

MANAJEMEN KRISIS : KEMENTERIAN KESEHATAN DALAM KAMPANYE KEBIJAKAN VAKSINASI COVID-19 DI INDONESIA: STRATEGI DAN PENDUKUNG

¹Anang Setiawan, ²Helen Dian Fridayani², ³Herlina Muzanah Zain

¹Doktor Politik Islam – Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

²Department of Political Science, National Cheng Kung University, Taiwan

³Ilmu Pemerintahan, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Jakarta

Abstrak

Kebijakan Vaksinasi Covid-19 di Indonesia di mulai sejak bula Januari 2021 dengan kementerian Kesehatan sebagai stakeholder utama dari program tersebut. Proses kampanye kebijakan vaksinasi covid-19 terdapat startegi dan dukungan. Kampanye kebijakan vaksinasi Covid-19 dilakukan dengan strategi dan dukungan penuh dari berbagai aspek. Dimulai dari aspek komunikasi, aspek perencanaan vaksin, aspek kepemimpinan yang kuat hingga aspek keamanan dan keagamaan. Semua aspek tersebut memiliki kontribusi selama pelaksanaan kampanye Vaksinasi Covid-19. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian kesehatan dilakukan dengan penyebaran informasi melalui akun twitter @kemenkesRI, akun sosial media instansi pemerintahan lainnya di Republik Indonesia, pamflet, iklan di saluran televisi nasional dan radio, konferensi pers. dan pemberitahuan di halaman media sosial Kementerian Kesehatan. Perencanaan kampanye vaksinasi covid-19 di Indonesia dilakukan setelah bahan vaksin tiba di Indonesia dan penentuan kebutuhan anggaran untuk vaksin covid-19. Adanya dukungan yang kuat dari pemimpin salah satunya oleh bapak Jokowi selaku Presiden Republik Indonesia dengan menggunakan akun sosial medianya. Stretegi dan dukungan yang lain dilakukan dengan bentuk tindakan Presiden Jokowi melakukan vaksin covid-19 dan disiarkan langsung melalui media sebagai bentuk meyakinkan masyarakat khususnya pada vaksin yang aman dan kementerian kesehatan bekerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia melakukan keuji halalan dari vaksin covid-19 sehingga masyarakat dapat percaya terhadap keberadaan vaksin yang aman dan halal.

Kata Kunci: Kebijakan, Vaksinasi Covid-19, Kepemimpinan, Komunikasi, Perencanaan, Kesehatan, Agama

Abstract

The Covid-19 vaccination policy in Indonesia commenced in January 2021, with the Ministry of Health serving as the program's primary stakeholder. Strategy and Support for the COVID-19 Vaccination Policy Campaign Process. The Covid-19 immunization policy campaign is executed with comprehensive tactics and assistance from various sources. Starting with communication elements, vaccination planning, substantial leadership, and moving on to security and religious factors. All parts have contributed to the COVID-19 vaccination campaign. The Ministry of Health's communication strategy involves the dissemination of information via the Twitter account @kemenkesri, the social media accounts of other government agencies in the Republic of Indonesia, brochures, commercials on national television networks, and radio, Press Conference and Notification on the Social Media Page of the Ministry of Health. After the vaccine, the material has arrived in Indonesia, and the funding requirements for the COVID-19 vaccine have been determined, a Covid-19 immunization campaign is planned in Indonesia. Strong leadership is present, with Mr. Jokowi serving as president of the Republic of Indonesia and using his social media account as one example. Other techniques and support are implemented in the form of President Jokowi's actions to implement the Covid-19 vaccination, which are broadcast live through the media to persuade the public, particularly in a safe vaccine, that the vaccine is effective. And For the population to believe in a safe and halal vaccine, the Ministry of Health performed a halal test on the Covid-19 vaccine in conjunction with the Indonesian Ulema Council.

