

## **DUKUNGAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP PELAKU UMKM DI MASA PANDEMI**

**Fondina Gusriza**

Pariwisata, UPN “Veteran” Jawa Timur

Email korespondensi: fondina.g.par@upnjatim.ac.id

**Abstrak:** Pandemi Covid 19 membuat banyak sektor terpuruk salah satunya Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mengalami kerugian yang signifikan karena Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pemerintah dan banyak pihak memberikan dukungan agar sektor ini tetap bertahan dan kembali pulih. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dukungan pengguna Twitter terhadap UMKM di masa pandemi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan interpretasi netnografi untuk menganalisis postingan di media sosial Twitter. Subjek penelitian adalah semua pengguna media sosial Twitter. Pengumpulan data melalui kunci UMKM pandemi. Data tersebut dikumpulkan menggunakan perangkat lunak Ncapture dan dianalisis lebih lanjut menggunakan perangkat lunak Nvivo 12. Data yang diambil adalah semua cuitan langsung atau “tweet” sampai tanggal 7 Juni 2021 dan terkumpul 419 tweet. Hasil penelitian menunjukkan, banyak dukungan terhadap pelaku UMKM dari berbagai pihak. Mulai dari akun Twitter pribadi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dengan program Lapak Ganjar, akun fanpage selebritis Vincent dan Desta, serta akun selebritis dan influencer lain yang memberikan dukungan melalui promosi gratis bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka. Penelitian ini juga menunjukkan beberapa kata dan frasa yang sering muncul seperti “bantuan”, “membantu” dan “bersama bangkit”. Dukungan lain juga diberikan dalam bentuk sharing informasi mengenai bantuan dan support untuk tetap bertahan di tengah pandemi.

**Kata kunci:** *Dukungan; Twitter; UMKM; Pandemi*

**Abstract:** *The Covid-19 pandemic has made many sectors slump, one of which is the Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) sector. This sector suffered significant losses due to the Large-Scale Social Restrictions (PSBB). The government and stakeholder support for the sector to survive and recover. This research was conducted to analyze the support of Twitter users for UMKMs during the pandemic. This research uses a descriptive qualitative method with ethnographic interpretation to analyze posts on social media Twitter. The research subjects were all Twitter social media users. Data collection through the pandemic UMKM key. The data was collected using Ncapture software and further analyzed using Nvivo 12 software. The data were direct tweets or “tweets” until June 7, 2021. The results showed that there was much support for UMKM actors from various parties. Starting from the personal Twitter account of the Governor of Central Java Ganjar Pranowo with the Lapak Ganjar, celebrity fanpage accounts of Vincent and Desta, as well as other celebrity and influencer accounts that provide support through free promotions for UMKM actors to promote their products. This research also shows some words and phrases that often appear such as “assistance”, “support” and “rise up together”. Other support was also provided in the form of sharing information regarding aid and support to survive in the midst of a pandemic.*

**Keywords:** *Support; Twitter; UMKM; Pandemic*

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2019 dunia dikejutkan dengan wabah virus baru. Wabah ini dikenal dengan Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) pertama kali ditemukan di Wuhan, China dan sudah menyebar keseluruh dunia pada tahun 2020. Pada tanggal 2 Maret 2020, virus ini pertama kali terkonfirmasi dengan ditemukannya satu orang positif di Indonesia (Ihsanuddin, 2020). Kasus positif terus meningkat dan menjadi masalah masalah global di seluruh dunia termasuk di Indonesia.

Untuk mencegah penyebaran virus, pemerintah Indonesia membuat kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menjaga jarak atau physical distancing. aturan ini berlaku di kota-kota besar pada tanggal 5 Juni 2020. Kebijakan ini berdampak besar pada sektor perekonomian. Aktivitas ekonomi terjadi dengan adanya transaksi pertukaran barang dan jasa, baik secara fisik maupun daring (Basri, 2020). Akan tetapi kebijakan yang diterapkan membatasi pergerakan dan berdampak pada aktivitas ekonomi. Berdampak pada 63 juta atau 98% usaha pada level mikro (Wiharso, 2020). Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami penurunan omset secara drastis (Waseso, 2020).

Tercatat sebanyak sebanyak 37.000 pelaku UMKM terdampak pandemi COVID-19 yang melaporkan diri kepada Kementerian Koperasi dan UKM pada tanggal 17 April 2020. Berbagai upaya perlu dilakukan pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan untuk membantu perekonomian masyarakat (Susilawati, Falefi, and Purwoko 2020). Pemerintah dan masyarakat bersama-sama untuk saling melindungi perekonomian dari dampak Covid-19 (Nasution, Erlina, and Muda 2020).

