

Media Sosial dan Peran Selebgram (Selebriti Instagram) dalam Kampanye Edukasi Covid-19 di Masa Pandemi

Muhammad Ibnu Tamam¹, Ruhamaul Waro², Rahmania Auriel Zaeni³, Alfiyah Firdausi Nuzula⁴, Wardiyatul Husna⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

E-mail: tamamibnu07@gmail.com¹, ruhamr3@gmail.com², rahmania.auriel@gmail.com³, alfiyahfirdausin@gmail.com⁴, husnawardiyatul217@gmail.com⁵

Article History:

Received: 16 April 2025

Revised: 26 Mei 2025

Accepted: 03 Juni 2025

Keywords: Selebgram,
Edukasi, Covid-19, Instagram

Abstract: Kemunculan virus corona memberikan dampak kepada selebgram atau influencer untuk selalu kreatif dalam memberikan pengetahuan dan informasi atau membuat hal baru menggunakan platform media sosial Instagram, sehingga banyak upaya-upaya dan ide yang muncul dan dilakukan oleh para selebgram ini. Artikel ini bertujuan untuk memaparkan peran selebriti instagram (selebgram) dalam kampanye edukasi Covid-19 di platform media sosial Instagram pada masa pandemik. Metode yang digunakan adalah jenis pendekatan kualitatif metode studi kasus. Adapun, sumber data diperoleh melalui artikel jurnal ilmiah, berita, video, dan gambar yang berkaitan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat banyak cara yang dilakukan oleh beberapa selebgram untuk mengedukasi para pengikutnya tentang bahaya virus corona dan cara pencegahannya agar terhindar dari virus ini. Diantara tiga selebgram yang memiliki peran besar dalam mengedukasi masyarakat atau para pengikut instagram, diantaranya adalah selebgram atau pengusaha muda Awkarin, selebgram atau entrepreneur muda Rachel Vennya dan dokter gaul sekaligus relawan Covid-19 yaitu Dr. Tirta.

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, dunia dikejutkan oleh munculnya virus baru yang dikenal dengan nama COVID-19 (Coronavirus Disease 2019), yang oleh banyak orang lebih sering disebut sebagai virus corona. Nama "corona" berasal dari bahasa Latin yang berarti mahkota, karena bentuk virus ini memiliki tonjolan seperti paku yang menyerupai mahkota atau korona pada matahari (Rizka Ariani dkk., 2020). Virus ini pertama kali ditemukan pada manusia di kota Wuhan, Tiongkok, pada akhir Desember 2019 (Levani, Prastya, & Mawaddatunnadila, 2021). Setelah dilakukan penelusuran, diketahui bahwa beberapa orang yang terinfeksi memiliki kesamaan riwayat, yakni pernah berkunjung ke pasar basah yang menjual makanan laut dan hewan di Wuhan. Pasar tersebut kemudian ditutup dan dibersihkan menggunakan desinfektan, sehingga sulit untuk mengetahui hewan mana yang menjadi sumber utama penyebaran virus. Virus corona termasuk dalam kelompok zoonosis, yaitu penyakit yang dapat menyebar dari hewan ke manusia. Contoh penyakit

zoonosis lainnya adalah rabies dan malaria (Fauzan, Marsingga, & Santoso, 2024). Selain itu, MERS merupakan contoh lain yang ditularkan dari unta ke manusia. Berdasarkan laporan dari harian Kompas, virus corona juga diduga menyebar dari kelelawar ke hewan perantara seperti trenggiling, yang dikonsumsi di beberapa wilayah di Tiongkok, sebelum akhirnya menular ke manusia (Sumartiningtyas, 2021).

Pada pertengahan tahun 2020, penyebaran virus Corona semakin meluas ke berbagai negara di dunia. Berdasarkan data real-time dari GISAID yang disampaikan oleh Johns Hopkins, virus ini telah menyebar ke sekitar 69 negara, yang semuanya tengah berusaha keras mengatasi ancaman dari COVID-19 (unairnews, 2023). Pada bulan Maret 2020, Indonesia secara resmi tercatat sebagai salah satu negara yang terdampak virus ini. Kasus pertama diumumkan langsung oleh Presiden Republik Indonesia, Ir. H. Joko Widodo. Dalam konferensi pers yang disiarkan secara langsung melalui berbagai stasiun televisi nasional, Presiden menyampaikan bahwa dua warga Indonesia, yang tinggal di kota Depok, Jawa Barat, telah terinfeksi virus corona yang berasal dari Wuhan. Kedua pasien tersebut adalah seorang ibu berusia 64 tahun dan anak perempuannya yang berusia 31 tahun (Velarosdela, 2021). Mereka diketahui melakukan kontak langsung dengan seorang warga negara Jepang yang telah dinyatakan positif COVID-19 setelah menghadiri sebuah pesta dansa di Jakarta. Warga Jepang tersebut kemudian terdeteksi mengidap virus tersebut setelah berada di Malaysia, usai meninggalkan Indonesia.

