

DISKURSUS COVID-19 DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI



EDITOR :

Didik Haryadi Santoso
Nurudin
Fajar Junaedi

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Diskursus Covid-19 dalam Perspektif Komunikasi

Penulis :

Santi Indra Astuti, Firmansyah, Dhanurseto Hadiprashada, Iskandar Zulkarnain, Yani Tri Wijayanti, Handini, Azwar, Anisti, Veranus Sidharta, Susie Sugiarti, Yera Yulista, Maria M Widiyanti, Benedictus A Simangunsong, Ahmad Khairul Nuzuli, Meilani Dhamayanti, Joko Suryono, Agus Purbathin Hadi, Manik Sunuantari, Irwa R. Zarkasi, Muhammad Alif, Annisa Wahyuni Arsyad, Saudah, Harry Fajar Maulana, Dorian Kartikawangi, Mohammad Nastain, Noviar Jamaal Kholit, Bayu Dwi Nurwicaksono, Diah Amelia, Gushevinalti, Muhammad Rizal Ardiansah Putra, Gayatri Atmadi, Rivga Agusta, Erik Hadi Saputra, Dwi Pela Agustina, Indra Novianto Adibayu Pamungkas, Albertus Magnus Prestianta, Cendera Rizky Anugrah Bangun, Enden Darjatul Ulya, MSi, Melisa Indriana Putri, Mazdalifah, Rustono Farady Marta, Angelia Sampurna, Sa'diyah El Adawiyah, Dian Handayani, Nia Sarinastiti, Prima Ayu Rizqi Mahanani, Veny Ari Sejati, Novita Ika Purnamasari, Riski Damastuti

Editor :

Didik Haryadi Santoso, Nurudin, Fajar Junaedi



Diskursus Covid-19 dalam Perspektif Komunikasi

© Penulis

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Rights Reserved

468 halaman (xii+456), 15 cm x 23 cm

Cetakan Pertama, Agustus 2020

ISBN: 978-623-6615-04-1

Penulis :

Santi Indra Astuti, Firmansyah, Dhanurseto Hadiprashada, Iskandar Zulkarnain, Yani Tri Wijayanti, Handini, Azwar, Anisti, Veranus Sidharta, Susie Sugiarti, Yera Yulista, Maria M Widiyanti, Benedictus A Simangunsong, Ahmad Khairul Nuzuli, Meilani Dhamayanti, Joko Suryono, Agus Purbathin Hadi, Manik Sunuantari, Irwa R. Zarkasi, Muhammad Alif, Annisa Wahyuni Arsyad, Saudah, Harry Fajar Maulana, Dorian Kartikawangi, Mohammad Nastain, Noviar Jamaal Kholit, Bayu Dwi Nurwicaksono, Diah Amelia, Gushevinalti, Muhammad Rizal Ardiansah Putra, Gayatri Atmadi, Rivga Agusta, Erik Hadi Saputra, Dwi Pela Agustina, Indra Novianto Adibayu Pamungkas, Albertus Magnus Prestianta, Cendera Rizky Anugrah Bangun, Enden Darjatul Ulya, MSi, Melisa Indriana Putri, Mazdalifah, Rustono Farady Marta, Angelia Sampurna, Sa'diyah El Adawiyah, Dian Handayani, Nia Sarinastiti, Prima Ayu Rizqi Mahanani, Veny Ari Sejati, Novita Ika Purnamasari, Riski Damastuti

Editor :

Didik Haryadi Santoso, Nurudin, Fajar Junaedi

Perancang Sampul :

Nasrul Nasikh

Tata letak :

Yazid Fauzan A.T

Penerbit:

MBridge Press

Supported by:



Organized by:



This page intentionally left blank

Kata Pengantar Editor

Pandemi Covid-19 itu sebuah keniscayaan. Kehadirannya tidak bisa diduga oleh logika akal pikiran manusia. Wabah itu seolah ia muncul mendadak. Karenanya, suka atau tidak suka, siap atau tidak siap maka manusia harus menghadapinya. Tentu saja tak ada alasan tidak siap, misalnya. Manusia harus siap apapun yang terjadi di sekitarnya karena wabah tersebut tidak mau kompromi dan memahami apa yang terjadi pada diri manusia.

Ia juga menuntut manusia beserta perangkat disekitarnya untuk bisa berpikir cepat, tegas, dan kongkrit untuk mengatasi wabah itu. Namun demikian, sebagaimana sifat manusia tidak siap dengan berbagai perubahan di sekitarnya. Sehingga, dalam menghadapi wabah yang menjalarnya deras tersebut mengalami banyak hambatan-hambatan. Bukan berarti manusia tidak berbuat apa-apa untuk mengatasi itu semua, hanya manusia tidak bisa mengikuti perkembangan virus yang semakin meluas tersebut.

Untuk itu, tak ada cara jitu untuk mengatasi pandemi covid-19. Juga tak ada cara paling hebat untuk menekan pertumbuhan virus, setidaknya untuk saat ini. Maka, kerjasama antar komponen yang ada di sekitar manusia sangat dibutuhkan. Alasannya, wabah tidak hanya bisa diatasi oleh manusia sendiri, masyarakat sendiri atau pemerintah sendiri. Juga, tak perlu ada klaim yang paling benar atau menyalahkan pihak lain. Ini wabah umat manusia sehingga dibutuhkan kesadaran penuh serta kerjasama antar umat manusia itu pula.

Lepas dari perdebatan soal virus tersebut, tentu kita layak untuk tetap mendiskusikan; mengapa pandemi itu muncul, bagaimana cara mengatasinya, sejauh mana usaha yang sudah dilakukan pemerintah dan bagaimana perilaku masyarakatnya. Mereka tentu mempunyai cara masing-masing untuk ikut bahu-membahu dalam usaha mengatasi wabah.

Diskursus juga bisa berkait dengan asal-usul virus, mengapa cenderung cepat berkembang, bagaimana kebijakan pemerintah sebagai “pemilik kebijakan” ikut mengatasinya, apa reaksi masyarakat, adakah konspirasi atau tidak, dan lain-lain sudut pandang. Semua mempunyai kemanfaatan dan membuka mata untuk lebih dewasa dalam mengatasi pandemi ini.

Salah satu dari sekian aspek penting dalam mengamati perkembangan pandemi itu adalah soal komunikasi. Harus diakui bahwa pesan komunikasi

memegang peranan penting dalam usahanya untuk ikut mengatasi atau justru memperkeruh informasi soal pandemi Covid-19.