Terdapat empat masalah dan kesulitan yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama pandemi. Pertama, dengan adanya regulasi baru berdampak pada pembatasan aktivitas masyarakat sebagai konsumen sehingga terjadi penurunan penjualan. Kedua, penjualan yang menurun berakibat pada masalah permodalan yang semakin sulit. Ketiga, hambatan distribusi yang terjadi karena penyaluran produk ke wilayah-wilayah tertentu menjadi sulit karena pembatasan pergerakan. Keempat, kesulitan bahan baku karena beberapa pelaku UMKM menggantungkan bahan baku pada sektor industri lain. Permasalahan ini berdampak pada penurunan penjualan. Tingginya tingkat kerentanan, keterbatasan sumberdaya manusia, dan keterbatasan supplier, membuat dampak pandemi terhadap sektor UMKM menjadi lebih besar (Febrantara, 2020).

Semua pemangku kepentingan harus mendukung UMKM agar tetap bertahan saat pandemi Covid-19. Sinergi antar lembaga pemerintah untuk meningkatkan kebijakan revitalisasi UMKM dengan program: memberikan suku bunga yang rendah untuk kebijakan kredit dengan proses yang sederhana, melakukan promosi produk UMKM ke pasar domestik maupun ekspor dengan promosi secara modern, dan mendorong kreativitas UMKM berdaya saing tinggi serta meningkatkan sarana pendukung UMKM (Hadi et al. 2020).

Salah satu upaya pemerintah dalam mendukung sektor UMKM saat pandemi adalah dengan mengeluarkan kebijakan dan memberikan insentif. Pemerintah juga membuat 5 skema pemulihan dan perlindungan untuk koperasi dan sektor UMKM yaitu: 1) penyaluran bantuan sosial, 2) insentif pajak, 3) relaksasi dan restrukturisasi kredit, 4) perluasan pembiayaan modal, 5) pemberian

pelatihan secara online atau e-learning (Kemenkop-UKM, 2020).

Pemerintah menganggarkan Rp 15,36 triliun bagi pelaku UMKM yang terdampak pandemi Covid-19. Anggaran ini ditargetkan menasar 12,8 juta pelaku UMKM. Pemerintah mengucurkan Bantuan Langsung Tunai (BLT) dengan total nominal yang diterima sebesar Rp 1,2 juta untuk satu pelaku UMKM. Pemerintah melibatkan Dinas Koperasi dan UMKM dalam proses seleksi BLT UMKM 2021. Data yang diusulkan Dinas Koperasi dan UMKM akan dilakukan pengecekan kelengkapan dokumen dan diverifikasi untuk menetapkan calon penerima Bantuan Langsung Tunai (BLT) untuk pelaku UMKM.

Twitter adalah jejaring sosial yang menawarkan wujud baru berbentuk virtual untuk melakukan proses negosiasi, diskusi kolektif, dan solidaritas sosial (Fisse & Hass, 2020). Twitter menjadi ruang untuk setiap individu berjejaring dan melakukan bercakapan tanpa batasan ruang, sosial, dan waktu (Ausserhofer & Mairader, 2013) (akses berbayar, hanya ada DOI). Trend penggunaan Twitter selama pandemi kembali diminati dan menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia (Pratama, 2020).

Di Indonesia, Twitter adalah salah satu sosial media yang sering digunakan. Indonesia menjadi negara kelima terbesar dalam penggunaan platform media sosial Twitter. Peningkatan penggunaan Twitter selama pandemi makin aktif untuk sarana diskusi, tempat curhat, berbagi informasi, dan aktif berpendapat terhadap topik-topik yang sedang hangat diperbincangkan. Selama pandemi Covid-19 berbagai aksi dukungan atau solidaritas dilakukan para pengguna media sosial Twitter. Seperti membantu pemenuhan kebutuhan garda terdepan yaitu petugas kesehatan untuk kebutuhan Alat Pelindung Diri (APD) dalam penanganan virus Covid-19

(Anggraeni, 2020; Khrisnanda, 2020). Membangun aksi saling membantu sebagai solidaritas bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar sebagai dampak pandemi Covid-19 (Raditya, 2020).