Setelah Presiden mengumumkan adanya warga negara Indonesia yang terinfeksi virus corona, pemerintah segera meningkatkan kewaspadaan dan menerapkan berbagai langkah pencegahan untuk menghindari penyebaran virus, terutama di wilayah-wilayah padat penduduk seperti DKI Jakarta, ibu kota negara. Salah satu langkah utama yang diterapkan adalah imbauan kepada masyarakat untuk menjaga jarak fisik atau *physical distancing*. Selain itu, pemerintah juga mewajibkan penggunaan masker di ruang publik dan memberlakukan pembatasan mobilitas, termasuk penutupan akses atau *lockdown* di beberapa kota besar, terutama di Jakarta dan sekitarnya. Kebijakan ini membawa dampak besar terhadap kehidupan masyarakat. Banyak tempat kerja dan sumber penghasilan masyarakat harus dihentikan sementara karena pandemi, yang menyebabkan penurunan pendapatan bagi sebagian besar warga. Tidak hanya sektor ekonomi yang terdampak, tetapi juga sektor pendidikan. Seluruh kegiatan belajar mengajar di kelas, mulai dari tingkat Sekolah Dasar hingga perguruan tinggi, dihentikan secara bertahap. Sistem pembelajaran pun dialihkan ke metode daring (online), menggunakan berbagai platform seperti WhatsApp, Zoom, Google Classroom, dan aplikasi pembelajaran digital lainnya (Fitriyani, Febriyeni, & Kamsi, 2020).

Berdasarkan data dari Statista yang dikutip oleh Databoks, Indonesia termasuk dalam sepuluh negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia. Hingga Maret 2019, Indonesia menempati posisi kelima dengan total pengguna internet mencapai 143,26 juta orang (databoks.katadata.co.id, t.t.). Dari berbagai aplikasi media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, Instagram menjadi salah satu yang paling banyak digunakan. Menurut laporan dari Brilio.Net, Instagram menempati posisi keempat sebagai media sosial terpopuler di Indonesia (Rizaldi, 2019). Instagram adalah platform yang memungkinkan penggunaannya untuk membagikan foto, video, serta membuat cerita singkat dalam fitur stories. Di Indonesia, aplikasi ini lebih dikenal dengan singkatan "IG" (Evelina & Handayani, 2018). Berdasarkan data dari We Are Social, sekitar 80% pengguna media sosial di Indonesia menggunakan Instagram. Dengan total 150 juta pengguna media sosial di tanah air, berarti sekitar 120 juta di antaranya adalah pengguna Instagram (Riyanto, 2024). Dari platform ini, muncullah individu-individu yang memiliki pengaruh besar dalam menyebarkan gaya hidup dan tren melalui media sosial, yang dikenal dengan

sebutan influencer. Mereka sering dijadikan panutan oleh para pengikutnya (*followers*), baik dari segi gaya hidup maupun pemikiran. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan para tokoh berpengaruh di Instagram juga memberikan dampak nyata di kehidupan sosial pengikutnya. Tokoh-tokoh ini dikenal luas sebagai *selebgram* (selebriti Instagram), yang biasanya memiliki puluhan ribu hingga jutaan pengikut, tergantung pada daya tarik dan keahlian yang mereka miliki.

Pada saat dimana virus corona sedang menyebar di negara Indonesia, Pemerintah Indonesia tentunya membutuhkan bantuan sosial media untuk mempublikasikan dan mengedukasi masyarakat tentang virus corona ini. Tentunya, beberapa sosial media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia berpengaruh atau memiliki andil besar untuk mengedukasi masyarakat perihal corona virus. Untuk itu, orang-orang yang berpengaruh atau dapat disebut pula sebagai *selebgram* ini memiliki kewajiban untuk mengedukasi para pengikutnya untuk mengetahui hiruk pikuk persebaran virus ini dan mencegah penyebarannya di negara Indonesia. Diantara penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah Pengaruh Media Sosial “Instagram” Di Masa Pandemi Covid-19 terhadap Kekerasan Berbasis Gender Online (Dirna, 2021), Pemanfaatan Instagram Live sebagai Sarana Edukasi Kesehatan Masyarakat di masa Pandemi COVID-19 (Herbawani, Ruthin, Ramadhania, Situmeang, & Karima, 2021), Instragram sebagai Media Edukasi Vaksin Covid-19 di Indonesia (Letuna, 2021), dan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Kampanye Untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19 (Suryani, Zulfikri, & Muhariani, 2021). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah, penelitian ini fokus pada satu platform media sosial yaitu Instagram dan subjek yang diteliti adalah selebriti instagram (*selebgram*), serta upaya-upaya yang dilakukan secara umum dan dampak umum yang terjadi dan dirasakan oleh masyarakat Indonesia. Maka dari penjelasan latar belakang pendahuluan dan penelitian terdahulu tersebut di atas, penulisan artikel ini bertujuan untuk memaparkan peran selebriti instagram (*selebgram*) dalam kampanye edukasi Covid-19 di platform media sosial Instagram pada masa pandemik. Upaya yang dilakukan *selebgram* dalam mengedukasi masyarakat tentang Covid-19 di media sosial instagram, dampaknya dan pengaruhnya akan dibahas pada bagian pembahasan dan hasil.