Tidak bisa dipungkiri saat ini kita tengah mengalami banjir informasi. Minimal apa yang tersaji melalui media sosial. Celakanya, banjir informasi ini juga berkaitan erat dengan pesan-pesan pandemi Covid-19. Akibatnya, berbagai informasi soal pandemi silih berganti, bahkan informasi sumir dan simpang siur muncul terjadi. Informasi hoax tersebar dimana-mana yang justru membuat masyarakat semakin bingung. Banjir informasi dengan minimnya kualitas pesan membuat keadaan semakin buruk. Paling tidak membuat cemas masyarakat yang kemudian, membuat masyarakat ketakutan lalu menurunkan imun tubuh.

Tentu saja, berbagai dampak buruk pesan komunikasi itu menjadi tugas kita semua untuk meningkatkan literasi di masyarakat. Memang sudah banyak cara dilakukan tetapi banjir informasi yang deras seolah menelan mentah-mentah usaha literasi digital di masyarakat. Apalagi residu politik di tengah masyarakat masih tinggi berupa perbedaan aspirasi politik akibat Pemilihan Presiden (Pilpres).

Salah satu pihak yang bertugas untuk menyadarkan masyarakat itu adalah ilmuwan komunikasi. Mereka menjadi manusia istimewa yang mempunyai keahlian dan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi. Karenanya, mereka harus ikut ambil bagian dalam usaha tersebut. Memang diakui tak ada cara jitu dan cepat mengatasi soal pesan-pesan komunikasi yang sudah telanjur simpang siur. Namun demikian hal demikian tidak menjadikan alasan bagi ilmuwan komunikasi untuk menyerah atau berhenti dalam usaha ikut mengatasi keterpurukan akibat pesan komunikasinya.

Buku yang ada di tangan pembaca ini hanya sebuah ikhtiar kecil ilmuwan komunikasi yang tergabung dalam Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi (ASPIKOM). Tentu saja dengan membaca buku ini tidak lantas pandemi Covid-19 langsung teratasi. Namun demikian, tulisan-tulisan dalam buku ini akan membuka cakrawala, memperkaya gagasan, dan menggesek kesadaran bahwa masalah pandemi harus diatasi oleh banyak hal dan cara. Sekali lagi, tak ada cara yang sangat mujarab dan cepat untuk mengatasi pandemi Covid-19. Untuk itu pulalah kehadiran buku ini menjadi relevan sebagai salah satu langkah literasi masyarakat di tengah simpang siurnya informasi yang berkembang. Selamat membaca.

Yogyakarta, Agustus 2020

Editor

Daftar Isi

KATA PENGANTAR EDITOR.....	vii
DAFTAR ISI	ix

Belajar dan Beradaptasi: Catatan Harian Mahasiswa Indonesia dalam Isolasi Pandemi Covid-19 di Malaysia <i>Santi Indra Astuti</i>	1
Analisis Strategis Masyarakat Adat Melalui Akses Informasi dan Komunikasi dalam Penguatan Ketahanan Pangan di Masa Pandemi <i>Firmansyah, Dhanurseto Hadiprashada</i>	15
<i>Mangecek i Lopo Kopi Saroha</i> Diskursus Covid 19 Pengunjung Kedai Kopi Dalam Perspektif Fenomenologi Komunikasi <i>Iskandar Zulkarnain</i>	26
<i>Empathic Society</i> di Tengah Pandemi Covid-19 <i>Yani Tri Wijayanti, Handini dan Rahmah Attaymini</i>	37
Aksi Bersama Gerakan Sosial Menghadapi Covid-19 di Indonesia <i>Azwar</i>	56
Jaringan Komunikasi Serikat Nelayan Indonesia Melalui Modal Sosial dalam Menjaga Ketahanan Pangan Rumah Tangga Nelayan Indramayu di Masa Pandemi Covid-19 <i>Anisti, Veranus Sidharta, Susie Sugiarti</i>	69
Simbiolisasi Islam dalam Gerakan Social Distancing <i>Yera Yulista</i>	82
The New Normal: Internalisasi Kebiasaan Baru Pasca Pandemi Covid-19 <i>Maria M Widiyanti</i>	92
Komunikasi Interpersonal, Intimasi, dan Pembatasan Sosial <i>Benedictus A Simangunsong</i>	102
Komunikasi Orang Tua dalam Mengurangi Stres Mahasiswa Perantauan Pasca Larangan Mudik Covid-19 <i>Ahmad Khairul Nuzuli</i>	115

<i>Long Distance Relationship</i> di Masa Pandemi Covid (Tinjauan Perspektif Komunikasi Antar Persona) <i>Meilani Dhamayanti</i>	125
Peran Kenthongan dalam Aksi Sosial Masyarakat Menanggulangi Tindak Kriminalitas Saat Pandemi Wabah Covid-19 <i>Joko Suryono</i>	136
Peran Sistem Informasi Desa (SID) dalam Penanganan Pandemi Covid-19 di Kabupaten Lombok Timur <i>Agus Purbathin Hadi</i>	151
Tata Kelola <i>Black Zone Covid-19</i> Berbasis Komunitas <i>Manik Sunuantari, Irwa R. Zarkasi</i>	162
Membangun Kohesi Sosial Komunitas di Tengah Pandemi Covid-19 <i>Muhammad Alif</i>	173
Merawat Cinta di Tengah Pandemi Covid-19 (Fenomena <i>Long Distance Marriage</i> dalam Perspektif Komunikasi) <i>Annisa Wahyuni Arsyad</i>	182
Nostalgia Dengan LDRs (<i>Long Distance Relationship</i>) Model Era New Normal <i>Saudah</i>	194
Pandemi dan Retaknya Komunikasi Sosial <i>Harry Fajar Maulana</i>	206
Tanggung Jawab Sosial di Masa Pandemi: Relevan, Berdampak dan Berkelanjutan <i>Dorien Kartikawangi</i>	215
Tumpang Tindih Kebijakan Penanganan Covid-19 <i>Mohammad Nastain, Noviar Jamaal Kholit</i>	227
E-Pub Sebagai Media Komunikasi Pembelajaran di Program Studi Penerbitan Era <i>New Normal</i> <i>Bayu Dwi Nurwicaksono, Diah Amelia</i>	239
Literasi Digital Mahasiswa Menghadapi Krisis Disinformasi Covid-19 Pada Sosial Media <i>Gushevinalti</i>	251
Perubahan Perilaku dan Determinisme Teknologi Pada Masa Normal Baru <i>Muhammad Rizal Ardiansah Putra</i>	264