Melonjaknya pengguna harian media sosial Twitter hingga 34% pada pertengahan tahun 2020 serta kenaikan volume tweet secara signifikan (Inet.detik.com, 2020; Putri, 2020), karena kebutuhan pengguna terhadap informasi terbaru yang didapatkan dari media sosial Twitter. Media sosial ini populer berdasarkan historis serta sosiologis yang bermanfaat terhadap aktivitas dan interaksi sosial (Hughes et al., 2012). Banyak orang Indonesia menggunakan Twitter dan mengunggah cuitan lebih sering dibandingkan sebelum pandemi. Hal ini untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, pembaharuan informasi, media menyebarkan pendapat, saran, kritik dan bahkan sindiran (Alkatiri, A. B. M., Nadiyah, Z., & Nasution 2020).

Persebaran informasi terbaru yang begitu cepat di media sosial Twitter menciptakan keefektifan dalam penyebaran informasi. Terlebih untuk pelaku UMKM dalam memasarkan produk maupun mendapatkan informasi terkait bantuan dari pemerintah serta dukungan dari sesama pengguna media sosial Twitter. Dukungan pengguna media sosial Twitter terhadap pelaku UMKM di masa pandemi menarik untuk diteliti. Tulisan ini akan menjelaskan bagaimana bentuk dukungan pengguna media sosial Twitter terhadap pelaku UMKM dan siapa saja aktor yang mendukung pelaku UMKM saat pandemi di media sosial Twitter.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan interpretasi netnografi. Netnografi juga dikenal sebagai salah satu bentuk penelitian

etnografi yang mengkaji pemahaman seputar kehidupan sosial di dunia maya, termasuk media sosial. Menggunakan informasi yang tersedia secara publik yang didasarkan pada pengamatan tekstual. Netnografi merupakan metode yang digunakan dalam mempelajari ruang cybernetics atau yang dikenal dengan dunia maya, yang baru-baru ini menjadi suatu metode khusus yang dirancang dalam mempelajari budaya komunitas daring (Ahuja and Shakeel 2017).

Subjek penelitian adalah semua pengguna media sosial Twitter. Pengumpulan data melalui media sosial Twitter dengan kata kunci UMKM Pandemi sampai tanggal 7 Juni 2021. Data tersebut dikumpulkan menggunakan perangkat lunak NCapture yang merupakan sebuah alat tambahan (*add-on*) yang disematkan pada mesin pencarian Google Chrome. Data yang diambil adalah cuitan langsung atau “*tweet*” dengan kata kunci UMKM Pandemi. Melalui NCapture dengan kata kunci yang telah ditetapkan terkumpul 419 *tweet* atau pesan langsung. Jumlah data yang dianalisis di dalam penelitian ini sebanyak 419 postingan.

Data yang terkumpul melalui Ncapture akan dianalisis lebih lanjut menggunakan perangkat lunak Nvivo 12. Penggunaan perangkat ini akan memberikan ruang untuk peneliti dalam menyimpan, mengolah, dan menganalisis data serta memaksimalkan tahapan visualisasi data (Phillips and Lu, 2018). Melalui fitur pengkodean secara otomatis melalui NVivo memungkinkan pengerjaan dalam bentuk pengelompokan kata-kata berdasarkan jumlah yang sering muncul dan ditulis oleh pengguna Twitter terkait dengan kata kunci yang diinginkan (Indartoyo et al. 2020).

Pengklasifikasian data akan dilakukan pengkodean berdasarkan *Word Frequency Query* dan *Text Search Query*. *Word Frequency Query* atau kueri

frekuensi kata, untuk mencantumkan kata yang paling sering muncul atau kata-kata yang paling umum digunakan, Sedangkan *Text Search Query* atau kueri pencarian teks akan membantu peneliti dalam menemukan kata atau frasa yang sering diungkapkan. Selain itu peneliti juga akan menemukan akun Twitter yang sering di mention berdasarkan pengklasifikasian ini.

Hasil pengkodean dilanjutkan dengan tahapan visualisasi dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif terhadap dukungan pengguna media sosial Twitter terhadap pelaku UMKM di masa pandemi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan peta sebaran pengguna media sosial Twitter dengan kata kunci UMKM Pandemi di dominasi oleh pengguna Twitter dari Pulau Jawa. Penggunaan media sosial Twitter di Pulau Jawa lebih didominasi mengingat perkembangan sumber informasi berkembang pesat berkat teknologi. Selain itu, Pulau Jawa tercatat sebagai penyumbang kasus positif Covid-19 terbesar yang berdampak pada pelaku UMKM.