Key Words: Policies, covid-19 vaccination, leadership, communication, planning, health, religion

PENDAHULUAN

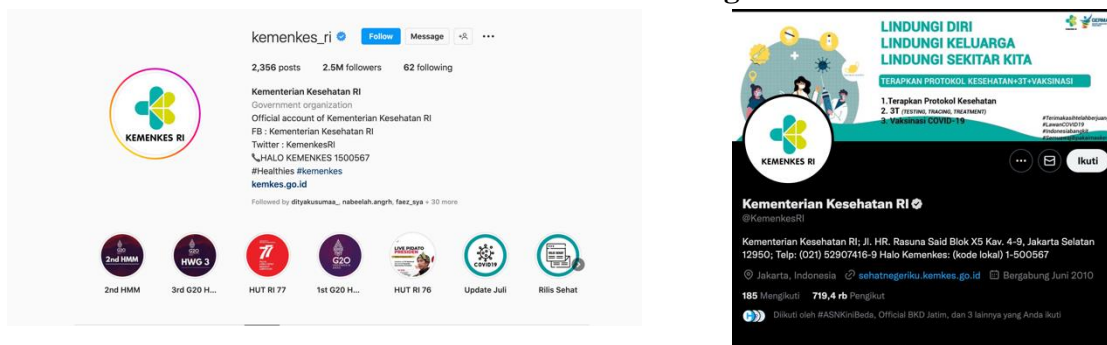
Pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh dunia pada tahun 2020, tak terkecuali Indonesia. Indonesia, merupakan sebuah negara kepulauan yang terletak di Asia tenggara dengan luas 1,905 juta (Cvjetkovic et al., 2022). Dampak yang diakibatkan dari pandemi covid-19 dalam aspek Kesehatan, sosial ataupun ekonomi membuat Indonesia harus membuat kebijakan yang cepat dan tegas (Balut et al., 2022). Hal ini selalu diperparah dengan adanya lonjakan kasus covid-19 di masyarakat Indonesia pada 14 Juli 2021 dengan konfirmasi covid-19 sebanyak 56 ribu kasus per hari dan pada Februari 2022 dengan terkonfirmasi 57 ribu kasus

(Vanderslott et al., 2022). Hal ini membuat pemerintah Indonesia harus menerapkan berbagai kebijakan dalam proses penanganan pandemi covid-19 salah satunya adalah kebijakan Vaksinasi covid-19.

Kebijakan Vaksinasi Covid-19 pertama kali di laksanakan pada bulan Januari 2021 dengan kementerian Kesehatan sebagai *leader* dari program vaksinasi ini, kementerian Kesehatan pada masa pandemi covid-19 telah melakukan berbagai pencegahan dan pengendalian covid-19 hal ini dilaksanakan dengan Kerja sama dari berbagai sektor (Chamon et al., 2022). Strategi komunikasi yang dilakukan kepada masyarakat Indonesia dalam pencegahan penyebaran virus covid-19 dilaksanakan secara intens dan merata di seluruh Indonesia baik ditingkat nasional, provinsi, kabupaten/kota hingga desa – desa yang berada diindonesia. Pesan yang disampaikan kepada masyarakat mulai dari pencegahan yaitu memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan, dalam penanganan kementerian Kesehatan salah satunya adalah vaksinasi covid-19. Hal ini dilaksanakan untuk memastikan masyarakat tidak terpapar dari vovid-19 dan menumbuhkan perilaku hidup sehat dalam kondisi pandemi (Assante & Candel, 2022).

Kementerian Kesehatan dalam melakukan kampanye kebijakan vaksinasi pada dasarnya menggunakan media – media sosial yang selalu digunakan oleh masyarakat agar informasi yang disampaikan menjadi efektif (Ismail et al., 2022). Masyarakat dalam mengakses informasi covid-19 dari berbagai media baik media cetak ataupun media Online, menurut Kariman, (2022) sebanyak 68% responden mengakses berita dari media sosial resmi pemerintah yang dianggap dapat dipercaya. Kementerian Kesehatan memiliki sosial media resmi baik twitter dengan nama @kemenkesRI, Instagram dengan nama Kemenkes_ri. Dua media social ini yang sering digunakan oleh Kemenkes dalam menyebarkan kampanye vaksin covid-19.

