

Komunikasi Kesehatan berkenaan COVID-19 melalui Akaun Twitter Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob

Noor Hiedayah Ahmad¹ dan Nur Atikah A Rahman^{2*}

^{1,2}Pusat Pengajian Komunikasi, Universiti Sains Malaysia.

ABSTRAK

Media sosial seperti Twitter dapat dijadikan sebagai satu medium yang berkesan dalam menyampaikan komunikasi kesihatan dan menyebarkan maklumat mengenai pandemik COVID-19. Kajian lepas menunjukkan bahawa keberkesanan media sosial seperti Twitter dalam mengubah persepsi masyarakat memerlukan strategi yang jitu iaitu pemilihan corak topik dan teknik komunikasi yang bersesuaian dengan khalayak sasaran. Namun begitu, kajian mengenai corak topik, jenis komunikasi visual dan teknik komunikasi dalam melakukan komunikasi kesihatan untuk menghadapi pandemik COVID-19 masih belum banyak dikaji. Selain itu, terdapat juga beberapa kumpulan dalam masyarakat yang biasanya menghadapi masalah untuk memahami maklumat mengenai risiko kesihatan. Namun, dengan penggunaan gambar, video, grafik interaktif dan 3D, bahan-bahan ini dapat meningkatkan pemahaman khalayak terhadap sesuatu isu. Maka, makalah ini merupakan kertas konsep yang akan melihat kepada strategi komunikasi yang digunakan oleh individu yang menjawat jawatan selaku Menteri Kanan (Keselamatan) Negara dalam mengkomunikasikan maklumat berkaitan COVID-19 dan peranannya dalam kalangan masyarakat bagi memperolehi maklumat yang sahih. Pemimpin dianggap mempunyai peranan yang penting dalam mempengaruhi persepsi dan keputusan yang berkaitan kesihatan. Oleh itu, kajian yang melibatkan cara pemimpin melaksanakan komunikasi kesihatan perlulah diperbanyakkan agar dapat meningkatkan kredibiliti sesebuah kerajaan serta kebolehpercayaan masyarakat mengenai maklumat yang disampaikan kepada mereka.

Kata Kunci: corak topik, COVID-19, komunikasi visual, teknik komunikasi, Twitter

ABSTRACT

Social media such as Twitter can be used as an effective medium in conveying health communication and disseminating information about the COVID-19 pandemic. Past studies have shown that the effectiveness of social media such as Twitter in changing public perceptions requires a precise strategy which is the selection of topic patterns and communication techniques that are appropriate for the target audience. However, studies on topic patterns, types of visual communication and communication techniques in conducting health communication to deal with the COVID-19 pandemic have not been extensively studied. In addition, there are also some groups in the society who typically have trouble understanding information about health risks. However, with the use of pictures, videos, interactive graphics and 3D, these materials can increase the audience's understanding of an issue. Therefore, this study is a conceptual paper that will look into the communication strategies used by individuals who hold the position of Senior Minister of Malaysia (Security) in communicating information related to COVID-19 and its role in society to obtain authentic information. Leaders are considered to have an important role in influencing health-related perceptions and decisions. Therefore, the studies about how leaders implement health communication need to be enhanced in order to increase the credibility of a government as well as the credibility of the community on the information provided to them.

Keywords: communication techniques, COVID-19, topic patterns, Twitter, visual communication

1. PENDAHULUAN

Dunia telah digemparkan dengan penularan wabak baharu pada akhir tahun 2019 iaitu wabak Coronavirus atau COVID-19. Saban hari, kes-kes jangkitan COVID-19 semakin meningkat dan masyarakat berada dalam keadaan panik. Selain itu, keselamatan dan kesejahteraan negara Malaysia juga semakin terancam dengan penularan wabak ini. Hal ini telah menyebabkan wujudnya perasaan takut dan panik dalam diri setiap individu sehingga berlakunya pembelian panik tanpa menghiraukan arahan dan peraturan yang ditetapkan oleh kerajaan (Prayoga, 2020). Bukan itu sahaja, wabak COVID-19 ini juga telah mengubah cara hidup seseorang dari segi ekonomi, sosial dan banyak lagi.

Sesungguhnya, kebimbangan orang ramai terhadap wabak pandemik COVID-19 ini telah pun meningkat dan kerajaan seharusnya melakukan persediaan dalam menangani krisis sebegini. Hal ini kerana, apabila berlakunya krisis kesihatan awam, persediaan kerajaan adalah tidak menentu dan sebahagian besarnya adalah disebabkan oleh kekeliruan, ketidakstabilan, maklumat yang salah dan perancangan yang lemah sehingga membawa kepada kesilapan yang serius dalam bertindak balas terhadap pandemik COVID-19 (David Kim & Kreps, 2020).

Apabila kuasa kerajaan meningkat semasa kecemasan kesihatan awam negara, komunikasi kerajaan yang berkesan sememangnya menjadi semakin penting untuk memerangi wabak dan menstabilkan masyarakat (Huang, 2020 dalam David Kim & Kreps, 2020). Oleh itu, komunikasi kesihatan memainkan peranan penting dalam penyebaran maklumat dan kesedaran tentang isu COVID-19 agar rakyat tidak berasa takut dan panik untuk mengekang penularan pandemik ini. Tambahan pula, komunikasi berkesan yang dilakukan oleh pihak kerajaan sememangnya memainkan peranan yang penting untuk bertindak balas terhadap wabak ini kerana semakin mencabar wabak tersebut, semakin banyak perhatian yang perlu diberikan terhadap komunikasi oleh pihak kerajaan (David Kim & Kreps, 2020). Selain itu, terdapat banyak bukti yang menunjukkan bahawa agensi kerajaan tempatan, kebangsaan dan antarabangsa telah membuat kesilapan komunikasi awam yang serius dalam bertindak balas terhadap sesuatu wabak yang melanda iaitu seperti menyebarkan mesej yang tidak konsisten, tidak betul dan bercanggah (Gamhewage, 2014; Kreps, Alibek, Neuhauser, Rowan, & Sparks, 2005; Rowan, Botan, Kreps, Samoilenko, & Farnsworth, 2008; Taylor-Clark, Viswanath, & Blendon, 2010 dalam David Kim & Kreps, 2020).

Secara umumnya, perkataan komunikasi berasal daripada bahasa Latin iaitu *communicare* yang membawa maksud menyampaikan berita, pesan dan maklumat serta perasaan kepada orang lain (Syerif, 2015). Selain itu, komunikasi merupakan suatu aktiviti pertukaran maklumat yang telah lama dipraktikkan oleh masyarakat menerusi pertuturan dan juga perlakuan isyarat (Crowley & Heyer, 2011 dalam Syerif, 2015).

Komunikasi bukanlah terhad melalui pertuturan dan bahasa isyarat sahaja, namun, ia turut dinyatakan melalui visual. Perkembangan teknologi Internet dan telefon bimbit penyumbang kepada pembangunan dan peningkatan media sosial secara tidak langsung dalam kehidupan seharian. Oleh itu, penyediaan kandungan visual yang secukupnya harus dilakukan oleh individu yang akan berkomunikasi dengan khalayak agar dapat melengkapkan mesej utama yang ingin disampaikan.

