atau *reaction*, dan *share*.

Revolusi teknologi informasi telah mengubah cara orang bekerja, dari cara mereka berkomunikasi, cara mereka memproduksi, cara mereka berpikir, hingga cara mereka belajar dan mengajar. Selain itu, kemajuan teknologi telah menemukan batas-batas organisasi, pasar, masyarakat, ruang dan waktu. Peranan teknologi informasi dalam aktivitas manusia saat ini memang sangat besar.

Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama untuk berbagai kegiatan, tidak fokus pada bidang pendidikan, antara lain dalam bentuk teknologi komputasi, yang merupakan era baru dalam beberapa tahun terakhir yang berkembang pesat.

WhatsApp adalah aplikasi *messenger* unduhan gratis untuk *smartphone*. *WhatsApp* menggunakan internet untuk mengirim pesan, gambar, audio atau video. Layanan ini sangat mirip dengan layanan pesan teks, namun, karena *WhatsApp* menggunakan internet untuk mengirim pesan, biaya penggunaan *WhatsApp* jauh lebih murah daripada SMS. Masyarakat juga dapat menggunakan *Whatsapp* di desktop, cukup buka situs web *Whatsapp* dan unduh ke Mac atau Windows. Ini populer di kalangan remaja karena fitur-fitur seperti obrolan grup, pesan suara, dan berbagai lokasi.

Whatsapp menyediakan fasilitas untuk mengirim pesan, berkomunikasi, dari level individu maupun kelompok. *Whatsapp* pun juga mempermudah organisasi untuk saling berkomunikasi satu sama lain secara mudah, efektif, dan cepat. Rahartri (2019) dalam penelitiannya, *Whatsapp* dipakai sebagai media komunikasi pada layanan jasa informasi ilmiah di Kawasan puspitek. Salah satu hasil penelitiannya adalah *Whatsapp* lebih unggul sebagai media komunikasi, karena pemakaiannya yang simple dan mudah dipahami.

Pemerintahan mulai meranah ke *Whatsapp* sebagai salah satu media sosial yang dipakai untuk melayani masyarakat di suatu negara. Pada masa pandemi COVID-19 ini, pemerintah perlu meningkatkan kesadaran agar masyarakat semakin peduli dengan kesehatan mereka. *Whatsapp* digunakan sebagai fasilitas untuk menerima informasi mengenai *Coronavirus Disease (COVID-19)*.

Pada akhir Desember 2019, wabah pneumonia misterius yang ditandai dengan demam, batuk kering, dan kelelahan, dan gejala gastrointestinal sesekali terjadi di pasar basah grosir makanan laut, Pasar Grosir Makanan Laut Huanan, di Wuhan, Hubei, Cina.

Wabah awal dilaporkan di pasar pada Desember 2019 dan melibatkan sekitar 66% staf di sana. Pasar ditutup pada 1 Januari 2020, setelah pengumuman peringatan epidemiologis oleh otoritas kesehatan setempat pada 31 Desember 2019. Namun, pada bulan berikutnya (Januari) ribuan orang di China, termasuk banyak provinsi (seperti Hubei, Zhejiang, Guangdong, Henan, Hunan, dll.) dan kota-kota (Beijing dan Shanghai) diserang oleh penyebaran penyakit yang merajalela.

Selanjutnya penyakit tersebut menyebar ke negara lain, seperti Thailand, Jepang, Republik Korea, Vietnam, Jerman, Amerika Serikat, dan Singapura. Kasus pertama yang dilaporkan di negara kita adalah pada 21 Januari 2020. Per 6 Februari 2020, total 28.276 kasus yang dikonfirmasi dengan 565 kematian secara global didokumentasikan oleh WHO, yang melibatkan setidaknya 25 negara.

Patogen wabah kemudian diidentifikasi sebagai beta-coronavirus baru, bernama 2019 novel

coronavirus (2019-nCoV) dan mengingatkan kita pada ingatan mengerikan dari sindrom pernapasan akut yang parah (SARS-2003, yang disebabkan oleh beta-coronavirus lain) yang terjadi 17 tahun yang lalu.

Dalam *Frequently Asked Questions* (FAQ) yang dijelaskan oleh *Whatsapp* sendiri, *Whatsapp* membantu pengguna tetap terhubung dalam kondisi pandemi COVID-19, dan merekomendasi untuk menggunakan fitur *Whatsapp Business*.

