

PENGUNAAN MESSAGE APPEALS DALAM SIARAN PERS BERBASIS SAINS TENTANG PANDEMI COVID-19

Nayla Erzani, Diah Fatma Sjoraida, Renata Anisa
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran
Email: nayla18001@mail.unpad.ac.id

Diterima: 10 Mei 2024; Direvisi: 07 Juni 2024; Disetujui: 28 Juni 2024

Abstrak

Pandemi COVID-19 telah melahirkan berbagai inisiatif masyarakat dalam rangka meringankan beban satu sama lain. Salah satunya adalah LaporCovid-19, sebuah inisiasi yang melakukan diseminasi pesan-pesan advokasi berbasis sains terkait situasi pandemi COVID-19 di Indonesia melalui siaran pers. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis alasan, cara pengembangan, serta aspek pendukung dan penghambat penggunaan daya tarik pesan dari siaran pers LaporCovid-19. Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan tiga orang dari pihak internal LaporCovid-19 serta seorang triangulator ahli, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siaran pers LaporCovid-19 menggunakan tiga jenis daya tarik pesan, yaitu rasional, emosi negatif, dan emosi positif, untuk mengomunikasikan pentingnya penanganan pandemi berdasarkan hak atas kesehatan secara ilmiah. Daya tarik rasional yang berupa pemaparan fakta dan data primer berdasarkan hasil laporan warga menjadi kelebihan karena dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan audiens. Sementara itu, daya tarik emosi negatif berupa penggambaran dampak buruk pandemi justru menjadi tantangan karena memperoleh respons berupa sikap defensif pemerintah serta kejenuhan masyarakat sipil.

Kata Kunci: Daya Tarik Pesan, Komunikasi Sains, Media, Siaran Pers, Situs

Abstract

The COVID-19 pandemic has sparked various community initiatives aimed at alleviating each other's burdens. One such initiative is LaporCovid-19, which disseminates science-based advocacy messages regarding the COVID-19 pandemic situation in Indonesia through press releases. This research aims to analyze the reasons, development process, as well as the supporting and inhibiting aspects regarding the use of message appeals in LaporCovid-19's press releases. Employing data collection techniques such as interviews with three LaporCovid-19 members and an expert triangulator, as well as literature review. The research findings revealed that LaporCovid-19's press releases employed three types of message appeals: rational, negative emotion, and positive emotion. These appeals were used to emphasize the importance of addressing the pandemic from a scientific viewpoint, rooted in the public right to health. Furthermore, the use of rational appeal, using factual citizen-based data, boosts understanding and acceptance. Meanwhile, the negative emotional appeal depicting pandemic impacts often prompts defensive government reactions and societal fatigue.

Keywords: Media, Message Appeals, Press Release, Science Communication, Website

Pendahuluan

Pandemi COVID-19 pada awal 2020 telah mendorong berbagai organisasi untuk mengambil pendekatan yang bervariasi dalam rangka membingkai pesan tentang peristiwa tersebut kepada publik (Dhanani & Franz, 2020). Di Indonesia, ragam organisasinya mencakup inisiatif masyarakat yang fokus terhadap pelaksanaan kegiatan advokasi untuk meringankan beban kolektif selama masa pandemi.

Saat situasi krisis seperti pandemi COVID-19, praktisi komunikasi Leonard S. Greenberger dalam bukunya “What to Say When Things Get Tough” (2013) menganjurkan penggunaan kerangka kerja CAN (*caring, answer, dan next steps*) dalam menyampaikan pesan advokasi. Proses ini dimulai dengan “C” yang berarti *caring* atau kepedulian. Kepedulian adalah salah satu kriteria yang digunakan publik dalam menilai organisasi sebagai sumber informasi terpercaya saat masa krisis. Dengan begitu, penting bagi organisasi untuk bisa menyampaikan pesan empati yang menunjukkan keberpihakan kepada publik. Setelah menyampaikan kepedulian dan empati yang cukup, langkah selanjutnya adalah “A” atau *answer*. Langkah ini dilakukan untuk menjawab kekhawatiran publik dengan struktur; pesan pengantar, data pendukung, dan pesan penekanan. Tujuan dari langkah ini adalah mengubah sikap dan membangun kepercayaan publik lewat diseminasi pesan yang terstruktur juga faktual. Terakhir, setelah pesan disampaikan secara peka dengan struktur yang tepat, “N” atau *next steps* (langkah-langkah selanjutnya) bisa dilakukan organisasi dengan memberikan rekomendasi solusi serta referensi bacaan lebih lanjut terkait situasi krisis.

Di Indonesia, diseminasi pesan advokasi mengenai situasi pandemi COVID-19 umumnya dilakukan lewat media massa. Media massa dapat menjadi sumber informasi utama dari hasil diseminasi pesan ilmiah, termasuk yang berkaitan dengan pandemi COVID-19 (Anwar et al., 2020). Lebih lanjut, laporan Digital News Report 2020 terbitan Reuters Institute mengungkapkan bahwa kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap pemberitaan media massa berformat portal berita daring lebih tinggi dibandingkan dengan yang beredar di laman media sosial mereka (Newman et al., 2021). Laporan yang sama juga menerangkan bahwa ada peningkatan konsumsi berita melalui portal daring, utamanya pada masa awal pandemi COVID-19. Dengan kata lain, pemberitaan media massa di portal daring menjadi salah satu sumber informasi mengenai situasi pandemi COVID-19 yang dianggap mapan bagi masyarakat Indonesia.

Salah satu inisiatif masyarakat yang melakukan diseminasi pesan-pesan advokasi terkait pandemi COVID-19 di Indonesia lewat portal berita daring adalah LaporCovid-19. Dibentuk oleh sekelompok individu pada Maret 2020 setelah kasus pertama COVID-19 di Indonesia diumumkan, anggota LaporCovid-19 terdiri atas orang-orang yang peduli terhadap hak masyarakat atas kesehatan. Mereka membentuk kanal laporan warga sebagai tempat berbagi informasi tentang COVID-19 di Indonesia. Melalui pendekatan *crowdsourcing*, kanal ini melibatkan partisipasi warga dalam mencatat kasus COVID-19 serta melaporkan isu-isu terkait pandemi di wilayah mereka dalam rangka menjembatani kesenjangan data antara pemerintah dan laporan langsung dari masyarakat. Temuan dalam laporan kemudian juga diolah menjadi siaran pers yang memperoleh tempat di portal berita daring dengan jumlah pengunjung bulanan serta akses laman berita oleh lebih dari dua juta orang, seperti Kompas.com, Cnnindonesia.com, Liputan6.com, Tempo.co, dan Bisnis.com.

Tabel 1. Siaran Pers LaporCovid-19 di Portal Berita Daring

No	Media	Judul Berita	Tanggal Publikasi
1	Kompas.com	New Normal Bukan Hanya Urusan Cuci Tangan seperti Penjelasan Yurianto	18 Mei 2020
2	Cnnindonesia.com	6 Bulan Corona, Relawan Nilai Pemerintah Belum Transparan	6 September 2020
3	Liputan6.com	LaporCovid-19: 265 Pasien Meninggal Saat Isolasi Mandiri di Rumah	3 Juli 2021
4	Muhammad Gustiasa	LaporCovid-19 Sarankan Panitia PON XX Papua Belajar dari Olimpiade Tokyo,	24 September 2021
5	Bisnis.com	LaporCovid-19: Ada 33 Laporan Penyelewengan Vaksin Booster Selama 2021	4 Januari 2022

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Sejak Mei 2020 sampai dengan Februari 2022, LaporCovid-19 tercatat sudah mempublikasikan 78 siaran pers melalui situs laporcovid19.org. Periode pemberitaan paling banyak terjadi pada Juli–Agustus 2021 atau saat puncak gelombang kedua pandemi di Indonesia. Sementara itu, periode pemberitaan paling sedikit terjadi pada

periode September–Desember 2021 atau saat angka kasus COVID-19 sudah mulai berkurang.