Kini, media sosial membangun sebagai medium baharu dalam perhubungan yang mendapat sambutan ramai dengan peningkatan mendadak dalam masa yang singkat (Ding & Zhang, 2010). Dalam dunia yang serba moden, media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter bukanlah sesuatu yang asing tetapi menjadi satu kepentingan dalam kehidupan seharian warga dunia termasuklah rakyat di Malaysia (Ding & Zhang, 2010). Media sosial digunakan untuk menyampaikan komunikasi kesihatan kerana dianggap sebagai media komunikasi dan alat yang

memberikan peningkatan terhadap hasil komunikasi daripada perspektif profesional kesihatan (Moorhead et al., 2013 dalam JungWon Yoon et al., 2019).

Secara spesifiknya, kajian ini memfokuskan kepada Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob, selaku Menteri Kanan (Keselamatan) Negara pada awal berlakunya penularan pandemik COVID-19 di Malaysia. Beliau telah menggunakan aplikasi media sosial, Twitter, untuk menyebarkan maklumat terkini mengenai situasi dan isu-isu berkaitan COVID-19 kepada masyarakat. Menurut Prayoga (2020), Twitter merupakan satu platform komunikasi yang sangat sesuai semasa melaksanakan komunikasi kesihatan kerana maklumat dapat disampaikan dengan pantas.

Berbeza dengan masa lalu, orang ramai hanya mempunyai sumber berita dan maklumat yang terhad melalui televisyen, radio, namun kini orang ramai mempunyai lebih banyak sumber maklumat kerana wujudnya teknologi dan Internet yang memudahkan sesuatu komunikasi dilakukan dan berkembang merentasi sempadan. Oleh itu, secara tidak langsung, Twitter menjadi satu platform sumber maklumat yang digunakan oleh kebanyakan orang ramai untuk mengakses dan mendapatkan maklumat mengenai isu semasa.

Sebarang perbincangan yang dilakukan dalam platform Twitter mudah menjadi topik yang trend dan mendapat perhatian khalayak umum. Oleh itu, komunikasi yang dilakukan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob berkenaan COVID-19 di Twitter miliknya merupakan satu langkah yang bijak serta dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat agar terus patuh dengan arahan dan peraturan yang ditetapkan oleh pihak kerajaan. Hal ini disokong oleh Perdana dan Umam (2019) dalam Prayoga (2020), yang menyatakan Twitter merupakan sumber utama untuk mendidik masyarakat dan dapat mempengaruhi pendapat umum dengan strategi komunikasi yang mempunyai informasi yang lengkap dan meyakinkan.

Walaupun begitu, sumber maklumat yang pelbagai pastinya menyampaikan lebih banyak maklumat kepada individu, tetapi ia sering menyebabkan berlakunya penyebaran maklumat yang tidak betul dan berat sebelah (Shin & Thorson, 2017 dalam David Kim & Kreps, 2020). Apabila seseorang individu terdedah kepada terlalu banyak maklumat, kemungkinan besar individu tersebut tidak dapat memilih maklumat yang betul dan ia sememangnya bercanggah dengan mesej. Contohnya, semasa tempoh awal pandemik COVID-19, orang ramai mula keliru sama ada mereka harus menggunakan penutup muka atau tidak kerana maklumat daripada saluran komunikasi yang berbeza memberikan cadangan yang berbeza (David Kim & Kreps, 2020).

Oleh itu, hal ini menjelaskan bahawa betapa pentingnya komunikasi kesihatan dilakukan oleh individu yang bertanggungjawab kerana maklumat yang disampaikan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob menyebabkan orang ramai akan mendapatkan maklumat yang sahih dan tepat. Hal ini dikatakan kerana, beliau melakukan komunikasi kesihatan melalui akaun Twitter rasminya yang menjadikan maklumat tersebut lebih berkredibiliti dan boleh dipercayai oleh orang ramai. Selain itu, menurut David Kim dan Kreps (2020), kerajaan dan organisasi kesihatan awam terlalu kerap menggunakan sistem komunikasi yang hanya membenarkan komunikasi tersebut dilakukan secara sehalu dan ia menunjukkan pengabaian komunikasi risiko kesihatan kerana tidak melibatkan rakyat dalam sesuatu proses tersebut dilakukan. Contohnya, penggunaan media tradisional seperti televisyen dan radio sememangnya tidak membenarkan orang ramai untuk turut serta dalam komunikasi tersebut. Maka, dengan penggunaan media baharu seperti Twitter, ia membolehkan seseorang individu bertanya soalan secara individu di ruangan komen untuk mendapatkan jawapan yang boleh dipercayai.

Kajian yang dilakukan oleh JungWon Yoon et al. (2019) telah melihat keberkesanan komunikasi kesihatan yang dilakukan dengan bantuan multimedia seperti gambar. Walau bagaimanapun, penyelidikan mengenai bagaimana corak topik, jenis komunikasi visual dan teknik komunikasi kesihatan yang terbaik yang boleh dilakukan menerusi laman media sosial masih kurang dikaji.

Hal ini kerana, sekiranya kurang kajian mengenai strategi corak topik, jenis komunikasi visual dan juga teknik komunikasi yang dapat menarik perhatian masyarakat, ia mampu menyumbang kepada kegagalan sesuatu komunikasi kesihatan yang dilakukan. Contohnya, komunikasi di media sosial seperti Twitter hanya dilakukan apabila melibatkan hal-hal yang berkaitan politik dan komunikasi kesihatan semasa pandemik tidak dilakukan sama sekali (Harlow & Johnson, 2011 dalam Prayoga, 2020).

Walaupun terdapat pelbagai kajian yang membincangkan bagaimana sesebuah organisasi menyampaikan komunikasi kesihatan semasa pandemik, kajian mengenai pemimpin di Malaysia masih kurang dibincangkan. Melalui kajian yang dilakukan oleh Shahrul Nazmi dan Kamaliah (2014), peranan perhubungan awam dalam menangani wabak Severe Acute Respiratory System (SARS) mendapati perhubungan awam memainkan peranan kecil dalam penyampaian maklumat dan mewujudkan imej yang positif terhadap organisasi. Prayoga (2020) juga memaparkan komunikasi yang dilakukan oleh Presiden Indonesia, Jokowi semasa pandemik COVID-19. Namun, kajian yang melibatkan pemimpin di Malaysia tidak banyak dilakukan terutamanya semasa wabak COVID-19. Maka, kajian ini akan melihat kepada individu yang menjawat jawatan selaku Menteri Kanan (Keselamatan) Negara dalam mengkomunikasikan maklumat COVID-19 dan peranannya dalam kalangan masyarakat bagi memperolehi maklumat yang sahih. Hal ini kerana, pemimpin mempunyai peranan yang penting dalam mempengaruhi persepsi dan pembuatan keputusan dalam hal yang berkaitan kesihatan (Emma & Wan, 2017). Sekiranya pemimpin kerajaan tidak berkomunikasi dengan berkesan semasa berlakunya wabak, keadaan akan menjadi huru-hara akibat daripada orang ramai yang mengalami ketakutan dan ketidakstabilan kerana terdapat banyak maklumat yang tidak boleh dipercayai, malahan cadangan yang terhad untuk bertindak balas terhadap krisis (David Kim & Kreps, 2020).