Gambar 1. Media Sosial Twitter dan Instagram Kemenkes RI

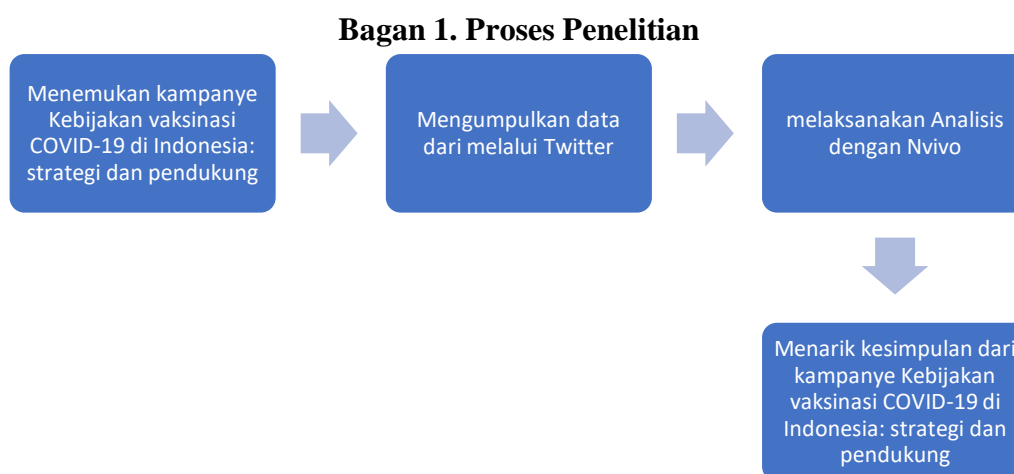


Kedua media sosial kementerian Kesehatan RI memiliki cukup banyak pengikut hal ini memperlihatkan kedua media sosial tersebut dijadikan sumberi informasi oleh masyarakat. Penggunaan media sosial ini bertujuan untuk meluruskan berita – berita yang tidak benar yang ada dimasyarakat agar masyarakat tidak salah mengambil informasi tentang kebijakan vaksinasi covid-19. Kampanye kebijakan vaksin covid-19 ini dilakukan agar target vaksinasi berjalan sesuai dengan target pemerintah hal ini bertujuan juga agar masyarakat menjadi yakin bahwa vaksin ini aman dan menurunkan tingkat keraguan dari vaksin yang menghambat untuk mengakses vaksin, hal ini juga adanya ketidakpercayaan masyarakat kepada pemerintah Indonesia, informasi yang salah atau *hoax* dan adanya ketakutan dari masyarakat terhadap efek samping setelah melaksanakan vaksin covid-19.

Penelitian – penelitian sebelumnya tentang vaksinasi covid-19 di Indonesia difokuskan kepada pembahasan – pembahasan himbauan, kelompok sasaran, dan implementasi dari kebijakan ini berhasil atau tidak. Maka penelitian ini akan bertujuan untuk memberikan perspektif tentang strategi dan dukungan pada program kebijakan vaksinasi covid-19 di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada menarik kesimpulan dari perbandingan sebelumnya dan mengikuti perkembangan hubungan antara peristiwa yang diamati melalui lensa logika ilmiah dan lima langkah yaitu tinjauan literatur. , menemukan pola penggunaan media sosial untuk berkomunikasi , mengumpulkan data dari Twitter, menganalisis Nvivo 12 Plus , Menarik kesimpulan dari kampanye Kebijakan vaksinasi COVID-19 di Indonesia: strategi dan pendukung (Duong & Antriandarti, 2022). Alur penelitian ditampilkan sebagai berikut:



Sumber : diolah oleh penulis

Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode literature review, mengambil dokumen media sosial dari akun Twitter Kementerian Kesehatan Republik Indonesia tentang fase Nvivo 12 Plus dan kemudian menganalisisnya dengan perangkat lunak sasaran Nvivo 12 Plus. Analisis data kualitatif berbasis web, kode data, uji validitas dan reliabilitas, serta visualisasi hasil analisis data. Nvivo 12 Plus Analytics digunakan untuk menganalisis data kualitatif untuk memberikan hasil yang lebih profesional (AlYahmady & Al Abri, 2013). Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi dan pendukung intensitas aktivitas penggunaan Twitter pada masa pandemi covid-19 di Indonesia dalam Kampanye kebijakan vaksin covid-19. data ini diambil dari November 2021 hingga September 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