<i>Virtual Tour & Crowdfunding Untuk Perubahan Global Komunikasi Pariwisata Akibat Pandemi Covid-19</i> <i>Gayatri Atmadi</i>	274
Kesiapan Perguruan Tinggi di Masa Covid-19 Untuk Pembelajaran Daring <i>Rivga Agusta, Erik Hadi Saputra, Dwi Pela Agustina</i>	284
Peran Dosen dalam Mengajar Kelompok Mahasiswa Digital Native Dikala Pandemi Covid-19 <i>Indra Novianto Adibayu Pamungkas</i>	297
Peran Sistem Manajemen Pembelajaran dan Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi dalam Pembelajaran Daring yang Inklusif <i>Albertus Magnus Prestianta, Cendera Rizky Anugrah Bangun</i>	307
Strategi Penguatan Kompetensi Belajar dalam Perkuliahan Daring di Era Pandemi <i>Enden Darjatul Ulya</i>	321
Bauran Pemasaran Kelas Zumba Virtual Selama Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Instruktur di Jakarta <i>Melisa Indriana Putri</i>	332
Berkah Jamu di Masa Pandemi Covid-19 (Pengalaman Komunikasi Pemberdayaan Penjual Jamu di Kota Medan) <i>Mazdalifah</i>	353
Intrumentasi Identitas Kompetitif Merek Lifebuoy Melalui Ragam Filantropi di Masa Pandemi <i>Rustono Farady Marta, Angelia Sampurna</i>	364
Strategi Komunikasi Bisnis PT. Grab Indonesia dalam Menghadapi Krisis Pandemi Corona <i>Sa'diyah El Adawiyah & Dian Handayani</i>	377
Melibatkan Perusahaan dalam Masalah Publik: Tanggapan Pada Pandemi Covid-19 <i>Nia Sarinastiti</i>	389
Transformasi di Balik Pandemi: Cerita Pedagang Kecil Tentang Covid-19 <i>Prima Ayu Rizqi Mahanani</i>	398
Goal Setting Bisnis Kecil Terdampak Pandemi Covid-19 <i>Veny Ari Sejati</i>	408

Perjuangan Melawan Makhluk Kecil Tak Kasat Mata bernama Covid-19 (Cerita warga dan mantan pasien Covid-19) <i>Novita Ika Purnamasari, Riski Damastuti</i>	416
BIODATA PENULIS	429

BELAJAR DAN BERADAPTASI: CATATAN HARIAN MAHASISWA INDONESIA DALAM ISOLASI PANDEMI COVID-19 DI MALAYSIA

Santi Indra Astuti

Dinamika Pandemi Covid-19 di Malaysia

Desas-desus bahwa Malaysia akan menerapkan lockdown, mulai santer beredar sejak Februari 2020. Pada periode tersebut, delapan orang warga RRC tiba di Johor Baru. Tiga di antaranya teridentifikasi positif Covid-19. 4 Februari, untuk pertama kalinya seorang warga lokal menjadi korban pertama positif Covid-19 di Malaysia. Seorang pria Selangor berusia 41 tahun yang baru pulang dari transit di Singapura. Sehari kemudian, seorang ayah dan anak yang direpatriasi dari Wuhan, teridentifikasi positif Covid-19. Sampai di sini, kasus Covid-19 yang tercatat secara resmi tak lebih dari selusin jumlahnya. Selain itu, Covid-19 masih terhitung sebagai *imported case* sehingga dianggap bisa dikendalikan.

Situasi mulai berubah hanya dalam bilangan minggu. Peningkatan kasus positif Covid-19 melonjak di Malaysia, dan diperburuk dengan Tabligh Akbar Mesjid Jamek Sri Petaling di Kuala Lumpur yang berlangsung pada tanggal 27 Februari hingga 1 Maret 2020. Event tersebut dihadiri oleh 16.000 peserta, 1.600 di antaranya berasal dari luar negeri Malaysia (termasuk Indonesia!). Kementerian Kesehatan memperkirakan, 40% kasus infeksi virus Corona berasal dari sini. Lebih parah lagi, para peserta dari luar negeri pulang dengan membawa Corona masuk ke negaranya masing-masing, yaitu Brunei, Thailand, Vietnam dan Singapura. Kejadian ini dinyatakan sebagai salah satu *major cluster superspreader* di Malaysia, yang dampaknya meluas ke seluruh negara bagian.

Otoritas Penang menyikapi kejadian ini dengan serius. Tanggal 11 Maret, seluruh event yang melibatkan kumpulan massa ditunda untuk

waktu yang tidak ditentukan. Tanggal 18 Maret, Malaysia secara resmi memberlakukan *Movement Control Order* (MCO) atau Pembatasan Kawalan Pergerakan (PKP). Inilah yang santer disebut-sebut sebagai *lockdown*, dan berlaku di seluruh negara bagian Malaysia—termasuk Penang—tanpa kecuali (“Malaysia’s Covid-19 at A Glance,” Juni 2020). Universiti Sains Malaysia (USM) adalah universitas negeri kedua yang didirikan di Malaysia (1969). Berlokasi di Pulau Pinang, USM memiliki 16.890 mahasiswa, di mana 2.985 di antaranya adalah mahasiswa antar bangsa atau *international student* (17,67%). Menempati area seluas 41.6 hektar, USM diperkuat oleh 2.420 staf. April 2020, The Times Higher Education (THE) Impact Ranking menempatkan USM di peringkat 65. Dalam urutan Top 100, hanya 2 universitas di Malaysia yang termasuk dalam daftar ini, yaitu USM dan Universiti Malaya (UM) di urutan 85. Berdasarkan peringkat ini, USM menjadi universitas terbaik di Malaysia karena berhasil mengelola kampus sesuai dengan standar *Sustainable Development Goals*—SDGs (“Two Malaysian universities in Times’ sustainability Top 100, 22 April 2020).

Ancaman wabah Covid-19 juga otomatis berdampak dalam kehidupan kampus. Tak mau lama menunggu, otoritas USM mengambil kebijakan lebih cepat dibandingkan dengan pemerintah Malaysia. 16 Maret 2020, atau dua hari sebelum MCO diberlakukan oleh PM Muhyiddin Yassin, warga kampus sudah mulai dihebohkan dengan deklarasi kampus untuk berkomitmen mengikuti seluruh protokol Covid-19. Hal tersebut memunculkan dugaan bahwa Covid-19 sudah masuk ke USM, sehingga kampus akan mengeluarkan peraturan ketat. Persisnya apa, orang hanya bisa menduga-duga. Tetapi, hanya dalam hitungan jam, otoritas kampus mengeluarkan pengumuman yang mengejutkan: kampus di-*lockdown*! Tulisan ini merupakan sepercik memoir penulis, sebagai mahasiswa yang mendapat tugas belajar di School of Communication USM, pada hari-hari saat menjalani situasi terisolasi di balik tembok asrama selama kurang lebih 2 (dua) bulan. Pengalaman yang diperoleh memberikan pengayaan tentang bagaimana *disaster management* diterapkan oleh otoritas kampus USM. Sekaligus, memperkaya wawasan dan insight tentang komunikasi di saat-saat krisis seperti ini.