Selain itu, Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob dipilih kerana beliau merupakan individu yang bertanggungjawab sebagai menteri yang akan menyampaikan laporan perkembangan harian mengenai Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dalam sidang media harian pada setiap hari. Beliau juga individu yang akan memaklumkan kepada rakyat mengenai perkembangan ataupun keadaan semasa mengenai COVID-19 yang berlaku di negara kita kerana sejak 10 Mac 2020 yang lalu, beliau telah dilantik sebagai Menteri Kanan (Keselamatan). Memetik artikel yang dimuat naik oleh Berita Harian Online pada 12 Jun 2020, Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob menyatakan bahawa pengumuman harian merupakan satu perkara yang penting kepada rakyat dan beliau bertanggungjawab dalam memastikan semua rakyat memahami dan menerima mesej yang disampaikan dengan mudah. Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob juga merupakan individu yang bertanggungjawab dalam merancang Prosedur Operasi Standard (SOP) dan ia merupakan maklumat yang penting untuk membendung penularan COVID-19 dalam kalangan masyarakat supaya tidak berlakunya kekeliruan pada masa akan datang (Berita Harian Online, 2021).

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengenalan

Kini, aplikasi Twitter menjadi alat penyampaian maklumat komunikasi berkenaan isu kesihatan yang berlaku termasuklah pandemik COVID-19 yang melanda seluruh dunia. Hal ini merupakan strategi baru yang digunakan pihak berkuasa kesihatan dalam menyampaikan maklumat tentang krisis kesihatan dengan cepat tanpa kos yang tinggi (JungWon et al., 2019). Komunikasi kesihatan yang dilakukan menggunakan medium Twitter menjadikan komunikasi dua hala terbentuk di antara pihak berkuasa dan masyarakat (JungWon et al., 2019). Media sosial mempunyai banyak kebaikan dalam menangani krisis komunikasi kesihatan wabak Zika yang berlaku di Singapura. Malah, Rantasila et al. (2018) dalam JungWon Yoon et al. (2019) menyatakan saluran media sosial seperti Twitter merupakan satu tempat yang mudah untuk menyampaikan maklumat kesihatan.

Twitter merupakan satu platform komunikasi yang sangat sesuai semasa melakukan komunikasi kesihatan kerana maklumat dapat disampaikan dengan pantas (Prayoga, 2020). Twitter

merupakan satu medium yang digunapakai oleh sebilangan besar masyarakat di negara ini tanpa mengira peringkat usia kerana ia dianggap popular dan tidak mempunyai had umur bagi menggunakannya, malah mampu menarik simpati dan empati daripada masyarakat (Kumar & Sebastian, 2012 dalam Prayoga, 2020).

2.2 Corak Topik, Teknik Komunikasi Dan Keberkesanan Twitter dalam Mengubah Persepsi Masyarakat

Keberkesanan Twitter dalam mengubah persepsi masyarakat turut bergantung kepada aliran corak topik yang dilakukan oleh seseorang individu dalam menyampaikan komunikasi tersebut. Malah teknik komunikasi yang digunakan juga seharusnya bersesuaian dengan khalayak yang disasarkan. Perkara ini bersamaan dengan perkara yang dinyatakan oleh Munshi (2005) dan Samsudin (2002) dalam Manimaran dan Samsudin (2014) bahawa keberkesanan sesebuah komunikasi itu berkaitan dengan penglibatan khalayak terhadap sesuatu corak topik atau isu kesihatan yang akan membuka peluang kepada pencarian maklumat yang lebih luas dan seterusnya maklumat tersebut digunakan untuk perubahan diri. Corak topik merupakan agen utama yang membentuk keberkesanan komunikasi semasa wabak SARS berlaku di Malaysia (Shahrul Nazmi & Kamaliah, 2014). Namun, penglibatan dan penerimaan maklumat yang diterima oleh khalayak itu tidak semestinya membawa kepada perubahan afektif dan mengubah tingkah laku (Emma & Wan, 2017). Hal ini kerana, teknik komunikasi yang digunakan oleh individu yang bertanggungjawab melalui medium seperti Twitter sememangnya memainkan peranan yang penting dalam membentuk keberkesanan komunikasi tersebut.

Platform media sosial seperti Twitter memainkan peranan penting dalam mempengaruhi persepsi dan tingkah laku terhadap sesuatu isu kesihatan yang ingin disebarkan. Hal ini turut disokong oleh Prayoga (2020) yang menyatakan bahawa segala salah faham dan persepsi negatif yang wujud dalam diri masyarakat tentang sesuatu isu kesihatan dapat diperbetulkan dengan menggunakan Twitter. Teknik yang bersesuaian dapat diaplikasikan semasa melakukan komunikasi kesihatan yang melibatkan segenap masyarakat (Prayoga, 2020).

Melalui teknik komunikasi yang berkesan seperti yang berbentuk pemujukan, ia akan membuka ruang dalam mengubah persepsi masyarakat mengenai sesuatu isu kesihatan (Emma & Wan, 2017). Pemujukan merupakan simbol untuk mempengaruhi aspek dalaman dan kesedaran kognitif seseorang secara sukarela setelah menerima dengan baik mesej yang disampaikan (Emma & Wan, 2017). Selain itu, teknik komunikasi lain yang dapat digunapakai adalah berbentuk arahan (JungWon et al., 2019). Teknik komunikasi berbentuk arahan membolehkan seseorang menjadi lebih fokus tentang sesuatu perkara yang disampaikan. Keberkesanan komunikasi berbentuk arahan yang diujarkan adalah sebagai pencetus utama dalam kefahaman seseorang individu terhadap arahan yang diberikan (JungWon et al., 2019). Selain itu, teknik komunikasi berbentuk maklumat merupakan elemen yang dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap isu-isu COVID-19 (Prayoga, 2020). Teknik ini adalah hasil daripada pengumpulan, pemprosesan dan penganalisan data yang boleh membuatkan seseorang membuat keputusan. Maklumat yang dihasilkan juga akan lebih bermakna dan mudah difahami.

Maka, dalam mengubah persepsi sesebuah masyarakat, sesebuah organisasi atau pemimpin memerlukan strategi yang jitu seperti pemilihan corak topik yang tepat dan teknik komunikasi yang bersesuaian dan berkesan terhadap khalayak sasaran. Malah dengan cara ini, kesedaran masyarakat juga dapat meningkat seiring dengan perubahan tingkah laku positif hasil daripada maklumat yang diperolehi (JungWon et al., 2019).

2.3 Komunikasi Visual dan Isu Kesihatan

Komunikasi visual merupakan seni dalam komunikasi yang bertujuan untuk memaklum, mendidik, mempengaruhi, memujuk dan memberi pengalaman visual kepada khalayak. Alat bantuan visual dan rekaan grafik adalah medium yang berkesan dan mempunyai sejarah yang baik dalam bidang penyelidikan pendidikan yang lebih luas (Clark & Mayer, 2012 dalam Ryoko,

Saman & Minter, 2020). Selain itu, Ryoko, Saman dan Minter (2020) menunjukkan gabungan kata dan gambar yang sederhana menjadi satu aspek yang bersepadu dalam meningkatkan pembelajaran dan pengekalan maklumat. Hal ini kerana, alat bantuan visual dan rekaan grafik merupakan satu teknik yang menawarkan representasi yang terperinci untuk membawa pandangan kepada data yang kompleks (Jie Hua et al., 2020). Contohnya, kaedah visualisasi membolehkan ringkasan statistik dapat dihasilkan dan digunakan untuk mengatasi cabaran seperti menampilkan jumlah maklumat yang padat dan mudah agar senang difahami oleh khalayak.

