

INFORMASI COVID-19 SEBAGAI BARANG AWAM: ANALISIS NVIVO

(Covid-19 Information as Public Good: Nvivo Analysis)

Fitrah Binti Mohamed & Norain Binti Mod Asri

ABSTRAK

Maklumat Covid-19 yang disalurkan melalui pelbagai media bukan sahaja merupakan satu keperluan bagi masyarakat untuk sentiasa melindungi diri, tetapi juga ia menjadi penentu kepada pergerakan individu atau aktiviti yang ingin dilakukan setiap hari. Justeru, objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti bagaimana maklumat Covid-19 yang disalurkan oleh agensi kerajaan mampu bertindak sebagai barang awam untuk digunakan oleh semua masyarakat tanpa persaingan dan tanpa pengecualian. Menerusi analisis Nvivo terhadap temubual dengan penduduk di Lembah Klang, dua dapatan utama diperolehi. Pertama, dapatan temubual menunjukkan media sosial dan televisyen lebih kerap digunakan informan untuk mendapatkan maklumat Covid-19 daripada agensi kerajaan berkaitan. Kedua, maklumat harian Covid-19 yang disebarkan oleh agensi kerajaan berkaitan berjaya menggalakkan masyarakat untuk mematuhi SOP serta cenderung membuat pembelian dan pembayaran secara dalam talian.

Kata kunci: Kerajaan, Covid-19, Analisis Nvivo, Barang awam, Media sosial

ABSTRACT

Covid-19 information disseminated through various media is not only a necessity for the community to always protect themselves, but it also becomes determinant to an individual's daily movements or activities. Thus, the objective of this study is to identify how Covid-19 information channeled by government agencies can act as a public good for use by all communities without competition and exception. Two major findings emerged from Nvivo's analysis of interviews with residents in the Klang Valley. First, the interview discovered that informants used social media and television more frequently to search for Covid-19 information from the related government agencies. Second, daily Covid-19 information disseminated by relevant government agencies has successfully encouraged the community to comply with SOPs and tend to make online purchases and payments.

Keywords: Government, Covid-19, Nvivo Analysis, Public Goods, Social media

PENGENALAN

Uniknya krisis sejagat era ini adalah bukan sahaja aspek kesihatan global menjadi tidak stabil tetapi juga wujud ketaktentuan ekonomi akibat hentaman badai Covid-19 yang dilihat masih sukar untuk dibendung. Dampaknya, pelaksanaan SOP dan perintah kawalan terpaksa

dilakukan (Bolarinwa et al. 2020) bagi menghadkan pergerakan merentas kawasan dan aktiviti bersemuka. Rentetan itu, munculnya penggunaan peranti digital dan internet secara meluas di seluruh pelusuk dunia yang telah membolehkan pelbagai aktiviti seharian masih dapat dilakukan dari kediaman masing-masing. Seiring dengan itu, media sosial (seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, Telegram dan Twitter), media massa (seperti majalah dan surat khabar) dan media elektronik (seperti radio dan televisyen) turut digunakan secara intensif bagi membolehkan maklumat terkini dunia terutama berkaitan Covid-19 dapat disampaikan ke segenap anggota masyarakat dan kawasan. Dalam kata lain, maklumat Covid-19 ini menjadi penentu kepada pergerakan individu atau aktiviti yang ingin dilakukan setiap hari. Namun, persoalannya kini, bagaimanakah kita ingin memastikan bahawa maklumat Covid-19 yang disebarkan tersebut sahih, tepat dan terkini?

Seperti yang dinyatakan oleh Pertubuhan Kesihatan Dunia (WHO), cara terbaik untuk mencegah dan melambatkan penularan adalah dengan mendapat maklumat yang baik mengenainya. Lantas, bagi memutuskan rantaian penularan Covid-19, maklumat berkaitan Covid-19 perlulah disebarkan dan diterima oleh seluruh penduduk dunia tanpa sebarang sekatan atau pengecualian serta ia perlulah disampaikan secara percuma bagi mengelakkan persaingan antara pengguna. Dengan ciri sebegini, sudah pasti maklumat Covid-19 menjadi barang kegunaan awam yang sangat sesuai disebarkan oleh pihak kerajaan yang turut menjadi pembuat keputusan utama dalam soal pengurusan Covid-19 di setiap negara. Hal ini juga disokong oleh Azlan (2020) yang menegaskan bahawa pesanan secara bereterusan daripada kerajaan dapat memberikan kefahaman baik pada masyarakat. Bagi Malaysia sendiri, agensi kerajaan sedia ada seperti Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), Majlis Keselamatan Negara (MKN) dan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) aktif menyediakan maklumat tentang virus ini kerana telah menjadi satu keperluan penduduk untuk mendapatkan maklumat secara kerap bagi memastikan mereka membuat keputusan yang betul dalam menghadapi situasi ini. Sesuai dengan kecanggihan teknologi yang ada di pasaran, agensi-agensi ini dilihat bertindak menyampaikan maklumat melalui pelbagai saluran atau medium terutama sekali media sosial, media elektronik dan media massa rasmi agensi terbabit. Tindakan agensi kerajaan ini sememangnya sesuai dan bertepatan dengan saranan Chundakkadan & Ravindran (2020) bahawa apabila lebih banyak informasi boleh didapati di laman web, maka ini akan membantu meningkatkan keberkesanan dalam strategi pengendalian terhadap wabak Covid-19 tersebut.

Rentetan itu, objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti bagaimana maklumat Covid-19 yang disalurkan oleh ketiga-tiga agensi kerajaan iaitu KKM, MKN dan KKMM mampu bertindak sebagai barang awam untuk digunakan oleh semua masyarakat tanpa persaingan dan tanpa pengecualian. Kajian ini juga memberikan sumbangan dari beberapa aspek. Pertama, kajian ini menggunakan kaedah kualitatif iaitu menerusi temubual mendalam yang membolehkan pandangan sebenar informan direkod dan dianalisis menggunakan perisian Nvivo. Kedua, kajian ini hanya mengambil kira informan di kawasan Lembah Klang yang merupakan kawasan maju dengan pemilikan peranti digital dan penggunaan internet yang tinggi tetapi kawasan ini berstatus zon merah iaitu kawasan dengan kes jangkitan Covid-19 yang tinggi. Ini bererti, maklumat terkini berkaitan Covid-19 sudah pasti sangat mempengaruhi aktiviti harian penduduk di kawasan tersebut. Dalam masa yang, dapatan kajian ini juga amat penting untuk pembuat dasar terutama sekali pihak kerajaan agar mereka sentiasa menawarkan maklumat Covid-19 yang benar-benar menjadi barang awam selari dengan keperluan dan kehendak masyarakat.

SOROTAN KAJIAN LEPAS

Informasi sebagai barangan awam

Sesuatu barangan itu dikatakan sebagai barang awam apabila ia tiada persaingan dan tiada pengecualian. Kedua-dua ciri ini sebenarnya menyebabkan masyarakat sedar adanya penggunaan bebas bagi barang tersebut, lantas barang ini biasanya disediakan oleh kerajaan. Tetapi, masalah utama kerajaan dalam penawaran barang awam ini adalah amat sukar untuk kerajaan menentukan kadar permintaan sebenar yang diperlukan oleh rakyat kepada barangan awam ini (Anomaly, 2015).