Covid-19: Bukan Sekadar Krisis Kesehatan

Sebagai sebuah pandemi, Covid-19 menghadirkan tantangan yang tidak sebatas pada isu kesehatan. Penularannya yang begitu masif, ditambah vaksin yang belum ada, menyebabkan Covid-19 memberikan tantangan bagi para pakar multidisiplin, para pengambil kebijakan, hingga pemuka berbagai agama untuk berjuang melindungi masyarakat dari kerusakan lebih jauh. Covid-19 sendiri merupakan sebuah krisis multidimensi. Infodemic Covid-19 yang muncul seiring menyebarnya wabah telah menghadirkan rasisme dan xenophobia, seperti meningkatnya sentimen negatif terhadap etnis China. Di negara-negara seperti Indonesia dan Amerika Serikat, yang memiliki kanker polarisasi sisa Pemilu, reaksi terhadap Covid-19 menimbulkan bahaya disintegrasi bangsa. Tingkat kemajuan pendidikan sendiri belum tentu diikuti oleh kualitas literasi informasi, literasi media, hingga literasi digital. Maka, terjadi perdebatan antara logika sains vs *pseudo sains* yang berujung pada debat *pandemic vs plandemic*. Dampaknya mengkhawatirkan karena merebaknya teori-teori konspirasi menimbulkan penolakan terhadap berbagai protokol Covid-19 yang dianggap sebagai bagian dari skenario pemusnah massal agenda titipan rezim-rezim tertentu ('Coronavirus 'Plandemic' and the seven traits of conspiratorial thinking', 16 Mei 2020). Ini belum lagi berhadapan dengan para penganut agama yang menyikapi Covid-19 dengan tafsiran yang berbeda-beda: mulai dari Covid-19 sebagai hukuman Tuhan, hingga Corona sebagai skenario ciptaan agen-agen musuh agama.

Di tengah situasi semacam ini, mengomunikasikan pandemi sebagai sebuah krisis yang menyebabkan orang harus mengikuti seluruh protokolnya agar terhindar dari serangan virus, sehingga bisa mensterilkan lingkungannya dari kontaminasi wabah, merupakan pekerjaan yang sangat kompleks. Tidak satupun negara yang bisa dikatakan telah berhasil seratus persen memerangi wabah ini. Karena itu, belum ada satupun prosedur standar yang bisa dijadikan panduan general.

Faktanya, setiap negara akhirnya melahirkan kebijakan yang berbeda-beda dalam upaya menanggulangi Covid-19 dan memperlambat sebarannya. Tingkat keberhasilannya juga berbeda-beda, dan belum tentu semuanya cocok diaplikasikan di negara lain (Harper, Satchell, Fido, & Latzman, 2020). China dan Vietnam, misalnya, yang sejauh ini telah berhasil mengendalikan Covid-19 gelombang pertama,

mendemonstrasikan ‘*the value of dictatorship*’ (Manderson & Levine, 2020). Namun, cara itu belum tentu berhasil ketika diterapkan di India atau Italia dengan perbedaan budaya yang sangat kontras. Pendekatan budaya diangkat berulang kali karena mengomunikasikan resiko ternyata bukan sekadar memaparkan data. Menteri Kesehatan Italia Roberto Speranza sampai menyerukan warganya untuk melakukan “cultural jump” atau lompatan kultural demi solidaritas bersama. Ia bahkan mengaitkan lompatan kultural ini sebagai bagian dari nasionalisme Italia: “*the value of a nation is measured by how its most vulnerable and aged persons are treated and because, after all, we are interconnected,*” (Raffaetà, 2020). Pada akhirnya, menghadapi Covid-19 sebagai pandemi memang harus realistis. Berbagai studi dan analisis para ahli sejauh ini hanya bisa menyimpulkan bahwa dunia memerlukan waktu lebih dari satu decade untuk betul-betul pulih dari dampak sosial ekonomi pandemic. Skala dampak Covid-19 begitu besar sehingga sulit di-estimasi (Djalante et.al., 2020).

Kerjasama mutlak diperlukan untuk mengatasi keadaan. Pandemi bagaimanapun telah menimbulkan ketakutan, kecemasan, dan kebingungan tidak hanya di level rakyat, tetapi juga di kalangan pemerintahan dan media tanpa kecuali. Guna menjangkau semua lapisan masyarakat agar mengikuti protokol kesehatan, Malaysia mengawalinya melalui kerjasama yang bagus antara media, selebriti, dan *influencer*. Kampanye pertama yang dilancarkan melalui media sosial maupun media tradisional adalah tetap tinggal di rumah, hindari kerumunan (#stayhome). Selagi vaksin belum ditemukan, maka tindakan pencegahan di level publik diutamakan, sehingga tenaga medis punya waktu untuk *me-recharge energy* sebelum mereka mengalami *burnout* atau kelelahan (Shah, et.al., 2020).

Malaysia mendapatkan pengakuan internasional untuk keberhasilannya mengendalikan Covid-19 (‘How Malaysia Beat Back Covid-19’, 29 Mei 2020). Negara-negara lain masih berjuang keras, baik negara tetangga seperti Indonesia, maupun negara yang dinilai sangat maju seperti Amerika Serikat. AS bukan hanya yang dinilai belum berhasil mengendalikan Covid-19. Lebih jauh lagi, efektivitas promosi kesehatan yang selama ini dilakukan oleh CDC-AS hingga menjadi contoh bagi negara lain, juga dipertanyakan (Basch, et.al, 2020).

Progressively Temporary Lockdown dan Konsekuensinya

Pengumuman bahwa kampus akan di-*lockdown* mulai beredar siang hari, selepas Zhuhur. Istilah yang dipakai oleh USM adalah ***progressively temporary lockdown*** yang diberlakukan selama 3 minggu dari tanggal 17 Maret hingga 5 April 2020. *Progressively temporary lockdown* bermakna bahwa situasi *lockdown* atau ketatnya pembatasan *social/physical distancing*, akan bergantung pada dinamika penyebaran Covid-19. Dengan ‘mengunci’ istilah *lockdown* pada *progressively temporarily lockdown*, maka otoritas kampus tidak perlu lagi menghabiskan energi untuk menghadapi perdebatan seputar istilah, seperti yang terjadi di Indonesia dengan polemik *lockdown*, KLB, hingga akhirnya PSBB. Sedari awal, warga kampus diberi pengertian bahwa isu seputar Covid-19 *-by nature-* sangat dinamis. Jadi, akan ada banyak perubahan regulasi sesuai dengan dinamika penyebaran Covid-19. Ini bukan masalah tidak konsisten, melainkan lagi-lagi karena Covid-19 adalah virus baru yang belum ada *body of knowledge*-nya.