Gambar 1. Peta Sebaran Pengguna Twitter dengan kata kunci UMKM Pandemi  
Sumber: data olahan penulis

Selain Pulau Jawa, pengguna Twitter yang menggunakan kata kunci ini juga tersebar di Pulau Kalimantan, Sulawesi, Sumatera beserta Pulau Bali dan sekitarnya. Menariknya, tidak ditemukan sebaran

pengguna Twitter dengan kata kunci UMKM Pandemi di Pulau Papua

### Analisis Word Search Query UMKM Pandemi

Perangkat lunak NVivo 12 akan menganalisis 419 tweet dengan kata kunci UMKM Pandemi menggunakan fitur *Word Search Query* pada. Fitur ini memproses kata yang sering digunakan dalam postingan atau tweet kata kunci UMKM Pandemi.



Gambar 2. Kata-kata yang sering muncul dalam postingan  
Sumber: data olahan penulis

Gambar diatas adalah 50 kata yang sering muncul dalam tweet dengan kata kunci UMKM Pandemi. Kata yang paling sering muncul adalah covid, bantuan, kontribusi, membantu, bangkit, dan nyata. Selain itu, 419 data tweet dengan kata kunci UMKM Pandemi juga didominasi oleh # (hashtag) pada beberapa postingan. Penggunaan hashtag menjadi hal yang populer di media sosial Twitter. Hal ini untuk menggabungkan pada kata kunci tertentu serta untuk memudahkan dalam pencarian.



Gambar 3. Hashtag yang sering digunakan dalam postingan  
Sumber: data olahan penulis

Gambar diatas adalah 20 hashtag populer yang sering digunakan dalam postingan Twitter dengan kata kunci UMKM Pandemi. Penggunaan hashtag ekonomi kebangsaan (#ekonomikebangsaan), medsos untuk semua (#medsosuntuksemua) dan umkm go digital (#umkmgodigital) adalah 3 hastag paling populer dalam postingan ini. Penggunaan hastag dibuat oleh komunitas ataupun perorangan untuk membangun solidaritas. Semakin banyak penggunaan hashtag semakin besar peluang topik tersebut viral dan dibahas oleh pengguna media sosial Twitter. Penggunaan ketiga hashtag ini bertujuan sama agar pelaku dan sektor UMKM menjadi topik perbincangan dan membangun solidaritas untuk mendukung pelaku UMKM saat pandemi.

### Analisis Text Search Query UMKM Pandemi

Berdasarkan hasil analisis *word search query* dengan kata kunci UMKM Pandemi didapatkan kata yang paling sering digunakan oleh pengguna media sosial Twitter yaitu: covid, bantuan, kontribusi, membantu, bangkit dan nyata. berdasarkan data ini peneliti memilih 3 kata yang diteliti lebih lanjut menggunakan analisis *text search query* untuk mencari frasa yang sering digunakan berdasarkan kata tersebut. Tiga

kata yang dipilih adalah bantuan, membantu dan bangkit.

### Analisis Text Search Query Bantuan

Hasil analisis *text search query* dari kata bantuan menghasilkan banyak frasa yang bermunculan. Frasa yang bermunculan bisa dilihat di Gambar 5. Beberapa frasa yang terbentuk dari analisis *text search query* bantuan adalah:

1. Bantuan promosi dari akun-akun besar. Frasa ini bermakna bahwasanya akun-akun besar baik akun pribadi maupun komunitas yang memiliki banyak followers atau pengikut akan memberikan bantuan promosi melalui kepada pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka.
2. Pemerintah mengadakan bantuan. Frasa ini memberikan informasi kepada pengguna media sosial Twitter bahwasanya pemerintah memberikan bantuan kepada pelaku atau sektor UMKM yang terkena pandemi. Frasa ini juga dilanjutkan dengan frasa lain yaitu:
3. Bantuan untuk UMKM, listrik gratis, kuota dan lain-lain. Frasa ini adalah