Sebenarnya, barangan awam tidak memerlukan sebarang kos tambahan untuk seseorang individu menikmati faedah dari penggunaan barang tersebut, lantas agak sukar untuk menyingkirkan individu daripada menggunakan barang awam itu (St., 2000). Di samping itu, walaupun pengeluaran barang awam ini juga menjadi bebanan terhadap cukai yang perlu ditanggung, namun penawaran barang awam ini sebenarnya mampu mewujudkan keberkesanan dalam ekonomi (Arora & Chong, 2018). Tetapi satu masalah utama berkaitan barang awam ini adalah kesukaran untuk memotivasikan pengguna bagi membayar secara langsung terhadap penggunaan barang awam terbabit (Carande-Kulis et al., 2007).

Seterusnya, berkaitan dengan informasi sebagai barang awam pula, terlebih dahulu informasi sebegini perlulah menggunakan satu medium terbuka bagi semua latar belakang masyarakat yang mana ia diberikan secara percuma serta pembacanya mempunyai pelbagai akses untuk mengetahui sesuatu maklumat (Addair, 2015). Informasi yang menjadi barang awam ini juga perlu dibuka secara bebas dan tanpa halangan kerana ia memberikan keupayaan kepada pengguna untuk mengakses maklumat mengikut tujuan mereka (Fister, 2012). Selanjutnya, pembukaan akses secara bebas ini pula membolehkan hampir setiap jenis kandungan dapat dipindahkan ke dalam format digital. Ini bererti teks, data, gambar dan pelbagai format kandungan lain boleh dialihkan ke model akses terbuka (Addair, 2015). Maklumat terbuka yang disediakan ini didapati akan mewujudkan komunikasi yang lebih responsif dan terbuka, serta meningkatkan kepatuhan dan keselamatan kesihatan awam. (McFadden et al., 2020).

Internet sebagai sumber dan penyebaran maklumat utama

Penggunaan internet melalui penggunaan media sosial dilihat lebih kerap pada waktu pandemik ini berbanding pada musim lain dengan jumlah jam penggunaan media sosial secara purata adalah lebih daripada 8 jam sehari (Kaya, 2020). Situasi ini turut menjadi semakin ketara apabila perintah kawalan pergerakan dilaksanakan akibat Covid-19 (Vall-roqué et al., 2021). Jika diperhalusi, maklumat berkaitan Covid-19 sememangnya mudah didapati daripada pelbagai sumber media secara percuma terutama sekali menerusi media sosial (Jayasinghe et al. 2020). Menurut Bento et al. (2020), internet menjadi sumber utama maklumat dengan carian terhadap kata kunci “*Coronavirus*” meningkat sebanyak 36% sehari sejurus selepas pengumuman mengenai pandemik ini dibuat. Manakala pencarian video dengan kata kunci “*Coronavirus*” dan ‘COVID-19’ adalah yang tertinggi di YouTube (Hu et al. 2020). Dalam masa yang sama, pesanan secara berterusan melalui media sosial dari pihak kerajaan mahupun pihak berkuasa kesihatan adalah kunci utama dalam membantu memberi pengetahuan kepada rakyat. (Azlan et al. 2020).

Cabaran dalam penggunaan internet sebagai penyebaran maklumat

Cabaran utama dalam penggunaan internet sebagai sumber penyebaran maklumat utama adalah berkaitan dengan menangani perkongsian maklumat yang tidak sahih yang mana kebanyakan pengguna media menerima banyak berita yang telah diubah dan disampaikan dengan cara yang ditokok-tambah (Mejia et al. 2020). Empat cara yang seringkali dilihat menjadi kaedah penyebaran berita palsu iaitu melalui gambar, mesej, audio dan video serta dua sumber kepada berita palsu adalah *online media* dan *mainstream media* (Al-Zaman, 2020). Sebenarnya, akses yang terbuka kepada semua maklumat menyebabkan pengguna secara tidak langsung mempunyai kebenaran terbuka untuk menyebarkan maklumat berkenaan (Punt et al., 2011). Manakala penyebaran tanpa batasan ini pula menyebabkan ia mudah mempengaruhi pengguna lain (González-Padilla & Tortolero-Blanco, 2020) Lantas, lebih maklumat dilihat akan memberi kesan yang tidak diinginkan semasa krisis Covid-19 kerana boleh berlaku banyak penyebaran maklumat yang tidak betul (Laato et al., 2020).

Gelagat masyarakat terhadap penyebaran maklumat

Masalah infodemic merupakan satu isu besar yang perlu ditengahkan kerana penularan sesuatu info tentang pandemik yang tidak betul adalah lebih bahaya dan cepat berbanding virus itu sendiri (Zarocostas 2020). Walaupun internet adalah sumber terbesar kepada maklumat salah tetapi melalui internet juga kita boleh membetulkan kesalahan itu serta ia adalah satu keperluan untuk mengetahui maklumat tentang kesihatan. (Kim et al. 2020). Dalam masa yang sama, media sosial pula bukan sahaja platform untuk menyebarkan maklumat tapi juga mempengaruhi pendapat dan tingkah laku pengguna, lantas dapat dilihat tindak balas orang ramai terhadap wabak Covid-19 adalah berbeza di seluruh negara (Khalid et al., 2020). Namun, seperkara yang perlu dipandang serius adalah media sosial mampu meningkatkan ketakutan di kalangan orang ramai (Karasneh et al., 2020) dan menimbulkan perasaan ragu-ragu di kalangan masyarakat setempat, sekaligus ia mewujudkan kekeliruan dan kesusahan kepada banyak pihak (Duraismy et al., 2020). Selain itu, media sosial juga boleh menimbulkan trauma dan masalah kesihatan mental seperti depresi dan merasakan seperti tiada sokongan kepada pesakit dan keluarga pesakit (Zhong et al., 2020. Lantas, semakin banyak pendedahan kepada sosial media, maka semakin besar risiko kepada ganggu kesihatan mental (Frank van Steenbergen & Tuinhof, 2009).

Selain itu, kecelaruan daripada maklumat salah yang disebarkan di media sosial akan membawa kepada kepercayaan yang tidak betul serta menyebabkan masalah kepada kesihatan lebih-lebih lagi apabila informasi tersebut dikeluarkan oleh orang yang berpengaruh (Ma et al., 2020). Sebagai contoh, antara maklumat yang salah adalah dengan minum teh atau air panas dengan bawang putih juga dapat menyembuhkan virus yang mana maklumat ini dikongsi secara bersama dalam kalangan 203,000 pengguna (The et al., 2020). Malah, terdapat juga kepercayaan yang tinggi terhadap penggunaan taacco dan alkohol sehingga menyebabkan masalah kesihatan lain timbul yang bukan dari virus Covid-19 (Luk et al. 2020). Jelas sekali apabila maklumat yang disebarkan di media sosial semakin tidak terkawal, maka ia boleh mengundang masalah kesihatan yang lain (Allington et al., 2020) serta mewujudkan kekeliruan terhadap banyak pihak (R et al., 2020).

METODOLOGI

Pendekatan kualitatif digunakan dalam kajian ini yang berbentuk temubual bersama 20 orang informan yang terdiri daripada golongan tua dan muda. Menurut Bryman (2008) pendekatan kualitatif adalah lebih kepada perkataan berbanding pengiraan. Data kualitatif berbentuk deskriptif merupakan kata-kata secara lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diperhatikan (Taylor 1984). Justeru, pengumpulan data dijalankan melalui temubual melalui panggilan video dan telefon serta ia dirakam melalui rakaman video dan pita rakaman suara. Kemudian, perbualan tersebut dilakukan transkripsi dan diimport ke dalam perisian NVIVO 11 *plus* bagi membolehkan pengekodan dan analisis secara tematik dibuat.