Menurut Hawley et al. (2008) dan Peters et al. (2009), alat bantuan visual menawarkan salah satu kaedah yang terbaik untuk berkomunikasi dengan berkesan (Garcia- Retamero & Cokely, 2013). Alat bantuan visual juga dapat meningkatkan komunikasi risiko bagi orang yang mempunyai kemahiran berbahasa dan pengetahuan perubatan yang terhad (Gillan, Wickens, Hollands, & Carswell, 1998 dalam Garcia-Retamero & Cokely, 2013). Terdapat beberapa kumpulan dalam masyarakat yang biasanya menghadapi masalah untuk memahami maklumat mengenai risiko kesihatan seperti kumpulan di kawasan perumahan setinggan dan juga gelandangan (Mohd Alif, Norruzeyati & Mohd Nazri, 2020). Maka, penggunaan gambar, video, grafik interaktif dan 3D dapat meningkatkan pemahaman khalayak terhadap sesuatu isu (Waldron et al., 2013 dalam Jie Hua et al., 2020). Hal ini bertepatan dengan apa yang dibahaskan oleh Jie Hua et al. (2020) bahawa penggunaan alat bantuan visual dapat memastikan khalayak memahami terutamanya mereka yang tidak mempunyai kepakaran yang relevan terhadap isu yang dibahaskan.

Penyelidikan ini menunjukkan alat bantuan visual yang dirancang dengan baik adalah sangat berguna bagi orang yang biasanya menghadapi masalah untuk memahami maklumat mengenai komunikasi kesihatan. Alat bantuan visual dapat meningkatkan tingkah laku penghindaran risiko yang sesuai, mempromosikan tingkah laku yang sihat dan mengurangkan kesalahan yang disebabkan oleh naratif anekdot (Cox, Sturm & Zimet, 2010; Fagerlin, Wang & Ubel, 2005 dalam Garcia- Retamero & Cokely, 2013). Secara keseluruhannya, kajian-kajian ini telah meneliti komunikasi risiko dalam pelbagai tugas yang sah dari segi ekologi yang menghasilkan semula masalah yang dihadapi oleh khalayak ketika menghadapi kesukaran untuk membuat keputusan dalam aspek isu kesihatan. Maka, ia menunjukkan bahawa alat bantuan visual yang dibina dengan baik sering menawarkan kaedah komunikasi kesihatan yang berkesan, telus, cepat dan beretika.

2.4 Strategi Komunikasi Kesihatan dan Pandemik

Komunikasi kesihatan melalui media mengenai wabak pandemik bukan sahaja dapat memberi maklumat secara tepat dan berkesan kepada masyarakat. Ia juga boleh memberi maklumat yang tidak tepat dan menyebabkan kemunculan panik masyarakat dan tindak balas yang negatif antara masyarakat. Menurut Swerrisen (2020) seperti yang dinyatakan oleh Bernadette Hyland-Wood et al. (2021), pemerintah kerajaan seharusnya memahami peranan mereka semasa ancaman krisis berlaku seperti COVID-19 yang wujud dalam sistem sosio-politik. Kekurangan kepercayaan dan kredibiliti dalam sumber maklumat dapat menghalang usaha komunikasi (Sutton, Renshaw & Butts, 2020). Oleh itu, strategi komunikasi yang diaplikasikan oleh kesemua komunikator kesihatan amat penting untuk meningkatkan keberkesanan penyampaian maklumat dan juga kepercayaan awam. Secara spesifiknya, strategi komunikasi sewaktu pandemik dibahagikan kepada tujuh iaitu serangan, penolakan, alasan, tindakan pembetulan, justifikasi, ingratiasi dan permintaan maaf secara terbuka (Cairney, 2016; Head, 2007 dalam Hyland-Wood et al., 2021).

Menurut Haslam et al. (2011) dalam Hyland-Wood et al. (2021), peranan utama organisasi harus dilaksanakan sewaktu pandemik adalah untuk mengenalpasti masyarakat dan menyebarkan mesej yang sesuai. Hal ini juga disokong oleh pernyataan Kang et al. (2018) dan Soukenik (2018) seperti yang dinyatakan dalam Ahmed Farouk dan Sheren Ali (2021) bahawa khalayak sasaran dalam media sosial dan siaran berita tertentu haruslah dikenalpasti oleh organisasi dan jika perlu, kandungan mesej yang baik perlu ada supaya populasi yang relevan dapat dilihat dan mesej dapat disesuaikan dengan kumpulan tertentu.

Di Malaysia, wabak COVID-19 ini muncul di lokasi yang berbeza dan peraturan atau kawalan juga diaplikasikan kepada populasi yang berbeza. Oleh itu, mesej mengenai peraturan berkaitan dengan COVID-19 ini perlu disampaikan dengan jelas dan tepat kepada khalayak yang sesuai. Sekiranya berlaku wabak seperti selesema burung atau COVID-19, seluruh masyarakat harus dijadikan khalayak sasaran (Maizatul Haizan, Nik Anis, Wan Idros & Wan Amizah, 2019). Walau bagaimanapun, penggunaan strategi yang berbeza terhadap golongan yang diutamakan seperti golongan di perumahan berpendapatan rendah, pekerja dan lain-lain juga penting untuk mencapai keberkesanan penyampaian maklumat. Dalam teori kekayaan media menunjukkan beberapa panduan yang dapat meningkatkan strategi dan taktik komunikasi organisasi iaitu "setiap mesej harus dijadikan jelas dan mudah dibaca" (Kang et al., 2018; Soukenik, 2018 dalam Ahmed Farouk & Sheren, 2021, ms 9).

Salah satu strategi komunikasi kesehatan adalah mesej harus dirancang terlebih dahulu supaya dapat mencapai hasil yang diharapkan. Fakta-fakta perlu dikumpul dan menyediakan pernyataan dan bukti kepada orang awam (Glanz, Rimer & Lewis, 2002 dalam Henrich & Holmes, 2011) . Mereka juga bercadang bahawa menjalankan sidang media secara berkala juga menjadi strategi kepada komunikasi kesehatan supaya tidak terjadinya kekurangan maklumat dan dapat menyangkal mana-mana berita yang tidak sahih di media sosial. Pernyataan Hyland-Wood (2021) ini turut menyokong bahawa individu yang melakukan komunikasi kesehatan perlu mempertimbangkan kesan terbaik dan terburuk dari kandungan yang disampaikan di media sosial dan memaksimumkan pendedahan maklumat dengan asas bukti yang kukuh dan relevan untuk khalayak umum. Strategi komunikasi yang berkesan adalah untuk meningkatkan kesedaran masyarakat untuk membuat pencegahan yang tepat bagi sesebuah wabak dan bukanlah untuk menyebabkan panik.