Sementara *WhatsApp Business* adalah aplikasi yang dapat diunduh secara gratis dan didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan bisnis kecil. Aplikasi ini memudahkan untuk terhubung secara pribadi dengan pelanggan, menyoroti produk dan layanan, dan menjawab pertanyaan mereka sepanjang pengalaman berbelanja mereka. Buat katalog untuk memamerkan produk dan layanan masyarakat dan menggunakan alat khusus untuk mengotomatisasi, menyortir, dan merespons pesan dengan cepat.

Dalam Liu dan Tong (2020), teknologi digital menawarkan metode inofatif untuk menyebarkan pesan kesehatan masyarakat. Sebagai contoh, aplikasi *messenger WhatsApp* diadopsi oleh *United Nations Children's Emergency Fund* (UNICEF) dan lembaga pemerintah untuk memberikan pembaruan tentang penyakit *Coronavirus Diseases* (COVID-19). Dalam hal ini *platform* yang digunakan adalah *platform* yang sebelumnya sudah diluncurkan oleh UNICEF Indonesia yaitu U-Report. U-Report adalah program yang dirancang untuk memberdayakan anak muda untuk berbicara mengenai isu-isu yang mereka pedulikan di lingkungan mereka dan menciptakan perubahan positif. Pada masa pandemi diberdayakan UNICEF untuk memberikan berita terbaru mengenai kasus COVID-19, aturan protokol kesehatan, serta meluruskan rumor yang terjadi sejak awal COVID-19 merebak di Indonesia. U-Report juga melakukan jejak pendapat melalui *Whatsapp* mengenai masalah yang penting bagi mereka pada saat pandemi berlangsung, memperkuat suara untuk advokasi di tingkat lokal, nasional, dan global. Selama rumor dan berita yang berlebihan mengancam kesejahteraan psikologis, layanan ini memungkinkan transmisi informasi yang cepat dan dapat meningkatkan ketahanan. Pemerintah Singapura juga menerapkan layanan berlangganan *WhatsApp* yang menyediakan pembaruan dua kali sehari tentang situasi lokal (misalnya, jumlah kasus baru, dan tindakan pengendalian infeksi baru).

Dari latar belakang yang sudah disampaikan, penelitian ini melihat bagaimana UNICEF dan pemerintah Indonesia dalam pemanfaatan *Whatsapp* sebagai media penyampaian pesan mengenai COVID-19. Kemudian, bagaimana bentuk pesan yang disampaikan pada *Whatsapp*, yang tentu berbeda dengan media sosial yang lain. Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan data dan informasi mengenai pemanfaatan *Whatsapp* yang digunakan dan bentuk pesan yang disampaikan.

Komunikasi

Komunikasi adalah suatu aktivitas penyampaian ide dan pikiran antar manusia. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan berupa informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dilakukan dengan berbagai media (Effendy, 2017, p. 6)

Komunikasi menurut Lasswell dalam Littlejohn dan Foss (2008, p. 285), komponen dalam komunikasi harus mengandung unsur-unsur sebagai berikut: *who, says what, in which channel, to whom, dan with what effect.*

Who (Sumber) merupakan pihak yang mempunyai inisiatif untuk berkomunikasi. *Says what* (Pesan) adalah pesan yang disampaikan berbentuk perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber. *In which channel* (Saluran) merupakan wadah untuk menyampaikan pesannya. *To whom* (Penerima) merupakan orang yang menerima pesan. *With what effect* (Efek) merupakan timbal balik setelah menerima pesan tersebut.

Government Public Relations and Transparency

Dalam era pengawasan pemerintah yang meningkat dan ketidakpercayaan oleh warga negara, transparansi sangat penting untuk hubungan pemerintah yang efektif. (Avery & Graham, 2013). Transparansi diartikan sebagai ketersediaan informasi tentang hal-hal yang menjadi perhatian publik, kemampuan warga negara untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan politik, dan akuntabilitas pemerintah terhadap opini publik (Cotterrell, 1999).

Menurut Piotrowski (2007, p. 21), transparansi pemerintahan memungkinkan publik untuk mengembangkan gambaran yang lebih akurat tentang apa yang terjadi di pemerintahan, yang memungkinkan warga untuk meminta pertanggungjawaban pemerintah dan mengevaluasi kinerja lembaga pemerintah.