Gambar 1. Laman Publikasi Siaran Pers LaporCovid-19
(laporcovid19.org, 2021)

Adapun isi dari siaran pers mencakup pernyataan sikap LaporCovid-19 berdasarkan data dan laporan masyarakat selama pandemi. LaporCovid-19 mempublikasikan siaran pers dengan fokus topik dan nada pemberitaan yang berbeda-beda, seiring dengan dinamika situasi pandemi di Indonesia serta kondisi masyarakat. Sebagian besar siaran pers pun memiliki nada yang netral sebab sifatnya yang informatif, dengan substansi meliputi data hasil temuan lapangan serta rekomendasi kebijakan pandemi berbasis riset dan pendapat ahli. Walau begitu, terdapat pula nada siaran pers yang cenderung lebih negatif. Hal ini disebabkan oleh pemilihan judul dan muatan rekomendasi yang terkesan “mendesak” serta berisi peringatan “keras” kepada publik, seperti contoh pada Gambar 1.

Nada pemberitaan pandemi yang dibagikan melalui media massa, seperti lewat siaran pers LaporCovid-19, memiliki peran yang krusial, mengingat metode pemberitaan dapat berdampak terhadap sikap dan perilaku seseorang (Anwar et al., 2020). Lebih lanjut, nada negatif dalam pemberitaan pandemi COVID-19 di portal berita daring sempat membuat masyarakat Indonesia jenuh. Hal ini merupakan hasil dari survei “Persepsi Publik terhadap Pemberitaan COVID-19 di Media” yang disusun oleh Tim Peneliti Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk Dewan Pers pada Juni 2021. Survei menjangkau 1.119 responden berusia 15 tahun yang merepresentasikan populasi Indonesia dengan akses internet untuk membaca pemberitaan terkait COVID-19. Adapun salah satu tanggapan dari responden survei adalah sebagai berikut:

“Lebih banyak pemberitaan negatif dibanding positif tentang COVID-19, karena itu diharapkan pemberitaan mampu diseimbangkan dengan info angka kesembuhan Covid beserta tips menjaga kesehatan secara berkala.” (Responden X, Survei: Persepsi Publik terhadap Pemberitaan COVID-19 di Media, Juni 2021)

Di sisi lain, sejumlah penelitian berbeda menyatakan bahwa nada pemberitaan yang negatif selama masa pandemi berisiko untuk menimbulkan kecemasan dan ketakutan berlebih terhadap COVID-19 (Hardiyanti, 2021; Stolow et al., 2020). Salah satu aspek yang dapat membuat nada pemberitaan menjadi negatif adalah daya tarik rasa takut atau *fear appeals*. Daya tarik ini mencakup penggunaan materi grafis dan bahasa yang sensasional dalam rangka membangkitkan rasa takut. Dalam konteks komunikasi di masa pandemi COVID-19, *fear appeals* meliputi penggunaan bahasa hiperbolik dan provokatif, penggunaan gambar eksplisit dari korban COVID-19, atau penggunaan narasi yang terkesan menyalahkan atau menstigmatisasi individu karena tidak menaati protokol kesehatan (Stolow et al., 2020).

Sejumlah penelitian telah mengungkap bahwa penggunaan *fear appeals* dalam mengampanyekan perilaku sehat pada kenyataannya dapat menjadi kontraproduktif (Kok et al., 2018; Ruiter et al., 2014). Selain itu, sejumlah publikasi ilmiah di bidang kesehatan masyarakat global juga telah meminta para praktisi untuk menghindari dominasi penggunaan daya tarik yang mampu menumbuhkan emosi negatif, dan memperbanyak penggunaan fakta atau data dalam konten komunikasi pandemi COVID-19 (International Media Support, 2020; Stolow et al., 2020).

Penggunaan fakta atau data dalam konten komunikasi dapat pula disebut sebagai *rational appeals* atau daya tarik rasional. Berbeda dengan *fear appeals* yang berkaitan dengan aspek emosi, *rational appeals* berkenaan dengan aspek logika. Daya tarik rasional mencakup proporsi dan argumen yang disertai bukti berupa analogi, perbandingan, contoh, statistik, testimoni atau *endorsement*, studi kasus, bukti visual, demonstrasi, serta bukti fisik lainnya (Gregory, 2020).

Lebih lanjut, *fear appeals* dan *rational appeals* merupakan turunan dari jenis daya tarik pesan atau *message appeals*, yakni komponen penting dalam kegiatan komunikasi (Hornik et al., 2016). Secara sederhana, terdapat dua jenis daya tarik pesan atau *message appeals*, yaitu *emotional appeals* (daya tarik yang menumbuhkan emosi positif atau negatif) dan *rational appeals* (daya tarik rasional). Penggunaan semua jenis daya tarik

pesan pun diketahui lebih efektif apabila menysasar kelompok publik yang cenderung aktif dan *well-informed* sehingga bisa mendorong perubahan sikap (Perloff, 2017).

Penggunaan daya tarik pesan dalam konten komunikasi mengenai pandemi COVID-19 merupakan bagian dari upaya komunikasi sains, yakni cabang ilmu komunikasi yang acap digunakan untuk membumikan sebuah hasil riset. Tujuan umum dari komunikasi sains adalah menciptakan kesadaran publik terhadap esensi dari sains, menciptakan pemahaman publik terhadap konten, proses, dan faktor sosial dari sains, memberikan literasi sains yang mampu meningkatkan pemahaman publik, serta mempopulerkan budaya sains agar dapat dipahami juga didukung oleh masyarakat luas (Jucan & Jucan, 2014).

Dewasa ini, alih-alih ilmuwan, dokumentasi hasil riset kepada publik semakin banyak dikelola oleh praktisi *public relations* atau penasihat komunikasi sains (Bucchi & Trench, 2014). Pemanfaatan media massa, tidak terkecuali media massa konvensional seperti portal berita daring pun turut menjadi upaya yang dilakukan oleh komunikator dalam proses komunikasi sains. Terdapat tiga model yang dapat mendefinisikan proses terjadinya komunikasi sains: *Deficit Model (1st Order Thinking)*, *Dialogue Model (2nd Order Thinking)*, dan *Participation Model (3rd Order Thinking)* (Bucchi & Trench, 2014). *Deficit Model (1st Order Thinking)* fokus terhadap edukasi publik yang dianggap kurang berpengetahuan lewat komunikasi satu arah. Sementara itu, *Dialogue Model (2nd Order Thinking)* fokus untuk menciptakan dialog yang dapat membumikan sains di kalangan publik serta membangun kepercayaan lewat komunikasi dua arah. *Participation Model (3rd Order Thinking)* fokus terhadap eksplorasi arah, kualitas, serta kebutuhan akan perubahan sosial.

Sehubungan dengan *message appeals*, implementasinya dalam komunikasi sains pun sudah dikaji dalam sejumlah penelitian internasional (Lu, 2016; Sarrina Li & Huang, 2020; Taddicken & Reif, 2020) serta masih belum banyak ditemukan di Indonesia. Penelitian Lu (2016) melakukan uji pengaruh terhadap dua jenis daya tarik emosi, yaitu *hope* (harapan) dan *sadness* (kesedihan), serta interaksinya terhadap *gain versus loss framing* dalam pencarian informasi, dukungan kebijakan, juga intensi perilaku pro-lingkungan terkait isu penyakit pembuangan bintang laut. Sementara itu, Sarrina Li & Huang (2020) melakukan survei untuk menelaah lebih lanjut tentang respons komunikasi terhadap pesan-pesan tentang perubahan iklim dengan daya tarik rasa takut. Berbeda

dengan kajian Lu (2016) dan Sarrina Li & Huang (2020) yang fokus terhadap sebab dan akibat penggunaan daya tarik pesan dalam konteks komunikasi sains, penelitian Taddicken & Reif (2020) menggunakan metode studi literatur. Studi literatur Taddicken & Reif (2020) menyimpulkan bahwa penggunaan daya tarik emosi dalam komunikasi sains setidaknya dapat dikaji dari tiga sudut pandang; komunikator, pesan, dan komunikan atau audiens.

Berbeda dengan tiga penelitian sejenis yang telah dijelaskan, penelitian ini akan menganalisis penggunaan *message appeals* dalam siaran pers berbasis sains milik LaporCovid-19, sebagai salah satu bentuk dokumentasi data pandemi di Indonesia atas hasil inisiatif masyarakat yang sering memperoleh tempat di portal berita *top of mind*. Analisis yang dilakukan akan fokus terhadap konsep media massa, komunikasi sains, serta *message appeals*. Peneliti akan melakukan studi kasus mengenai alasan, cara pengembangan, serta aspek pendukung dan penghambat penggunaan *message appeals* dalam siaran pers LaporCovid-19 mengenai situasi pandemi COVID-19 di Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu cara untuk memahami fenomena sosial melalui pandangan subjektif partisipan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengungkap makna mendalam dan konteks sosial dari perilaku manusia yang tidak dapat dicapai melalui metode kuantitatif (Neuman, 2014).