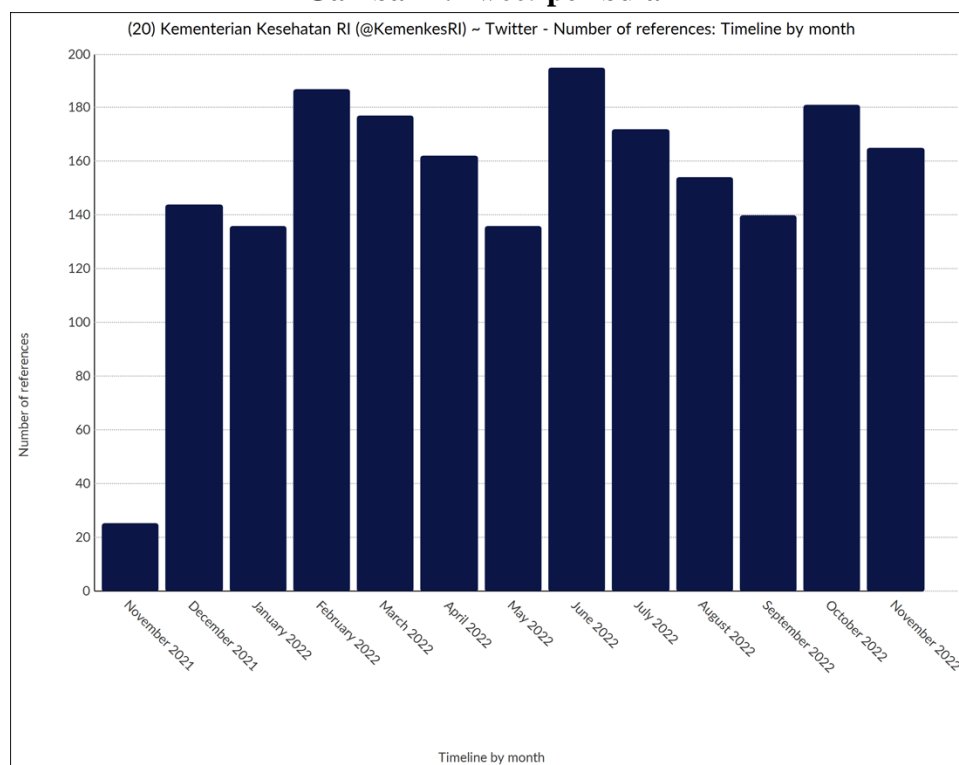
Kementerian Kesehatan dalam upaya menyukseskan kebijakan vaksinasi covid-19 diindonesia sesuai dengan arahan presiden Joko Widodo, agar program vaksinasi dapat secara cepat didapatkan oleh masyarakat. Menurut data Kemenkes RI, Pada September 2020, WHO, Kementerian Kesehatan Indonesia, ITAGI, dan UNICEF melakukan survei Online terhadap lebih dari 115.000 responden di 34 provinsi Indonesia untuk mengukur penerimaan publik

terhadap vaksin COVID-19. Berdasarkan penelitian tersebut, lebih dari 70% masyarakat telah mengetahui adanya wacana pemerintah untuk melaksanakan vaksinasi nasional dalam upaya menekan laju kasus COVID-19. Kelompok berpenghasilan rendah cenderung memiliki pengetahuan yang lebih sedikit terkait hal ini.

Adapun beberapa wilayah seperti Aceh, Kepulauan Nusa Tenggara, Papua Barat, Sumatera Barat, Gorontalo dan Sulawesi Tengah termasuk wilayah dengan pengetahuan terkait vaksin COVID-19 yang lebih rendah (60-65%). Sebagian besar masyarakat (sekitar 65%) bersedia menerima vaksin COVID-19 jika ditawarkan oleh pemerintah, sementara sekitar 27% enggan dan sebagian kecil (8%) menolak. Provinsi Aceh dan Sumatera Barat memiliki pendapatan terendah (kurang dari 50%). Sedangkan daerah berpenghasilan tertinggi adalah Papua Barat yang menyumbang 74 persen dan 70 persen kepulauan Nusa Tenggara. Hal ini sangat menarik, mengingat temuan sebelumnya menunjukkan dua wilayah tersebut termasuk di antara yang paling rendah tingkat pengetahuannya terkait vaksin COVID-19.

Kementerian Kesehatan telah melaksanakan kampanye vaksin Covid 19 dari bulan November 2021 hingga September 2022, melalui akun media sosial Twitter resminya @kemenkesRI hal ini dapat dilihat dari keaktifan akun tersebut dalam melakukan *tweet* yang disebarakan kepada masyarakat agar mendapatkan informasi secara cepat dan akurat dengan sebaran *tweet* sebagai berikut :