Undang-Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik merupakan salah satu produk hukum Indonesia yang resmi diundangkan sejak 30 April 2008 dan mulai berlaku 2 Tahun setelahnya. Inti dari pemberlakuan Undang-Undang yang terdiri dari 64 pasal ini adalah mewajibkan kepada setiap badan publik untuk mendapatkan informasi publik, kecuali beberapa informasi yang memang menjadi rahasia negara sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Bagian terpenting dari model komunikasi publik, menurut Heise (1985), adalah agar pemerintah berkomunikasi secara terbuka, jujur, dan tepat waktu dengan publiknya, tanpa memanipulasi informasi yang mereka bagikan. Internet dan khususnya media sosial menawarkan peluang besar untuk mencapai tujuan itu.

METODE PENELITIAN

Jenis metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Unit analisis penelitian ini adalah pesan *Whatsapp* dari akun *Whatsapp* resmi UNICEF melalui *platform* U-Report (Maret 2020 - sekarang). Pemilihan pendekatan tersebut karena peneliti ingin meneliti secara deskriptif mengenai pesan-pesan dalam media sosial. Teknik pengambilan data penelitian yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu pesan dari akun *Whatsapp* resmi *World Health Organization* (WHO). Sumber dokumentasi juga diperoleh dari pesan *Whatsapp* resmi WHO.

Teknik analisis data pada penelitian adalah menggunakan analisis isi. Analisis isi menurut Krippendorff (1980, p. 21), merupakan suatu metode untuk membuat sebuah simpulan yang dapat direplikasi (ditiru) dan sah datanya dengan memerhatikan konteksnya. Prosedur untuk membuat simpulan yang valid dari teks. Dapat dikatakan bahwa, analisis isi merupakan metode untuk membaca teks dan memberikan kesimpulan atas pesan-pesan dalam teks tersebut. Peneliti membaca pesan dalam *Whatsapp* resmi WHO kemudian dibuatkan kesimpulan mengenai isi setiap pesan tersebut. Analisis data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, dan terakhir penyajian data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan komunikasi sumber yang kredibel merupakan penentu sejauh mana pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak. Dalam hal ini UNICEF sebagai badan organisasi non-pemerintah dengan skala global dalam naungan PBB mempunyai kredibilitas yang kuat sebagai pemberi informasi. UNICEF yang berfokus pada kalangan remaja dan anak muda, memberikan akses kemudahan bagi khalayak sasaran dalam pemberian informasi perihal COVID-19. Melalui U-Report Information chatbot yang digunakan oleh 6 juta penduduk dunia dari 52 negara dan memiliki 7 juta interaksi di seluruh dunia, U-Report menjadi kanal untuk pemberitaan mengenai COVID-19 untuk mendukung *Risk Communication and Community Engagement* (RCEE). RCEE merupakan salah satu pilar utama UNICEF sebagai tanggapan terhadap COVID-19. Alat ini dirancang untuk mendukung komunikasi risiko, staf pelibatan masyarakat dan responden yang bekerja dengan otoritas kesehatan nasional, dan mitra lainnya untuk mengembangkan, menerapkan, dan memantau rencana aksi yang efektif untuk berkomunikasi secara efektif dengan publik, melibatkan masyarakat, mitra lokal, dan pemangku kepentingan lainnya untuk membantu mempersiapkan dan melindungi kesehatan individu, keluarga, dan masyarakat selama respons dini terhadap COVID-19.

U-Report COVID-19

Chatbot adalah program komputer yang mensimulasikan percakapan manusia melalui perintah suara atau obrolan teks atau keduanya. *Chatbot*, kependekan dari

chatbot, adalah fitur kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligent (AI)* yang dapat disematkan dan digunakan melalui aplikasi perpesanan utama apa pun.

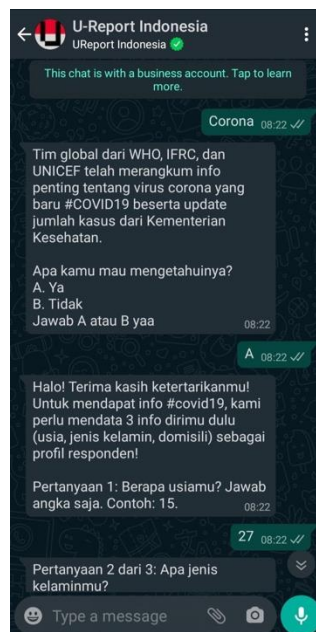
Melalui saluran komunikasi seperti *Short Message Service (SMS)*, *Facebook Messenger*, dan *WhatsApp*, pengguna dapat mengajukan pertanyaan U-Report tentang Virus *Corona* dan menerima jawaban yang telah diprogram dari para ahli tentang masalah tersebut.