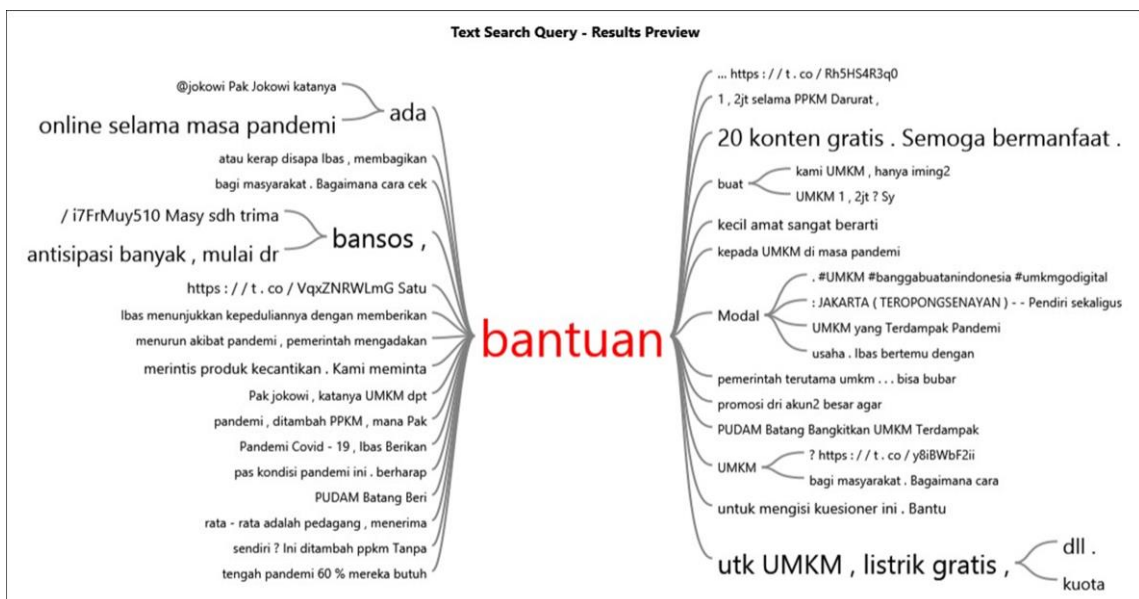
bentuk informasi lanjutan dari pemerintah mengadakan bantuan.

4. Bantuan kecil amat sangat berarti. Frasa ini bermakna bahwasanya pelaku UMKM yang terkena dampak pandemi sangat mengharapkan bantuan dari berbagai pihak, sekecil apapun bantuan tersebut akan sangat berarti bagi pelaku UMKM.

