

## ABSTRAK

Pandemi COVID-19 pertama kali muncul di Wuhan akhir tahun 2019. COVID-19 adalah virus baru yang menyerang sistem pernafasan manusia. Pandemictalks hadir untuk mengisi gap informasi antara pemerintah dan masyarakat. Pandemictalks memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi mengenai Covid-19 dalam bentuk informatif, edukatif dan kritik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana persepsi *followers* terhadap informasi yang dirangkum akun Instagram Pandemictalks sebagai media informasi Pandemi COVID-19 dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perbedaan individu. Data diperoleh dengan wawancara dan studi pustaka. Data dianalisis dengan reduksi data hingga penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi yang dimiliki informan terhadap informasi yang disampaikan Pandemictalks seluruhnya ditanggapi dengan persepsi positif yaitu bahwa para informan menilai baik dan mempercayai informasi yang disampaikan Pandemictalks, informan juga memberikan respon positif terhadap pesan yang disampaikan oleh Pandemictalks, yaitu dengan membagikan ulang informasi yang diperolehnya. Teori perbedaan individu dalam penelitian ini ditunjukkan dengan adanya respon yang berbeda terhadap pesan yang disampaikan oleh Pandemictalks. Dalam penelitian ini faktor internal lebih mempengaruhi persepsi *followers* karena kondisi pandemi yang mengakibatkan narasumber lebih membutuhkan informasi COVID-19 yang terjadi.

**Kata kunci: Pandemi, Persepsi, Instagram**

## **ABSTRACT**

COVID-19 pandemic first appeared in Wuhan at the end of 2019. COVID-19 is a new virus that attacks the human respiratory system. Pandemictalks attend to fill the information gap between the government and the public. Pandemiktalks uses Instagram to spread information about Covid-19 in informative, educative and critical forms. This study aims to analyze and describe how followers perceive the information summarized on the Pandemictalks Instagram account as a medium of information about the COVID-19 pandemic and the factors that influence the perception. This study used qualitative research methods. The theory used in this study is the theory of individual differences. Data obtained by interviews and literature study. In this study, researchers obtained data from nine informants. Data were analyzed by data reduction to draw conclusions. In this study using nine informants, previously there were sixteen prospective informants who were then eliminated because they did not fulfill the criteria by the author. The results of this study indicate that the informants' perceptions of the information submitted by Pandemictalks were entirely responded to with a positive perception that the informants considered good and trusted the information from Pandemictalks, the informants also gave a positive response to the messages conveyed by Pandemictalks, by re-sharing the information they received. The theory of individual differences in this study is shown by the different responses to messages conveyed by Pandemictalks. In this study, internal factors more influenced the perception of followers because of the pandemic conditions which resulted in the informants need more information about the COVID-19 that occurred.

**Keywords: Pandemic, Perception, Instagram**