



Kredit foto: Cema Saputera (unsplash.com)

MENELAAH BERBAGAI ISU DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK PADA MASA PANDEMI COVID-19

Ana Rosidha Tamyis, Hening Wikan, Sulton Mawardi

RANGKUMAN EKSEKUTIF

Pemerintah telah menerapkan berbagai kebijakan pengendalian pandemi penyakit koronavirus 2019 (COVID-19) seiring dengan berfluktuasinya angka kasus COVID-19 sejak awal pandemi. Namun, komunikasi publik oleh pemerintah dalam menangani pandemi kurang efektif, padahal komunikasi efektif sangat penting untuk membangun pemahaman dan kepercayaan, serta mempertahankan persepsi risiko masyarakat. Terdapat sejumlah isu dalam pelaksanaan komunikasi publik pada masa pandemi, yakni (i) ketakselarasan pesan antaraktor pemerintah; (ii) pesan yang berpotensi menyebabkan kebingungan; (iii) narasi positif yang dapat menunjukkan keberhasilan penanganan, tetapi berpotensi menimbulkan rasa aman semu; dan (iv) keragaman kreativitas strategi komunikasi di tingkat daerah dan perbedaan tingkat efektivitasnya.

KONTEKS STUDI KOMUNIKASI PUBLIK SELAMA PANDEMI COVID-19

Pandemi COVID-19 telah berlangsung lebih dari satu tahun sejak pemerintah mengumumkan temuan kasus pertama di Indonesia pada Maret 2020 (Berty, 2020). Situasi kasus berlangsung secara dinamis dan angka kasus pun berfluktuasi. Puncak pertama kasus COVID-19 di Indonesia—ditandai dengan jumlah kasus mingguan yang mencapai 89.902 kasus—terjadi pada Januari 2021. Kemudian, sempat terjadi penurunan kasus selama 15 minggu. Namun, pada Juni 2021, terjadi gelombang lonjakan kedua (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2021). Angka kasus mingguan pada puncak kedua (125.393 kasus) jauh melampaui angka mingguan pada puncak pertama (89.902 kasus). Pemerintah dan para epidemiolog memperingatkan masyarakat akan adanya potensi gelombang ketiga COVID-19 (Farmita, 2021).

Pemerintah telah menjalankan berbagai kebijakan pengendalian pandemi. Namun, penerapan keseluruhan protokol kesehatan (prokes) oleh masyarakat masih belum berjalan dengan baik. Misalnya, tingkat kepatuhan menggunakan masker ganda dan menjaga jarak masih rendah apabila dibandingkan dengan kepatuhan mencuci tangan dengan sabun atau menggunakan penyaniitasi tangan (*hand sanitizer*) (Badan Pusat Statistik, 2021). Situasi ini mengindikasikan belum efektifnya komunikasi publik yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendukung penanganan pandemi, padahal komunikasi publik merupakan jalan untuk membangun pemahaman masyarakat mengenai risiko yang dihadapi dan perilaku seperti apa yang seharusnya dipraktikkan pada masa pandemi. Selain itu, komunikasi publik berperan dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan dan kemampuan pemerintah untuk menangani pandemi, serta mencegah kekhawatiran masyarakat.

Tulisan ini menampilkan sejumlah isu dalam strategi komunikasi publik tentang pandemi COVID-19, serta beberapa masukan bagi penanganannya. Identifikasi isu ini dilakukan berdasarkan refleksi atas temuan studi The SMERU Research Institute mengenai ketangguhan sosial-budaya masyarakat rentan dalam menghadapi pandemi COVID-19. Studi ini dilaksanakan sejak April 2020 hingga Juni 2021. Pembelajaran atas strategi komunikasi pandemi penting untuk didalami sebagai langkah perbaikan pada masa mendatang. Seberapa besar kasus dan kapan waktu terjadinya gelombang ketiga ataupun gelombang-gelombang COVID-19 lainnya akan tergantung pada kondisi dalam masyarakat (Ika, 2021).