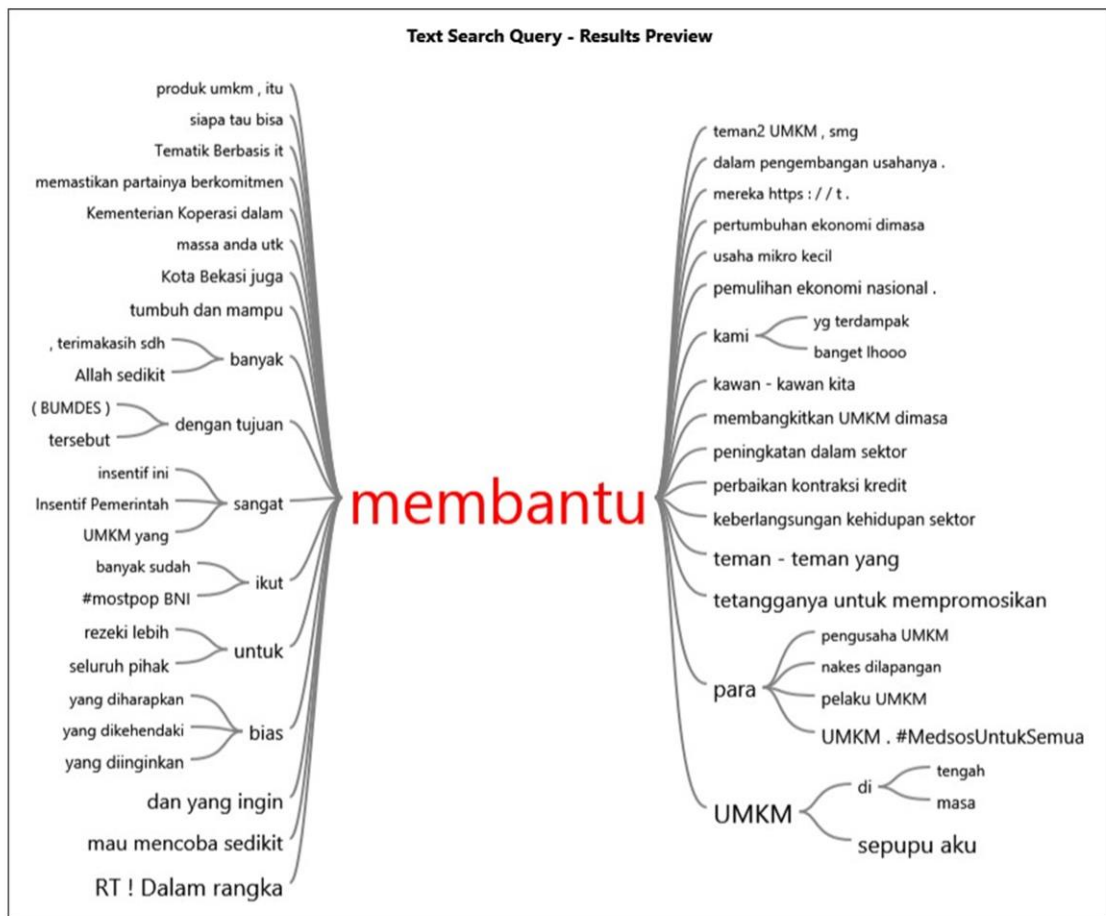
### Analisis Text Search Query Membantu

Frasa yang dihasilkan menggunakan analisis *text search query* dengan kata kunci membantu bisa dilihat pada Gambar 5. Beberapa frasa yang terbentuk dari analisis *text search query* membantu adalah:

1. Seluruh pihak untuk membantu. Frasa ini adalah bentuk ajakan dari pengguna Twitter untuk mengajak seluruh pihak khususnya pengguna sosial media Twitter untuk membantu pelaku atau sektor UMKM yang terkena pandemi.
2. Membantu tetangganya untuk mempromosikan. Frasa ini adalah bentuk dukungan yang dilakukan mulai dari lingkungan terkecil yang bisa dilakukan oleh pengguna Twitter



Gambar 4. Analisis *Text Search Query* Bantuan  
Sumber: data olahan penulis



Sumber: data olahan penulis  
 Gambar 5. Analisis Text Search Query Membantu

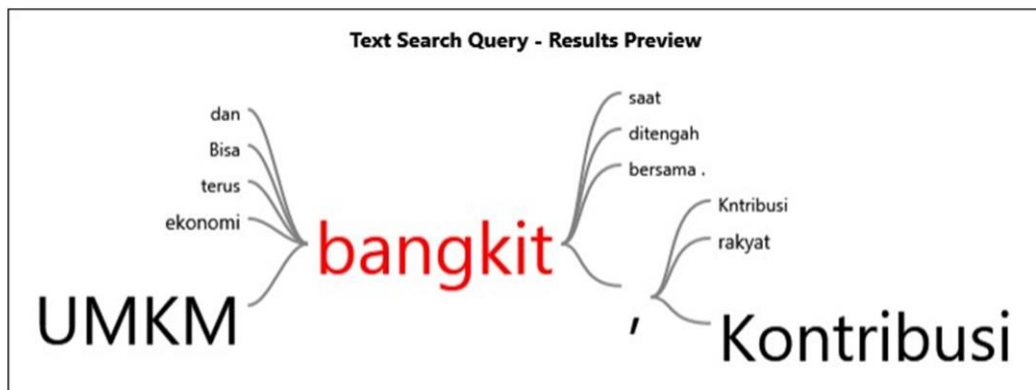
- dengan mensupport usaha UMKM yang ada di lingkungan terdekat.
3. Mau coba sedikit membantu. Frasa ini menggambarkan kemauan dan kesadaran para pengguna Twitter untuk membantu dan mensupport pelaku UMKM.

**Analisis Text Search Query Bangkit**

Frasa yang dihasilkan menggunakan analisis *text search query* dengan kata kunci bangkit bisa dilihat pada Gambar 6. Beberapa frasa yang terbentuk dari analisis *text search query* bangkit adalah: bersama bangkit, ekonomi bangkit, UMKM bangkit dan bangkit bersama.