HASIL KAJIAN

Latar Belakang Informan

Sampel kajian ini terdiri daripada 20 orang informan yang seimbang antara lelaki dan perempuan, manakala 85% (17) informan merupakan pemegang ijazah sarjanamuda sebagai pendidikan tertinggi, 95% (19) informan tinggal di bandar dan 85% (17) informan bukan merupakan ketua keluarga. Dari segi pendapatan pula, 55% (11) informan adalah dari golongan B, 15% (3) golongan M40 dan 30% (6) lagi adalah dari golongan berpendapatan tinggi (T20).

Pemilikan Peranti dan Literasi Digital

Seterusnya, didapati 70% (14) informan tiada pendidikan formal dalam bidang teknologi maklumat dan komunikasi. Dari aspek penggunaan media, lebih 70% informan kerap menggunakan telefon pintar dan komputer riba, tetapi lebih 65% informan tidak kerap menggunakan tablet, komputer dan radio. Manakala 55% informan masih kerap menggunakan televisyen. Ini mencerminkan penduduk di Lembah Klang cenderung menggunakan telefon pintar, komputer riba dan televisyen dalam kehidupan seharian. Dapatan ini selari dengan pemilikan media tersebut yang mana 100% informan memiliki sendiri telefon bimbit, 75% informan mempunyai komputer riba sendiri dan 75% informan menggunakan televisyen milik ahli keluarga. Sebaliknya, lebih 40% informan tidak memiliki tablet, komputer dan radio.

Selanjutnya, 80% (16) informan menggunakan pelan data telefon prepaid dan lebih 60% (12) informan mempunyai bil rangkaian internet di bawah RM100 sebulan. Sesuatu yang menarik adalah 100% informan mempunyai akaun media sosial dengan 100% informan ada whatsapp, 90% ada Facebook, 80% mempunyai telegram dan Instagram serta 45% ada twitter. Selain itu, 85% informan kerap belajar menggunakan media sosial daripada rakan terutama rakan sebaya, 65% informan belajar tentang media sosial secara dalam talian dan hanya 30% informan belajar dari keluarga. Aspek kemahiran penggunaan pula menunjukkan lebih 90% mahir menggunakan whatsapp dan facebook dan lebih 55% informan mahir dengan Instagram dan telegram. Tetapi 85% informan masih tidak mahir menggunakan twitter. Tahap kemahiran informan ini dilihat turut selari dengan kekerapan informan menggunakan media tertentu apabila lebih 70% informan kerap menggunakan whatsapp dan facebook, lebih 50% kerap menggunakan Instagram dan telegram serta 80% tidak kerap menggunakan twitter. Manakala lebih 65% informan menggunakan media sosial selama 1 hingga 7 jam sehari.

Saluran Informasi

Dapatan kajian membuktikan 85% (17) informan menggunakan media sosial untuk mendapatkan maklumat berkaitan covid-19 terutama sekali facebook, instagram, whatsapp dan telegram. Lebih 60% informan pula cenderung menggunakan media elektronik terutama televisyen saluran TV3 dan Astro Awani untuk mereka mendengar perutusan bersama keluarga. Dalam masa yang sama, 90% informan mendapatkan maklumat dari media sosial milik agensi kerajaan ia sah sah dan paling dipercayai. Ini dapat dilihat melalui kenyataan berikut:

“Saya memang rujuk media sosial milik agensi kerajaan KKM atau MKN sebab lagi boleh dipercayai kan.” (Sabri)

Jika diperhalusi lagi, 80% informan mendapatkan maklumat daripada KKM melalui media sosial dan televisyen diikuti dengan 60% informan memperoleh maklumat daripada MKN juga melalui media sosial dan televisyen. Informan lebih mengikuti akaun media sosial dari KKM lebih berbanding agensi lain kerana KKM sering mengemaskini maklumat Covid-19 dengan pantas dan tepat. Ini dapat dibuktikan dari kenyataan berikut:

“Saya menggunakan media sosial kerajaan KKM untuk mendapatkan maklumat Covid-19. Kerana update yang diberikan sangat pantas dan tepat.” (Izzat)

Selanjutnya, 65% (13) informan bersetuju bahawa amalan norma baharu dan SOP perlu disebarkan menerusi media sosial kerana ia lebih efisien, mudah dicapai di mana sahaja kerana media sosial sentiasa berada dengan informan atau di hujung jari informan, ia digunakan secara aktif oleh kebanyakan rakyat Malaysia, sesuai untuk mendidik generasi muda dari kalangan generasi Y dan Z yang banyak menghabiskan masa dengan media sosial serta ia digunakan oleh semua lapisan umur masyarakat, atau dalam kata lain semua orang tidak kira usia tahu menggunakan media sosial. Ini dapat dirujuk melalui pernyataan:

“Maklumat ini perlu sangat disebarkan dekat Facebook, Instagram dan Twitter sebab kebanyakan rakyat ni memang aktif guna. Makcik memang suka facebook.” (Norhaza)

Keputusan ini sebenarnya selari dengan analisis Kim & Liu (2012) yang mana media sosial semanganya digunakan oleh semua golongan, lantas maklumat mudah disebarkan kepada orang ramai. Dalam masa yang sama, media sosial juga menjadi saluran yang mudah dan laju untuk mendapatkan maklumat Covid-19 terkini oleh 90% (18) informan. Ini kerana ramai rakyat aktif menggunakan media sosial setiap hari memandangkan telefon sentiasa ada bersama mereka. Namun, informan terlebih dahulu akan melihat Whatsapp untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi, dan kemudian barulah mereka merujuk Facebook juga untuk mendapatkan maklumat yang penting. Seperkara lagi, maklumat dari media sosial menjadi laju untuk dicapai kerana ia tidak memerlukan tapisan serta ia sesuai untuk kawasan yang mempunyai akses internet yang baik. Hal ini dijelaskan oleh informan berikut.

“Kalau media sosial dia laju sebab setiap akaun dia tak perlu tapisan dan sangat laju dan kerajaan pun ada akaun yang sah sah dan senang rujuk.” (Naim)

“Aaa macam yang saya cakap tadi, bergantung pada kawasan lokaliti. Kalau macam saya aaa saluran yang mudah untuk mendapat capaian internet ni, saya lagi prefer media sosial la.”
(Azman)

Selain itu, 95% (19) informan menegaskan bahawa media sosial memudahkan mereka untuk meninggalkan komen terutama di Facebook, Instagram dan Twitter milik KKM dan MKN hanya dengan menggunakan telefon sahaja. Ini diperjelaskan oleh:

“Kalau bab tinggal komen ni memang media sosial jugalah sebab macam mana nak bagi komen kalau dekat media massa dan elektronik tu kan. Kalau guna telefon saja dan media sosial mana ada ruang untuk komen.” (Azimah)