Keluarnya pengumuman *progressively temporary lockdown* memiliki sejumlah konsekuensi, yaitu:

1. **Staff to Work at Home.** Semua *school* ditutup, juga laboratorium², perpustakaan dan layanan mahasiswa seperti IPS dan IMCC (semacam kantor imigrasi bagi mahasiswa Internasional). Pengecualian terletak pada Pusat Sejahtera (Klinik Kesehatan) yang wajib buka 24 jam. Selain itu, Jawatan Kuasa (JK) alias Security Guard tetap bertugas seperti biasa, bahkan ditambah personelnnya guna memperketat penjagaan USM yang luasnya mencapai 41,6 hektar.
2. **Perkuliahahan *online* sampai periode lockdown berakhir.** Pihak kampus memutuskan untuk mempercepat pelaksanaan Mid Test, dan memperpanjang masa rehat (libur tengah semester). Strategi ini dipilih guna memulangkan mahasiswa secepatnya, dan mengosongkan kampus. Sekaligus mencegah mahasiswa untuk *kelayapan* di kampus sekaligus mengurangi resiko tertular di kampus, jika Covid-19 sampai mencapai kampus.
3. **Pembatasan akses keluar masuk kampus.** Dari 4 *gate* Main Campus USM yang luasnya 8 hektar, hanya 2 (dua) yang akan dibuka, yaitu Minden Gate dan Bukit Gambir Gate. Kampus menetapkan lokasi *drop off* dan *pick up points* bagi orangtua

yang mau menjemput anaknya. Pihak luar, termasuk orangtua, tidak diijinkan sama sekali untuk masuk ke dalam kampus. Seketat itulah.

4. **Strictly food outlets.** *Dining area* ditutup sama sekali. Bagaimana dengan kantin-kantin tempat 16.000 mahasiswa mencari makan? 80% menutup operasinya. 20% sisanya hanya boleh menjual makanan masak yang sudah dikemas. Makanan dari luar, misalnya Food Panda (seperti Go Food), masih boleh masuk tetapi **tidak boleh ada interaksi** antara pengantar makanan dan customer. Kampus menyiapkan *drop off pick up points* dilengkapi meja-meja buat meletakkan makanan (dan uang). Pembeli maupun pengantar makanan harus berjarak 4 meter dari *drop off pick up point*.
5. **Mesjid ditutup, ibadah berjamaah ditiadakan.** Shalat Jumat dan shalat berjamaah adalah *public gathering*, jadi sesuai dengan protokol Covid-19, harus dilarang untuk mencegah kerumunan. Ketentuan ini dijalankan sepanjang Ramadhan hingga Hari Raya. Jadi, tidak ada Shalat Tarawih, Malam Nuzulul Quran, maupun itikaf di masjid. Bahkan Shalat Idul Fitri ditiadakan. Mahasiswa dipersilakan shalat sendiri-sendiri di kamar bilik masing-masing di kompleks asrama.
6. Kampus akan menjalankan prosedur **dekontaminasi** sesuai petunjuk dari otoritas kesehatan.

Saat pengumuman di-*broadcast*, pihak Kampus memperkirakan ada sekitar 14.000 sivitas akademika yang akan terdampak. Termasuk 1.600an mahasiswa asing, yang setengahnya bermukim dalam asrama USM dan sebagian membawa keluarganya. Mendapat pengumuman ini, para pelajar dari Malaysia bergegas pulang ke rumahnya masing-masing. Demikian juga beberapa mahasiswa dari Brunei Darussalam, Thailand, dan tentu saja, Indonesia. Dalam waktu 3 hari, kampus USM menjadi senyap. Tingkat okupansi asrama menurun menjadi 40%.

Tetapi, tidak semua memutuskan pulang. Beberapa mahasiswa dari Kuala Lumpur, Sarawak, dan Selangor tetap tinggal di Penang yang dinilai lebih aman. Ketiga tempat tersebut memang memiliki tingkat penularan tertinggi di Malaysia. Hingga akhir Maret 2020, mahasiswa asing masih bisa pulang ke negaranya masing-masing. Namun,

memasuki bulan April, seluruh penerbangan di Malaysia, baik domestic maupun internasional, di-*grounded* alias tidak beroperasi sesuai dengan regulasi *kerajaan*.

Detik-detik mencekam begitu terasa pada tanggal 16 Maret 2020, ketika keempat gerbang USM ditutup tepat jam 12 malam. *Panic buying* terjadi di semua pusat perbelanjaan. Produk-produk seperti *frozen foods* dan *toiletries* menjadi komoditi yang laku keras, seiring dengan persiapan Penang memasuki masa MCO. Kabar baiknya adalah kapasitas internet ditingkatkan sehingga perkuliahan online maupun tahapan riset berupa penelusuran data tetap berlangsung dengan lancar.

Mengomunikasikan Krisis di Saat Bencana: Seven Golden Rules

Komunikasi di saat krisis merupakan hal yang sangat penting guna memandu mereka yang terdampak, baik secara langsung maupun tak langsung. Terlepas dari ketidaknyamanan karena situasi yang tak dapat dihindari, pihak kampus mengomunikasikan krisis dengan baik. Komunikasi tersebut benar-benar merespon situasi yang genting dan menjadi bagian dari *disaster management* di tengah pandemi. Berdasarkan observasi, berikut adalah prinsip-prinsip yang mendasari komunikasi krisis pihak USM sepanjang *lockdown* diberlakukan di dalam kampus.