**Akun Yang Paling Banyak di Mention**

Akun media sosial Twitter memfasilitasi penggunaanya untuk memanfaatkan penggunaan mention. Mention atau menyebut adalah menandai akun Twitter pengguna lain agar pengguna tersebut tau pesan yang ingin disampaikan pada percakapan tersebut. Akun media sosial Twitter yang paling banyak dimension pada penelitian ini adalah dua akun Twitter publik figur. Akun pertama yang paling banyak di mention adalah akun Twitter Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo (@ganjarpranowo) dan akun selebritis Deddy Mahendra Desta (@desta80s) melalui akun fanpage nya bersama Vincent Ryan Rompies (@vincentrompies) yaitu akun @vindestwitt. Kedua akun publik figur ini



Sumber: data olahan penulis

Gambar 6. Analisis *Text Search Query* Bangkit

sering muncul dalam *tweet* warganet terkait dengan promosi produk UMKM. Akun Twitter Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo (@ganjarpranowo) memiliki program yang dikenal dengan Lapak Ganjar untuk membantu mempromosikan produk UMKM melalui akun Twitter pribadinya. Lapak Ganjar mendapatkan respon positif dari berbagai pihak. Mulai dari pelaku UMKM yang mempromosikan produknya, pengguna media sosial Twitter yang ingin membeli produk tersebut, hingga membantu mempromosikan produk yang ada di Lapak ganjar dengan cara melakukan retweet di akun media sosial pribadi mereka. Retweet ini bertujuan untuk mempromosikan produk tersebut di akun pribadinya agar informasi tersebut bisa dilihat oleh pengikut (followers) lain.

*"Slma Pandemi Pak @ganjarpranowo  
Buat Lapak Ganjar utk mmbantu  
UMKM, Progran Jogo tonggo dll"*

Pelaku UMKM yang menggunakan media sosial Twitter juga mempromosikan produk mereka melalui akun fanpage Deddy Mahendra Desta (@desta80s) dan Vincent Ryan Rompies (@vincentrompies) yaitu akun @vindestwitt.

*@vindestwitt @vincentrompies  
@desta80s @oomleo Hai~*

*Perkenalkan kami dari Nunie's Kitchen salah satu UMKM yang terdampak dari Pandemi Covid-19.*

*Nunie's Kitchen menjual mulai dari Cake, Packed Food, sampai Catering. Dan pastinya semua proses pembuatannya mengikuti PROKES yang ada sehingga sangat terjamin ke higienisannya*

Banyak pengguna Twitter khususnya pelaku UMKM mendapatkan manfaat dari program Lapak Ganjar serta Fanpage Vincent Desta maupun akun-akun besar lainnya (memiliki followers banyak) seperti akun selebritis, influencer, tokoh-tokoh penting dan akun lainnya. Pengguna media sosial Twitter saling membantu untuk mempromosikan produk UMKM. Selain untuk meningkatkan penjualan, pelaku UMKM juga mendapatkan dukungan support untuk tetap bertahan di tengah pandemi, dan saling mendukung satu sama lain.

## KESIMPULAN

Dukungan pengguna media sosial Twitter terhadap pelaku UMKM di masa pandemi dianalisis menggunakan perangkat lunak Nvivo 12 menggunakan metode etnografi dari data NCapture. Hasil analisis menunjukkan pengguna media sosial Twitter memberikan dukungan kepada pelaku UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan



kata dan frasa yang sering muncul seperti “bantuan”, “membantu” dan “bersama bangkit”.

Hasil penelitian menunjukkan banyak dukungan terhadap pelaku UMKM dari berbagai pihak. Mulai dari akun Twitter pribadi Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dengan program Lapak Ganjar, akun fanpage selebritis Vincent dan Desta, serta akun selebritis dan influencer lain yang memberikan dukungan melalui promosi gratis bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka. Selain promosi gratis untuk meningkatkan penjualan dan promosi produk UMKM, dukungan lain juga diberikan dalam bentuk sharing informasi mengenai bantuan serta dukungan dan support untuk tetap bertahan di tengah pandemi, dan saling mendukung satu sama lain.