Dapatan ini dilihat selari dengan keputusan Andersson (2015) bahawa komen lebih mudah ditinggalkan di media sosial untuk menyatakan perasaan melalui kata-kata samaada ianya positif mahupun negatif dan ia akan lebih menguatkan lagi maklumat yang dipaparkan di media sosial. Seterusnya, 65% (13) informan biasanya mendengar siaran langsung laporan harian, pengumuman, berita dan forum tentang Covid-19 menerusi televisyen terutama menerusi saluran TV3, Awani, Al-Hijrah dan TV1. Tetapi terdapat juga 35% (7) informan yang menonton program berbentuk siaran langsung ini secara live streaming di Facebook. Seperkara yang ingin dibangkitkan di sini adalah walaupun kebanyakan pengendali saluran televisyen kini turut membuat live secara dalam talian, namun ia masih kurang digunakan oleh pengguna gajet terutama telefon bimbit, lantas ini menjustifikasikan keperluan pengguna untuk memiliki televisyen bagi menonton program siaran langsung. Walaupun begitu, 45% (9) informan melihat program siaran langsung secara dalam talian ini lebih mudah dicapai di mana sahaja memandangkan hampir semua orang ada telefon pintar. Lanjutan daripada keputusan ini, 90% (18) informan bersetuju bahawa pemberitahuan maklumat terkini Covid-19 secara langsung oleh agensi terbabit perlu dibuat menerusi televisyen kerana ia mudah diterima (luas rangkaian) baik di bandar mahupun luar bandar, digunakan oleh semua lapisan umur, dapat menyampaikan maklumat yang betul (tiada pemalsuan dan tidak boleh diubah kandungannya), terkini dan dipercayai kerana ia disampaikan (dicakap) oleh individu yang berjawatan. Malah, pemberitahuan maklumat secara langsung ini membolehkan 95% (19) informan dapat memahami dengan cepat maklumat yang disampaikan disebabkan mereka hanya perlu mendengar (tanpa perlu membaca) ucapan yang disampaikan dengan terperinci serta informan bermotivasi untuk membuat sebarang tindakan segera dalam aktiviti seharian memandangkan siaran langsung menjadikan informan pendengar terawal terhadap maklumat yang disampaikan. Siaran langsung ini turut meningkatkan kefahaman informan terhadap maklumat Covid-19 tersebut kerana ia ada sesi soaljawab antara wakil agensi kerajaan dengan wartawan.

Dalam masa yang sama, 60% (12) informan ada mengikuti akaun media sosial seperti instagram, twitter dan facebook peribadi milik Tan Sri Dato' Seri Dr. Noor Hisham Abdullah yang merupakan Ketua Pengarah Kesihatan, Kementerian Kesihatan Malaysia, Perdana Menteri, Menteri Kesihatan dan Menteri Pertahanan memandangkan mereka selalu mengemaskini maklumat berkaitan Covid-19 di akaun tersebut. Ini menunjukkan informan mengikuti akaun media sosial tersebut untuk memudahkan informan memperoleh maklumat terutama berkaitan Covid-19 dari sumber yang diyakini sahih dengan cepat dan untuk mengetahui pandangan dan nasihat berkaitan isu tertentu dari individu terbabit yang boleh dijadikan contoh yang baik. Maka tidaklah menghairankan apabila 85% (17) informan menyatakan bahawa perkongsian pandangan, nasihat dan gaya hidup oleh individu terbabit di

akaun media sosial peribadi mereka menjadikan mereka sebagai *role model* dalam talian yang berkesan terhadap masyarakat dalam menangani kehidupan di musim pandemik ini. Ini dapat dibuktikan melalui pernyataan:

“Banyak achievement kehidupan dia macam anugerah UKM haritu dan Tan Sri pun dia baru dapat kan dan baru-baru ni pun ada dia iktiraf tapi tak ingat tapi haa sebagai doktor terbaik dunia tangani Covid- 19 kan so orang macam lookup dengan dia sebagai role model.”
(Syazwani)

Hal ini selari dengan dapatan Shah et al. 2020 bahawa pengaruh daripada selebriti dan *influencer* atau orang yang dikenali juga menjadi faktor yang mempengaruhi peningkatan penggunaan media sosial untuk mengetahui maklumat terbaharu Covid-19 serta ahli politik yang mempunyai pengikut yang ramai di Twitter yang membuatkan ramai orang awam lebih ingin mengetahui tentang wabak yang melanda melalui platform *tweet* ahli politik berkenaan (Haman 2020). Dari segi perkongsian maklumat, 100% (20) informan menyatakan bahawa mereka biasanya *screenshot*, *forward* atau berkongsi *link* informasi dari media sosial (seperti telegram, instagram dan facebook) KKM, MKN dan KKMM dan dan menyebarkan (berkongsi) ke kumpulan Whatsapp masing-masing terutama kumpulan Whatsapp keluarga yang membolehkan semua orang dalam kumpulan tersebut membaca maklumat terkini yang diberikan. Medium Whatsapp ini lebih digunakan oleh informan untuk berkongsi maklumat kerana ia lebih bersifat peribadi iaitu spesifik terhadap orang yang dikenali sahaja, ramai orang di Malaysia menggunakannya serta ia memudahkan informan untuk *repost* semua perkara. Ini dapat dilihat menerusi pandangan berikut.

“Aah betul. Saya sangat-sangat setuju sebab sumber tu memang sumber yang kami hari-hari tengok dan disharekan kepada semua orang. Kalau saya hm memang lagi suka media sosial kalau spesifik lagi sebab kita boleh repost semua, jadi saya memilih Whatsapp la.” (Sabri)

Berkaitan dengan kesahihan sama ada sesuatu akaun media sosial itu milik agensi kerajaan terbabit, informan menjelaskan bahawa akaun media sosial yang sah milik agensi kerajaan akan mempunyai tanda *verified* iaitu *bluetick* di tepi yang menunjukkan ia akaun rasmi kerajaan, mempunyai ramai pengikut (*follower*) terutama oleh individu yang berjawatan di sesebuah agensi, komen yang ditinggalkan menyatakan ia adalah akaun yang sah, kandungan yang dikemaskini setiap hari di akaun media sosial tersebut adalah betul, mempunyai penyampaian secara langsung (*live streaming*) dari saluran yang sah, akaun media sosial tersebut sememangnya telah dipromosikan oleh kerajaan dan pihak pengurusan agensi kerajaan terbabit untuk diikuti oleh masyarakat serta dinyatakan bahawa ia adalah akaun *official* di deskripsi biografi akaun media sosial tersebut.

Selain itu, lebih 65% informan berpandangan yang KKM lebih cepat mengemaskini maklumat Covid-19 di Telegram, Facebook, Instagram dan Twitter. Malah KKM juga cepat mengemaskini maklumat di MySejahtera manakala MKN sering menghantar mesej percuma kepada pemilik telefon bimbit. Sebaliknya, media sosial KKMM agak kurang dirujuk oleh pengguna kerana merasakan mereka telah memperolehi maklumat yang banyak dari KKM dan MKN, lantas jika mereka mengikuti media sosial KKMM, mereka hanya akan menerima maklumat yang sama sahaja. Di samping itu, lebih 60% informan merasakan paparan infografik berkaitan Covid-19 yang dikeluarkan oleh semua agensi terbabit lebih jelas, berkualiti, menarik dan tersusun di semua saluran media sosial. Namun yang lebih menarik adalah masyarakat mudah memahami maklumat yang hendak disampaikan hanya dengan

melihat gambar infografik (tanpa perlu membaca) dan ia banyak dipaparkan (dijumpai) di merata tempat dan di semua saluran media. Ini terbukti melalui kenyataan berikut.