LANDASAN TEORI

Definisi Selebriti

Secara umum, istilah "selebriti" dapat dijelaskan melalui dua pendekatan, yakni secara bahasa dan secara istilah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), selebriti diartikan sebagai seseorang yang dikenal luas atau terkenal, umumnya merujuk pada artis. Dalam bahasa Inggris, istilah *celebrity* merujuk pada individu yang mendapat sorotan publik secara intens karena keterkaitannya dengan dunia media atau pemberitaan. Kata "selebritas" sendiri merupakan serapan dari bahasa Inggris *celebrity*, yang berasal dari kata dasar *celebrate*, yang berarti ‘merayakan’ (Cholifah, Suharyono, & Hidayat, 2016). Menurut Shimp, selebriti adalah figur publik seperti aktor, entertainer, atau atlet yang dikenal masyarakat berkat pencapaiannya dalam bidang tertentu yang tidak selalu berkaitan dengan produk yang mereka promosikan. Sedangkan menurut Friedman dan Friedman, selebriti pendukung (*celebrity endorser*) adalah sosok terkenal yang dikenal bukan karena produk yang ia iklankan, tetapi karena pencapaian di luar dunia produk tersebut (Abdurrahman & Herizon, 2011). Figur selebriti hampir selalu menjadi pusat perhatian media massa, baik karena prestasi dan kontribusi nyatanya maupun karena kontroversi dalam kehidupannya. Kesuksesan di bidang hiburan dan olahraga seringkali mengangkat seseorang menjadi selebriti, begitu pula dalam ranah politik, tak jarang tokoh politik menjadi terkenal layaknya selebriti, dan sebaliknya, selebriti pun merambah dunia politik. Popularitas seseorang

juga bisa tumbuh karena gaya hidupnya yang mencolok, kekayaannya, tindakan kontroversial, atau karena hubungan pribadi dengan tokoh terkenal lainnya. Meski demikian, istilah selebriti kerap disamakan dengan artis, padahal keduanya memiliki perbedaan secara makna dan esensi.

Apa itu Instagram?

Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia. Nama "Instagram" sendiri mencerminkan fungsi utama dari aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", merujuk pada kemudahan dan kecepatan dalam berbagi foto, serupa dengan kamera polaroid yang dulu dikenal sebagai alat untuk menghasilkan foto instan (Amalia, 2021). Sementara itu, kata "gram" berasal dari "telegram", sebuah alat komunikasi yang mengirimkan pesan dengan cepat, yang menginspirasi fitur *direct message* (DM) di Instagram sebagai sarana mengirim pesan langsung antar pengguna. Menurut Atmoko dalam bukunya *Instagram Handbook*, Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar, menambahkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk platform Instagram itu sendiri (Landsverk, 2014). Aplikasi ini juga mendukung integrasi dengan media sosial lain seperti Facebook dan Twitter, sehingga memudahkan pengguna dalam membagikan konten. Interaksi sosial di Instagram terjalin melalui sistem "mengikuti" (*follow*) akun pengguna lain. Komunikasi antar pengguna terjadi dengan memberikan "suka" (*likes*) atau komentar pada foto-foto yang diunggah. Keberadaan pengikut atau *followers* sangat penting dalam ekosistem Instagram, karena jumlah *likes* dan *respons* dari *followers* dapat mempengaruhi tingkat popularitas sebuah unggahan. Untuk menemukan dan terhubung dengan teman-teman di Instagram, pengguna bisa memanfaatkan daftar kontak yang sudah ada atau membagikan konten Instagram mereka ke jejaring sosial lain seperti Twitter dan Facebook.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yaitu metode riset yang bertujuan untuk memberikan penjelasan secara menyeluruh. Metode ini memerlukan beragam instrumen serta berbagai sumber data dalam proses pengumpulan informasi, seperti dokumentasi tertulis, hasil survei, serta observasi langsung yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini (Rachmat Kriyantono, 2014). Dalam menarik kesimpulan pada penelitian kualitatif, pendekatan berpikir induktif menjadi aspek yang dominan. Oleh karena itu, penelitian kualitatif diharapkan mampu memberikan deskripsi yang mendalam mengenai perilaku, tulisan, dan ucapan subjek penelitian. Peneliti juga dapat mengamati serta memahami berbagai aspek tersebut secara komprehensif dan holistik, baik dari individu, kelompok, organisasi, maupun masyarakat yang menjadi objek kajian. Fokus penelitian ini adalah platform media sosial Instagram sebagai sarana kampanye edukasi yang dilakukan oleh selebriti Instagram (*selebgram*) selama masa pandemi COVID-19. Salah satu karakteristik penelitian kualitatif adalah sifatnya yang deskriptif, di mana data yang dikumpulkan berbentuk teks dan gambar. Oleh karena itu, hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskripsi atau gambaran yang dilengkapi dengan kutipan data. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan, yang berarti informasi yang dikumpulkan bersumber dari berbagai temuan penelitian sebelumnya, seperti hasil penelitian, disertasi, tesis, serta artikel ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Databoks merangkum data dari Statista yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk dalam sepuluh besar negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia. Pada Maret 2019, Indonesia menempati posisi kelima dengan total pengguna internet mencapai 143,26 juta. Angka

ini hanya terpaut sekitar 5,8 juta dari Brasil yang memiliki 149,06 juta pengguna. Posisi teratas ditempati oleh Tiongkok dengan 829 juta pengguna internet, disusul India di peringkat kedua dengan 560 juta pengguna—selisih yang cukup besar, yakni sekitar 269 juta dari Tiongkok. Amerika Serikat berada di posisi ketiga dengan jumlah pengguna mencapai 292,89 juta. Sementara itu, Instagram tercatat sebagai aplikasi media sosial keempat yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, berada di bawah YouTube, WhatsApp, dan Facebook. Di era milenial dan perkembangan teknologi digital 4.0 seperti saat ini, penggunaan Instagram telah menjadi bagian dari keseharian masyarakat, sehingga wajar apabila banyak orang mengunduh aplikasi ini melalui Google Playstore maupun Apple Store.