Gambar 2. Tweet per bulan



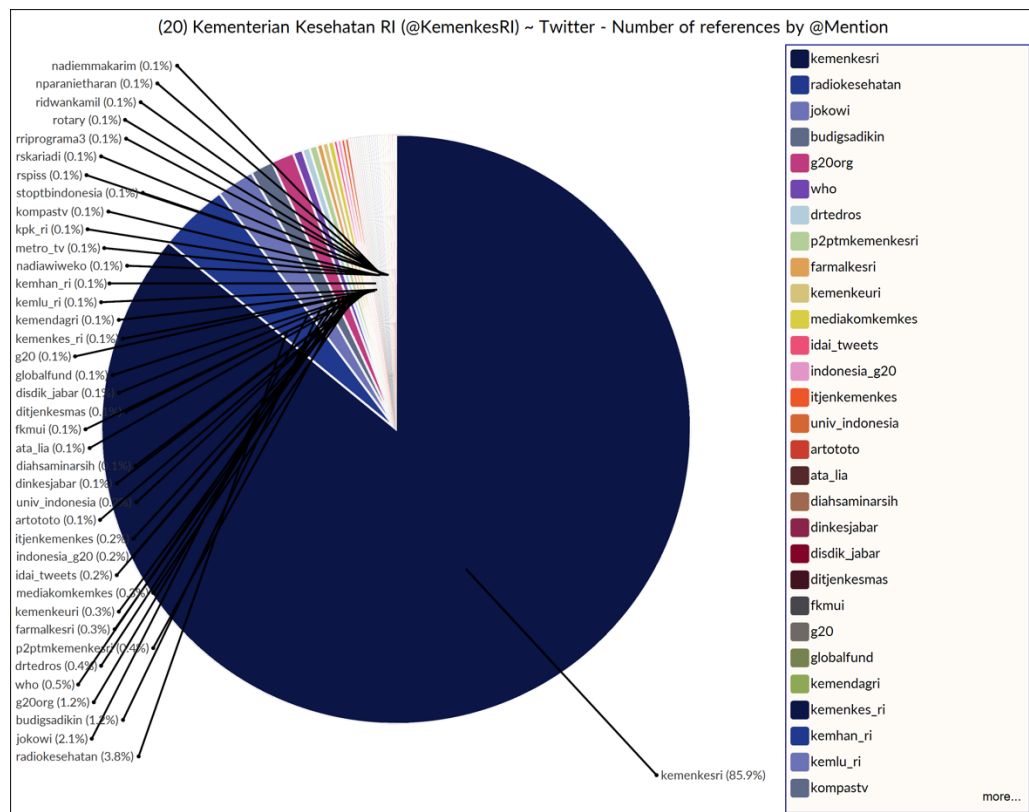
Sumber: Nvivo 12 Plus, diolah oleh peneliti

Pesan Kunci dan Strategi Komunikasi yang Perlu munculkan dalam tweet tersebut adalah Pentingnya tetap menjalankan tiga perilaku kunci termasuk ketika sudah ada Vaksin, Informasi keamanan dan efektivitas vaksin dan Counter hoax yang beredar di masyarakat. Tujuan utama komunikasi vaksinasi yaitu untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap program vaksin dan mendorong penerimaan program vaksinasi. Melalui komunikasi publik

(*public relations*), komunikasi massa, pemberdayaan masyarakat, peningkatan kapasitas vaksinasi, kerjasama lintas organisasi, dan lintas sektor. Masing-masing strategi memerlukan perencanaan rinci lebih lanjut yang tidak tercakup secara mendalam dalam dokumen ini. Namun dokumen akan menjelaskan panduan dan prinsip utama dalam menjalankan strategi-strategi tersebut.

Sebagai saran komunikasi publik, kementerian Kesehatan melalui twitternya juga menerima banyak mention yang diberikan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait dengan vaksinasi covid 19, mention – mention bertujuan untuk menghindarkan masyarakat dari bahaya hoax yang banyak terjadi ke media massa.

Gambar 3. Interaksi Twitter Kemenkes RI



Sumber : Nvivo 12 Plus, diolah oleh peneliti

Berdasarkan analysis diatas menunjukkan bahwa interaksi berdasarkan mentions pada akun twitter Kementerian Kesehatan Republik Indonesia saling berhubungan dengan beberapa akun twitter lainnya serta menunjukkan seberapa besar nilai interaksi yang dilakukan, @radiokesehatan mempunyai interaksi dengan akun KemenkesRI dengan besar nilai interaksi yaitu 3,8% yang menyatakan keamanan dari vaksin covid-19 dan efek samping yang ditimbulkan pasca vaksin, disusul akun @Jokowi sebanyak 2,1% sebagai presiden republic Indonesia yang dimana mention beliau memberikan legitimasi dan kekuatan kepada kemenkes untuk melakukan percepatan vaksinasi covid-19 sebagai agenda kebijakan nasional yang wajib dipathi oleh masyarakat Indonesia. Hal ini memperlihatkan komitmen dan kepemimpinan yang kuat dari presiden kepada Menteri Kesehatan untuk memimpin Satuan Tugas Penanganan COVID-19 baik di tingkat nasional ataupun daerah yang memiliki tanggung jawab untuk merencakana dan melaksanakan semua inisiatif terkait dengan vaksinasi covid-19.