“Hmm saya selalu biasa je nampak poster-poster dari pihak KKM macam step penjara sosial semua tulah selalu melalui Facebook, Whatsapp pun ada orang forward. Berdasarkan poster KKM tu saya rasa menarik, simple penggunaan warna pun okay tak nampak serabut semua okay. Senang faham lah.” (Haliza)

Seperkara lagi, 100% informan bersetuju agar mereka diberikan notifikasi atau bunyi penggera menerusi aplikasi, sistem, mesej atau MySejahtera di telefon bimbit apabila mereka memasuki zon merah agar informan lebih peka dengan persekitaran. Malah, adalah wajar untuk kerajaan meletakkan papan tanda, papan tanda digital atau banner di zon merah agar masyarakat sentiasa berhati-hati dan menjaga SOP serta sebagai kaedah alternatif untuk mewujudkan kesedaran kepada individu yang tidak menggunakan telefon pintar. Ini dapat dilihat melalui pernyataan:

“Hmm pemberitahuan melalui papan digital sangat-sangat okay sebab tak semua orang ada telefon kan dan bukan semua ada aplikasi tertentu.” (Haliza)

“Yes, memang sangat patut sebab eventhough maybe kalau kita letak papan tanda banyak-banyak tu maybe ada orang yang cakap buat apa, membazir je banyak-banyak papan tanda, but then kita tak tahu maybe dalam subconscious mind kita, benda tu akan sentiasa berlegar dalam kepala otak kita and then dia akan create stimulation yang akan kata “oh aku dalam kawasan zon merah”. (Irfan)

Jenis Maklumat

Pada dasarnya, 95% (19) informan yakin dengan kesahihan maklumat yang diberikan oleh MKN, KKM dan KKMM kerana ia dianggotai oleh individu atau pakar yang menguruskan Covid-19. Ini data dilihat seperti pandangan berikut:

“Ermm okay kita pun tahu MKN, KKM and KKMM semua memang is at their on expertise dalam benda tu. So, for me memang takde masalah memang sah semua benda yang dia orang bagi and I trust them 100%.” (Irfan)

Namun, kebiasaanya setelah menerima sebarang maklumat berkaitan Covid-19 daripada KKM, MKN dan KKMM, informan akan menyemak terlebih dahulu kesahihan maklumat tersebut dengan merujuk kepada saluran atau media rasmi lain milik agensi terbabit termasuklah website dan saluran televisyen. Dari segi pemilihan organisasi, didapati lebih 55% informan menggunakan maklumat Covid-19 yang dikeluarkan oleh KKM dan MKN. Manakala dari segi masa penyampaian maklumat, 45% (9) informan menegaskan bahawa penyebaran maklumat pada waktu petang oleh agensi kerajaan terbabit adalah sangat bersesuaian kerana ia merupakan waktu rehat bagi kebanyakan orang yang membolehkan mereka menonton televisyen dan melihat telefon setelah mereka balik dari kerja. Berkaitan dengan kesan maklumat terhadap emosi informan, lebih 65% informan merasa sedih, risau, geram, terganggu, takut, simpati, marah, insaf dan sentiasa berhati-hati (beringat) apabila bilangan kes harian meningkat dan tinggi serta sikap rakyat yang tidak mematuhi arahan KKM dan MKN.

Seterusnya, 100% informan turut berpuashati dengan maklumat berkaitan pesakit Covid-19 yang disebarkan memandangkan maklumat itu adalah jelas dan difahami termasuklah maklumat tentang proses kuarantin, jumlah pesakit yang sembuh dan kluster pesakit. Malah, 90% (18) informan menyatakan bahawa maklumat pesakit yang diberikan dalam bentuk angka, gambar dan video di semua media serta berita dan iklan di televisyen sudah mencukupi. Namun, apa yang pasti, pada pandangan informan, maklumat pesakit Covid-19 ini memang perlu disebarkan bagi membolehkan masyarakat peka dan berjaga-jaga dengan keadaan di kawasan mereka, menggalakkan mereka menasihati ahli keluarga untuk turut sama berhati-hati dan menjaga kesihatan, serta memudahkan masyarakat membuat keputusan berkait dengan aktiviti harian. Ini terbukti dengan pernyataan berikut.

“Sangat-sangat penting sebabnya itu sebagai update kepada kami semua lah kan untuk tahu berapa orang berjangkit dekat mana kes tu berlaku so benda tu akan beri sikap peka kepada rakyat Malaysialah.” (Naimah)

Selanjutnya, 95% (19) informan berpendapat bahawa maklumat berkaitan kluster pesakit Covid-19 penting untuk disebarkan agar masyarakat lebih berhati-hati jika perlu ke tempat berdekatan atau melalui tempat berkenaan serta membolehkan mereka merancang perjalanan dan merancang di mana untuk membeli barangan. Malah maklumat kluster ini juga membuatkan informan berwaspada agar mereka tidak berada dalam kluster tersebut serta tidak pula menambah kluster baharu. Berkaitan dengan maklumat kematian pesakit Covid-19, 90% (18) informan sangat berpuashati, faham dan jelas dengan maklumat yang dirasakan mencukupi tersebut. Ini kerana maklumat berkaitan sejarah kesihatan, negeri, kawasan, sebab kematian, umur dan jantina pesakit berkenaan tetap perlu dihebahkan sebagai amaran dan peringatan bahawa Covid-19 boleh membawa kematian.

Bagi hebahan mengenai prosedur operasi standard (SOP), 65% (13) informan yakin bahawa penyebaran maklumat SOP penting untuk masyarakat lebih sedar, peka dan mengikut SOP yang merupakan garis panduan untuk masyarakat menjalani kehidupan di musim pandemik serta untuk memutuskan rangkaian penyebaran Covid-19. Manakala 35% (7) informan menyatakan penyebaran maklumat SOP perlu untuk mereka mengetahui SOP terkini agar mereka tidak dikenakan saman atas pelanggaran SOP lebih-lebih lagi SOP dilihat seringkali berubah-ubah. Begitu juga dengan maklumat tentang tindakan yang boleh diambil oleh pihak berkuasa seperti denda akibat tidak mematuhi SOP perlu disebarkan secara terperinci sebagai peringatan, kesedaran dan pengajaran kepada masyarakat untuk mereka peka dan tidak melanggar SOP. Namun begitu, didapati hanya 65% (13) informan sahaja yang benar-benar memahami SOP bagi setiap fasa perintah kawalan pergerakan (PKP) disebabkan SOP yang selalu berubah serta terlalu banyak informasi SOP yang diberikan. Sebaliknya, 90% (18) informan berpandangan bahawa maklumat tentang amalan norma baharu (3w dan 3s) amat penting dihebahkan agar masyarakat memahami kepentingan serta mengamalkannya. Malah, hebahan maklumat ini perlu dilakukan dengan lebih kerap lagi di pelbagai media menerusi iklan, pengumuman dan penggunaan *influencer* di Malaysia. Di samping itu, penyebaran maklumat berkaitan status dan fungsi vaksin, siapa yang akan mendapat vaksin serta bila vaksin akan diberikan kepada rakyat juga penting untuk rakyat sedar, tidak ragu-ragu dan merasa selamat serta memberikan motivasi, ketenangan dan kelegaan kepada mereka (95% informan). Ini dapat dirujuk melalui pernyataan:

“Meningkatkan motivasi diri saya dan saya juga tahu yang masalah ni akan settle satu hari nanti.” (Emran)

“Untuk memberi kesedaran kepada masyarakat tentang kepentingan vaksin ini supaya aa masyarakat berasa lebih yakin dan selamat.” (Amin)

Bentuk Maklumat

Berkaitan dengan bentuk maklumat, 40% (8) informan menegaskan bahawa maklumat yang berbentuk infografik dengan tulisan yang sedikit tetapi besar lebih menarik dan difahami. Ini diikuti dengan maklumat berbentuk video, gambar dan live yang masing-masing disukai oleh 20% (4) informan. Dapatan ini menjadikan 90% (18) informan berpuashati dengan pelbagai bentuk maklumat Covid-19 yang diberikan serta merasakan kepelbagaian maklumat ini telah mencukupi. Tetapi, penyebaran maklumat dalam bentuk video dilihat lebih sesuai dan difahami oleh semua peringkat umur terutama oleh golongan tua (50%), oleh semua jantina (40%) dan tidak kira masyarakat di bandar mahupun luar bandar (30%). Justeru, walaupun maklumat berbentuk infografik banyak disebar, namun kepentingan maklumat berbentuk video amat perlu untuk meningkatkan kefahaman masyarakat dari pelbagai latar belakang. Seperkara lagi, 40% (8) informan menyatakan maklumat Covid-19 perlulah diberikan secara berperingkat kerana rakyat memerlukan masa untuk memahami dan hadam satu per satu maklumat tersebut. Malah, penyebaran maklumat secara berperingkat didapati lebih teratur (25%). Di samping itu, penggunaan hashtag pula membolehkan penyebaran maklumat Covid-19 lebih cepat trending, viral dan lebih luas tersebar untuk dibaca oleh lebih ramai orang serta ia memudahkan pencarian maklumat dengan menekan hashtag tersebut sahaja (90%). Ini terbukti menurut kenyataan berikut.