Dalam ekosistem media sosial Instagram, terdapat tokoh-tokoh yang memiliki pengaruh besar, dikenal sebagai selebritas Instagram atau selebgram. Mereka tidak hanya terkenal, tetapi juga memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan edukasi, termasuk dalam situasi krisis seperti pandemi COVID-19. Sejumlah selebgram aktif mengedukasi pengikutnya tentang bahaya virus corona dan langkah-langkah pencegahan untuk melindungi diri dari infeksi. Dalam konteks ini, penulis menyoroti tiga nama yang dinilai berkontribusi besar dalam upaya edukasi publik, yaitu Awkarin—seorang selebgram sekaligus pengusaha muda, Rachel Vennya—entrepreneur dan influencer ternama, serta Dr. Tirta—dokter sekaligus relawan COVID-19 yang aktif menyuarakan isu kesehatan melalui media sosial. Ketiga tokoh ini dinilai layak diapresiasi dan menjadi bagian penting dalam pembahasan artikel ini.

Awkarin

Awkarin adalah seorang selebgram yang berasal dari Pangkal Pinang Kepulauan Riau. Perempuan yang dijuluki Awkarin ini memiliki nama asli Karin Novilda Sulaiman, ia lahir di Jakarta 29 November 1997, putri dari seorang dokter TNI bapak Sulaiman dan ibu Siti Zuchraida. Ia adalah seorang selebgram dan juga youtuber yang dikenal dengan banyak pengikutnya di Instagram dan juga memiliki banyak *subscriber* di Youtube. Ia memiliki hobi fotografi dan traveling, maka tidak heran jika ia memiliki *feeds* atau unggahan foto-foto yang bagus di Instagramnya dan menjadi inspirasi bagi banyak anak muda di Indonesia. Ia aktif di media sosial sejak tahun 2013 namun ia dikenal oleh masyarakat luas pada tahun 2016 disebabkan berita kontroversial yang dialami oleh dirinya. Pada tahun 2016, Awkarin menjadi perbincangan hangat netizen Indonesia disebabkan karena video yang ia unggah di platform media sosial Youtube yang berisi konten tentang klarifikasi nya putus dengan mantan pacarnya yaitu Gaga Muhammad. Di dalam video tersebut ia menjelaskan keadaannya mengapa putus dari mantan pacarnya dan menyesali sikap sang mantan pacar karena telah memutuskannya karena alasan yang tidak jelas. Yang membuat perbincangan semakin hangat tentangnya adalah dikarenakan video nya berisi konten yang sangat mengharukan sebab menangis terdesak-desak dan tanggapan netizen Indonesia mengenai videonya adalah sesuatu yang berlebihan dan tidak patut untuk dipublikasi. Maka dari itu, cacian dan makian datang menghampiri Karin sehingga ia menjadi terkenal pada saat itu dan menaikkan *rating* dan *engagement* di platform media sosial Instagram dan Youtubenya. Saat ini Karin memiliki kurang lebih lima juta pengikut di Instagram.

Di era pandemic seperti ini, Awkarin sebagai seorang selebgram dan juga pengusaha muda tentunya merasakan pahitnya hidup di masa pandemic. Dari mulai harus membatasi diri dengan orang lain, karena ia dikenal sebagai orang yang memiliki banyak teman sesama selebgram pula. Kemudian, ia harus memberhentikan kegiatan atau aktifitas kerja di *company* miliknya yaitu ATeam Management yang berisikan management artis atau selebriti Instagram yang saat ini total karyawan dan *talent* nya semakin bertambah. Tentunya ini adalah saat yang berat baginya karena

harus berjauhan dengan karyawan dan teman-temannya. Ia juga seorang selebriti *endorsement*, yaitu orang yang membuka jasa iklan secara langsung melalui platform media sosial. Ia mendapatkan keuntungan selama pandemic dari beberapa usaha miliknya, yaitu usaha makanan Awkenyang, usaha hijab Hally By Awkarin, clothing line Bad Influence By Awkarin, dan usaha gaun wanita Novilda.id. Selain itu, ia juga mendapatkan hasil pendapatan dari jasa *endorsement* yang dilakukannya tersebut. Beberapa diantara Talent A Team management adalah sebagai berikut: Alvin Lopian, Cindy Caroline, Daffa Hamzah, Daniella Kharisma, Dea Saskia Putri, Elvryn Kimberly, Erika Karlina, Gangga Kusuma, Hermarizky, Isnaini Fauziah, Ayy Saac, Jessica Secilia, Momo Moriska, Mumtaaz Zulkifli, Nadira Alaydrus, Negin R, Nick Delphi Ririhena, Rifky Krismonanda, Safira Crespin, Shannon Gabriella, dan Wasmah Syerin.