Keterbatasan penelitian ini adalah penggunaan data media sosial dalam menganalisis topik. Data media sosial khususnya Twitter beeguna untuk mengetahui sejauh mana dukungan pengguna media sosial Twitter mendukung pelaku UMKM di masa pandemi. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti aksi-aksi komunitas dalam mendukung pelaku UMKM di masa pandemi dan respon pelaku UMKM terhadap aksi yang dilakukan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahuja, Vandana, and Moonis Shakeel. 2017. “Twitter Presence of Jet Airways-Deriving Customer Insights Using Netnography and Wordclouds.” *Procedia Computer Science* 122:17–24. doi: 10.1016/j.procs.2017.11.336.
- Alkatiri, A. B. M., Nadiyah, Z., & Nasution, A. N. S. 2020. “Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter.” *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 11(1):19–26.
- Anggraeni, L. 2020. *Ini Inisiatif yang Muncul di Twitter Selama Pandemi Covid-19*. <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/nbwjXejN-ini-inisiatif-yang-muncul-di-twitter-selama-pandemik-covid-19>, diakses 5 Juni 2021
- Ausserhofer, J., Mairader, A. 2013. “National Politics on Twitter Structures and Topics of a Networked Public Sphere”. *Journal of Information, Communication & Society*, 16(3): 291–314. doi: 10.1080/1369118X.2012.756050
- Basri, M. C. 2020. *Ekonomi dalam Normal Baru*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2020/06/08/ekonomi-dalam-normal-baru>., diakses tanggal 2 Juni 2021.
- Febrantara, D. 2020. *Bagaimana Penanganan UKM Di Berbagai Negara Saat Ada Pandemi Covid-19*. <https://news.ddtc.co.id/bagaimana-penanganan-ukm-di-berbagai-negara-saat-ada-pandemi-covid-19-20386>., diakses tanggal 3 Juni 2021
- Fisse, T. dan Hass, C. 2020. *Covid-19 and True Solidarity on the Internet*. [www.hiig.de/en/covid-19-and-true-solidarity-on-the-internet/](http://www.hiig.de/en/covid-19-and-true-solidarity-on-the-internet/)., diakses 3 Juni 2021
- Hadi, Syamsul, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Supardi Supardi, and Universitas Muhammadiyah Kudus. 2020. “Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta.” *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology* XII(IV). doi: 10.37896/jxat12.04/1149.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., and Lee, A. 2012. “A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage”. *Journal of Computers in Human Behavior*, 28(2): 561–569. doi:10.1016/j.chb.2011.11.001
- Iharso, A. 2020. *Agar UMKM Tak Mati Karena Pandemi*. <https://news.detik.com/kolom/d-5060170/agar-umkm-tak-mati-karena-pandemi>., diakses tanggal 2 Juni 2021
- Ihsanuddin. 2020. *Fakta Lengkap Kasus Pertama Virus Corona di Indonesia*. <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/03/06314981/fakta-lengkap-kasus->

- pertama-virus-corona-di-indonesia?page=all., diakses 2 Juni 2021
- Indartoyo, Ina Melati, Dae Wan Kim, B. M. Purwanto, Annetta Gunawan, Regina Eka Riantini, and Diurman Gea. 2020. "Netnography Analysis of Consumer Sentiment towards Panic Buying in the Early Period of the COVID-19 Virus Spread." *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020* (August):626–31. doi: 10.1109/ICIMTech50083.2020.9211182.
- Kemenkop-UKM. 2020. *Menkop dan UKM Paparkan Skema Pemulihan Ekonomi KUKM di Masa dan Pasca COVID-19*. <https://kemenkopukm.go.id/read/menkop-dan-ukm-paparkan-skema-pemulihan-ekonomi-kumkm-di-masa-dan-pasca-covid-19>., diakses tanggal 4 Juni 2021
- Khrisnanda, A.G. 2020. *Kumpulkan Donasi Rp 1,5 Miliar, Ashanty Salurkan APD untuk 300 Rumah Sakit*. <https://kumparan.com/kumparanhits/kumpulkan-donasi-rp-1-5-miliar-ashanty-salurkan-apd-untuk-300-rumah-sakit-1tG8Ms5jhUZ>., diakses 5 Juni 2021
- Nasution, Dito Aditia Darma, Erlina Erlina, and Iskandar Muda. 2020. "Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal Benefita* 5(2):212. doi: 10.22216/jbe.v5i2.5313.
- Phillips, M., and Lu, J. 2018. "A quick look at Nvivo". *Journal of Electronic Resources Librarianship* 30(2): 104-106. doi: 10.1080/1941126X.2018.1465535
- Pratama, A. M. 2020. *Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang*. <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>., diakses 4 Juni 2021
- Raditya, D. 2020. *Gotong Royong Hadapi Pandemi: Karena Hidup Bukan Hanya Soal Diri Sendiri*. <https://chub.fisipol.ugm.ac.id/2020/06/09/gotong-royong-hadapi-pandemi/>., diakses 8 Juni 2021
- Susilawati, Susilawati, Reinal Falefi, and Agus Purwoko. 2020. "Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia." *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 3(2):1147–56. doi: 10.33258/birci.v3i2.954.
- Waseso, R. 2020. *Bisnis UMKM Olahan Makanan Paling Terdampak Corona*. <https://nasional.kontan.co.id/news/bisnis-umkm-olahan-makanan-paling-terdampak-corona>., diakses tanggal 2 Juni 2021