Robot Percakapan U-Report COVID-19 memperkuat kemampuan UNICEF untuk menilai kebutuhan, mengatasi informasi yang salah, dan dalam kemitraan dengan pemerintah, berbagi informasi yang dapat diandalkan tentang kemana masyarakat dapat mencari bantuan.

Beberapa kemudahan yang diberikan dengan menggunakan U-Report adalah arus informasi yang aman, cepat dan akurat tentang *Corona Virus* langsung ke ponsel anda di beberapa saluran pesan: *SMS*, *Facebook*, *Viber*, *WhatsApp*, dan *Telegram*. U-Report diimplementasikan oleh UNICEF dan mitranya secara global, memberikan respons terprogram dalam konteks darurat bersama dengan pemerintah. Informasi *Chatbot* COVID-19 dapat dengan mudah dilokalkan ke konteks programatik tertentu dan kelompok penerima, dan sudah digunakan kembali dalam UNICEF di luar U-Report. Informasi COVID-19 melalui *Chatbot* U-Report melawan potensi efek berbahaya dari informasi yang salah yang beredar melalui fungsi pelacakan rumor *chatbot* COVID-19. Kaum muda dan komunitas memiliki kemampuan untuk melaporkan rumor yang mereka dengar ke UNICEF.

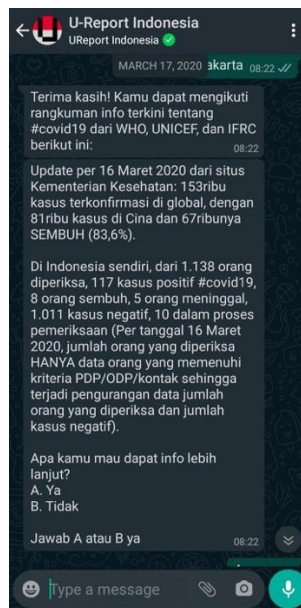
Pesan dan Informasi U-Report Chatbot

Chatbot pesan yang diberikan oleh *Whatsapp* U-Report merupakan pesan otomatis yang mengharuskan penggunaanya untuk melakukan kontak berdasarkan perintah yang sudah diberikan.



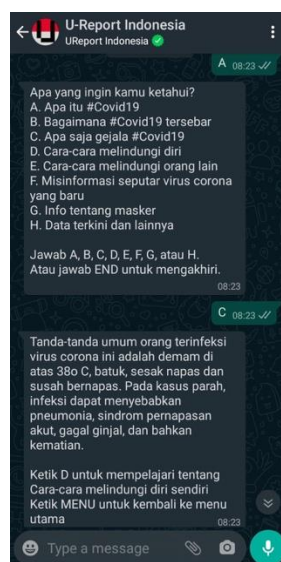
Gambar 1. Screenshot Chatbot Whatsapp UNICEF

Setiap harinya U-Report memberikan berita terbaru mengenai kasus COVID-19, jumlah peningkatan kasus terdampak covid ataupun jumlah peningkatan kasus kesembuhan covid, sesuai dengan kesepakatan dari penerima pesan. Pengguna *chatbot* dapat memberikan perintah sesuai dengan kata kunci yang diinginkan seperti pada gambar diatas.



Gambar 2. Screenshot Chatbot Whatsapp UNICEF terkait informasi Covid di Indonesi

Pengguna *chatbot* dapat mengetahui jumlah kasus COVID-19 dalam skala global dan nasional, jumlah pasien yang meninggal dunia dan jumlah kasus yang sembuh serta data ODP (Orang dalam Pantauan) dan PDP (Pasien dalam Pantuan). Selain memberikan informasi terbaru mengenai jumlah kasus per hari, *chatbot* juga memberikan arahan perihal bagaimana melakukan tindakan – tindakan pencegahan COVID-19 dan juga mengingatkan untuk selalu menjaga protokol kesehatan yang sudah ditetapkan WHO dan pemerintah. Dan juga *chatbot* memberikan informasi terkait cara mendeteksi bagaimana virus bermutasi di dalam tubuh manusia. Selain itu, *chatbot* juga dapat memberikan data terbaru dan mengatasi pemberitaan yang tidak benar atau stigma-stigma mengenai kasus COVID-19 yang tersebar di kalangan masyarakat luas. Pengguna diberikan kebebasan untuk menentukan sendiri informasi apa yang ingin diterima dan diketahui.