PROAKTIF. Beberapa pekan sebelum *lockdown* diberlakukan, kampus sudah melakukan beberapa langkah antisipasi. Di antaranya sosialisasi mengenai bahaya dan pencegahan Covid-19, penyediaan *hand sanitizer* di berbagai lokasi, juga himbauan untuk melakukan pengecekan kesehatan jika mengalami gejala umum Covid-19, seperti batuk, sesak napas, dan lain-lain. Pusat Sejahtera sebenarnya setara Klinik di Indonesia. Namun standar pelayanannya sekelas rumah sakit besar. Beberapa petugas terlihat mondar-mandir mengenakan *full cover hazmat*. Pusat Sejahtera memang merawat beberapa pasien Covid-19 dari kalangan kampus hingga sembuh. Selain melakukan sosialisasi lewat media luar ruang dan *broadcast message*, pihak kampus juga membuka aplikasi khusus untuk bertanya jawab soal Corona yang berdampak pada kepentingan mahasiswa. Bagi para pelajar internasional, status dan urusan keimigrasian sangat penting. Karena itu, pertanyaan terbanyak adalah seputar paspor dan *student visa*. Pertanyaan lain adalah seputar pemberlakuan aturan kampus, pelayanan kampus seperti perpustakaan,

gym dan kolam renang. Juga meminta saran apakah harus tetap di kampus atau pulang, sampai ada permintaan keringanan biaya kuliah. Semua dijawab admin dengan cepat, dan ramah.

TRANSPARAN. 5 (lima) hari setelah *lockdown*, USM menyiarkan rapat pimpinan secara *live streaming*. Informasi mengenai rapat di-*broadcast* dan semua mahasiswa diminta berpartisipasi. Biasanya, rapat antar pengurus kampus berlangsung tertutup. Menjadi pengalaman baru bagi para siswa ketika rapat ini dilangsungkan secara terbuka. Rapat *live streaming* tersebut merefleksikan potret keterbukaan informasi USM. Mahasiswa dan civitas academica tidak hanya menerima hasil rapat, tetapi juga terlibat dalam proses pengambilan kebijakan. Melalui fasilitas *live chat*, *civitas academica* bisa bertanya dan berkomentar secara langsung. Pertanyaan tersebut tidak sekadar ditampung, tetapi langsung ditindaklanjuti. Penulis menanyakan kemungkinan pengurusan *student visa* di saat seperti ini. Tidak disangka, pertanyaan tersebut dijawab secara lisan langsung dari ruang rapat, ‘*We will manage this immigration affair but we have to make sure first how many international students are currently living in USM. We will enlist the data as soon as possible and we hope everyone cooperatively follows the procedure. Thank you puan Santi.*’ Jawaban ini memperlihatkan bahwa kolom-kolom *chat* memang dibaca dan dimanfaatkan betul sebagai sarana *brainstorming*. Tidak ada pertanyaan yang terlalu sensitif untuk dijawab. Bahkan, persoalan keuangan dan belanja gaji pegawai pun dihitung dan dibuka dalam rapat ini. Se-transparan itulah USM mengelola manajemennya di saat-saat kritis saat pandemi melanda.



Gambar 1.
Kampanye Partisipatif #iamfineinusm



Gambar 2.
Kampanye Penggalangan Dana "USM Fund"

EMPATI. Rapat yang transparan memberi petunjuk tentang bagaimana, dalam pengambilan keputusan, urusan pertama yang dipikirkan dan diperjuangkan adalah masalah kesejahteraan, baik *Student* maupun *Staff Welfare*. Prioritas diberikan pada kesejahteraan mahasiswa yang terisolasi di dalam kampus. Saat keputusan isolasi diberlakukan, USM memberikan komitmen untuk bertanggungjawab. Dalam rapat, USM berulang kali memastikan bahwa nasib para mahasiswa asing yang tak bisa pulang hingga terancam kehabisan bekal, tidak akan ditelantarkan. Task Force Covid-19-nya USM dengan cepat menghitung *living cost* mahasiswa yang di-*display* pada layar monitor. Berdasarkan hitungan tersebut, USM menggalang dana untuk menambal kekurangan. Salah satu pos donasi bersumber dari pemotongan gaji para pegawai USM, dan diperuntukkan bagi penyediaan *food coupon* bagi seluruh mahasiswa dan anggota keluarganya. Menggunakan *food coupon* ini, mahasiswa bisa membeli makanan dan buah-buahan. Selama isolasi berlangsung dari pertengahan Maret hingga Mei 2020, total kupon yang dibagikan selama 6 (enam) termin sudah mencapai 650 RM/mahasiswa.



Gambar 3.
Pengumuman Pembagian Food Coupon



Gambar 4
Food Coupon dan Pembagian Lainnya



Gambar 5
Antri dengan *Physical Distancing*



Gambar 6.
Pick up Point

Pendekatan empatik lainnya dilakukan oleh kampus melalui narasi-narasi pesan yang disebarluaskan di media sosial dan aplikasi *chat online*. Awal *lockdown*, tim komunikasi USM mengajak mahasiswa dari berbagai negara untuk melakukan kampanye #iamfineinusm dengan teknik kolase. Kampanye empatik tersebut tidak hanya menenangkan keluarga yang terpisah dari anak-anaknya. Tetapi juga memompa semangat dan kekuatan bagi mahasiswa yang terpisah jauh dari keluarganya.

OPTIMALISASI MEDIA DIGITAL. Platform digital menjadi tumpuan komunikasi sepanjang pandemi. USM menggunakan semua media yang memungkinkan untuk menjangkau mahasiswa, baik yang berada di dalam kampus maupun di luar kampus. Pada saat *lockdown* diberlakukan, mahasiswa diwajibkan untuk bergabung dengan saluran khusus WhatsApp USMi. USMi memiliki 6 saluran yang diperuntukkan bagi penghuni masing-masing kompleks asrama.

Media sosial seperti Instagram dan Facebook juga digunakan seoptimal mungkin. Para mahasiswa biasa mengakses akun Facebook USM untuk kebijakan akademis, juga untuk hiburan. Sementara untuk hal sehari-hari, seperti teknis pembagian *food coupons*, layanan kantin, atau hal sehari-hari lainnya, para mahasiswa mendapatkan informasinya melalui akun Instagram yang dikelola oleh pengurus kompleks asrama masing-masing.

Setiap saluran komunikasi kampus diamplifikasi oleh saluran komunikasi lainnya. Setiap kelompok mahasiswa memiliki asosiasi sendiri mewakili negaranya. Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) Penang termasuk yang sangat aktif dalam berkomunikasi. Pengurus PPI Penang bekerjasama dengan otoritas kampus di bawah Nerve Centre untuk mengurus keperluan mahasiswa, mulai dari menyampaikan informasi, mengurus dokumen-dokumen keimigrasian, memasak makanan bagi mahasiswa di luar asrama, hingga melayani titipan belanja untuk barang yang tidak bisa diperoleh di *mart* dalam kampus.