2.5 Media dan Komunikasi Kesehatan

Media merupakan elemen penting dalam menyampaikan maklumat dan berinteraksi di antara satu sama lain. Peranan media dalam komunikasi kesehatan bukan hanya melalui penggunaan imej atau mempersembahkan hiburan. Namun, ia juga berupaya dalam membentuk pandangan realiti terhadap situasi tertentu. Secara amnya, media massa membantu dalam menyediakan idea, imej serta pemaparan fakta dan fiksyen yang memberi kesan dalam membentuk pandangan realiti seseorang (Suria Hani, Nurhafizah & Rosidayu, 2019).

Selain itu, media juga dilihat berperanan dalam mendidik masyarakat. Pendidikan dapat direalisasikan menerusi kuasa media dalam membentuk pemahaman serta mempengaruhi tingkah laku khalayak dan seterusnya membawa kepada perubahan positif mereka (Suria Hani et al., 2019). Media berperanan sebagai tunjang komunikasi kepada kelancaran proses interaksi yang dilakukan oleh seseorang individu yang bertanggungjawab dalam penyampaian sesuatu isu kesehatan. Media menjadi asas utama dalam menarik perhatian setiap individu, khususnya dalam proses penyebaran maklumat (Ditha & Ikhsan, 2018). Dengan wujudnya media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya, generasi kini lebih cenderung untuk menggunakannya. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, khalayak dapat menerima maklumat dengan lebih mudah dan cepat. Selain itu, media menjadi tulang belakang kepada pasukan perubatan dan sukarelawan yang bertanggungjawab dalam melaksanakan komunikasi kesehatan (Ditha & Ikhsan, 2018).

2.6 Komunikasi Kesehatan dan Twitter

Sejak kebelakangan ini, Twitter digunapakai oleh sebilangan besar masyarakat di negara ini tanpa mengira peringkat usia dan mampu menimbulkan perasaan simpati dan empati dalam kalangan masyarakat (Kumar & Sebastian, 2012 dalam Prayoga, 2020). Spesifiknya, penggunaan media sosial Twitter di negara ini meningkat iaitu pada tahun 2018 hanya 23.8% pengguna, manakala pada tahun 2020 meningkat sebanyak 13.3% iaitu 37.1% secara keseluruhannya (Malaysian Communications and Multimedia Commission, 2020). Hal ini menjadikan Twitter berada di tempat keempat yang digunakan oleh rakyat Malaysia.

Kajian lepas menunjukkan perbincangan yang berlaku dalam platform Twitter sering menjadi topik yang trend atau tular kerana mudah difahami oleh pelbagai lapisan khalayak. Perkara ini disokong oleh Perdana dan Umam (2019) dalam Prayoga (2020), yang menyatakan bahawa Twitter merupakan sumber utama untuk mendidik masyarakat dan dapat mempengaruhi pendapat umum dengan strategi komunikasi yang mempunyai maklumat yang lengkap dan meyakinkan. Walau bagaimanapun, komunikasi di media sosial seperti Twitter hanya dilakukan apabila melibatkan hal-hal yang berkaitan politik dan komunikasi kesihatan semasa pandemik tidak pernah dilakukan sama sekali (Harlow & Johnson, 2011 dalam Prayoga, 2020).

Hart et al. (2017) dalam Emma dan Wan (2017) pula berpendapat bahawa kini ramai pemimpin pendapat telah menggunakan platform ini dalam menyebarkan pelbagai jenis maklumat berkaitan kesihatan dari semasa ke semasa. Semasa penularan wabak Influenza A (H1N1) yang menimbulkan panik dalam kalangan rakyat, Pusat Kawalan dan Pencegahan Penyakit telah menggunakan Twitter dalam menyampaikan maklumat kepada masyarakat (JungWon Yoon et al., 2019). Mereka menggunakan media sosial ini dalam memberi maklumat tentang gejala penyakit ini dan mempromosikan vaksinasi dalam menyembuhkan penularan wabak itu. Menurut Hyojung Reber dan Myoung-Gi (2015) pula, Twitter juga digunakan dalam mencegah wabak Ebola di negara seperti Amerika Syarikat dan Itali.

2.7 Teori Kekayaan Media

Penggunaan teori kekayaan media adalah untuk meneliti dan menganalisis penggunaan media sosial dalam komunikasi visual. Media sosial berupaya menyampaikan pelbagai jenis maklumat dalam bentuk-bentuk visual seperti gambar, infografik, video, teks dan graf agar maklumat yang disampaikan mudah difahami oleh masyarakat. Teori ini juga membantu dalam memahami kekayaan sesebuah media yang digunakan dalam menyampaikan maklumat kepada khalayak. Semakin pelbagai visual yang digunakan dalam sesuatu media, semakin tinggi kekayaan media tersebut (Antar & Nantia Rena, 2017). Melalui kekayaan media, individu yang melakukan komunikasi kepada khalayak umum dapat menyampaikan maklumat secara efektif bermula daripada kata, pemilihan teknik komunikasi dan juga bahasa badan dan wajah.

Dalam konteks kajian, pengkaji akan melihat kepada teknik komunikasi yang dilakukan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob semasa melakukan komunikasi kesihatan kepada khalayak umum. Hal ini dikatakan kerana, teknik komunikasi yang berkesan dapat meningkatkan penyampaian maklumat mengenai isu kesihatan secara berperingkat dari semasa ke semasa (JungWon Yoon, Loni Hagen, James Andrews, Ryan Scharf, Thomas Keller & EunKyung Chung, 2019). Oleh itu strategi komunikasi memainkan peranan utama dalam memastikan mesej yang ingin disampaikan berlaku seperti mana yang dirancang. Melalui teori ini, secara tidak langsung memperlihatkan bahawa sesuatu komunikasi yang ingin dilakukan kepada khalayak seharusnya menyediakan hala tuju dan menggalakkan penyelarasan dalam semua platform yang digunakan. Contohnya, semasa pandemik kerajaan perlulah menyediakan sumber dan cadangan dasar yang diperlukan untuk memerangi virus ini. Menurut Ratzan, Gostin, Meshkati, Rabin dan Parker (2020) dalam David Kim dan Kreps (2020), kerajaan perlu secara aktif berkongsi maklumat secara dalaman dan luaran semasa pandemik untuk membangunkan strategi baharu yang inovatif untuk bertindak balas terhadap ancaman kesihatan dan ketegangan serta memberikan hala tuju dalam sesebuah negara.

Menurut David Kim dan Kreps (2020), maklumat dan sumber juga perlu ditukar antara negara yang turut sama menghadapi wabak itu. Hal ini dapat dilihat apabila, pelancaran Program EU-ASEAN untuk menyokong tindak balas COVID-19 di Malaysia telah dijalankan untuk membolehkan kita menjalin pakatan, mempromosikan kepelbagaian dan berkongsi kepentingan dan nilai bersama untuk memperkukuh persiapan kedua-dua wilayah, dan keupayaan menangani keadaan darurat kesihatan pada masa sekarang dan masa akan datang (Bernama, 2020). Selain itu, Taiwan berkongsi pengalaman dan pengetahuannya dengan Malaysia melalui penggunaan

teknologi dan penyelesaian perubatan pintar dalam memerangi pandemik COVID-19 yang membolehkan maklumat perubatan dikongsi antara hospital dan klinik bagi mencegah penyebaran COVID-19 (Bernama, 2021).