Gambar 3. Screenshot Chatbot Whatsapp UNICEF terkait Informasi perlindungan diri

Penggunaan Whatsapp

Fenomena aplikasi *WhatsApp* sebagai media komunikasi dan pertukaran informasi yang cepat telah menyebar ke seluruh dunia digital, media sosial, dimana menawarkan *platform* yang aman dan terjamin bagi pengguna akhir untuk berkomunikasi. Ada beberapa

contoh khalayak yang menggunakan *WhatsApp* untuk membantu menginformasikan pihak kepolisian dan layanan keamanan tentang kejahatan yang terjadi, memungkinkan jalur komunikasi yang lebih baik dengan publik dan penegak hukum serta pengumpulan bukti terhadap pelaku dalam kasus kriminal. Khalayak telah menggunakan *WhatsApp* untuk merekam peristiwa geologi seperti gunung berapi yang meletus, gempa bumi, tornado, banjir, dan beberapa peristiwa bencana alam lainnya.

WhatsApp end-to-end encryption dengan standar keamanan yang tinggi, memungkinkan pengguna dapat berbicara, mengirim lampiran, gambar, dan video tanpa perlu takut diawasi atau dipantau oleh lembaga pengawas dan sejenisnya.

Pengaruh dari pandemi yang terjadi di tahun 2020, menurut data dari *We Are Social* di tahun 2021, *Whatsapp* menempati posisi nomor tiga dari kategori sosial media yang paling banyak digunakan oleh penduduk dunia. Sedangkan Indonesia, menempati posisi nomor dua dengan 87.7 % dari populasi orang yang mengakses *internet*. Pandemi yang berdampak dengan pembatasan sosial untuk bertatap muka secara langsung membuat aktivitas penggunaan *Whatsapp* menjadi lebih tinggi dan sebagian besar orang menghabiskan waktu untuk melihat ke *smartphone* mereka.

Chatbot U-Report yang juga merupakan sebuah pesan yang membutuhkan kesepakatan antara pemberi dan penerima pesan terbilang cukup nyaman untuk sebagian besar penggunanya karena khalayak bisa mendapatkan informasi terbaru yang sah karena langsung dari badan organisasi yang terafiliasi dengan organisasi kesehatan dunia, World Health Organization (WHO) serta juga Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Penerima Pesan

Penerima pesan ditujukan untuk semua kalangan masyarakat yang memiliki aplikasi *Whatsapp*. *U-Report* sendiri telah dapat diakses oleh 6 juta penduduk dunia yang tersebar di 52 negara dan memiliki interaksi dengan 20 juta anak muda dan komunitas yang berafiliasi pada saat Coronavirus Disease (COVID-19) meretas. Informasi yang disampaikan juga ditujukan untuk semua golongan meskipun fokus yang lebih disorot adalah anak muda yang dapat membawa perubahan. Sampai saat ini informasi yang dibagikan sebatas pada pemberian informasi terkait COVID-19 dan bagaimana melakukan pencegahan untuk menghadapi kondisi pandemi.

Efek Pesan yang ditimbulkan

Khalayak yang terhubung dalam *chatbot U-Report* dapat memberikan pengaruh yang besar dalam kehidupan bermasyarakat. Salah satunya ialah penyebarluasan informasi yang valid. Sehingga hal ini berdampak pada kepopuleran *chatbot U-Report* itu sendiri. Kepopuleran *chatbot* ini di tengah khalayak sasar timbul dari rekomendasi satu sama lain. Pada awal masa pandemi, ketika informasi yang ada dan diberikan oleh media masih sangat simpang siur, *chatbot U-Report* melakukan yang terbaik untuk meluruskan pemikiran yang mungkin tidak benar yang timbul di khalayak. Informasi perihal pencegahan dan gerakan 3M (mencuci tangan, menjaga jarak, memakai masker) juga terus dilakukan dengan upaya mencegah kasus pertumbuhan COVID-19 agar bisa segera teratasi. Tidak berhenti disitu, *chatbot U-Report* juga mengajak khalayak sasarnya untuk berpartisipasi dalam jajak pendapat yang menjadi landasan pemikiran pemerintah dalam mengambil keputusan dalam pembuatan kebijakan baru.