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yaitu pendalaman dari sebuah kasus yang memiliki keunikan atau keunggulan dalam kancan penelitian sosial (Creswell & Creswell, 2018). Kasus dapat berupa organisasi atau gejala tertentu yang diteliti secara intensif dan rinci (Laurensia et al., 2020).

Penelitian ini mengulas sebuah kasus tentang ketidakseimbangan penggunaan nada positif dan negatif dalam pemberitaan pandemi COVID-19 di Indonesia. Ketidakseimbangan ini menimbulkan beragam respons, termasuk kejenuhan. LaporCovid-19 adalah salah satu inisiatif masyarakat yang berperan dalam menyebarkan berita tentang pandemi COVID-19 di Indonesia. Keunikan LaporCovid-19 dalam melakukan gaya komunikasi berbasis sains melalui siaran persnya dengan unsur-unsur *message appeals* pun turut mendorong peran tersebut sehingga layak untuk dipelajari lebih lanjut lewat penelitian studi kasus ini.

Dalam penelitian studi kasus tunggal, proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai teknik (Fantini & Ardianto, 2023). Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik studi pustaka berupa pengumpulan informasi dari laman resmi LaporCovid-19, jurnal, dan buku, serta wawancara mendalam. Data kemudian dianalisis secara tematik dengan tahapan: mengenal data, membuat kode, mencari tema, mengulas tema, mendefinisikan dan memberi nama tema, serta membuat laporan (Scharp & Sanders, 2019).

Analisis tematik dalam penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi, mengelompokkan, serta mendalami tema utama yang muncul dari data wawancara dan studi pustaka. Proses membuat kode dan penentuan tema berkaitan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui alasan (latar belakang), cara pengembangan (implementasi), serta aspek pendukung dan penghambat (evaluasi) penggunaan daya tarik pesan rasional dan emosional dalam siaran pers LaporCovid-19. Kemudian, penulis melakukan deskripsi dan interpretasi setiap tema sesuai dengan konteks penelitian sebagai bentuk laporan.

Selanjutnya, objek dari penelitian ini adalah penggunaan *message appeals* dalam siaran pers berbasis sains mengenai situasi pandemi COVID-19 oleh LaporCovid-19. Sementara itu, subjek penelitian ini adalah informan yang terlibat dalam penyusunannya.

Penentuan informan dan dokumen siaran pers sebagai subjek penelitian dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dan bukan sekadar diacak (Sugiyono, 2014). Lebih lanjut, kriteria untuk memilih calon informan yang akan diwawancarai Peneliti terkait siaran pers LaporCovid-19 adalah sebagai berikut: pertama, individu yang bersedia diwawancarai serta mampu menjelaskan secara rinci tentang isi siaran pers. Kedua, individu yang memahami secara mendalam tentang proses diseminasi siaran pers oleh LaporCovid-19. Ketiga, individu yang dapat memberikan pandangan objektif mengenai penggunaan *message appeals* dalam siaran pers tersebut. Calon informan harus memenuhi setidaknya salah satu dari kriteria ini untuk dapat diikutsertakan dalam penelitian.

Adapun identitas lengkap dari para calon informan yang akan diwawancarai dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Identitas Informan

No	Nama	Jabatan dan Peran	Status Informan
1	Firdaus Ferdiansyah	Koordinator Divisi Advokasi dan Laporan Warga LaporCovid-19 – Penanggung Jawab & Penulis Siaran Pers	Informan Kunci
2	Hanna Syakira	Anggota Divisi Advokasi dan Laporan Warga LaporCovid-19 – Penyuplai Data Siaran Pers	Informan Kunci
3	Windyah Puji	Sekretaris Umum & Relawan Divisi Advokasi dan Laporan Warga LaporCovid-19 – Editor Siaran Pers	Informan Kunci
4	Muhammad Gustiasa	Deputy Client Manager Edelman Indonesia – Praktisi <i>Public Relations</i> di Bidang Sains dan Kesehatan	Triangulator

Sumber: Hasil Penelitian (2022)

Terdapat tiga orang yang terpilih sebagai informan kunci. Informan kunci merupakan individu di lingkup LaporCovid-19 yang terlibat dalam proses perencanaan, penyusunan, serta diseminasi siaran pers. Terdapat pula informan triangulator, yakni individu yang mendukung teknik validasi data berupa triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa LaporCovid-19 menggunakan komponen pembentuk *message appeals* atau daya tarik pesan dalam mengemas siaran persnya lewat model komunikasi sains ke-dua, yaitu *Dialogue Model (2nd Order Thinking)*. Model ini memosisikan LaporCovid-19 sebagai kumpulan ahli yang memiliki pengetahuan esensial, namun tetap terbuka terhadap perspektif baru dari masyarakat.

Walau begitu, pihak yang terlibat dalam proses penyusunan siaran pers LaporCovid-19 belum mengetahui bahwa model komunikasi serta gaya bahasa atau nada yang digunakan dapat membentuk daya tarik pesan tertentu. Dengan begitu, Peneliti berupaya menyusun pertanyaan wawancara secara lebih umum agar subjek dapat memahami konteks penelitian. Hasil penelitian pun juga akan dipaparkan berdasarkan kategorisasi yang terbentuk setelah Peneliti menyimpulkan hasil wawancara dengan informan.

Lewat penelitian ini, peneliti mengungkap alasan, cara pengembangan, serta situasi pendukung dan penghambat dari penggunaan *message appeals* dalam siaran pers LaporCovid-19. Alasan penggunaan *message appeals* dalam siaran pers LaporCovid-19 dapat diketahui dengan mengidentifikasi latar belakang pemilihan siaran pers sebagai taktik *media relations* inisiasi, tujuan siaran pers, serta target audiens siaran pers. Lalu, aspek pengembangan meliputi cara LaporCovid-19 mengimplementasikan taktik serta menyusun konten siaran pers yang terdiri atas kategorisasi isu, penggunaan sumber informasi, serta penggunaan *message appeals*. Adapun aspek pendukung berkenaan dengan penggunaan daya tarik rasional serta daya tarik emosional yang menumbuhkan emosi positif, yaitu *virtue appeal* atau daya tarik kebaikan. Sementara itu, aspek penghambat berkenaan dengan penggunaan daya tarik rasional serta daya tarik emosional yang menumbuhkan emosi negatif, yaitu *fear appeal* dan *guilt appeal* atau daya tarik rasa bersalah.

Penelitian juga menunjukkan bahwa metode penyampaian pesan tentang pandemi COVID-19 oleh LaporCovid-19 belum sepenuhnya sesuai dengan kerangka kerja CAN (*caring, answer, dan next steps*) yang diajukan oleh Greenberger (2013). Oleh karena itu, salah satu rekomendasi dari penelitian ini adalah modifikasi kerangka kerja CAN yang telah disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi sains dari LaporCovid-19.

Alasan Penggunaan Message Appeals dalam Siaran Pers LaporCovid-19

Siaran pers merupakan salah satu taktik komunikasi yang dapat dilakukan oleh organisasi dalam rangka memperoleh publisitas. Sebagai taktik penyampaian pesan, aspek daya tarik atau *appeal* pun tidak luput dari sebuah siaran pers. Masing-masing organisasi diyakini memiliki alasan tersendiri terkait penggunaan *message appeals* yang ada dalam konten komunikasinya, termasuk LaporCovid-19 lewat siaran pers.

Diseminasi siaran pers lewat portal berita daring oleh LaporCovid-19 dianggap sudah tepat. Siaran pers dibuat untuk mengomunikasikan sebuah isu yang harus disampaikan secara lengkap dan runut mengenai pandemi COVID-19 di Indonesia. Hal ini disampaikan oleh Firdaus Ferdiansyah selaku Koordinator Divisi Advokasi dan Laporan Warga LaporCovid-19.