2.8 Teori Pembingkai

Selain itu, teori pembingkai turut digunakan untuk melihat bagaimana media membingkai sesuatu peristiwa. Dalam konteks kajian ini, pengkaji dapat melihat bagaimana Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob dapat membingkai sebuah peristiwa yang terjadi di Malaysia ketika ini iaitu pandemik COVID-19. Melalui teknik komunikasi, pengkaji dapat melihat aliran corak topik yang dilakukan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob semasa melakukan komunikasi kesihatan kepada khalayak umum. Dalam kajian yang dilakukan oleh Shahrul Nazmi dan Kamaliah (2014), corak topik menjadi agen utama yang membentuk keberkesanan komunikasi semasa wabak SARS di Malaysia pada ketika itu.

Seterusnya, melalui bentuk teknik komunikasi dan corak topik yang dikenalpasti dalam kajian ini, pengkaji dapat melihat kepada keberkesanan Twitter dalam mengubah persepsi masyarakat. Hal ini dikatakan kerana, sebaik sahaja individu merasakan tindak balas yang mendesak terhadap risiko kesihatan awam, mereka akan cuba mencari maklumat yang diperlukan oleh mereka untuk membuat keputusan dan bertindak balas terhadap tingkah laku mereka (David Kim & Kreps, 2020). Sebaik sahaja wabak ini merebak, orang ramai seringkali terlibat dalam tingkah laku yang tidak rasional untuk melindungi diri mereka daripada ancaman virus ini. Contohnya, orang ramai mula panik membeli barangan dalam jumlah yang besar terutamanya pembersih tangan, kertas tandas, makanan dalam tin dan barangan runcit yang tidak berkaitan untuk menangani penularan pandemik COVID-19 ini.

Menurut Munshi (2005) dan Samsudin (2002) dalam Manimaran dan Samsudin (2014), keberkesanan sesebuah komunikasi itu turut berkait melalui penglibatan khalayak terhadap sesuatu corak topik ataupun isu kesihatan yang akan membuka peluang kepada pencarian maklumat yang lebih meluas dan seterusnya maklumat tersebut akan digunakan untuk perubahan diri. Dalam konteks kajian, pengkaji akan melihat kepada maklumbalas yang diberikan oleh khalayak umum melalui jumlah kongsi, suka dan komen. Hal ini kerana, kekurangan saluran komunikasi yang membolehkan orang ramai berkomunikasi dengan pihak kerajaan atau individu yang bertanggungjawab akan menjadi satu isu yang membimbangkan terutamanya semasa wabak melanda. Oleh itu, melalui maklumbalas yang diberikan oleh khalayak umum ini juga dapat menyimpulkan tentang keberkesanan komunikasi kesihatan yang dilakukan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob semasa melakukan komunikasi kesihatan mengenai COVID-19.

3. AGENDA PENYELIDIKAN MASA HADAPAN

Secara khusus, kajian ini telah membincangkan tinjauan komprehensif mengenai literatur penyelidikan berkenaan dengan strategi komunikasi kesihatan yang mempunyai kaitan dengan keberkesanan penggunaan media sosial Twitter dalam menyampaikan maklumat semasa berlakunya pandemik. Berdasarkan tinjauan, dapat dilihat bahawa penyelidikan mengenai komunikasi kesihatan yang melibatkan individu atau wakil kerajaan dalam konteks di Malaysia masih terhad dalam fokusnya. Hal ini secara tidak langsung akan menyebabkan banyak maklumat yang disampaikan melalui media sosial tanpa mementingkan kesahihannya. Hal ini sememangnya mampu menimbulkan situasi panik dalam kalangan masyarakat kerana terdapat segelintir pihak yang tidak bertanggungjawab yang melakukan perkongsian melalui media sosial seperti Twitter.

Menurut Che Puteh Osman (2021), terdapat pelbagai spekulasi yang menular, sebagai contoh, pengamalan air rebusan cengkik mampu merawat jangkitan COVID-19, malah tiada kajian klinikal yang mampu membuktikan perkara tersebut. Secara tidak langsung, hal ini dapat

menjejaskan usaha oleh pihak kerajaan dalam membendung penularan COVID-19 di negara kita. Oleh itu, individu yang mewakili pihak kerajaan seharusnya menjadi tonggak dalam menyampaikan maklumat yang sahih kerana ia sememangnya diperlukan oleh masyarakat. Oleh itu, kajian ini akan menyelidiki perkara berikut: (1) mengenalpasti corak topik yang dilakukan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob berkenaan dengan penyampaian komunikasi kesihatan mengenai COVID-19 menerusi Twitter; (2) mengkaji kepelbagaian penggunaan komunikasi visual yang disampaikan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob melalui Twitter; (3) mempelopori teknik-teknik komunikasi yang disampaikan oleh Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob melalui Twitter.

Oleh kerana makalah ini adalah kajian tinjauan konseptual, untuk mencapai objektif di atas, penulis akan menggunakan kaedah kualitatif dengan pendekatan analisis kandungan sebagai metodologi yang memandu dalam pengutipan data kajian. Kaedah kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman dan penerangan mengenai isu-isu yang kompleks melalui pertanyaan mengapa dan bagaimana (Marshall, 1996; Brantlinger et al., 2005). Berbanding dengan hanya menerangkan atau menghuraikan sesuatu isu, kaedah kualitatif ini akan membantu pengkaji untuk mengumpul data, menganalisa dan mendalami isu yang dikaji dengan lebih terperinci. Ia juga disokong oleh beberapa orang pengkaji lain di mana mereka berpendapat bahawa data daripada kaedah kualitatif adalah berbentuk deskriptif di mana ia merupakan kata-kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diamati dengan teliti (Taylor & Bogdan, 1984; Kamarul Azmi Jazmi, 2012).

Manakala, analisis kandungan kualitatif yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan pengekodan untuk meneroka dan tafsirkan sejumlah besar data teks untuk menentukan dengan cara yang tidak mengganggu corak kata yang digunakan, kekerapannya, hubungan mereka dan struktur komunikasi mereka (Vaismoradi et al., 2013). Maka, data itu diberi lebih tumpuan untuk melihat apa yang ditetapkan oleh pengekodnya. Menurut kajian yang dilakukan oleh Sharul Azim, Normah dan Shahrul Nazmi (2020), dengan menggunakan kaedah analisis kandungan kualitatif, Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) telah menggunakan media sosial rasmi Instagram untuk memberi penerangan berkenaan dengan kepentingan penjagaan kesihatan. Penggunaan visual seperti gambar, video dan infografik sememangnya merupakan satu kaedah yang efektif agar maklumat yang ingin disampaikan lebih jelas dan mudah difahami.

Kesimpulannya, penulis berharap kajian konseptual ini dapat digunakan dalam merancang dan menambahbaik strategi kerajaan dalam penyampaian komunikasi kesihatan pada masa hadapan. Hal ini dikatakan kerana, komunikasi yang melibatkan masyarakat di sesebuah negara, memerlukan strategi yang jitu dan sahih agar dapat mencapai matlamat komunikasi tersebut dilakukan (JungWoon Yoon et al., 2019). Di samping itu, kajian ini juga dapat membantu masyarakat untuk memahami isu-isu berkaitan dengan pandemik COVID-19 dengan lebih mudah dan pantas. Hal ini telah dijelaskan oleh Prayoga (2020) yang menyatakan pemilihan medium untuk berkomunikasi juga merupakan elemen yang penting agar segala maklumat yang ingin disampaikan dapat berlaku dengan pantas dan mudah.