KETAKSELARASAN PESAN ANTARAKTOR PEMERINTAH

Selama berlangsungnya pandemi COVID-19, ditemukan sejumlah kasus ketakselarasan pesan antaraktor pemerintah. Misalnya, Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta memberlakukan kembali Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) seperti pada awal pandemi (BBC News Indonesia, 2020) mulai 14–25 September 2020 dan bukan lagi PSBB transisi. Keputusan ini didasari atas pertimbangan risiko kesehatan dan kapasitas fasilitas kesehatan (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2020a). Keputusan tersebut mendapat respons negatif dan kritik (CNBC Indonesia, 2020) karena dinilai mengganggu perekonomian (Arief dan Prakoso, 2020), mengambil keputusan tanpa koordinasi (JPNN, 2020), dan tidak sejalan dengan kebijakan Pemerintah Pusat. Ketakselarasan antaraktor pemerintah semacam ini sempat juga terjadi pada

penanganan pandemi COVID-19 di tingkat provinsi. Contohnya adalah pertentangan yang melibatkan Gubernur Jawa Timur dan Walikota Surabaya (Aria, 2020) terkait penerapan PSBB, penanganan pasien COVID-19, dan penyediaan fasilitas mobil untuk tes *polymerase chain reaction* (PCR) di Jawa Timur. Ada pula kasus-kasus di tingkat nasional dan daerah, misalnya ketakkonsistenan aturan larangan mudik, polemik pembukaan tempat wisata, dan perdebatan soal vaksin.

Pada kasus-kasus tersebut, terjadi tarik-menarik kepentingan yang memperlihatkan ketakselarasan antaraktor pemerintah dalam memberikan informasi prioritas dan arahan bagi masyarakat dalam penanganan pandemi. Setiap aktor tampak berjalan pada sisi kepentingan dan argumennya masing-masing. Situasi ini berpotensi membuat masyarakat tidak dapat menangkap dengan jelas apa yang perlu diprioritaskan saat pandemi COVID-19 dan menimbulkan pertentangan di antara mereka. Pemahaman masyarakat mengenai risiko dan penanganan pandemi COVID-19 menjadi kurang utuh sehingga muncul kebingungan. Hal ini berpotensi menimbulkan rasa aman semu (Fillaili dan Tamyis, 2020).

Dalam melakukan komunikasi publik, setiap aktor pemerintah perlu menyadari bahwa pendapat dan sikap mereka, baik disengaja maupun tidak, dapat menimbulkan anggapan-anggapan tertentu di kalangan masyarakat. Untuk mencegah pendapat atau tindakan yang multitafsir atau bertentangan dengan pesan yang pemerintah sudah rencanakan, komunikasi lintas saluran, aktor, dan tingkat pemerintahan memerlukan koordinasi yang intensif untuk dapat selaras satu sama lain. Setiap aktor pemerintah perlu menyadari pentingnya kehati-hatian dan koordinasi dalam penyampaian pendapat terkait kebijakan. Institusionalisasi komunikasi pada masa pandemi COVID-19 memerlukan depolitisasi komunikasi kesehatan dan pembatasan jumlah institusi/orang yang berwenang menyampaikan pesan (Ontario Hospital Association, 2021). Situasi krisis, seperti pandemi, dapat menghadirkan peluang untuk membangun kepercayaan publik kepada pemerintah, tetapi kepercayaan tersebut juga dapat hilang jika aktor yang dipercaya ternyata dianggap sebagai pion politik atau kredibilitasnya diragukan (Hyland-Wood *et al.*, 2021).

PESAN YANG BERPOTENSI MENYEBABKAN KEBINGUNGAN

Komunikasi pada masa krisis (termasuk pandemi COVID-19) dilakukan untuk menyediakan informasi mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang perlu dihindari sehingga dapat mengurangi kecemasan dan menjaga ketertiban masyarakat. Pesan yang takkonsisten memang tidak terelakkan seiring dengan cepatnya perubahan situasi pandemi (Hyland-Wood *et al.*, 2021). Selama masa pandemi COVID-19, masyarakat dijejali berbagai istilah baru terkait pandemi, baik yang terkait dengan kampanye prokes¹, penanganan pasien², upaya memutus penularan³, pembatasan sosial/kegiatan

¹ Contohnya adalah penggunaan istilah "5M" yang merupakan singkatan dari memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, menjaga jarak, mengurangi mobilitas, dan menghindari kerumunan.