“Isu dalam siaran pers kita itu berkaitan dengan keselamatan warga, kita lagi ngomongin nyawa. Kalau nadanya terkesan lemah-lembut, atau ‘dibisikin’ begitu kesannya akan jadi kacau. Makanya kita gunakan bahasa yang terkesan mendesak.”
(Firdaus Ferdiansyah, wawancara, Juni 2022)

Sebagaimana pula diterangkan oleh Newman et. al. (2021), kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap pemberitaan di portal berita daring tergolong tinggi. Walau begitu, untuk dapat memperoleh pemberitaan, LaporCovid-19 harus memastikan bahwa kandungan pesan dalam siaran persnya mampu meyakinkan pekerja media massa akan adanya nilai berita dari isu yang disampaikan. Selain kandungan nilai berita, ketepatan waktu, penggunaan format piramida terbalik, keberadaan aspek 5W + 1H, serta penggunaan kata-kata yang mudah dipahami juga harus diperhatikan. Hal ini perlu dilakukan dalam rangka memastikan bahwa siaran pers LaporCovid-19 sudah disusun dengan baik sehingga mampu mencapai tujuan diseminasinya.

Selanjutnya, alasan penggunaan *message appeals* dalam siaran pers LaporCovid-19 berkaitan dengan upaya mencapai dua tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Melalui siaran pers yang bersifat tertulis, LaporCovid-19 berupaya untuk menggunakan *message appeals* dalam rangka mencapai tujuan umumnya, yaitu mengadvokasikan urgensi strategi penanganan pandemi yang berbasis hak atas kesehatan. Adapun tujuan khusus dari penggunaan *message appeals* berkaitan dengan karakteristik taktik siaran pers serta publik yang disasar, yaitu pemerintah, media massa, juga masyarakat sipil.

Tujuan umum dan tujuan khusus milik LaporCovid-19 menjadikan siaran pers berbasis sains dengan *message appeals* sebagai pilihan taktik komunikasi yang ideal. Tujuan siaran pers LaporCovid-19 pun sejalan dengan tujuan umum dari komunikasi sains menurut Jucan & Jucan (2014) yang berkenaan dengan meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai materi ilmiah kepada publik. Namun, menurut penilaian Muhammad Gustiasa, seorang praktisi hubungan masyarakat di bidang sains dan kesehatan sekaligus informan triangulator, taktik pendukung lainnya masih diperlukan untuk mencapai tujuan mendorong perubahan sikap ke arah yang diharapkan.

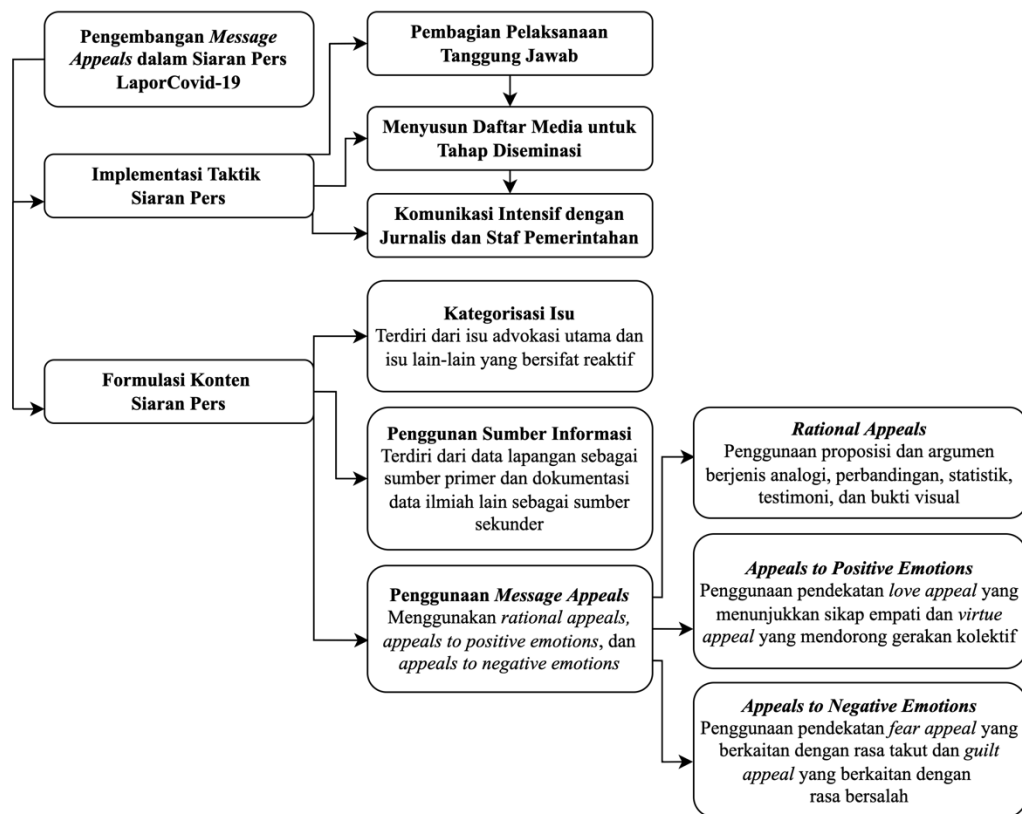
Target publik siaran pers LaporCovid-19 yang memiliki perbedaan karakteristik, terlepas dari keterkaitan antara ketiganya, turut menjadi tantangan. Dalam narasi siaran pers LaporCovid-19, pemerintah diposisikan sebagai kelompok publik yang didesak dan dikoreksi, mengingat mereka disasar untuk bisa mendorong perubahan kebijakan ke arah yang lebih baik. Sementara itu, masyarakat diposisikan sebagai kelompok publik yang perlu dibela dan diedukasi, mengingat LaporCovid-19 ingin menambah pengetahuan mereka mengenai hak atas kesehatan. Di lain sisi, media massa diposisikan sebagai

saluran yang dapat membantu proses diseminasi pesan dalam siaran pers. Tantangan ini menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan oleh LaporCovid-19. Sebab, pesan dalam siaran pers harus mampu diterima dengan baik oleh masing-masing kelompok publik serta terhindar dari risiko salah persepsi.

Untuk bisa mengatasi tantangan tersebut, LaporCovid-19 dapat memperhatikan aspek konten, kreativitas, dan konteks dalam menyusun siaran persnya. Sebagai awalan, LaporCovid-19 dapat menentukan terlebih dahulu jenis konten ideal bagi kelompok publik yang diharapkan perubahan sikapnya, yaitu masyarakat sipil dan jajaran pemerintah. Setelah menemukan konten yang ideal, LaporCovid-19 dapat mengembangkan kreativitas dalam menarasikan isu yang hendak disampaikan melalui siaran pers dalam rangka menarik perhatian media massa. Selain itu, LaporCovid-19 juga harus memperhatikan aspek konteks yang disesuaikan dengan lini masa perkembangan situasi pandemi di Indonesia dalam menyusun pesan siaran persnya. Dengan memperhatikan tiga aspek tersebut, LaporCovid-19 bisa menyampaikan pesan kepada masing-masing kelompok publik yang disasar secara lebih terstruktur sehingga komunikator dan komunikan dapat menyamakan pemahaman untuk mencapai efektivitas komunikasi.

Pengembangan Message Appeals dalam Siaran Pers LaporCovid-19

Dalam rangka membuat pesan yang tepat sasaran, diperlukan strategi untuk mengemasnya. Menurut Smith (2017), strategi umumnya memiliki dua fokus: aksi (proaktif dan responsif) serta konten pesan (tema, sumber, dan nada). Merujuk pada hal tersebut, pengembangan *message appeals* yang dilakukan dalam siaran pers LaporCovid-19 dapat dikaji dari segi aksi (implementasi taktik) juga konten (isu, sumber data, dan *message appeals*). Untuk dapat memahami bagaimana LaporCovid-19 dapat mengembangkan siaran persnya secara lebih sederhana, peneliti membuat Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Pengembangan *Message Appeals* dalam Siaran Pers LaporCovid-19
(Hasil Penelitian, 2022)

Secara lebih rinci, temuan penelitian dari segi aksi menunjukkan bahwa implementasi taktik siaran pers sejalan dengan karakteristik *Dialogue Model (2nd Order Thinking)* dalam komunikasi sains. Hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan LaporCovid-19 lewat siaran pers adalah hasil dialog atau komunikasi dua arah dengan publik melalui aplikasi *chatbot*.