RUJUKAN

- Ahmed Farouk, R. & Sheren, A. M. (2021). Government Communication Strategies during Coronavirus Pandemic: United Arab Emirates Lessons. *Journal of Health Management*, 22(4), 516-527.
- Antar, V. & Nantia Rena, M. (2017). Menelusuri Perkembangan Teori Kekayaan Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (1), 30-32.
- Astro Awani. (2021, Jun 13). *Total lockdown: Kerajaan kaji semula SOP jika kes harian COVID-19 bawah 4,000 - Ismail Sabri*. Diakses daripada <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/total-lockdown-kerajaan-kaji-semula-sop-jika-kes-harian-covid19-bawah-4000-ismail-sabri-302959>
- Berita Harian Online. (2020, Jun 12). *"Saya gementar, takut rakyat tak boleh terima"*. Diakses

- daripada <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/06/699345/saya-gementar-takut-rakyat-tak-boleh-terima-ismail-sabri>
- Bernama. (2020). *Kerjasama berkesan penting menangani krisis Covid-19 - Dr Adham*. Diakses daripada <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2021/06/721392/kerjasama-berkesan-penting-menangani-krisis-covid-19-dr-adham>
- Bernama. (2021, Julai 30). *Taiwan kongsi penggunaan teknologi pintar tangani pandemik COVID-19 dengan Malaysia*. Astro Awani. Diakses daripada <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/taiwan-kongsi-penggunaan-teknologi-pintar-tangani-pandemik-covid19-dengan-malaysia-311219>
- Brantlinger, E, Jimenez, R, Klinger, J, Pugach, M, Richardson, V. (2005). *Qualitative Studies in Special Education*. Diakses daripada <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001440290507100205>. 21 September 2021.
- Cairney, P. (2016). *The politics of evidence-based policy making*. Palgrave Macmillan
- Che Puteh, O. (2021, Mei 15). *Benarkah Wap Air Rebusan Bunga Cengkih Merawat COVID- 19?* Diakses daripada <https://www.drcheputeh.com/post/siri-87-benarkah-wap-air-rebusan-bunga-cengkih-merawat-covid-19>. Dimuat turun pada 4 September 2021.
- Cox, D. S., Cox, A. D., Sturm, L., & Zimet, G. (2010). Behavioral interventions to increase HPV vaccination acceptability among mothers of young girls. *Health Psychology, 29*, 29–39
- David Crowley & Paul Heyer. (2011). *Communication in History: Technology, Culture, Society*. White Plains, N.Y: Longman Publishers USA
- David Kim, D, K., & Kreps, G. (2020). An Analysis of Government Communication in the United States During the COVID-19 Pandemic: Recommendations for Effective Government Health Risk Communication, *12* (3), 1. <https://doi.org/10.1002/wmh3.363>
- Ding, H. & Zhang, J. (2010). Social Media and Participatory Risk Communication During the H1N1 Flu Epidemic: A comparative Study. *China Media Research, 6* (4), 82-83.
- Ditha, P. & Ikhsan, F. (2018). Pemanfaatan Media Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Kesehatan kepada Masyarakat. *Jurnal Reformasi, 8* (1), 8-13.
- Emma, M. & Wan Chooi Han. (2017). Komunikasi Pemimpin Pendapat dalam Isu Pembedahan Plastik: Suatu Analisis Kandungan dalam Instagram Selebriti Media Sosial Terpilih. *Jurnal Komunikasi, 33* (1), 262.
- Fagerlin, A., Wang, C., & Ubel, P. A. (2005). Reducing the influence of anecdotal reasoning on people's health care decisions: Is a picture worth a thousand statistics? *Medical Decision Making, 25*, 398–405.
- Gamhewage, Gaya M. (2014). "Complex, Confused, and Challenging: Communicating Risk in the Modern World." *Journal of Communication in Healthcare 7* (4): 252–254.
- Garcia-Retamero, R. & Cokely, E. T. (2013). Communicating Health Risks With Visual Aids. *Current Directions in Psychological Science, 22*(5), 392-399.
- Gillan, D. J., Wickens, C. D., Hollands, J. G., Carswell, C. M. (1998). Guidelines for presenting quantitative data in HFES publications. *Human Factors, 40*, 28–41.
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Lewis, F. M. (Eds.). (2002). *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (3rd ed.). San Francisco, CA: Wiley
- Harlow, S., & Johnson, T. J. (2011). The Arab Spring| Overthrowing the protest paradigm? How the New York Times, global voices and Twitter covered the Egyptian revolution. *International Journal of Communication, 5*(16), 1359-1374. Diakses daripada <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1239>. Dimuat turun pada 23 September 2021.
- Hart, M., Stettan, N. E., Islam, S. & Pizarro, K. (2017). Twitter and Public Health: How Individual Public Health Professionals Use Twitter for Professional Development. *JMIR Public Health and Surveillance, 3* (3), 4-7.
- Haslam, S.A, Reicher, S, Platow, M. (2011). *The new psychology of leadership: identity, influence, and power*. Psychology Press
- Head, B.W. (2007). Community engagement: participation on whose terms?. *Australian J Polit Sci, 42* (3):441–454. Diakses daripada <https://doi.org/10.1080/10361140701513570>. Dimuat turun pada 23 September 2021.