² Beberapa contohnya adalah "orang dalam pemantauan (ODP)", "pasien dalam pengawasan (PDP)", dan "orang tanpa gejala (OTG)". Tiga istilah tersebut kemudian diubah menjadi "kasus suspek", "kasus *probable*", "kasus konfirmasi", dan "kontak erat". Perubahan ini dimuat dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. HK.01.07/MENKES/413/2020 tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19).

³ Contohnya adalah penggunaan istilah "3T" yang merupakan singkatan dari *testing* (tindakan melakukan tes COVID-19), *tracing* (penelusuran kontak erat), dan *treatment* (perawatan pasien COVID-19).

masyarakat⁴, maupun berbagai istilah baru atau kosakata populer yang bermunculan seiring dengan diterapkannya berbagai kebijakan dan eskalasi kasus⁵.

Penggunaan dan penggantian berbagai istilah terkait pandemi di satu sisi menandai perkembangan pengetahuan, kebutuhan, dan adaptasi kebijakan sesuai dengan perkembangan pandemi. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat dan bahkan pelaksana kebijakan di lapangan juga dapat dibuat bingung dan kewalahan dengan sekian banyaknya istilah baru. Masyarakat juga dihadapkan pada infodemik (World Health Organization, 2021), yaitu penyebaran informasi (termasuk berita bohong) secara luas dan cepat. Jika masyarakat tidak mengerti makna berbagai istilah atau tidak dapat membedakan antara berita benar dan berita bohong, tentunya akan sulit mengharapkan mereka untuk memiliki persepsi risiko tinggi terhadap penularan COVID-19 dan berperan dalam penanganannya.

Baik pemerintah maupun pihak nonpemerintah telah melakukan berbagai upaya sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat. Namun, tidak semua individu/kelompok masyarakat dapat secara optimal mengakses sosialisasi dan edukasi tersebut akibat perbedaan kapasitas dan latar belakang situasi. Untuk mengatasi ketimpangan akses ini, sosialisasi dan edukasi yang dilakukan secara rutin menjadi hal penting. Konsistensi pesan dan terminologi juga merupakan aspek yang perlu diperhatikan. Warga pun perlu dilibatkan guna memastikan keterjangkauan informasi hingga unit terkecil dalam masyarakat. Penguatan partisipasi masyarakat dapat dilakukan melalui penguatan peran lembaga dan aktor pada berbagai perkumpulan/komunitas (agama, ekonomi, dan sosial) dalam masyarakat (Fillaili dan Tamyis, 2020).

NARASI POSITIF DAN POTENSI TIMBULNYA RASA AMAN SEMU

Selama lebih dari satu tahun pandemi, berbagai informasi beredar dalam masyarakat, termasuk narasi tentang keberhasilan pengendalian penyebaran COVID-19. Narasi tersebut muncul baik dari informasi dan kebijakan yang disebarkan pemerintah maupun informasi yang dibangun dan disebarkan masyarakat sendiri. Informasi seperti angka kesembuhan, penurunan angka kematian, penurunan angka kasus aktif, kebijakan zonasi wilayah (Arifin, 2020), dan kampanye adaptasi kebiasaan baru (Satuan Tugas Penanganan COVID-19, 2020b) akan menumbuhkan optimisme dan memberikan panduan bagi masyarakat mengenai situasi di lingkungannya. Selain itu, kepercayaan masyarakat pada kemampuan pemerintah dalam menangani pandemi akan meningkat. Di sisi lain, informasi semacam ini dapat membuat masyarakat beranggapan bahwa mereka aman dan tidak lagi rentan tertular atau menularkan coronavirus. Anggapan ini merupakan wujud dari rasa aman semu dan rendahnya persepsi risiko.

Berkomunikasi secara jujur, terbuka, dan tulus merupakan salah satu prinsip komunikasi efektif yang perlu diterapkan dalam konteks pandemi. Penting untuk memberikan narasi yang dapat menjelaskan kepada masyarakat mengenai dasar pengambilan

suatu kebijakan dan tidak hanya mengedepankan berita positif agar penerima pesan merasa tenang dan senang sehingga menutupi kenyataan pahit (*sugarcoating*). Masyarakat harus memiliki informasi yang cukup mengenai hal positif ataupun negatif sehingga mereka memiliki kekhawatiran yang terukur (Hyland-Wood *et al.*, 2021). Narasi pesan berisi informasi terkini perlu disampaikan secara terbuka dan konsisten untuk menjaga agar persepsi risiko masyarakat terhadap penularan COVID-19 tetap tinggi dan benar (Fillaili dan Tamyis, 2020).