Implementasi taktik siaran pers juga melibatkan banyak pihak internal LaporCovid-19, termasuk Co-Leader, Divisi Kajian, Divisi Advokasi dan Laporan Warga, Divisi Newsroom, serta kolaborator ahli. Co-Leader bertanggung jawab untuk menginisiasi topik bahasan siaran pers, menjadi penasihat selama proses penulisan, serta menjadi *gatekeeper* dari informasi dalam siaran pers yang akan didiseminasikan. Divisi Kajian bertanggung jawab untuk mengolah data lapangan atau hasil laporan warga untuk disertakan dalam siaran pers. Divisi Advokasi dan Laporan Warga bertanggung jawab untuk menginisiasi serta menyepakati topik bahasan siaran pers, membuat *draft* awal, mengepalai koordinasi dengan divisi lain selama proses penulisan, serta mendiseminasi

siaran pers. Divisi Newsroom bertanggung jawab untuk melakukan proses penyuntingan siaran pers. Sementara itu, kolaborator ahli bertanggung jawab untuk memberikan masukan mengenai substansi siaran pers apabila dibutuhkan. Setelah siaran pers rampung, dokumen dapat disebarakan lewat komunikasi intensif dengan jurnalis juga staf pemerintahan.

Perlu diketahui bahwa proses penulisan siaran pers yang dilakukan oleh LaporCovid-19 dilakukan secara kolektif. Dengan kata lain, terdapat banyak pihak yang harus saling berkoordinasi dalam proses penyusunan siaran pers. Sistem kerja ini pun dinilai memiliki kelebihan dan kekurangan. Dari segi kelebihan, siaran pers dapat memperoleh banyak masukan sehingga isi konten menjadi lebih *solid*. Sementara dari segi kekurangan, konten siaran pers memiliki kemungkinan untuk mengandung terlalu banyak fokus atau agenda. Padahal, idealnya, siaran pers disusun ringkas dan sepadat mungkin dalam rangka menghindari kesalahpahaman. Dengan begitu, LaporCovid-19 perlu memastikan bahwa fokus isu dan agenda dalam siaran pers sudah dinarasikan secara jelas sehingga dapat dipahami oleh target publik.

Kemudian, dari segi formulasi konten siaran pers, terdapat tahap kategorisasi isu, penggunaan sumber informasi, serta penggunaan *message appeals*. Kategorisasi isu yang dilakukan dapat terdiri dari isu advokasi utama dan isu lain-lain yang bersifat reaktif. Sumber informasi yang digunakan terdiri dari data lapangan sebagai sumber primer dan dokumentasi data ilmiah lainnya sebagai sumber sekunder. Terdapat pula penggunaan *rational appeals*, *appeal to positive emotion*, dan *appeal to negative emotion* dalam konten siaran pers.

Berkaitan dengan kategorisasi isu, terdapat lima kelompok isu prioritas LaporCovid-19 yang dikomunikasikan lewat siaran pers, yaitu perlindungan tenaga kesehatan, termasuk insentif dan juga santunan kematian, bantuan sosial, baik itu yang reguler maupun non reguler, program vaksinasi, mulai dari perencanaan sampai dengan KIPK atau efek sampingnya, pendidikan, khususnya pembelajaran tatap muka, serta pembebanan biaya rawat COVID-19.

Apabila temuan lapangan tetap ingin diberitakan namun tidak termasuk ke dalam salah satu kelompok isu prioritas, LaporCovid-19 akan mengkategorikannya ke dalam kelompok lain-lain. Kelompok ini mencakup reaksi terhadap topik-topik terkait pandemi

yang sedang ramai dibicarakan, seperti definisi dari situasi *new normal*, pelaksanaan Pilkada saat pandemi, fasilitas kesehatan yang kolaps, serta tren kasus varian Omicron.

Siaran pers yang reaktif terlihat lebih banyak menghasilkan interaksi publik. Adapun siaran pers dengan *engagement* tertinggi berjudul “Faskes Kolaps, Sebanyak 265 Pasien Isoman Covid-19 Meninggal Dunia.” Siaran pers ini dipublikasikan pada Juli 2021, yaitu masa di mana parahnya situasi gelombang kedua COVID-19 sedang ramai dibicarakan oleh publik. Saat itu, siaran pers LaporCovid-19 turut memvalidasi isu tersebut dengan mendiseminasi siaran pers yang menyatakan bahwa fasilitas kesehatan telah kolaps ketika angka kasus positif dan kematian sedang tinggi. Hal ini pun menunjukkan pentingnya aspek konteks dalam menentukan isu dari sebuah siaran pers, termasuk milik LaporCovid-19.

Komponen konten lainnya adalah sumber data. Diketahui bahwa penggunaan sumber data primer berupa hasil temuan lapangan berdasarkan laporan warga menjadi salah satu keunggulan LaporCovid-19. Masyarakat dapat memberikan data berupa laporan jumlah kasus, pelanggaran protokol kesehatan, pengalaman buruk atau stigma terkait COVID-19, layanan kesehatan atau non-kesehatan seputar COVID-19, layanan bantuan sosial atau Bansos, cerita keluarga atau orang terdekat dari pasien COVID-19 yang meninggal dunia, keresahan terhadap layanan vaksin COVID-19, serta masukan bagi system layanan COVID-19.

Proses pengolahan data primer ini bersifat ilmiah. Data yang telah diperoleh diverifikasi melalui pencocokan dengan konsep ilmiah kesehatan masyarakat dari sumber sekunder serta kepada individu pemberi data. Setelahnya, data tersebut akan direduksi juga disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami. Hal ini lah yang membuat siaran pers tersebut disusun berdasarkan argumen berbasis sains serta melibatkan proses ilmiah dalam penyusunannya.

Sementara itu, sumber data sekunder dalam siaran pers LaporCovid-19 cenderung menyesuaikan dengan kebutuhan dari isu yang ditulis. Sumber data sekunder meliputi jurnal ilmiah, pendapat ahli, hasil pengamatan media, serta informasi dari lembaga kesehatan internasional.

Penggunaan sumber primer dan sekunder yang jelas dalam tiap siaran pers LaporCovid-19 ini sejalan dengan anjuran International Media Support (2020) mengenai diseminasi informasi terkait pandemi. Anjuran yang dimaksud adalah penggunaan dan

penyertaan sumber informasi baru, terpercaya, akurat, juga berimbang. Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa LaporCovid-19 selalu menyertakan data-data terbaru yang berimbang. Adapun hal yang dapat ditingkatkan terkait penggunaan sumber data dalam siaran pers LaporCovid-19 adalah tambahan keterangan yang menjelaskan tentang akses dari sumber asli data, utamanya bagi data-data sekunder. Hal ini dapat meningkatkan kredibilitas dari siaran pers LaporCovid-19 karena mampu mempertanggungjawabkan setiap data yang dicatut.

Aspek mendasar lainnya yang dapat membentuk konten pesan adalah *appeal* atau daya tarik. Sebagaimana yang telah dipaparkan dalam latar belakang, siaran pers LaporCovid-19 terlihat memiliki daya tarik pesan yang bersifat rasional (*rational appeals*) dan emosional (*emotional appeals*).

Berkaitan dengan penggunaan *rational appeals*, LaporCovid-19 merupakan inisiasi yang mengedepankan penggunaan hasil penelitian lapangan dalam materi komunikasinya, termasuk siaran pers. Hal ini dipertegas oleh Hana Syakira selaku Anggota Divisi Advokasi dan Laporan Warga LaporCovid-19.

“Proses penulisan di LaporCovid itu sangat ketat dan memperhatikan aspek ilmiah. Opini yang ditulis harus berdasar. Proses penulisan di akhir juga selalu ada editing oleh orang yang punya background di kesehatan masyarakat dan wartawan yang juga memiliki pengetahuan mendalam di bidang kebencanaan. Dengan begitu, bisa dikatakan kalau siaran pers kita sangat berdasarkan dengan data dan opini yang berdasar.” (Hana Syakira, wawancara, Juni 2022)

Komponen pertama pembentuk *rational appeals*, yaitu proposisi, tercermin dalam struktur siaran pers LaporCovid-19. Proposisi terdiri atas fakta dalam bagian latar belakang dan argumen, dugaan dalam bagian *standing point*, nilai berupa pentingnya hak atas kesehatan bagi masyarakat, serta kebijakan dalam bagian rekomendasi. Sementara itu, komponen kedua pembentuk *rational appeals*, yaitu argumen, digunakan dalam bentuk dan jumlah yang berbeda. Adapun bentuk argumen yang digunakan meliputi analogi, perbandingan, statistik, testimoni, dan bukti visual. Statistik merupakan bentuk argumen yang digunakan dalam seluruh siaran pers. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa struktur dan data statistik merupakan dua aspek utama yang membentuk penggunaan daya tarik rasional dalam siaran pers LaporCovid-19.