Awkarin adalah seorang yang banyak diikuti oleh anak muda milenial zaman sekarang. Ia banyak mengedukasi para pengikutnya di instagram tentang bahaya covid-19 dan cara pencegahannya. Seperti melalui unggahan nya yang kreatif dan cerita hariannya sehingga menggunakan tagar #dirumahaja dan #stayathome. Kemudian ia melakukan penyemprotan disinfektan di daerah Jakarta selama beberapa hari di tempat-tempat ibadah antar agama seperti di masjid, gereja dan vihara. Ini adalah suatu perilaku yang sangat mulia, karena untuk melakukan ini ia harus menggunakan pakaian yang sangat aman menggunakan alat pelindung diri (APD) dalam waktu yang tidak sebentar. Kemudian, ia memberikan sebagian hartanya untuk didonasikan kepada pemerintah untuk digunakan bagi para pekerja medis dan peralatan medis. Ia juga memberikan sebagian hartanya bagi para pekerja ojek online yang masih melakukan pekerjaan di masa pandemic ini. Ia membagikan ratusan atau bahkan ribuan nasi box dan masker gratis bagi para pekerja ojek online yang masih melanjutkan atau menyambung hidupnya dengan hasil dari pekerjaan ojek online ini. Ia juga mengajak para pengikutnya di instagram untuk tetap di rumah dan melakukan hal positif, seperti melakukan sesuatu yang kreatif namun dilakukan di dalam rumah saja. Seperti adanya virtual photoshoot membuat sesuatu dengan DIY *Do it yourself* atau dilakukan dengan tangan sendiri. Ia juga mengajak para pengikutnya untuk mendonasikan sedikit hartanya untuk membantu alat medis dan pekerja medis di platform kitabisa.com yang digalangkan oleh sahabat selebgramnya.

Rachel Vennya

Rachel venny atau yang memiliki nama lengkap Rachel Vennya Roland adalah seorang selebgram, pengusaha muda dan youtuber. Ia lahir di Jakarta pada tanggal 23 September 1995. Ia merupakan putri dari bapak Andrea Roland dan ibu Viens Tasman. Rachel venny terkenal di platform media sosial Instagram karena sempat menghebohkan dunia maya. Ia saat ini telah memiliki dua orang anak, pertama adalah Xabiru Oshe al-Hakim dan kedua adalah Aurorae Chava al-Hakim dari pernikahannya dengan Niko Al-Hakim yang juga berprofesi sebagai seorang pengusaha muda dan seorang bassist band TPH dan LYON. Rachel venny memiliki hobi traveling keliling dunia dan dokumentasi perjalanannya ke beberapa Negara di dunia banyak dipublikasikannya di platform Youtube miliknya dan suaminya. Ia memiliki putra yang sangat menggemaskan yaitu Xabiru Oshe Al-Hakim, yang membuat banyak *aunty* online (julukan bagi netizen yang menyukai bayi menggemaskan) selalu menunggu postingan dari Rachel. Saat ini Rachel memiliki kurang lebih 4,8 juta pengikut di Instagram.

Ia juga merupakan seorang pengusaha muda bersama suaminya, salah satu usaha nya adalah rumah sedep yang kini sudah tutup beberapa bulan lalu, lalu ngikan yuk by Rachel Vennya dan Okin TPH, Taichan Goreng by Rachel dan Okin, kemudian brand baju anak Mahika Kids, dan Serval.co brand hoodie clothing line milik Okin TPH suami dari Rachel venny. Ia juga memiliki

manajemen bagi selebgram- selebgram ternama ibukota yaitu OddMates Management. Diantara beberapa orang selebgram yang bekerja dengan Rachel Vennya sendiri adalah teman-temannya yaitu Hassan Alaydrus, Vicky Alaydrus, Lara Syerinita, Maudy Wartabone, Hanifah Maydina, Chelsea Veronnia, Vanessa Egas, Vijhai dan Yendryma. Ia juga terkenal karena kekayaannya yang sangat berlimpah, namun tidak mudah untuk Rachel untuk menjadi seperti sekarang ini ia tentu harus menjalani masa-masa sulit. Ia menjelaskan di Podcast bersama Raditya Dika bahwa untuk menjadi Rachel venny yang sekarang ia melewati masa-masa sulit, dahulu di keluarganya ia menjadi tulang punggung bagi keluarganya karena ia tinggal bersama ibunya yang *single parent*. Dari mulai berjualan barang kecil-kecilan hingga menjual baju-baju semuanya pernah ia lakukan. Sekarang, ia dapat memetik apa yang telah tanam di masa lalu, ia terkenal menjadi pengusaha muda dengan penjualan omset yang besar dan menjadi selebgram yang disukai oleh banyak pengikutnya.