“Perlu, supaya cepat trending and viral. So lebih ramai akan baca.” (Diana)

Dapatan ini menyokong kajian keputusan Abd-alrazaq et al. (2020) bahawa pencarian perkataan *trending* yang sering dimuat naik di media sosial membantu pengguna dalam mengetahui info terkini serta pengaruh informasi daripada media sosial yang meluas juga adalah melalui sentimen komen, hashtag dan tren yang berkaitan dengan tema Covid-19 (Nemes & Kiss, 2020).

Maklumat Palsu

Seterusnya, 75% (15) informan menegaskan bahawa mereka terlebih dahulu menyemak kesahihan maklumat yang dikeluarkan oleh agensi kerajaan dengan merujuk kepada laman media sosial rasmi milik agensi kerajaan terbabit bagi mengelakkan mereka menerima dan menyebarkan maklumat palsu atau maklumat yang telah disalahgunakan seperti pandangan berikut.

“Saya akan semak pada laman media sosial rasmi MKN dan KKM. Kerana mungkin ada pihak yang menggunakan logo mereka secara haram.” (Syazwani)

Lanjutan daripada adanya maklumat palsu tersebut, didapati 90% (18) informan sedar akan kepentingan dan kewujudan undang-undang berkaitan maklumat atau berita palsu tetapi

mereka tidak pasti akan nama sebenar undang-undang berkenaan. Ini dapat dibuktikan melalui pernyataan:

“Ada tapi tak pasti undang-undang tu dan memang pentinglah sebab kalau tak ada undang-undang bahaya.” (Amira)

Undang-undang ini dilihat mampu mengelak daripada berlakunya kekacauan dan situasi panik dalam kalangan masyarakat. Berkaitan dengan tindakan terhadap pihak yang menyebarkan maklumat palsu, 50% (10) informan berpandangan bahawa mereka perlu dikenakan denda atau saman manakala 45% (9) informan merasakan mereka perlu dimasukkan ke penjara memandangkan perbuatan mereka merupakan satu jenayah serta untuk mewujudkan keinsafan terhadap golongan tersebut. Manakala bagi informan sendiri, 30% (6) informan tidak menyebarkan maklumat yang didapati palsu dan 35% (7) informan pula akan membuat laporan kepada pihak berkuasa jika mereka menerima maklumat palsu. Dari sudut penafian terhadap berita palsu, 80% (16) informan menjelaskan bahawa agensi kerajaan terbabit cepat dan efisien dalam menafikan sebarang berita palsu menerusi telegram dan Facebook agensi berkenaan. Tindakan kerajaan ini dilihat amat wajar memandangkan jika berita palsu lambat dinafikan atau ditangani, maka 65% (13) informan yakin ia akan tersebar lebih luas dan lebih dipercayai oleh masyarakat, lantas ia bakal mengganggu emosi dan pemikiran masyarakat menurut 25% (5) informan lagi. Ini jelas digambarkan menerusi pandangan berikut.

“Makin parah lah kalau lambat. Masyarakat akan cepat menyebarkannya dan membuatkan kekacauan berlaku.” (Izzat)

Dapatan ini selari dengan pandangan bahawa penyebaran maklumat tanpa batasan ini akan mengubah persepsi masyarakat dengan berlakunya peningkatan diskriminasi, stigmatisasi dan juga sifat saling tuduh-menuduh antara satu sama lain yang akan lebih mengeruhkan keadaan sedia ada (Yusof et al. 2020). Ini berlaku kerana banyak kesilapan yang sering berlaku dalam membentuk maklumat yang terdiri daripada kandungan mengelirukan, konteks yang salah dan maklumat yang telah dimanipulasikan (Brennen et al. 2020).

Kesan Terhadap Gelagat Pengguna

Selanjutnya, dari aspek kesan maklumat harian Covid-19 oleh agensi terbabit kepada gelagat pengguna, 70% (14) informan cenderung untuk berubah dan lebih berjaga-jaga apabila menerima maklumat atau peringatan daripada agensi kerajaan tersebut. Ini dapat dilihat menerusi peningkatan kekerapan terhadap pematuhan SOP yang telah ditetapkan seperti membasuh tangan, memakai hand sanitizer dan memakai pelitup muka oleh 95% (19) informan serta melindungi golongan berisiko iaitu orang tua dan kanak-kanak dengan memastikan mereka sentiasa berada di rumah menurut 90% (18) informan. Begitu juga apabila kerajaan mengeluarkan amaran berkaitan kawasan zon merah, maka kesemua informan cenderung kekal berada di rumah, mengurangkan atau mengelakkan pergerakan dalam zon merah serta menjaga SOP, memakai double mask, mandi dan basuh baju jika perlu pergi ke kawasan zon merah. Manakala untuk membolehkan informan kekal aktif dan sihat di rumah, maka 75% (15) informan melakukan aktiviti riadah di rumah (indoor) dan secara online terutama senaman ringkas dan ringan. Ini dapat dibuktikan menerusi pernyataan berikut.

“Online dan indoor dua dua saya buat je agar kekal aktif dan sihat kat rumah.” (Emran)

Namun begitu, seperti yang disarankan oleh kerajaan melalui hebahan oleh agensi terbabit, jika terdapat simptom awal, 55% (11) informan akan terus buat *swab test* dan 45% (9) informan lagi akan hanya ke klinik atau pusat kesihatan untuk mendapatkan pengesahan dan nasihat doktor sama ada simptom terbut berkait dengan Covid 19 atau bukan serta segera kuarantin diri. Jika dilihat kepada corak perbelanjaan pula, maklumat seharian Covid-19 yang disebarkan oleh KKM, MKN dan KKMM didapati telah mempengaruhi perubahan beberapa komponen perbelanjaan pengguna. Sebagai contoh, 75% (15) informan mengalami peningkatan dalam perbelanjaan terhadap keperluan asas terutama sekali makanan kerana semua ahli keluarga berada di rumah, makan di rumah dan kerap mengidam atau ingin mencuba pelbagai makanan. Dalam masa yang sama, 95% (19) informan mengalami penjimatan atau pengurangan dalam belanja petrol dan tol kerana jarang keluar rumah. Ini mencerminkan bahawa kemaskini maklumat harian Covid-19 oleh kerajaan secara langsung menyedarkan masyarakat tentang kepentingan mereka untuk kekal berada di rumah sahaja dalam situasi berlakunya peningkatan kes Covid-19 yang tinggi. Seterusnya, 85% (17) informan pula mengalami peningkatan dalam bil elektrik dan air kerana semua ahli keluarga berada di rumah dan terlalu kerap sehingga berjaga malam dalam menggunakan televisyen dan gajet. Gelagat ini secara tidak langsung menunjukkan pengguna sentiasa mengemaskini pengetahuan mereka berkaitan Covid-19 walaupun mereka hanya berada di rumah sahaja. Namun begitu, 85% (17) informan tidak mengubah pelan data internet kerana mereka hanya menggunakan wifi sedia ada di rumah. Situasi berkait dengan perbelanjaan pengguna di atas dapat dilihat berdasarkan pandangan berikut.