KERAGAMAN KREATIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI DI TINGKAT DAERAH DAN TINGKAT EFEKTIVITASNYA

Keberadaan satuan tugas penanganan COVID-19 (satgas COVID-19) di tingkat daerah menegaskan keberadaan ruang kreativitas dan inovasi dalam mengakomodasi permasalahan dan kebutuhan strategi komunikasi penanganan pandemi yang berbeda di tiap daerah. Di tingkat kabupaten/kota, satgas COVID-19 memanfaatkan beragam saluran komunikasi dalam menyampaikan pesan prokes. Secara umum, satgas COVID-19 kabupaten/kota telah memanfaatkan situs web, media sosial, radio dan televisi daerah, serta reklame di ruang publik.

Keberagaman teknik dan saluran komunikasi menunjukkan kreativitas daerah dalam memberikan akses informasi seluas-luasnya kepada masyarakat. Akses informasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan persepsi risiko masyarakat dalam menghadapi pandemi. Temuan studi ini memperlihatkan bahwa kreativitas daerah dalam hal strategi komunikasi beragam. Beberapa daerah menunjukkan tingkat kreativitas yang lebih tinggi daripada daerah lainnya. Hal ini tercermin dari, antara lain, keragaman (i) aktivitas promosi prokes yang dilakukan daerah⁶; (ii) kerja sama dengan berbagai pihak untuk melakukan diseminasi informasi dan evaluasi strategi komunikasi⁷; (iii) pemantauan pelaksanaan prokes dan sekaligus edukasi kepada masyarakat di sarana publik; serta (iv) jenis, kedalaman, dan kemitakhiran informasi yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi⁸.

Kreativitas dalam menyampaikan pesan penanganan pandemi merupakan hal penting yang perlu dilakukan dan terus diperbarui untuk (i) memastikan bahwa strategi komunikasi senantiasa selaras dengan dinamika persepsi risiko masyarakat; (ii) mengakomodasi keragaman kondisi dan kebutuhan masyarakat sehingga tercipta strategi komunikasi yang inklusif bagi semua kelompok masyarakat, termasuk kelompok rentan; dan (iii) memastikan strategi komunikasi yang lebih kreatif dalam melakukan diseminasi informasi sesuai dengan kondisi pandemi. Kreativitas daerah dalam menyusun dan melaksanakan strategi komunikasi tentunya memengaruhi tingkat efektivitas komunikasi tersebut. Perbedaan tingkat efektivitas komunikasi antardaerah yang dihasilkan berkontribusi pada beragamnya persepsi risiko masyarakat. Sebagian masyarakat mungkin memiliki persepsi risiko yang tinggi, tetapi persepsi sebagian lainnya tetap rendah atau bahkan menurun.

⁶ Ada daerah yang memasang spanduk tentang prokes di semua titik di tingkat desa/kelurahan, memanfaatkan mobil edukasi yang secara rutin berkeliling ke berbagai pusat keramaian masyarakat untuk mengampanyekan prokes, memperdengarkan pesan imbauan prokes di lampu lalu lintas, dan lain-lain.

⁷ Terdapat pemerintah daerah (pemda) yang menjalin kerja sama dengan kelompok informasi masyarakat (KIM) dan universitas dalam menyusun dan menerapkan strategi komunikasi, tetapi sebagian pemda masih hanya mengandalkan unsur internal pemda.

⁸ Semua kabupaten/kota memiliki situs web untuk menginformasikan perkembangan terkini penanganan COVID-19, tetapi jenis, kedalaman, dan kemitakhiran informasinya beragam antarkabupaten/kota.

⁴ Salah satu contohnya adalah evolusi istilah dari PSBB menjadi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Jawa-Bali dan istilah turunannya, seperti PPKM mikro, PPKM darurat, dan PPKM level 1-4. Contoh lainnya adalah pemberlakuan kenormalan baru (*new normal*) yang kemudian diubah menjadi adaptasi kebiasaan baru (AKB).