Gambar 4. Presiden Joko Widodo dan Menteri Kesehatan melaksanakan Vaksin

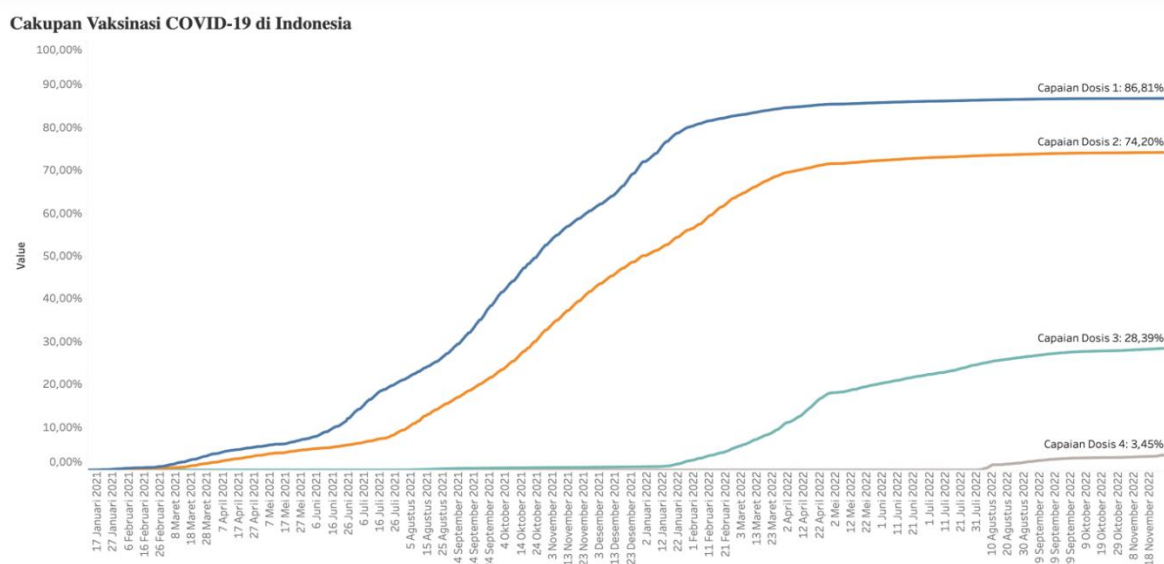


Sumber : Sekretariat Kabinet, RI.

Presiden Jokowi Memberikan contoh dan bukti bahwa vaksin covid-19 yang digunakan di Indonesia aman dan halal, hal ini diharapkan menginspirasi masyarakat untuk mengambil vaksin COVID-19. Presiden juga telah melakukan peninjauan kesentral – sentral vaksin covid 19 di seluruh Indonesia untuk memastikan alat vaksin dan sumber daya lainnya tersedia untuk vaksinasi yang aman bagi masyarakat Indonesia demi mensukseskan kebijakan nasional ini.

Pemerintah menyetujui kebijakan yang dituangkan dalam bentuk program pengadaan vaksin dan vaksinasi COVID-19 sebagai bagian dari pengobatan COVID-19 dan pemulihan ekonomi nasional. Tujuan keseluruhan dari pemberian vaksin ini adalah untuk mengurangi penyebaran atau penularan Covid-19, menurunkan angka kesakitan dan kematian akibat Covid-19, mencapai herd immunity di masyarakat, dan melindungi masyarakat dari Covid-19 melalui persistensinya. produktif secara sosial dan ekonomis. Perencanaan kampanye vaksinasi covid-19 di Indonesia dimulai setelah bahan – bahan vaksin yang telah dikirim dari china, pada saat uji coba vaksin dimulai masyarakat dapat mengakses hasilnya melalui website <https://covid19.go.id/>. Dalam menentukan kebutuhan anggaran untuk vaksin dan vaksin COVID-19, pemerintah akan mempertimbangkan: (1). Populasi sasaran yang menerima vaksin COVID-19 (2). Dosis vaksin untuk vaksin COVID-19, (3). Efikasi atau efektivitas vaksin COVID-19, (4). distribusi vaksin dan (5). Staf/pelaksana vaksin COVID-19.