Beberapa bulan lalu, Rachel Vennya membuka sebuah penggalangan dana donasi untuk pekerja medis dan alat medis yang menangani virus corona di Negara Indonesia. Dalam waktu kurang dari dua puluh empat jam, ia telah mengumpulkan dana hingga 1 milyar rupiah. Ini adalah sebuah pencapaian yang sangat mengagumkan bagi seorang Rachel venny. Ia mengumpulkan dana tersebut melalui platform Kitabisa.com. Kitabisa.com adalah salah satu platform yang berasal dari Indonesia untuk alat penggalangan donasi via online. Dalam waktu kurang dari tiga hari, ia sudah mengumpulkan dana 5 milyar rupiah. Dan hingga pada akhirnya seluruh dana terkumpul sampai 8,3 milyar rupiah. Seluruh uang yang didonasikan oleh para pengikutnya di platform media sosial instagram didonasikan kepada beberapa rumah sakit besar di seluruh Indonesia yang sedang berjuang melawan virus korona dan bagi para tenaga medis yang sedang menangani para pasien yang terkena virus ini. Semua dana ini murni dari para pengikutnya di media sosial instagram melalui platform kitabisa.com. Rachel venny mengajarkan seluruh pengikutnya tentang edukasi bahaya corona dan cara menghindarinya juga mengajak para pengikutnya untuk menyisihkan sedikit hartanya untuk digalangan atau didonasikan kepada alat medis dan para tenaga medis. Ia menjadi pusat perhatian seluruh warga Indonesia pada saat itu karena suatu hal yang mengagetkan karena bisa mengumpulkan para pengikutnya untuk berbuat baik dengan mendonasikan hartanya untuk alat medis dan tenaga medis. Ini adalah salah satu edukasi yang dilakukan oleh selebgram Rachel Vennya untuk mengajak pengikutnya dalam kebaikan dan menyebarkan sisi positif atas apa yang telah ia lakukan.

dr. Tirta Hudhi

Dokter tirta atau yang memiliki nama lengkap Tirta Mandira Hudhi adalah seorang dokter yang sedang viral, lahir pada tanggal 30 Juli 1991. Ia adalah seorang dokter lulusan Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada (UGM) angkatan 2009 dan lulus pada tahun 2013. Setelah lulus dari Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada ia sempat bingung hendak melakukan studi lanjutan S2 atau menjadi pengusaha. Akhirnya ia membuka sebuah usaha yaitu cuci sneakers atau sepatu. Dr Tirta banyak diundang oleh TV Nasional atau Talkshow sebagai pembicara. Ciri khas yang dimilikinya adalah ngegas saat menyampaikan argumentasinya. Menjadi seorang dokter bukan halangan untuk nya menjadi orang yang fashionable di bidang gaya busana, faktanya ia menyimpan banyak koleksi ratusan sepatu sneakers dengan berbagai macam merk dan berbagai varian harga yang sangat fantastis. Ia juga seorang influencer atau dapat juga disebut selebgram, karena banyak memiliki pengikut di instagram, sekitar 1,7 juta pengikut di platform media sosial instagram. Ia memiliki usaha shoes and care di bidang pencucian sepatu yang instagram nya telah diikuti kurang lebih 114 ribu pengikut. Ia telah menikah dan dikaruniai dua orang anak Alfa dan Audrio, ia juga membuka donasi bersatu saling bantu di platform kitabisa.com.

Sosok Dr Tirta belakangan menjadi perbincangan hangat karena aksi sosial yang ia lakukan dengan mengumpulkan dana untuk pengadaan APD (Alat Perlindungan Diri) bagi tenaga medis. Ia adalah seseorang yang selalu memberikan edukasi kepada masyarakat tentang bahaya covid-19 dan pencegahannya. Dengan cara pemberian edukasinya yang terbilang sangat unik yaitu dengan *ngegas* yang banyak disukai oleh netizen Indonesia, karena pada dasarnya netizen Indonesia menyukai sesuatu yang berbau ngegas dan unik. Ia juga banyak di undang oleh stasiun TV untuk berdebat perihal virus korona dan banyak pula di undang oleh talkshow-talkshow dan podcast-podcast milik selebgram dan para artis. Dr tirta juga merekrut beberapa orang yang membuat kegaduhan di media sosial karena ulah dan perilaku nya seperti kasus Indira Kalistha seorang youtuber dan selebgram yang memberikan pernyataan bahwa ia malas untuk memakai masker untuk kesehatan dan tidak pernah mencuci tangan dengan hand sanitizer yang ia katakan di podcast Youtube milik Gritte Agatha beberapa minggu lalu. Kemudian, selebgram Sarah Kiehl yang menjadi perbincangan hangat karena pernyataannya untuk melelang keperawanannya seharga 2 Milyar dan seluruh uang nya akan di donasikan kepada alat dan tenaga medis korona, mereka berdua di rekrut untuk menjadi relawan membantu pencegahan COVID-19.