Namun, penggunaan *rational appeals* dalam siaran pers dapat pula menjadi tantangan. Hal ini tidak terlepas dari risiko misinterpretasi akibat penyajian pesan faktual yang sulit dipahami. Oleh karena itu, proses penyuntingan siaran pers LaporCovid-19

baiknya memperhatikan aspek kesesuaian ejaan, efektivitas kalimat, serta pembumian istilah saintifik.

Selain mengutamakan penggunaan data lapangan yang membentuk *rational appeals*, siaran pers LaporCovid-19 juga memprioritaskan narasi yang memiliki perspektif kemanusiaan, dalam hal ini melalui *appeal to positive emotion* atau daya tarik emosi positif. Hal ini disampaikan oleh Sekretaris Umum sekaligus Relawan Divisi Advokasi dan Laporan Warga LaporCovid-19, Windyah Puji Lestari.

“Jadi karena LaporCovid ini berperan sebagai *watchdog* ya, sebagai lembaga independen yang mengawasi kebijakan dan juga implementasinya bagaimana di lapangan, jadi ya gaya bahasanya seperti itu, meminta keadilan. Siaran pers kita berperspektif kemanusiaan, fokus terhadap keadilan kesehatan masyarakat.” (Windyah Puji Lestari, wawancara, Juni 2022)

Berdasarkan identifikasi penggunaan *appeal to positive emotion* dalam siaran pers LaporCovid-19, terlihat bahwa jenis daya tarik yang digunakan adalah *love* dan *virtue appeal*. *Love appeal* atau daya tarik kasih sayang tecermin dalam penggunaan kalimat-kalimat yang menunjukkan empati sekaligus keberpihakan LaporCovid-19 kepada masyarakat sipil selaku kelompok publik terdampak pandemi. Daya tarik ini terlihat tidak menysar pemerintah, terlepas dari posisinya sebagai salah satu sasaran siaran pers LaporCovid-19. Lebih lanjut, *virtue appeal* atau daya tarik kebaikan tecermin dari ajakan LaporCovid-19 untuk menyuarakan pentingnya hak atas kesehatan selama masa pandemi secara kolektif.

Menurut Perez-Fuentes (2020), penggunaan *appeal to positive emotion* penting dilakukan saat situasi darurat pandemi. Sebagaimana rekomendasi International Media Support (2020) LaporCovid-19 dapat mengemas *angle* siaran pers yang bersifat *eye-awakening* agar pesan empati terhindar dari penggunaan bahasa yang dapat menimbulkan kecemasan atau hanya terkesan menonjolkan perasaan iba saat menggunakan *love appeal*. Selain itu, penyertaan langkah-langkah pencegahan atau penanggulangan isu pandemi yang mengajak seluruh kelompok publik secara inklusif dan berimbang dapat ditekankan lewat penggunaan *virtue appeal*. Hal ini dilakukan dalam rangka membantu menciptakan serta memperkuat norma dan tanggung jawab kolektif terkait isu pandemi, utamanya bagi target audiens LaporCovid-19 yang mencakup pemerintah, masyarakat sipil, dan media massa.

Terlepas dari adanya *appeal to positive emotion*, peneliti menemukan bahwa gaya komunikasi negatif lebih dikedepankan oleh LaporCovid-19 dalam menulis siaran pers. Gaya bahasa tersebut meliputi penggunaan diksi yang terkesan mendesak atau memohon keadilan, tegas, serta blak-blakan, sebagaimana dikatakan oleh narasumber:

“Isu dalam siaran pers kita itu berkaitan dengan keselamatan warga, kita lagi ngomongin nyawa. Kalau nadanya terkesan lemah-lembut, atau ‘dibisikin’ begitu kesannya akan jadi kacau. Makanya kita gunakan bahasa yang terkesan mendesak.”
(Firdaus Ferdiansyah, wawancara, Juni 2022)

Gaya penyampaian ini dilakukan untuk menyadarkan adanya konsekuensi negatif berupa semakin buruknya situasi pandemi apabila publik mengabaikan rekomendasi pesan yang disampaikan oleh LaporCovid-19. Hal ini juga merupakan bentuk dari penggunaan daya tarik yang mampu menimbulkan emosi negatif terhadap pembaca siaran pers LaporCovid-19.

Penggunaan gaya penyampaian yang terkesan memiliki nada negatif dalam siaran pers LaporCovid-19 juga tidak terlalu dihiraukan oleh penyunting dan *gatekeeper*. Walau begitu, pemilihan kata-kata tersebut juga sudah melalui pertimbangan dari para anggota, terutama anggota ahli.

Berdasarkan identifikasi penggunaan *appeal to negative emotion* dalam siaran pers LaporCovid-19, terlihat bahwa daya tarik rasa takut atau *fear appeals* dominan digunakan. Hal ini tercermin dalam penggambaran kengerian mengenai situasi pandemi di Indonesia melalui pemaparan data angka kasus positif dan kematian yang terus meningkat, data fasilitas kesehatan yang penuh, penggunaan diksi berkonotasi negatif seperti “buruk”, “bahaya”, “parah”, dan “kolaps”, serta pemaparan risiko. Selain itu, terdapat pula penggambaran kengerian juga dalam judul siaran pers. Judul meliputi penggunaan diksi yang juga berkonotasi negatif seperti “abnormal”, “tidak”, “abai”, “meninggal”, “kolaps”, “desak”, “tunda”, serta “bahaya terselubung.”

Selain daya tarik rasa takut, siaran pers LaporCovid-19 juga menggunakan daya tarik rasa bersalah atau *guilt appeal*. Salah satu bentuk daya tarik emosi negatif ini cenderung menysar pemerintah selaku pembuat kebijakan terkait pandemi. LaporCovid-19 cenderung menggunakan gaya penyampaian yang bersifat korektif serta mendesak pemerintah dalam siaran persnya. Penggunaan daya tarik rasa bersalah ini merupakan upaya LaporCovid-19 untuk melakukan *public shaming* kepada pemerintah.

Dominasi penggunaan *appeal to negative emotion* seperti dalam siaran pers LaporanCovid-19 sesungguhnya tidak disarankan oleh ahli karena dianggap dapat menimbulkan kecemasan. Penggunaan *appeal to negative emotion* dalam siaran pers LaporanCovid-19 baiknya dibarengi dengan data, langkah pencegahan, dan ajakan untuk menyelesaikan masalah. Dengan kata lain, penggunaan daya tarik ini harus dibarengi dengan proporsi *rational appeals* dan *appeal to positive emotion* yang lebih banyak.

Aspek Pendukung dan Penghambat Penggunaan Message Appeals dalam Siaran Pers LaporanCovid-19

Penggunaan masing-masing jenis *message appeals* dalam siaran pers LaporanCovid-19 memiliki pendukung dan penghambat. Aspek pendukung dan penghambat dapat diidentifikasi dari bagaimana LaporanCovid-19 menyusun *message appeals* dalam siaran pers serta respons publik eksternal. Secara umum, aspek pendukung dan penghambat banyak berkaitan dengan situasi selama pandemi COVID-19 berlangsung di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat dua aspek pendukung penggunaan *message appeals* dalam siaran pers LaporanCovid-19. Aspek pendukung pertama adalah penggunaan data dan fakta yang bersumber dari laporan masyarakat sipil. Aspek pendukung ini berkenaan dengan penggunaan *rational appeals*. Penggunaan data dan fakta dari laporan masyarakat sipil dapat menjadi aspek pendukung karena adanya proses *citizen science*, di mana LaporanCovid-19 melakukan koleksi, reduksi, verifikasi, data visualisasi data primer yang bersumber dari masyarakat. Menurut Vahidi, et al. (2021) *citizen science* dapat menjembatani publik dan ilmuwan untuk bisa memahami situasi darurat kesehatan seperti pandemi COVID-19 dari berbagai perspektif. Lebih lanjut, *citizen science* dapat melengkapi praktik ilmiah otoritatif dalam rangka menanggapi pandemi COVID-19 serta konsekuensinya yang merugikan.