Gambar 5. Cakupan Vaksin Covid-19 di Indonesia



Sumber : <https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>

Keberhasilan dari program vaksinasi Covid-19 di Indonesia tidak terlepas dari komunikasi vaksin yang didapatkan oleh masyarakat melalui Program pendidikan publik besar-besaran dilakukan dengan menggunakan strategi komunikasi vaksin yang tepat termasuk pamflet, iklan di saluran televisi nasional dan radio, konferensi pers, dan pemberitahuan di halaman media sosial Kementerian Kesehatan dan instansi pemerintahan lainnya di Republik Indonesia. Presiden, dan Menteri Kesehatan secara teratur memberikan pembaruan untuk mengurangi rasa takut akan vaksinasi. Selanjutnya, manfaat vaksinasi COVID-19 dibahas di TV nasional ataupun Swasta oleh pakar vaksin dan ahli epidemiologi.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak didunia tentu dalam proses kampanye kebijakan vaksinasi tidak terlepas dari persoalan agama contohnya tentang ke halalan dari vaksin covid-19, maka dari itu pemerintah Indonesia menggandeng Majelis Ulama Indonesia melakukan keuji halalan dari vaksin covid-19 dan memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dalam pengendalian COVID-19 melalui vaksinasi dan cara lainnya. Melalui wacana dan ajaran agama, organisasi-organisasi ini mampu menginspirasi orang-orang dengan sentimen anti-vaksin, bersama dengan penduduk pada umumnya, untuk menerima vaksin.

KESIMPULAN

Kampanye vaksinasi Covid 19 oleh Kementerian Kesehatan dilaksanakan sejak bulan November 2021 hingga September 2022 sebagai bentuk upaya pencegahan dan pengendalian covid-19 di Indonesia. Keberhasilan kampanye vaksinasi tidak luput dari adanya strategi dan dukungan pada program kebijakan vaksinasi covid-19 di Indonesia yang dilakukan oleh Kementerian Kesehatan beserta stakeholder yang lainnya.

Strategi dan dukungan awal dalam kampanye program kebijakan vaksinasi covid-19 yaitu perencanaan kampanye vaksinasi. Perencanaan kampanye vaksinasi covid-19 di Indonesia dilakukan setelah bahan – bahan vaksin yang telah dikirim dari china, kemudian

disusul dengan menentukan kebutuhan anggaran untuk vaksin covid-19. Adapun cakupan vaksinasi Covid-19 di Indonesia capaian dosis 1 sebanyak 86,81%, capaian dosis 2 sebanyak 74,20%, capaian dosis 3 sebanyak 28,39% dan capaian dosis 4 sebanyak 3,45%.

Keberhasilan cakupan vaksinasi covid-19 tidak lepas dari adanya strategi dan dukungan komunikasi yang terjalin. Strategi dan dukungan pada kampanye vaksinasi dilakukan melalui akun media sosial Twitter resminya @kemenkesRI. Intensitas Tweet per bulan yang dilakukan oleh Kementerian kesehatan dilakukan sejak bulan November 2021-November 2022 sangat tinggi. Terlihat berdasarkan hasil Nvivo 12 Plus pada bulan Juni 2022 menunjukkan 190 kali tweet yang dilakukan oleh akun Twitter @kemenkesRI. Hal ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh pihak Kemenkes RI dalam upaya kampanye vaksinasi covid-19.

Keberhasilan dari program vaksinasi Covid-19 di Indonesia tidak terlepas dari komunikasi vaksin yang didapatkan oleh masyarakat melalui Program pendidikan publik yaitu melalui pamflet, iklan di saluran televisi nasional dan radio, konferensi pers, dan pemberitahuan di halaman media sosial Kementerian Kesehatan dan instansi pemerintahan lainnya di Republik Indonesia.

Strategi dan dukungan yang lain yaitu adanya kepemimpinan yang kuat. Selain dari aktifitas media sosial Twitter milik Kementerian Kesehatan, peran media sosial dari bapak @jokowi sebanyak 2,1% mention beliau di akun sosial media di akun Twitter @kemenkesRI. Interaksi mention yang terjadi memberikan legitimasi dan kekuatan untuk melakukan percepatan vaksinasi covid-19. Interaksi mention di media sosial yang dilakukan oleh bapak Jokowi selaku Presiden Republik Indonesia memperlihatkan adanya dukungan yang kuat dari kepemimpinan presiden kepada Menteri Kesehatan dalam pelaksanaan kampanye vaksinasi covid-19.