Peran Selebgram Selebriti Instagram (Selebriti Instagram) dalam Kampanye Edukasi Covid-19 di Masa Pandemi

Selebgram atau yang juga dapat disebut dengan influencer memiliki arti yang sangat spesifik. Influencer diambil dari kata bahasa inggris *influence* yang memiliki arti menular. Jadi influencer itu memiliki arti orang yang menularkan sesuatu, entah berupa gaya, perilaku, sikap, pengetahuan, atau dapat juga menularkan penyakit. Selebriti instagram juga disebut sebagai influencer karena ia menularkan gaya perilaku, pengetahuannya untuk para penikutnya di media sosial instagram. Bagaimana seorang pengikut dapat tertular sesuatu yang di miliki oleh selebgram? Di aplikasi instagram terdapat fitur cerita instagram atau *Instastory*. Para pengikut dapat melihat kegiatan yang di unggah oleh selebgram tersebut hingga para pengikut teracuni oleh selebgram tersebut. Seperti, apabila seorang selebgram sedang memberikan informasi tentang sesuatu yang ia makan bahwa makanan itu menjadi rekomendasi untuk dibeli karena rasanya yang enak mungkin, atau harga nya yang murah. Ini adalah salah satu bukti bahwa seorang selebgram sangat berpengaruh bagi para pengikut nya di media sosial instagran ini. Terlebih pada saat masa-masa sulit karena dampak pandemic yaitu virus korona yang menjangkiti warga negara Indonesia. Seorang influencer memiliki tekanan untuk selalu memberikan *positive vibes* atau energy positif bagi para pengikutnya. Seperti seorang selebgram memberikan pengetahuan atau membuat sesuatu menggunakan visual ataupun via cerita instagram tentang COVID-19 yang sangat membahayakan bagi manusia. Banyak upaya-upaya yang dilakukan oleh para selebgram tersebut yaitu diantaranya dengan membuat himbauan dengan menggunakan tagar #dirumahaja atau #stayathome, ini adalah salah satu upaya seorang selebgram untuk mengajak para pengikutnya agar selalu diam dan hanya tinggal dirumah, tidak berdekatan, selalu berjarak jauh atau *phisycal distancing* dan mengajak para pengikutnya untuk mendonasikan hartanya untuk membantu tenaga medis dan untuk membeli APD (alat perlindungan diri) seperti yang dilakukan Dr Tirta, mengumpulkan dana donasi hingga milyaran rupiah seperti yang dilakukan oleh Rachel Vennya, dan memberikan makanan gratis dan menjadi produktif di rumah seperti yang dilakukan oleh Awkarin.

Media sosial tentunya memiliki peranan penting dalam mempengaruhi pemberitaan selebgram di dalam berita, jurnal, koran, maupun media berita online. Seperti contohnya apa yang dilansir dari Kompas.com, berisi pemberitaan tentang Rachel Vennya yang berjudul “ Seminggu, Rachel Vennya Kumpulkan Donasi Rp 7 Miliar Lebih untuk Atasi Corona “. Dijelaskan pada berita

tersebut berita yang pro kepada sosok yang dibicarakan di dalam berita tersebut karena ini merupakan sebuah pencapaian yang sangat membanggakan. Kemudian, dilansir dari herstory.co.id, memaparkan berita yang berjudul “Keren! Awkarin Ikut Galang Dana dan Terjun Langsung untuk Membantu Tenaga Medis” berisikan berita tentang Awkarin yang turun langsung ke lapangan untuk membantu para tenaga medis sesuai dengan unggahan story instagram yang ia unggah di akun instagram miliknya, sebab pada saat itu tenaga medis masih kekurangan relawan untuk membantu para tenaga medis. Karin pun berterima kasih atas jasa para dokter, perawat dan tenaga kesehatan lainnya karena mereka telah berjibaku untuk melindungi Negara Indonesia dari bahaya virus corona. Ini menunjukkan bahwa media massa menjadi perantara bagi para pembaca surat kabar online tentang edukasi atau pencapaian selebgram dalam mengedukasi para pengikutnya di instagram, dan media sosial sangat mempengaruhi para selebgram dalam mengedukasi masyarakat Indonesia tentang bahaya COVID-19 dan cara pencegahannya.

KESIMPULAN

Selebgram memiliki peran yang signifikan dalam mengedukasi masyarakat Indonesia tentang COVID-19 melalui media sosial Instagram dan media massa. Dengan jumlah pengguna internet yang besar di Indonesia, instagram menjadi salah satu platform utama yang digunakan untuk menyebarkan informasi, termasuk edukasi mengenai pandemi. Selebgram seperti Awkarin, Rachel Vennya, dan Dr. Tirta telah berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dengan berbagai cara, seperti kampanye tagar #dirumahaja, penggalangan dana, serta aksi sosial langsung. Melalui fitur seperti Instastory, mereka dapat memengaruhi perilaku pengikutnya, baik dalam hal pola hidup sehat maupun aksi sosial seperti donasi untuk tenaga medis. Selain itu, media massa turut berperan dalam memperkuat pengaruh selebgram dengan memberitakan aksi-aksi positif mereka, sehingga semakin banyak masyarakat yang terinspirasi untuk ikut berkontribusi dalam menghadapi pandemi. Dengan demikian, selebgram dan media sosial terbukti memiliki dampak besar dalam menyebarkan edukasi serta mendorong tindakan nyata dalam penanganan COVID-19 di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Abdurrahman, & Herizon. (2011). Karakteristik Selebritis Sebagai Model Iklan Dan Perannya Terhadap Niat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha Pada Mahasiswa Stie Perbanas Surabaya. *Journal Of Business & Banking*, 1(2), 105–116. Doi: 10.14414/Jbb.V1i2.244
- Amalia, R. N. (2021). *Personal Branding @Holynaldy Dalam Karya Digital Drawing Melalui Instagram* (Other, Universitas Hasanuddin). Universitas Hasanuddin. Diambil Dari <https://Repository.Unhas.Ac.Id/Id/Eprint/17761/>
- Cholifah, N., Suharyono, S., & Hidayat, K. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Counter Wardah Kota Malang)* (Journal:Earticle, Brawijaya University). Brawijaya University. Diambil Dari <https://Www.Neliti.Com/Publications/87109/>
- Databoks.Katadata.Co.Id. (T.T.). Pengguna Internet Indonesia Peringkat Ke-3 Terbanyak Di Asia | Databoks. Diambil 7 April 2025, Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologi-Telekomunikasi/Statistik/C456be24de4e6df/Pengguna-Internet-Indonesia-Peringkat-Ke-3-Terbanyak-Di-Asia>
- Dirna, F. C. (2021). Pengaruh Media Sosial “Instagram” Di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kekerasan Berbasis Gender Online. *Jurnal Wanita Dan Keluarga*, 2(2), 75–88. Doi: 10.22146/Jwk.3617
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). (Pdf) Penggunaan Digital Influencer Dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @Bylizzieparra). *Warta Iski*, 1(1). Doi: 10.25008/Wartaiski.V1i01.10
- Fauzan, N. M., Marsingga, P., & Santoso, M. P. T. (2024). Kebijakan Publik Indonesia Dalam