- Henrich, N. & Holmes, B. (2011). Communicating during a Pandemic: Information the Public Wants About the Disease and New Vaccines and Drugs. *Health Promotion Practice*, 12(4), 610-619.
- Huang, Peter H. (2020). "Pandemic Emotions, Public Health, Financial Economics, Law, and Leadership" University of Colorado Law Legal Studies Research Paper No. 20-14. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3575101.
- Hyland- Wood, B., Gardner, J., Leask, J. & Ecker, U. K. H. (2021). Toward Effective Government Communication Strategies in the Era of COVID-19. *Humanities & Social Sciences*, 8(30)1-11.
- Hyojung, P., Reber, B. & Myoung-Gi, C. (2015). Tweeting as Health Communication: Health Organizations' Use of Twitter for Health Promotion and Public Engagement. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 21 (2), 8-11.
- Jie Hua, Wang, G., Huang, M., Hua, S. & Yang, S. (2020). A Visual Approach for the SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) Outbreak Data Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (11), 2-8.
- JungWon Yoon, Hagen, L., Andrews, J., Scharf, R., Keller, T. & Chung, E. (2019). On the Use of Multimedia in Twitter Health Communication: Analysis of Tweets Regarding the Zika Virus. *Information Research*, 24(2). Diakses daripada <http://informationr.net/ir/24-2/paper823.html>. Dimuat turun pada 3 April 2021.
- Kang, M., Kim, J. R., & Cha, H. (2018). From concerned citizens to activists: A case study of 2015 South Korean MERS outbreak and the role of dialogic government communication and citizens' emotions on public activism. *Journal of Public Relations Research*, 30 (5/6), 202–229. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2018.1536980>
- Kreps, Gary L., Kenneth Alibek, Linda Neuhauser, Katherine E. Rowan, and Lisa Sparks. 2005. "Emergency/Risk Communication to Promote Public Health and Respond to Biological Threats." In *Global Public Health Communications: Challenges, Perspectives, and Strategies*, ed. Muhiuddin Haider. Sudbury, MA: Jones & Bartlett Publishers, 349–62
- Kumar, A., & Sebastian, T. M. (2012). Sentimen analysis on Twitter. *International Journal of Computer Science Issues*, 9 (3), 372-378
- Maizatun Haizan, M., Nik Anis S. M. A., Wan Idros & Wan Amizah, W. M. (2019). Komunikasi Strategik dan Peranannya untuk Mewujudkan Komunikasi Berkesan dalam Organisasi. *Jurnal Komunikasi*, 35 (2), 49-51.
- Malaysian Communications and Multimedia Commission. (2020). Internet Users Survey 2020. Diakses daripada. <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS-2020-Report.pdf> Dimuat turun pada 21 September 2021.
- Manimaran, K. & Samsudin, A. R. (2014). Hubungan Komunikasi Kesehatan dengan Kesan Hirarki Isu Kesehatan Terhadap Perubahan Amalan Gaya Hidup Sihat. *Jurnal Komunikasi Malaysia*, 30 (1), 144-148.
- Marshall, M. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522-526. doi: 10.1093/fampra/13.6.522
- Mohd Alif, J., Norruzeyati, M. C. N. & Mohd Nazri, I. (2020). Strategi Komunikasi dengan Gelandangan semasa Pandemik COVID-19: Pengalaman Sukarelawan Sepanjang Fasa Perintah Kawalan Pergerakan di Malaysia. *Forum Komunikasi*, 15 (1), 59-61.
- Moorhead, S. A., Hazlett, D. E., Harrison, L., Carroll, J. K., Irwin, A. & Hoving, C. (2013). A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits & limitations of social media for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 15(4).
- Munshi Abdullah. (2005). Tindak Balas Kognitif Terhadap Kempen Anti Merokok " Tak Nak" KKM pada Papan Maklumat Komuniti (Community Boards) Dalam Kalangan Pelajar-Pelajar Sekolah Menengah Di Seberang Perai, PP : Peranan Penglibatan Terhadap Isu (Issue Involvement) dan Rayuan Mesej. Tesis Sarjana Sastera. Universiti Sains Malaysia.
- Perdana, K. E., & Umam, A. H. (2019). Analisis deskriptif sosial media Twitter dalam proses pembentukan Opini Kampanye Gubernur Jawa Barat 2018 dalam 30 hari pertama. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 9(2), 1-14.

- Peters, E., Dieckmann, N. F., Västfjäll, D., Mertz, C. K., Slovic, P., Hibbard, J. (2009). Bringing meaning to numbers: The impact of evaluative categories on decisions. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 15, 213–227.
- Prayoga, K. (2020). How Jokowi Communicates with the Public During Covid-19 Crisis: An Analysis of Tweets on Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 36 (2), 1-6.
- Rantasila, A., Sirola, A., Kekkonen, A., Valaskivi, K. & Kunelius, R. (2018). #fukushima five years on: a multimethod analysis of Twitter on the anniversary of the nuclear disaster. *International Journal of Communication*, 12 (1), 928-949.
- Ratzan, Scott C., Gostin, Lawrence O., Meshkati, Najmedin, Rabin, Kenneth, and Parker, Ruth M. 2020. COVID-19: An Urgent Call for Coordinated, Trusted Sources to Tell Everyone What They Need to Know and Do.” National Academy of Medicine (NAM). <https://nam.edu/covid-19-an-urgent-call-forcoordinated-trusted-sources-to-tell-everyone-what-they-need-to-know-and-do/>.
- Rowan, Katherine E., Carl H. Botan, Gary L. Kreps, Sergei Samoilenko, and Karen Farnsworth. 2008. “*Risk Communication Education for Local Emergency Managers: Using the CAUSE Model for Research, Education, and Outreach.*” In *Handbook of Risk and Crisis Communication*, eds. Robert Heath, and H. Dan O’Hair. New York: Routledge, 180–203.
- Ryoko Hamaguchi, Saman Nematollahi & Daniel J. Minter. (2020). Picture of a Pandemic: Visual Aids in the COVID-19 Crisis. *Journal of Public Health*, 00 (00), 1-3.
- Samsuddin A. Rahim & Latifah Pawanteh. (2002) . *Kajian Penilaian Kempen Cara Hidup Sihat. Bangi : Kementerian Kesihatan Malaysia*
- Shahrul, A, S, Normah Mustaffa & Shahrul Nazmi Sannusi. (2020). Peranan Visual Instagram dalam Meningkatkan Kesedaran Kesihatan Masyarakat. *Jurnal Kemanusiaan dan Sains Sosial*, 17 (2), 91-96.
- Shahrul Nazmi & Kamaliah Siarap. (2014). Peranan Perhubungan Awam dan Komunikasi Krisis: Kajian Terhadap Kementerian Kesihatan Malaysia dalam Penanganan Wabak SARS. *Jurnal Kemanusiaan dan Sains Sosial*, 9 (2), 7-8.
- Shin, Jieun, and Kjerstin Thorson. 2017. “Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social Media.” *Journal of Communication*, 67 (2), 233–55.
- Soukenik, S. (2018). Towards a stakeholder model of government communication: A case study of the Czech Republic. *Communication Today*, 9 (1), 20–37. Diakses daripada <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=ufh&AN=129331452&site=ehost-live>. Dimuat turun pada 21 September 2021.
- Suria Hani, A. R., Nurhafizah, M. S. & Rosidayu S. (2019). Pendekatan Media Massa dan Media Baharu dalam Menangani Isu Kesihatan Mental dalam Kalangan Remaja. *Jurnal Islam, Sosial, Ekonomi dan Pembangunan*, 4 (19), 192-197.
- Sutton, J., Renshaw, S. L. & Butts, C. T. (2020). COVID-19: Retransmission of Official Communications in an Emerging Pandemic. *PloS ONE*, 15(9), 1-25.
- Swerrisen. H. (2020, May 13). The new normal: how we’ll live with COVID-19 [Research]. Grattan Institute. Diakses daripada <https://johnmenadue.com/hal-swerissen-thenew-normal-how-well-live-with-covid-19/>. Dimuat turun pada 23 September 2021.
- Syerif, N. (2015), *Dunia komunikasi dan gadget: Evolusi alat komunikasi, menjelajah jarak dengan gadget*. Penerbit Bestari, Jl. Waru, Jakarta
- Taylor-Clark, Kalahn Alexandra, Kasisomayajula Viswanath, and Robert J. Blendon. 2010. “Communication Inequalities During Public Health Disasters: Katrina's Wake.” *Health Communication*, 25 (3), 221–29.
- Taylor, S, J. & R, Bogdan. (1984). *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings*. Second Edition. John Wiley and Sons. Toronto.
- Vaismoradi. M, Turunen. H & Bondas. T. (2013). Content Analysis and Thematic Analysis: Implications for Conducting a Qualitative Descriptive Study. *Nursing Health Science*, 15(3), 398-405.
- Waldron. J. (2013). User-generated content, Youtube and participatory culture on the Web: music learning and teaching in two contrasting online communities. Diakses daripada <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14613808.2013.772131>. Dimuat turun pada 23 September 2021.