Aspek pendukung kedua adalah karakteristik LaporanCovid-19 yang mengedepankan semangat kolektif. Menurut Sihotang et al. (2020), semangat kolektif yang turut melibatkan seluruh aspek publik adalah hal penting dalam menanggulangi wabah penyakit, tidak terkecuali COVID-19. Melibatkan seluruh aspek publik melalui inisiasi kolektif seperti LaporanCovid-19 dapat menumbuhkan rasa gotong royong serta kebersamaan dalam menghadapi situasi sulit selama pandemi. Dengan begitu, hal ini

menjadi faktor pendukung penggunaan *message appeals* dalam siaran pers LaporanCovid-19, utamanya dari segi *appeal to positive emotion*.

Sementara itu, aspek penghambat penggunaan *message appeals* dalam siaran pers LaporanCovid-19 yang pertama adalah era *post-truth* atau pasca-kebenaran. Era ini membuat masyarakat cenderung bersandar pada sisi emosional dan pandangan personal dibandingkan dengan realitas. Hal ini pun kontradiktif dengan konten siaran pers LaporanCovid-19 yang berupaya menggambarkan kenyataan situasi pandemi di Indonesia berdasarkan argumen saintifik.

Dalam konteks pandemi COVID-19, era *post-truth* dapat menumbuhkan skeptisisme akut akan inti gagasan kebenaran yang sebelumnya tidak pernah ditemukan dalam sejarah wabah di kalangan umat manusia. Secara umum, era ini mendorong persepsi serta anggapan yang menolak kenyataan tentang situasi pandemi. Dengan begitu, era *post-truth* menjadi salah satu tantangan bagi LaporanCovid-19 ketika menggunakan *message appeals* dalam siaran persnya, baik itu *rational* maupun *emotional appeals*.

Informan triangulator menganggap bahwa aspek penghambat ini dapat dihadapi dengan menyusun strategi implementasi taktik siaran pers yang lebih matang. Lebih lanjut, aspek-aspek yang menurutnya harus diperhatikan dengan baik meliputi sasaran audiens, intensitas publikasi, serta pesan yang dinarasikan dalam siaran pers LaporanCovid-19.

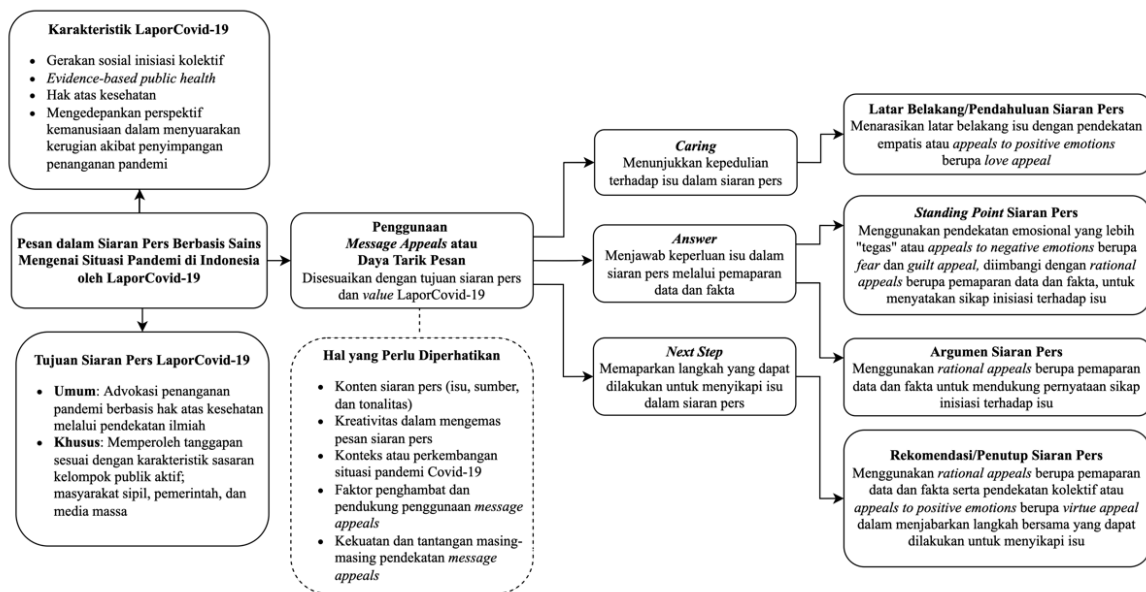
Aspek penghambat penggunaan *message appeals* kedua adalah sikap defensif pemerintah terhadap desakan dan koreksi yang disampaikan LaporanCovid-19 melalui siaran pers. Aspek penghambat ini turut membuktikan pernyataan Stollow, dkk (2020), di mana penggunaan *appeal to negative emotion* dapat menghasilkan respons yang tidak diinginkan, termasuk berupa penyangkalan, serangan balik, penghindaran, serta pembelaan diri. Untuk dapat menghadapi aspek penghambat ini, LaporanCovid-19 dapat mengimbangi penggunaan *appeal to negative emotion* dengan pendekatan *appeals to positive emotions* berupa *virtue appeal* yang mengajak keterlibatan pemerintah.

Adapun aspek penghambat penggunaan *message appeals* ketiga adalah kejenuhan masyarakat terhadap situasi pandemi. Kejenuhan masyarakat ini turut divalidasi oleh laporan mengenai persepsi publik terhadap pemberitaan pandemi COVID-19 yang dilakukan oleh Dewan Pers pada Juni 2021. Laporan mengungkap sentimen berupa kejenuhan terhadap frekuensi pemberitaan COVID-19 yang cukup tinggi serta

didominasi konten bernada negatif. Berdasarkan rekomendasi Dewan Pers, aspek penghambat ini dapat diatasi dengan mempraktikkan jurnalisme solusi serta memberitakan praktik terbaik terkait penanganan COVID-19. Narasi yang disampaikan dalam pemberitaan pun harus mampu memunculkan optimisme publik, mengingat mereka tengah merasa jenuh dengan pemberitaan yang ada.

Sehubungan dengan hambatan yang sudah dipaparkan, LaporCovid-19 dapat mempertimbangkan modifikasi kerangka kerja CAN (*caring, answer, dan next step*) dalam menyusun siaran persnya. Lebih lanjut, aspek *caring* dapat dilakukan dengan mengawali bagian pembuka atau latar belakang siaran pers secara empati. Dengan kata lain, bagian awal siaran pers dipaparkan dengan menggunakan *appeal to positive emotion* berupa *love appeal*. Setelahnya, berkaitan dengan aspek *answer*, bagian *standing point* dan argumentasi dapat mengedepankan penggunaan *rational appeals* serta *appeal to negative emotion* seperti *fear* atau *guilt appeals*. Penggunaan *appeal to negative emotion* dalam siaran pers pun harus fokus terhadap pemaparan risiko secara logis serta tidak dilakukan secara berlebihan. Adapun berkaitan dengan aspek *next step*, siaran pers dapat menyampaikan rekomendasi dan penutup dengan mengedepankan penggunaan *rational appeals* serta *appeal to positive emotion* seperti *virtue appeal*. Dengan mempertimbangkan kerangka kerja ini, diharapkan kredibilitas LaporCovid-19 sebagai inisiasi kolektif yang mendiseminasi informasi mengenai situasi pandemi berbasis sains di Indonesia dapat meningkat.

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah dijabarkan, peneliti mencoba untuk menggambarkan penggunaan *message appeals* yang ideal dalam siaran pers LaporCovid-19 dalam bentuk Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Gambaran Penggunaan *Message Appeals* dalam Siaran Pers LapoCovid-19

Rekomendasi penggunaan *message appeals* yang ideal sebagaimana tertera pada Gambar 3 merupakan hasil analisis setelah melakukan wawancara dengan pihak LapoCovid-19 serta studi pustaka. Analisis dilakukan berdasarkan konsep ilmiah media massa, komunikasi sains, dan *message appeals*, serta kenyataan lapangan yang ditemukan selama proses penelitian. LapoCovid-19 dapat mempertimbangkan kerangka kerja ini untuk menyampaikan siaran pers berbasis sains secara lebih baik, utamanya dari segi penggunaan *message appeals*.