- Menanggulangi Penyebaran Penyakit Zoonotic. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 8615–8627. Doi: 10.31004/Innovative.V4i2.10196
- Fitriyani, F., Febriyeni, M. D., & Kamsi, N. (2020). Penggunaan Aplikasi Zoom Cloud Meeting Pada Proses Pembelajaran Online Sebagai Solusi Di Masa Pandemi Covid 19. *Edification Journal : Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 23–34. Doi: 10.37092/Ej.V3i1.221
- Herbawani, C. K., Ruthin, Z. G., Ramadhania, L., Situmeang, A. M. N., & Karima, U. Q. (2021). Pemanfaatan Instagram Live Sebagai Sarana Edukasi Kesehatan Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19. *Warta Lpm*, 24(2), 196–206. Doi: 10.23917/Warta.V24i2.12067
- Landsverk, K. H. (2014). *The Instagram Handbook: 2014 Edition*. Primehead Limited.
- Letuna, M. A. N. (2021). Instragram Sebagai Media Edukasi Vaksin Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 88–106. Doi: 10.35508/Jikom.V10i1.3773
- Levani, Y., Prastya, A. D., & Mawaddatunnadila, S. (2021). Coronavirus Disease 2019 (Covid-19): Patogenesis, Manifestasi Klinis Dan Pilihan Terapi. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 17(1), 44–57. Doi: 10.24853/Jkk.17.1.44-57
- Rachmat Kriyantono. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Riyanto, A. D. (2024, Februari 21). Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024. Diambil 7 April 2025, Dari Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet Marketing, Seo, Technopreneur Dan Bisnis Digital Website: <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Data-Digital-Indonesia-2024/>
- Rizaldi, O. (2019, April 15). 10 Media Sosial Ini Paling Banyak Digunakan Oleh Orang Indonesia. Diambil 3 April 2025, Dari Brilio.Net Website: <https://Www.Brilio.Net/Creator/10-Media-Sosial-Ini-Paling-Banyak-Digunakan-Oleh-Orang-Indonesia-E5e00f.Html>
- Rizka Ariani, Annisa, Muhammad Edy Syahputra Nasution, Nurcahya Sinaga, Dr Febrina Dewi Pratiwi Sp.Kk, Sp.Kj, Dr N. N., ... Sp.Kkpl, P. D. Dr G. R. Ms., Pkk Aifm. (2020). *Ragam Penanganan Dan Pencegahan Covid -19 Di Rumah Sakit Dan Klinik Primer*. Medan: Umsu Press.
- Sumartiningtyas, H. K. N. (2021, Maret 30). Who Sebut Sangat Mungkin Virus Corona Ditularkan Dari Kelelawar Lewat Hewan Perantara Halaman All. Diambil 7 April 2025, Dari Kompas.Com Website: <https://Www.Kompas.Com/Sains/Read/2021/03/30/080200723/Who-Sebut-Sangat-Mungkin-Virus-Corona-Ditularkan-Dari-Kelelawar-Lewat>
- Suryani, I., Zulfikri, A., & Muhariani, W. (2021). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Kampanye Untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19. *J-Ika*, 8(1), 93–101. Doi: 10.31294/Kom.V8i1.10542
- Unairnews. (2023, November 19). Presiden Gisaid Usa Bahas Peran Data Dalam Pemulihan Penyebaran Virus Covid-19. Diambil 7 April 2025, Dari Universitas Airlangga Official Website Website: <https://Unair.Ac.Id/Presiden-Gisaid-Usa-Bahas-Peran-Data-Dalam-Pemulihan-Penyebaran-Virus-Covid-19/>
- Velarosdela, R. N. (2021, Maret 1). Kilas Balik Kronologi Munculnya Kasus Pertama Covid-19 Di Indonesia. Diambil 7 April 2025, Dari Kompas.Com Website: <https://Megapolitan.Kompas.Com/Read/2021/03/02/05300081/Kilas-Balik-Kronologi-Munculnya-Kasus-Pertama-Covid-19-Di-Indonesia>