“Tapi atas kerana sering berada di rumah makan bil air dan api agak meningkat.” (Azimah)

“Petrol tu berkurang sebab jarang keluar rumah.” (Athirah)

Seperkara yang menarik lagi adalah memandangkan kerajaan melaksanakan PKP yang menyebabkan individu kurang keluar rumah demi menjaga kesihatan dan kerajaan turut menggalakkan masyarakat membuat pembelian secara dalam talian yang dipromosikan menerusi media sosial agensi berkaitan, didapati 80% (16) informan meningkatkan pembelian barangan secara dalam talian seperti Shopee, Lazada, Food panda dan Grab terutama sekali pembelian produk makanan. Hal ini terkesan dari pembelian secara dalam talian yang lebih memudahkan kerana tidak perlu keluar rumah, *contactless* iaitu individu boleh memperolehi barangan tanpa perlu berjumpa ramai orang di luar termasuk penghantar barangan (*rider*) dan *cashless* yakni penggunaan pembayaran secara *online banking*, kad debit atau kad kredit yang dapat mengelakkan sentuhan secara fizikal. Namun, jika ada keperluan untuk individu keluar rumah, kesemua informan akan scan MySejahtera, scan suhu badan, pakai pelitup muka, selalu sanitize tangan dan patuhi SOP yang telah ditetapkan. Manakala 80% (16) informan pula cenderung menaiki kenderaan sendiri yang dirasakan lebih selamat. Di samping itu, hanya 55% (11) informan sahaja yang ada merentas daerah atau negeri dengan alasan untuk bekerja tetapi mereka masih patuh kepada SOP yang ditetapkan. Malahan, lebih 90% informan tidak membuat perjalanan merentas daerah atau negeri untuk tujuan sosial dan mereka turut menolak sebarang jemputan ke majlis sosial dan kegamaan untuk mengelakkan jangkitan Covid-19. Sebagai alternatif, informan menggunakan media sosial (seperti Whatsapp, Zoom dan Google Meet), video call dan membuat panggilan telefon dengan menggunakan gajet yang ada untuk

kekal bersosial bersama keluarga dan rakan tanpa perlu berjumpa secara fizikal. Jika diberi pilihan pula, 80% (16) informan cenderung bekerja dari rumah kerana ia lebih selamat, memudahkan mereka memantau pembelajaran anak di rumah serta menjimatkan. Akhir sekali, lebih 80% (16) informan meningkatkan perbelanjaan terhadap kesihatan terutama belanja terhadap stok pelitup muka dan hand sanitizer serta suplemen seperti vitamin C untuk menambah antibodi badan. Ini terbukti dari padangan berikut.

“Perlu makan vitamin atau apa apa suplemen untuk tambah antibodi” (Ariff)

“Mask hand sanitizer pun kita kena pastikan cukup kan sebab kita tak tahu apa akan jadi akan datang macam mana dan sebagai keperluan juga.” (Azimah)

IMPLIKASI DASAR DAN RUMUSAN

Secara keseluruhannya, lima dapatan utama berkaitan informasi Covid-19 sebagai barang awam ini diperolehi. Pertama, majoriti informan mengguna media sosial dan media elektronik terutama sekali televisyen bagi mendapatkan maklumat terkini Covid-19. Kedua, maklumat Covid-19 terutama sekali berkait dengan pesakit, kluster pesakit dan SOP yang dikeluarkan oleh KKM, MKN dan KKMM diyakini kesahihannya dan lebih dirujuk oleh informan memandangkan agensi terbabit merupakan pakar yang menguruskan hal tentang Covid-19, lantas ia dapat mengelakkan informan daripada menerima maklumat palsu. Ketiga, penyebaran maklumat Covid-19 dalam pelbagai bentuk terutama infografik dan video dapat memberi kefahaman kepada semua lapisan masyarakat. Keempat, maklumat harian Covid-19 yang disebarkan oleh KKM, MKN dan KKMM telah menggalakkan masyarakat untuk mematuhi SOP dan tidak keluar rumah jika tiada keperluan. Kelima, selari dengan saranan kerajaan, masyarakat kini cenderung membuat pembelian dan pembayaran secara dalam talian.

Dapatan di atas jelas menunjukkan bahawa sememangnya informasi Covid-19 merupakan barang awam yang sangat sesuai disediakan dan dihebahkan oleh pihak kerajaan menerusi pelbagai saluran. Sehingga kini, peranan yang dimainkan oleh pihak kerajaan dalam penyebaran maklumat Covid-19 sebagai barang awam telah berjaya mengubah gelagat masyarakat untuk mengamalkan norma baharu ke arah memutuskan segera rantaian jangkitan Covid-19 dalam negara. Penyebaran maklumat Covid-19 oleh agensi terbabit yang dibuat secara percuma, tiada mewujudkan persaingan antara pengguna serta tidak mengecualikan mana-mana individu daripada mencapai dan menggunakan maklumat tersebut dilihat telah mengurangkan ketakpastian dan risiko yang perlu dihadapi oleh masyarakat. Namun, bagi memastikan setiap maklumat yang disampaikan oleh kerajaan sampai dengan cepat dan tepat kepada seluruh anggota masyarakat, maka penggunaan, pelaburan dan inovasi dalam media sosial dan jaringan internet oleh agensi terbabit perlu dibuat secara bersepadu dan diperkasakan bagi menjamin kebajikan komuniti maya Malaysia yang mampan.

RUJUKAN

Abd-alrazaq, A., Alhuwail, D., Househ, M., Hamdi, M. & Shah, Z. (2020). Top Concerns of Tweeters During the COVID-19 Pandemic: Infoveillance Study. *Journal of Medical Internet Research*, 22 (4), 1–27. doi:10.2196/19016.

- Anomaly, J. (2015). Public goods and government action. *Politics, Philosophy and Economics*, 14(2), 109–128. doi:10.1177/1470594X13505414.
- Addair, K. (2015). (PDF) Open Access: *The Importance of Open Information* (January). doi:10.13140/RG.2.1.5098.6324.
- Arora, P. & Chong, A. (2018). Government effectiveness in the provision of public goods: the role of institutional quality. *Journal of Applied Economics*, 21(1), 175–196. doi:10.1080/15140326.2018.1550593.
- Azlan, A. A., Hamzah, M. R., Sern, T. J., Ayub, S. H. & Mohamad, E. (2020). Public knowledge, attitudes and practices towards COVID-19: A cross-sectional study in Malaysia. *PLoS ONE*, 15(5), 1–15. doi:10.1371/journal.pone.0233668.
- Al-Zaman, M. S. (2020). COVID-19-Related Fake News in Social Media. *SSRN Electronic Journal*, 1–12. doi:10.2139/ssrn.3644107.
- Allington, D., Duffy, B., Wessely, S., Dhavan, N. & Rubin, J. (2020). Health-protective behaviour, social media usage, and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. *Psychological Medicine*, 0–6. doi:10.1017/S003329172000224X.
- Andersson, T. 2015. *Liking and commenting on Facebook—what are the reasons?*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1054591/FULLTEXT01.pdf>.
- Bolarinwa, O. A., Olagunju, O. S. & Babalola, T. (2020). *Adherence to COVID-19 pandemic prescribed recommendations, source of information and lockdown psychological impact of Nigeria social media users*. medRxiv 2020.09.09.20188482. doi:10.1101/2020.09.09.20188482.
- Bento, A. I., Nguyen, T., Wing, C., Lozano-Rojas, F., Ahn, Y. Y. & Simon, K. (2020). Evidence from internet search data shows information-seeking responses to news of local COVID-19 cases. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(21), 11220–11222. doi:10.1073/pnas.2005335117.
- Bryman, A. (2008). *Social Research Methods (3rd ed)*. New York: Oxford University Press.
- Carande-Kulis, V. G., Getzen, T. E. & Thacker, S. B. (2007). Public goods and externalities: A research agenda for public health economics. *Journal of Public Health Management and Practice*, 13(2), 227–232. doi:10.1097/00124784-200703000-00024.
- Chundakkadan, R. & Ravindran, R. (2020). *Information flow and COVID-19 recovery*. *World Development* 136(July): 105112. doi:10.1016/j.worlddev.2020.105112.
- Denscombe, M. (2010). 2010. *The Good Research Guide for Small Scale Research Projects (4th ed.)*. Buckingham: Open University Press. 99–117.
- Duraisamy, B., Rathinaswamy, J. & Sengottaiyan, K. (2020). *Social Media Reigned by Information or Misinformation about COVID-19: A Phenomenological Study* (May). doi:10.2139/ssrn.3596058.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A. & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3): 1–2. doi:10.1093/jtm/taaa031.
- Frank van Steenbergen & Tuinhof, A. (2009). Associations Between Media Exposure and Mental Distress Among U.S. Adults at the Beginning of the COVID-19 Pandemic. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (January).
- Fister, B. (2012). Open Access and the Future of Academic Scholarship. *2Library Issues: Briefings for Faculty and Administrators* 32(5): 1–4. Retrieved from <http://www.libraryissues.com/sub/PDF3205May201292740.pdf>.