Rekomendasi juga disesuaikan dengan karakteristik model komunikasi sains kedua, yaitu *Dialogue Model* (2nd Order Thinking) yang digunakan LapoCovid-19 dalam proses diseminasi siaran persnya. Rekomendasi mencakup pendekatan penerimaan yang peka terhadap pandangan dan pengalaman publik untuk membentuk pemahaman baru berdasarkan perspektif kemanusiaan. Berbeda dengan *Deficit Model* (1st Order Thinking) yang menempatkan komunikator sebagai pemilik tunggal pengetahuan, dan *Participation Model* (3rd Order Thinking) yang mendorong kreasi bersama antar semua pihak secara setara, model kedua ini memosisikan komunikator sebagai ahli utama dalam isu ilmiah yang dibahas. Walau begitu, model ini tetap terbuka terhadap penerimaan perspektif baru dari publik. Dalam konteks LapoCovid-19, pendekatan ini pun memfasilitasi hasil dari dialog yang lebih terpusat namun tetap kolaboratif.

Lebih lanjut, rekomendasi ini turut memberikan kontribusi berupa gambaran penggunaan *message appeals* yang ideal dalam melakukan diseminasi pesan sains lewat siaran pers di tengah situasi krisis, khususnya bagi LaporCovid-19 atau inisiasi sejenis. Penelitian ini secara khusus mengeksplorasi peran komunikator sebagai pelaku utama dalam komunikasi sains selama krisis pandemi COVID-19 di Indonesia, berbeda dengan topik penelitian sejenisnya. Fokus pada dinamika ini menghasilkan temuan yang tidak hanya menambah wawasan tentang strategi penyampaian pesan dalam situasi darurat, tetapi juga memperkaya bidang riset ilmu komunikasi dengan mengintegrasikan aspek-aspek dari sains kesehatan dan kemanusiaan.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penggunaan *message appeals* dalam siaran pers berbasis sains oleh LaporCovid-19, simpulan penelitian dapat dirangkum dalam tiga poin. Pertama, LaporCovid-19 menggunakan *message appeals* dalam siaran persnya untuk mencapai tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum yakni advokasi strategi penanganan pandemi COVID-19 berdasarkan hak atas kesehatan secara ilmiah, sementara tujuan khusus yaitu mendorong perubahan sikap dari pemerintah, media, dan masyarakat sipil. Kedua, LaporCovid-19 mengembangkan *message appeals* melalui proses implementasi taktik dan formulasi konten yang mencakup isu, sumber informasi, serta tiga jenis daya tarik pesan atau *message appeals*: rasional, emosi positif, dan emosi negatif yang masing-masing memiliki kekuatan dan tantangan. Ketiga, aspek pendukung penggunaan *message appeals* mencakup pemanfaatan data dari laporan masyarakat dan inisiasi kolektif, sementara aspek penghambatnya meliputi era *post-truth*, tanggapan defensif pemerintah, serta kejenuhan masyarakat terhadap situasi pandemi.

Selanjutnya, LaporCovid-19 disarankan untuk mempertimbangkan kerangka kerja CAN (*caring*, *answer*, dan *next step*) dalam menyusun komposisi *message appeals* dalam siaran pers berbasis sains. Aspek *caring* dapat dimulai dengan bagian pembuka yang empati, menggunakan *love appeal*. Kemudian, dalam aspek *answer*, bagian argumentasi dapat menggunakan *rational appeals* dan *fear* atau *guilt appeals* dengan menjaga keseimbangan dan kelogisan penggunaan *appeal to negative emotion*. Bagian *next step* dapat memberikan rekomendasi dengan mengedepankan *rational appeals* dan

virtue appeal. Dengan penerapan kerangka kerja ini, kredibilitas Laporan Covid-19 dalam menyebarkan informasi pandemi berbasis sains diharapkan dapat meningkat.

Ke depannya, penelitian lanjutan dapat dilakukan dalam rangka mengevaluasi penggunaan *message appeals* secara kuantitatif dari perspektif audiens. Penelitian lanjutan tersebut dapat menelaah pemahaman yang lebih rinci tentang pengaruh *message appeals* terhadap perubahan sikap audiens, dengan menjadikan penelitian ini sebagai referensi.

Daftar Pustaka

- Anwar, A., Malik, M., Raees, V., & Anwar, A. (2020). Role of Mass Media and Public Health Communications in the COVID-19 Pandemic. *Cureus*, 12(9). <https://doi.org/10.7759/cureus.10453>
- Bucchi, M., & Trench, B. (2014). *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*. Routledge New York.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth edit). SAGE Publications Ltd.
- Dhanani, L. Y., & Franz, B. (2020). The Role of News Consumption and Trust in Public Health Leadership in Shaping COVID-19 Knowledge and Prejudice. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.560828>
- Fantini, E., & Ardianto, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Iklan dan Celebrity Endorser di Instagram terhadap Minat Beli Followers (Studi Kasus pada Followers Aktif Akun Instagram @merche.id). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.59408/netnografi.v2i1.17>
- Greenberger, L. S. (2013). *What to say when things get tough: Business communication strategies for winning people over when they're angry, worried and suspicious of everything you say*. McGraw-Hill.
- Gregory, A. (2020). *Planning and managing public relations campaigns: A strategic approach*. Kogan Page Publishers.
- Hardiyanti, R. (2021). *Media Online dan Efek Pemberitaan Covid-19 di Kota Ambon*. Institut Agama Islam Negeri Ambon.
- Hornik, J., Ofir, C., & Rachamim, M. (2016). Quantitative evaluation of persuasive appeals using comparative meta-analysis. *The Communication Review*, 19(3), 192–222. <https://doi.org/10.1080/10714421.2016.1195204>
- International Media Support. (2020). *IMS Covid 19 Reporting Guidelines*. <https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2020/04/IMS-Covid-19-Reporting-Guidelines-V1.pdf>
- Jucan, M. S., & Jucan, C. N. (2014). The Power of Science Communication. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 149, 461–466. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.288>
- Kok, G., Peters, G.-J. Y., Kessels, L. T. E., ten Hoor, G. A., & Ruiter, R. A. C. (2018). Ignoring theory and misinterpreting evidence: the false belief in fear appeals. *Health Psychology Review*, 12(2), 111–125. <https://doi.org/10.1080/17437199.2017.1415767>
- Laurensia, B., Sitanggang, H. J., Marta, R. F., Daniar, A., & Menayang, A. P. (2020).

- Integrasi Orkestrasi Pemasaran dengan Filosofi Dwi Sapta pada Kasus Vaseline Healing Project. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1). <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.38>
- Lu, H. (2016). The Effects of Emotional Appeals and Gain Versus Loss Framing in Communicating Sea Star Wasting Disease. *Science Communication*, 38(2), 143–169. <https://doi.org/10.1177/1075547015619173>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=Ybn3ngEACAAJ>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021. In *Reuters Institute for the Study of Journalism*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion* (6th Editio). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315657714>
- Ruiter, R. A. C., Kessels, L. T. E., Peters, G. Y., & Kok, G. (2014). Sixty years of fear appeal research: Current state of the evidence. *International Journal of Psychology*, 49(2), 63–70. <https://doi.org/10.1002/ijop.12042>
- Sarrina Li, S.-C., & Huang, L.-M. S. (2020). Fear appeals, information processing, and behavioral intentions toward climate change. *Asian Journal of Communication*, 30(3–4), 242–260. <https://doi.org/10.1080/01292986.2020.1784967>
- Scharp, K. M., & Sanders, M. L. (2019). What is a theme? Teaching thematic analysis in qualitative communication research methods. *Communication Teacher*, 33(2). <https://doi.org/10.1080/17404622.2018.1536794>
- Stolow, J. A., Moses, L. M., Lederer, A. M., & Carter, R. (2020). How Fear Appeal Approaches in COVID-19 Health Communication May Be Harming the Global Community. *Health Education & Behavior*, 47(4), 531–535. <https://doi.org/10.1177/1090198120935073>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Metode Penelitian Ilmiah*.
- Taddicken, M., & Reif, A. (2020). Between Evidence and Emotions: Emotional Appeals in Science Communication. *Media and Communication*, 8(1), 101–106. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i1.2934>