Dukungan kepemimpinan yang kuat dari Presiden Jokowi dengan melakukan vaksin covid-19 dan disiarkan langsung melalui media. Tindakan tersebut selain bentuk dari adanya strategi dan dukungan dari pemimpin juga menjadi contoh dan bukti untuk meyakinkan masyarakat khususnya pada vaksin yang aman dan halal. Mengingat Indonesia sebagai salah satu Negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak, untuk menyikapi hal tersebut maka Kementerian Kesehatan melalui Majelis Ulama Indonesia melakukan keuji halalan dari vaksin covid-19 sebagai upaya membangun kepercayaan dan mengurangi sentimen pada kebijakan kampanye vaksinasi covid-19.

Strategi komunikasi, perencanaan vaksin, dukungan kepemimpinan yang kuat hingga melibatkan strategi dan dukungan kesehatan maupun keagamaan dilakukan untuk

menyukseskan kebijakan vaksinasi covid-19. Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi kondisi perekonomian global, termasuk Indonesia memerlukan kebijakan yang dapat menekan laju penularan covid. Melalui Kebijakan vaksinasi covid-19 dapat mengurangi risiko penularan Covid-19 dengan membentuk kekebalan komunal (*herd immunity*) yang kemudian bertransformasi menjadi perlindungan kelompok (*herd protection*) sehingga Indonesia dapat menuju pada masa New Normal dimana masyarakat dapat beraktivitas seperti sedia kala dan perekonomian Indonesia kembali pulih.

DAFTAR PUSTAKA

- AlYahmady, H. H., & Al Abri, S. S. (2013). Using Nvivo for Data Analysis in Qualitative Research. *International Interdisciplinary Journal of Education*, 2(2), 181–186. <https://doi.org/10.12816/0002914>
- Assante, G. M., & Candel, O. S. (2022). Do Vaccination Attitudes Mediate the Link between Critical Consciousness and COVID-19 Vaccination Behaviour? A Cross-Sectional Study. *Sustainability (Switzerland)*, 14(13). <https://doi.org/10.3390/su14137623>
- Balut, M. D., Gin, J. L., Alenkin, N. R., & Dobalian, A. (2022). Vaccinating Veterans Experiencing Homelessness for COVID-19: Healthcare and Housing Service Providers' Perspectives. *Journal of Community Health*, 47(5), 727–736. <https://doi.org/10.1007/s10900-022-01097-1>
- Chamon, Q., Govindin Ramassamy, K., Rahis, A.-C., Guignot, L., Tzourio, C., & Montagni, I. (2022). Persistence of Vaccine Hesitancy and Acceptance of the EU Covid Certificate Among French Students. *Journal of Community Health*, 47(4), 666–673. <https://doi.org/10.1007/s10900-022-01092-6>
- Cvjetkovic, S., Jeremic Stojkovic, V., Mandic-Rajcevic, S., Matovic-Miljanovic, S., Jankovic, J., Jovic Vranes, A., Stevanovic, A., & Stamenkovic, Z. (2022). Societal Trust Related to COVID-19 Vaccination: Evidence from Western Balkans. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013547>
- Duong, A. H., & Antriyandarti, E. (2022). The Willingness to get Vaccinated Against SARS-CoV-2 Virus among Southeast Asian Countries: Does the Vaccine Brand Matter? *Applied Research in Quality of Life*. <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10104-5>
- Ismail, S., Mohamad, S. F. S., Mohamad, S. N. S., & Rosli, D. F. A. (2022). Acceptance, Concerns And Knowledge Of Covid-19 Vaccine: An Early Battle Against The Pandemic. *Journal of Sustainability Science and Management*, 17(5), 2672–7226. <https://doi.org/10.46754/jssm.2022.05.001>
- Karimian, Z., Farrokhi, M. R., Moghadami, M., Zarifsanaiy, N., Mehrabi, M., Khojasteh, L., & Salehi, N. (2022). Medical education and COVID-19 pandemic: a crisis management model towards an evolutionary pathway. *Education and Information Technologies*, 27(3), 3299–3320. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10697-8>
- Vanderslott, S., Enria, L., Bowmer, A., Kamara, A., & Lees, S. (2022). Attributing public ignorance in vaccination narratives. *Social Science and Medicine*, 307. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115152>