INFORMATIF, UNIK, KREATIF & CUSTOMIZED. Tim komunikasi USM mendesain setiap pesan komunikasi secara kreatif. Maklumat atau pengumuman dikemas dalam berbagai bentuk. Surat-surat keputusan (SK) diterjemahkan menjadi *factsheet*, FAQ, infografis, e-flyer, dan lain-lain. Penggunaan bahasa disesuaikan dengan jenis medium dan outputnya. Cara menyapa khalayak dan struktur pesan juga berbeda-beda, walaupun isinya sama. Pendekatan komunikasi yang *customized* seperti ini memperlihatkan keunggulan kualitas pesan komunikasi institutional USM, karena mampu mencapai taraf kepekaan seperti ini.

USM juga rupanya menyadari pentingnya komunikasi sebagai sarana hiburan yang punya fungsi terapeutik. Beberapa konten kreatif diproduksi untuk media sosial. Misalnya, video tentang suasana USM pasca *lockdown*. Hijau, tenang, damai. Suara burung-burung yang alami terdengar jelas. Menentramkan, *bikin adem*. Konten kreatif lain dibuat dengan pendekatan humor. Mohammad Rafik Adikan, Vice-Chancellor USM, diberi kuis untuk menjawab serangkaian pertanyaan yang ‘usil’. Misalnya, ‘siapa rival terberat Rafik Adikan?’. Kebetulan, sang Vice-Chancellor ini berjiwa muda dan ‘gaul’. Jawabannya tanpa ragu adalah ‘Thanos!’.

TIMELY. Tepat waktu, sigap, dan cepat.

NARASI TUNGGAL. Sedari awal telah ditanamkan kepercayaan diri bahwa pandemic Covid-19 bisa diatasi bersama (#wewillnailthis). Penggunaan kata ganti ‘we’ sangat strategis untuk memunculkan kebersamaan dan perasaan ‘in group’ di tengah mahasiswa internasional yang terdiri dari berbagai bangsa. Hal ini juga membantu menyatukan serta memelihara sikap positif dan optimis sepanjang isolasi berlangsung.

PENUTUP: Lesson Learned Menuju ‘New Normal’

Saat tulisan ini dibuat, Malaysia telah berhasil mengendalikan sebaran Covid-19. Tanggal 9 Juni 2020, PM Muhyiddin Yassin mencabut aturan *Conditional Movement Control Order* (CMCO). Malaysia pun mulai memasuki tahapan *New Normal*. Menyesuaikan dengan situasi tersebut, kampus USM juga mulai bersiap-siap membuka sejumlah layanan seperti perpustakaan dan laboratorium. Proses adaptasi menuju *new normal* jelas membutuhkan waktu. Namun modal kedisiplinan yang telah ditanamkan sepanjang *lockdown* sangat membantu proses adaptasi yang berlangsung.

Perguruan tinggi di Indonesia, cepat atau lambat, juga harus berproses menuju pada *new normal* yang diistilahkan sebagai “Adaptasi Kebiasaan Baru” (AKB). Melalui tulisan ini, kampus-kampus di Indonesia yang menghadapi tantangan serupa dapat mengambil *lesson learned* dari pengalaman yang telah dituturkan, sehingga menghasilkan kebijakan terbaik, khususnya dalam mengomunikasikan krisis pandemi Covid-19.

Daftar Pustaka

- Basch, C.H., Hillyer, G.C., Meleo-Erwin, Z., Mohman, J., Cosgrove., & Quinones, N. (2020). News coverage of the COVID-19 pandemic: Missed opportunities to promote health sustaining behaviors. *Infection, Disease, & Health*. <https://doi.org/10.1016/j.idh.2020.05.001>
- Djalante, R. et.al., (2020). Review and analysis of current responses to Covid-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science* 6 (2020) 100091. <http://dx.doi.org/j.pdisas.2020.100091>
- Harper, C.A., Satchell, L.P., Fido, D., & Latzman, R.D. (2020). Functional Fear Predicts Public Health Compliance in the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00281-5>
- Lee, Sharon. (2020). "How Malaysia Beat Back Covid-19." *Code Blue*, 29 Mei 2020. <<https://codeblue.galencentre.org/2020/05/29/how-malaysia-beat-back-covid-19/>> Diakses 13 Juni 2020.
- Manderson, L. & Levine, S. (2020): COVID-19, Risk, Fear, and Fallout. *Medical Anthropology*, DOI: 10.1080/01459740.2020.1746301
- Raffaetà, R. (2020): Another Day in Dystopia. Italy in the Time of COVID-19. *Medical Anthropology*, DOI: 10.1080/01459740.2020.1746300
- Shah, A.U. M., et.al. (2020). Covid-10 in Malaysia: Actions Taken by the Malaysian Government. *International Journal of Infectious Disease*. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.05.093>
- Sim, E. (2020). "Malaysia's Covid-19 Cases At A Glance." *Penang Monthly*, June 2020. <[https://penangmonthly.com/article.aspx?pageid=17317&name=malaysias covid19 cases at a glance](https://penangmonthly.com/article.aspx?pageid=17317&name=malaysias+covid19+cases+at+a+glance)> Diakses 10 Juni 2020.
- Choong, Jerry. (2020). "Two Malaysian universities in Times' sustainability Top 100." *Malaymail.com*, 22 April 2020. <<https://www.malaymail.com/news/malaysia/2020/04/22/two-malaysian-universities-in-times-sustainability-top-100/1859281>> Diakses 10 Juni 2020.

‘Coronavirus ‘Plandemic’ and the seven traits of conspiratorial thinking,’
the Conversation. 15 Mei 2020, <[https://theconversation.com/
coronavirus-plantemic-and-the-seven-traits-of-conspiratorial-
thinking-138483](https://theconversation.com/coronavirus-plantemic-and-the-seven-traits-of-conspiratorial-thinking-138483)> Diakses 13 Juni 2020.

ANALISIS STRATEGIS MASYARAKAT ADAT MELALUI AKSES INFORMASI DAN KOMUNIKASI DALAM PENGUATAN KETAHANAN PANGAN DI MASA PANDEMI

Firmansyah, Dhanurseto Hadiprashada

Abstrak

Tulisan ini mengungkapkan bagaimana strategi masyarakat adat yang dianggap rentan dan termarginalkan mampu bertahan dan memiliki strategi dalam menghadapi pandemi covid-19. Minimnya akses informasi, dan ancaman krisis pangan menjadi masalah tersendiri. Namun di tengah persoalan itu masyarakat adat justru memiliki cara yang jitu. Salah satunya dengan mengakses informasi yang akurat guna menghadapi wabah covid-19 dengan memanfaatkan *opinion leader* (Pemuka Pendapat). Informasi yang mereka dapat menghasilkan sejumlah strategi bersama yang dapat dipakai dalam masa pandemi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat adat mampu bertahan menghadapi pandemi covid-19 hanya dengan mengandalkan kearifan asli yang selama ini sudah lama mereka pegang dan yakini. Akses informasi dari *opinion leader* menjadi gerbang dalam proses analisis masalah yang dibentuk melalui dialog dan diskusi untuk menentukan langkah dalam menjaga ketahanan pangan.