⁵ Terdapat ratusan istilah berbahasa asing terkait COVID-19 yang perlu dicari padanannya dalam bahasa Indonesia (Larasati, 2020).

Kolaborasi multipihak dapat menjadi salah satu jalan keluar untuk menumbuhkan kreativitas dalam memperbaiki strategi komunikasi di tingkat daerah. Pemerintah, media massa, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat (sering diistilahkan sebagai *pentahelix*) perlu berkolaborasi untuk berbagi pengetahuan, keahlian, dan sumber daya dalam membentuk dan menjalankan strategi komunikasi yang lebih kreatif untuk menanggapi pandemi COVID-19 di daerah masing-masing. Menyatukan kekuatan bersama merupakan hal yang perlu dilakukan pada masa pandemi. Berbagai pihak tersebut perlu merasa bahwa pandemi adalah situasi yang dapat diatasi jika semua pemangku kepentingan bekerja bersama-sama secara solid. Pada masa pandemi, pemerintah berperan dalam mendorong solidaritas dan menyatukan kekuatan berbagai pihak tersebut. ■

Daftar Acuan

- Aria, Pingit (2020) 'Adu Pamor Khofifah dan Risma di Zona Merah Corona Jawa Timur.' *Katadata* 9 Juni [daring] <<https://katadata.co.id/pingitaria/indepth/5edf758f98a76/adu-pamor-khofifah-dan-risma-di-zona-merah-corona-jawa-timur>> [6 September 2021].
- Arief, Andi M. dan Jaffry Prabu Prakoso (2020) 'Kala Menteri-Menteri Jokowi 'Serang' Kebijakan PSBB Anies.' *Bisnis.com* 10 September [daring] <<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200910/9/1289901/kala-menteri-menteri-jokowi-serang-kebijakan-psbb-anies>> [7 September 2021].
- Arifin, Danung (2020) 'Pengelompokan Kriteria Risiko COVID-19 di Daerah Berdasarkan Zonasi Warna.' *Badan Nasional Penanggulangan Bencana* 10 Juni [daring] <<https://bnpb.go.id/berita/pengelompokan-kriteria-risiko-covid19-di-daerah-berdasarkan-zonasi-warna>> [9 September 2021].
- Badan Pusat Statistik (2021) *Perilaku Masyarakat pada Masa PPKM Darurat: Hasil Survei Masyarakat pada Masa Pandemi COVID-19 Periode 13-20 Juli 2021* [daring] <<https://www.bps.go.id/publication/2021/08/02/29234b08faa4910dee5279af/perilaku-masyarakat-pada-masa-ppkm-darurat--hasil-survei-perilaku-masyarakat--pada-masa-pandemi-covid-19--periode-13-20-juli-2021.html>> [26 Agustus 2021].
- BBC News Indonesia (2020) 'Anies Baswedan: Jakarta Terapkan Kembali PSBB seperti di Awal Pandemi, 'Rem Darurat Harus Kita Tarik.' *BBC News Indonesia* 9 September [daring] <<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-54088411>> [7 September 2021].
- Berty, Teddy Tri Setio (2020) 'Kasus Pertama Virus Corona di Indonesia Jadi Sorotan Dunia.' *Liputan6.com* 2 Maret [daring] <<https://www.liputan6.com/global/read/4191815/kasus-pertama-virus-corona-di-indonesia-jadi-sorotan-dunia>> [9 September 2021].
- CNBC Indonesia (2020) 'Berpotensi Batal, Besok Kepastian PSBB Jakarta Diumumkan.' *CNBC Indonesia* 12 September [daring] <<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200912191008-4-186365/berpotensi-batal-besok-kepastian-psbb-jakarta-diumumkan>> [7 September 2021].
- Farmita, Artika Rachmi (2021) 'Epidemiolog Peringatkan Gelombang Ketiga COVID-19 di Indonesia, seperti Apa?' *Kompas.com* 19 September [daring] <<https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/19/165500665/epidemiolog-peringatkan-gelombang-ketiga-covid-19-di-indonesia-seperti-apa?page=all>> [9 November 2021].