- González-Padilla, D. A. & Tortolero-Blanco, L. (2020). Social media influence in the COVID-19 pandemic. *International Braz J Urol* 46(Suppl 1): 120–124. doi:10.1590/S1677-5538.IBJU.2020.S121.
- Hu, Y., Huang, H., Chen, A. & Mao, X.-L. (2020). Weibo-COV: A Large-Scale COVID-19 Social Media Dataset from Weibo. doi:10.18653/v1/2020.nlpCOVID19-2.34.
- Hu, D., Lou, X., Xu, Z., Meng, N., Xie, Q., Zhang, M., Zou, Y., et al. (2020). More effective strategies are required to strengthen public awareness of COVID-19: Evidence from google trends. *Journal of Global Health*, 10(1). doi:10.7189/jogh.10.011003.
- Haman, M. (2020). *The use of Twitter by state leaders and its impact on the public during the COVID-19 pandemic*. doi:10.31235/osf.io/thda9.
- Jayasinghe, R., Ranasinghe, S., Jayarajah, U. & Seneviratne, S. (2020). Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID- 19. The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect, the company's public news and information (January).
- Kaya, T. (2020). Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID- 19. The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect, the company's public news and information (January).
- Karasneh, R., Al-azzam, S., Mu, S., Soudah, O. & Hawamdeh, S. (2020). Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID- 19. The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect, the company's public news and information (January).
- Khalid, A., Ali, S. & Qamar, A. (2020). *Media Advertising and Attitudinal Changes during COVID-19*.
- Kim, H. K., Ahn, J., Atkinson, L. & Kahlor, L. A. (2020). Effects of COVID-19 Misinformation on Information Seeking, Avoidance, and Processing: A Multicountry Comparative Study. *Science Communication*. doi:10.1177/1075547020959670
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Islam, M. N. & Whelan, E. (2020). Why do People Share Misinformation during the COVID-19 Pandemic? 1–20. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/2004.09600>
- Luk, T. T., Zhao, S., Weng, X., Wong, J. Y.-H., Wu, Y. S., Ho, S. Y., Lam, T. H., et al. (2020). Exposure to health misinformation about COVID-19 and increased tobacco and alcohol use: a population-based survey in Hong Kong. *Tobacco Control* tobaccocontrol-2020-055960. doi:10.1136/tobaccocontrol-2020-055960
- Ma, X., Vervoort, D. & Luc, J. G. Y. (2020). When misinformation goes viral: access to evidence-based information in the COVID-19 pandemic. *Journal of Global Health Science*, 2(1). doi:10.35500/jghs.2020.2.e13
- McFadden, S. A. M., Malik, A. A., Aguolu, O. G., Willebrand, K. S. & Omer, S. B. (2020). Perceptions of the adult US population regarding the novel coronavirus outbreak. *PLoS ONE* 15(4): 1–6. doi:10.1371/journal.pone.0231808
- Mejia, C. R., Ticona, D., Rodriguez-Alarcon, J. F., Campos-Urbina, A. M., Catay-Medina, J. B., Porta-Quinto, T., Garayar-Peceros, H., et al. (2020). The media and their informative role in the face of the coronavirus disease 2019 (COVID-19): Validation of fear perception and magnitude of the issue (MED-COVID-19). *Electronic Journal of General Medicine*, 17(6). doi:10.29333/ejgm/7946
- Nemes, L. & Kiss, A. (2021). Social media sentiment analysis based on. *Journal of Information and Telecommunication*, 5(1): 1–15. doi:10.1080/24751839.2020.1790793

- Punt, E. M., Blassnigg, M. & Drayson, H. (2011). *Leonardo Reviews* 44(1): 269–280.
- Suter, W. 2014. Qualitative Data, Analysis, and Design. *Introduction to Educational Research: A Critical Thinking Approach*, 342–386. doi:10.4135/9781483384443.n12
- St, Joseph E. Stiglitz. (2000). *Economics of the Public Sector* (3rd ed)
- Shah, A. U. M., Safri, S. N. A., Thevadas, R., Noordin, N. K., Rahman, A. A., Sekawi, Z., Ideris, A., et al. (2020). COVID-19 outbreak in Malaysia: Actions taken by the Malaysian government. *International Journal of Infectious Diseases*, 97, 108–116. doi:10.1016/j.ijid.2020.05.093
- The, I., Emergency, P. H. & Concern, I. (2020). Mis-Information Blends on Facebook during Infodemic COVID-19 in Bangladesh. *Ajmmc* 1–17
- Taylor, S. dan R. B. 1984. *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings*. Second Edition.
- Vall-Roqué, H., Andrés, A. & Saldaña, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry* 110: 1–16. doi:10.1016/j.pnpbp.2021.110293
- Vraga, E. K. & Bode, L. (2020). Defining Misinformation and Understanding its Bounded Nature : Using Expertise and Evidence for Describing Misinformation. *Political Communication* 0(0): 1–9. doi:10.1080/10584609.2020.1716500
- Yusof, A. N. M., Muuti, M. Z., Ariffin, L. A. & Tan, M. K. M. (2020). Sharing Information on COVID-19: the ethical challenges in the Malaysian setting. *Asian Bioethics Review* 12(3): 349–361. doi:10.1007/s41649-020-00132-4
- Zamawe, F. C. (2015). The implication of using NVivo software in qualitative data analysis: Evidence-based reflections. *Malawi Medical Journal*, 27(1): 13–15. doi:10.4314/mmj.v27i1.4
- Zhong, Y., Liu, W., Lee, T.-Y., Zhao, H. & Ji, J. (2020). *Risk perception, knowledge, information sources and emotional states among COVID-19 patients in Wuhan, China*. *Nursing Outlook* 0: 1–9. doi:10.1016/j.outlook.2020.08.005
- Zarocostas, J. (2020). *How to fight an infodemic*. *Lancet* (London, England) 395(10225): 676. doi:10.1016/S0140-6736(20)30461-X

ABOUT THE AUTHORS

FITRAH MOHAMED

Universiti Kebangsaan Malaysia
a168479@siswa.ukm.edu.my

NORAIN MOD ASRI

Universiti Kebangsaan Malaysia
norain@ukm.edu.my