SIMPULAN

Media sosial merupakan suatu hal yang tidak bisa dilepaskan dari kita di masa saat ini, bahkan dalam perjalanannya, media sosial sekarang telah mengubah cara hidup kita dalam beberapa tingkatan, sehingga bisa di katakan media sosial menjadi sebuah media yang penting dalam masyarakat (*technological determinism*). Media sosial juga tak hanya menjadi sebuah media yang penting namun telah berubah menjadi sebuah identitas diri seseorang, perusahaan sampai dengan organisasi internasional. Kita bisa melihatnya bagaimana sebuah media sosial berubah fungsi menjadi “mulut kedua”, di mana media sosial akan

sangat bermanfaat asal dikelola dengan tujuan tertentu. Seperti yang telah dilakukan oleh UNICEF Indonesia, memanfaatkan *platform Whatsapp* sebagai saluran komunikasi untuk memberikan layanan kepada masyarakat untuk bertanya seputar SARS-COV-2 atau Virus *Corona* dan menerima jawaban yang telah diprogram dari para ahli tentang masalah atau kendala yang dirasakan oleh pengguna.

Sebuah program layanan rancangan UNICEF Indonesia yang disebut U-Report Chatbot ini dapat diakses secara bebas oleh masyarakat luas sebagai bentuk rangkuman informasi terkait topik-topik yang bermanfaat terutama perihal wabah virus COVID-19 yang terjadi sampai saat ini, kesehatan mental selama pandemi dan masih banyak topik lainnya yang dapat ditanyakan. Rangkuman informasi dapat diakses secara langsung dengan mengirimkan atau ketik kata kunci melalui chatbot U-Report Indonesia.

Dengan banyaknya tersebar di berbagai media massa dan media sosial terkait informasi tentang perkembangan COVID-19 atau wabah virus *corona* ini, memang menjadikan masyarakat harus lebih hati-hati dalam menyerap informasi di media sosial dan atau *platform* lainnya, sebab bisa jadi informasi itu tidak benar atau hoaks, dengan tujuan meresahkan masyarakat. Namun dengan hadirnya layanan U-Report Chatbot UNICEF Indonesia menjadikan salah satu wadah untuk masyarakat mendapatkan layanan informasi yang lebih akurat dan terpercaya..

DAFTAR PUSTAKA

- Avery, E.J & Graham, M. (2013). Government Public Relations and Social Media: An Analysis of the Perceptions and Trends of Social Media Use at the Local Government Level. *Public Relations Journal*, Vol 7(4), 1-21. https://www.researchgate.net/publication/281479219_Government_Public_Relations_and_Social_Media_An_Analysis_of_the_Perceptions_and_Trends_of_Social_Media_Use_at_the_Local_Government_Level
- Cotterrell, R. (1999). Transparency, mass media, ideology and community. *Cultural Values*, 3(4), 414-426.
- Effendy, OU. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Jakarta: Remaja Rosdakarya
- Heise, J. A. (1985). Toward closing the confidence gap: An alternative approach to communication between public and government. *Public Affairs Quarterly*, 9(2), 196-217.
- Hermawan, C.W. (2009). *Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB*. Jakarta: 1st Published.
- Krippendorff, 1980. *Content Analysis An Introduction to Its Methodology*. California: Sage Publication Ltd.
- Littlejohn, S.P & Foss, K.A. (2008). *Theories of Human Communication*. 9th Edition. USA: Lyn Uhl
- Liu JCJ, Tong EMW. (2020). The Relation Between Official WhatsApp-Distributed COVID-19 News Exposure and Psychological Symptoms: Cross-Sectional Survey Study. *J Med Internet Res*. Vol. 22(9). <https://doi.org/10.2196/22142>
- Piotrowski, S. J. (2007). *Governmental transparency in the path of administrative reform*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Raharti. (2019). "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspiptek). *Visi Pustaka*, Vol 21(2), 147-156. <https://doi.org/10.37014/visi%20pustaka.v21i2.552>
- Trisnani. (2017). Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, Vol 6(3), 1-12. <http://dx.doi.org/10.31504/komunika.v6i3.122>