- Fillaili, Rizki dan Ana Rosidha Tamyis (2020) 'Menjaga Persepsi Risiko Masyarakat Melalui Komunikasi Risiko yang Efektif pada Masa Pandemi COVID-19.' *Catatan Kebijakan [daring]* <<https://smeru.or.id/id/content/menjaga-persepsi-risiko-masyarakat-melalui-komunikasi-risiko-yang-efektif-pada-masa-pandemi>> [7 September 2021].
- Hyland-Wood, Bernadette, John Gardner, Julie Leask, dan Ullrich K. H. Ecker (2021) 'Toward Effective Government Communication Strategies in the Era of COVID-19.' *Humanities and Social Sciences Communication* 8 (30). DOI: 10.1057/s41599-020-00701-w.
- Ika (2021) 'Pakar UGM Paparkan Faktor Pemicu Gelombang Ketiga COVID-19.' *Universitas Gajah Mada* 22 Oktober [daring] <<https://ugm.ac.id/id/berita/21847-pakar-ugm-paparkan-faktor-pemicu-gelombang-ketiga-covid-19>> [9 November 2021].
- JPNN (2020) 'Oalah, Gubernur Anies Baru Berkoordinasi dengan Satgas COVID-19 setelah Umumkan Rencana PSBB.' *JPNN* 12 September [daring] <<https://www.jpnn.com/news/oalah-gubernur-anies-baru-berkoordinasi-dengan-satgas-covid-19-setelah-umumkan-rencana-psbb>> [7 September 2021].
- Larasati, Citra (2020) 'Badan Bahasa: Sempat Kewalahan Cari Ratusan Padanan Kata Saat Pandemi.' *Medcom* 18 Desember [daring] <<https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/aNrX9Lgk-badan-bahasa-sempat-kewalahan-cari-ratusan-padanan-kata-saat-pandemi>> [7 September 2021].
- Ontario Hospital Association (2021) 'Effective Communication Strategies for COVID-19.' *Research Brief [daring]* <<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.oha.com%2FDocuments%2FEfective%2520Communications%2520Strategies%2520for%2520COVID-19.pdf&clen=284583>> [7 September 2021].
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19 (2021) *Puncak Kedua, Masyarakat Harus Berkontribusi Menekan Kasus* [daring] <<https://covid19.go.id/p/berita/puncak-kedua-masyarakat-harus-berkontribusi-menekan-kasus>> [9 September 2021].
- (2020a) *Kebijakan PSBB di Wilayah DKI Jakarta Mulai 14 September 2020* [daring] <<https://covid19.go.id/storage/app/media/Regulasi/2020/September/Kebijakan%20Pembatasan%20Aktivitas%20pada%20PSBB.pdf>> [7 September 2021].
- (2020b) *Pengantar Adaptasi Kebiasaan Baru* [daring] <<https://covid19.go.id/edukasi/pengantar/pengantar-adaptasi-kebiasaan-baru>> [9 September 2021].
- World Health Organization (2021) *Infodemic* [daring] <https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab-tab_1> [9 September 2021].

Peraturan Perundang-undangan

- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. HK.01.07/MENKES/413/2020 tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19).

SMERU adalah sebuah lembaga penelitian independen yang melakukan penelitian dan pengkajian kebijakan publik secara profesional dan proaktif, serta menyediakan informasi akurat dan tepat waktu dengan analisis yang objektif mengenai berbagai masalah sosial-ekonomi dan kemiskinan yang dianggap mendesak dan penting bagi rakyat Indonesia.



The SMERU Research Institute

Editor:
Dhanita Putri Sarahtika

Desain dan Tata Letak:
Novita Maizir

©2021 SMERU

Catatan isu ini adalah salah satu produk rangkaian sembilan studi SMERU yang mengkaji kondisi sosial-ekonomi masyarakat di Indonesia di tengah pandemi COVID-19.
#StudiCovid19SMERU

Temuan, pandangan, dan interpretasi dalam catatan isu ini merupakan tanggung jawab penulis dan tidak berhubungan dengan atau mewakili lembaga-lembaga yang mendanai kegiatan dan pelaporan The SMERU Research Institute.