Kata Kunci: *opinion leader*, masyarakat adat, ketahanan pangan

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 terdeteksi pertama kali di Wuhan, China. Munculnya Covid-19 dimulai dari dramatisasi hilangnya Dr Ai Fen, dan dua jurnalis China yakni Chen Qiushi dan Fang Bin. Ketiga orang ini yang pertama kali melaporkan secara massif pada dunia melalui jejaring media sosial bahwa ditemukan virus membahayakan pada Desember 2019. Ketiga orang ini sempat diinterogasi kepolisian China selang beberapa lama kemudian ketiga orang ini hilang tak diketahui keberadaannya. Hilangnya dokter dan dua jurnalis tersebut mengawali

Covid-19 lalu menyebar ke seluruh dunia (Gunadha, 2020). Mengutip data WHO dari <https://www.covid19.go.id/> sebuah website resmi milik pemerintah Indonesia dibawah kendali Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) dan Gugus Tugas Covid-19 menuliskan per Kamis 11 juni 2020 terdapat 216 negara dan kawasan di dunia terpapar virus ini. Sebanyak 7.145.539 kasus terkonfirmasi, mengakibatkan kematian sebanyak 408.025 orang (WHO, 2020). Sementara di Indonesia, Kamis 11 Juni 2020 terdapat 34.316 orang terkonfirmasi positif Covid-19, 1.959 orang meninggal dunia dan 12.129 orang dinyatakan sembuh (Gugus Tugas Covid-19 Nasional, 2020). Pandemi Covid-19 menyasar semua lini kehidupan tidak saja bidang kesehatan namun menyeluruh dibutuhkan adaptasi untuk menghadapinya. Strategi “*New Normal*” merupakan upaya pemerintah yang ditawarkan pada masyarakat untuk dapat melanjutkan hidup bersama Covid-19. Panduan “*New Normal*” mulai diadaptasi oleh semua kalangan masyarakat untuk terus melanjutkan hidup di tengah pandemi Covid-19 tidak terkecuali kelompok masyarakat adat di Indonesia.

Masyarakat adat menjadi salah satu kelompok yang rentan di Indonesia (Komnas HAM, 2016). Kelompok atau komunitas masyarakat adat menjadi kelompok yang rentan akan diskriminasi, dan kekurangan akses akibat kedudukan yang lemah dalam sistem hukum nasional. Eksistensi masyarakat adat ini menurut Pareke dan Arisandi (2020), merupakan pemangku hak yang hanya diakui setengah hati dengan berbagai persyaratan tertentu yang memberatkan dalam konsep hukum negara. Masyarakat adat yang merupakan bagian tak terpisahkan dari Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pasal 18 UUD 1945 dalam konsep pengakuan dan penghormatan menjadi menarik untuk ditelaah dalam perspektif komunikasi pada masa pandemi ini.

Komunitas adat yang banyak tersebar disejumlah wilayah pedesaan, hutan, dan lokasi terpencil lainnya tentunya mengalami keterbatasan akses informasi dalam menghadapi Pandemi Covid 19. Kondisi ini tentunya berbanding terbalik dengan peran yang telah dilakukan oleh pemerintah. Pemerintah yang secara khusus telah memaksimalkan peran dalam berbagai tingkatan, melalui pemerintah desa, babinsa, kepolisian, bahkan fungsi teknologi melalui *E – Government*, justru menjadi masalah tersendiri bagi masyarakat adat yang masih memiliki permasalahan terkait akses listrik, bahkan jaringan internet. Proses inilah

yang menurut Hadiprashada, D., & Budiman, D. (2019), menjadi sebuah proses transformasi pesan dalam model *assymetrical*. Model ini yang kemudian dapat menjadi pijakan dalam pengembangan konsep strategis masyarakat adat dalam mengoptimalkan komunikasi dengan lingkungan. Telaah dalam artikel hasil penelitian ini secara khusus ingin melihat tindakan simbolik pada masyarakat adat yang mengikutsertakan nilai-nilai kearifan dalam hubungan mereka dengan lingkungan. Adapun strategi yang dilakukan antara lain, strategi dalam mengumpulkan informasi dan strategi penguatan dan ketahanan pangan masyarakat dalam melawan Covid 19.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus terpancang (*embedded cases*). Penelitian ini difokuskan pada Komunitas Masyarakat Adat di Kabupaten Lebong, Kabupaten Seluma dan Kabupaten Kaur di Provinsi Bengkulu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan pengamatan. Peneliti secara khusus telah mendatangi, bergaul berkomunikasi pada sejumlah komunitas adat di Provinsi Bengkulu sejak tahun 2015. Persoalan yang muncul pun terakumulasi dalam berbagai tingkatan sehingga kontruksi penulisan yang dilakukan pun difokuskan pada masalah tertentu yang terjadi. Wawancara dan pengamatan dikumpulkan dalam bentuk rekaman suara, video hingga catatan-catatan. Peneliti juga melakukan telaah pustaka referensi terkait isu masyarakat adat dengan melakukan diskusi intens dengan Organisasi Masyarakat (Ormas) Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN), Wilayah Bengkulu.

Pembahasan

a. Strategi Akses Informasi

Meski secara umum arus informasi di wilayah adat di tiga kabupaten yang diteliti tidak secepat dan melimpah masyarakat perkotaan namun tiga komunitas di tiga kabupaten tersebut memiliki strategi yang cukup unik dalam mencari, memverifikasi dan menggunakan informasi mengenai covid-19 sebagai strategi bertahan menghadapi pandemi. Masyarakat adat memiliki tokoh yang mereka anggap sebagai orang yang dapat dipercaya, mereka bisa berasal dari pemimpin formal seperti ketua adat, kepala dusun dan sejenisnya. Tidak ada kecakapan khusus untuk diangkat menjadi ketua adat di empat komunitas adat ini.

Persyaratan umum meliputi, dapat dipercaya, memiliki pemahaman mengenai hukum adat yang lebih dari masyarakat adat lain, cakap, dan membaaur dengan masyarakat adat. Selain itu mereka juga memiliki jaringan pertemanan dengan NGO, akademisi, jurnalis dan lainnya sehingga memperkaya akses informasi juga substansi dari informasi terkait Covid-19.

Di Kabupaten Lebong Ketua adat ini dikenal dengan Ketua Kutei, di Rejang Lebong, Seluma dan Kaur disebut ketua adat. Ketua adat dalam kesehariannya bertugas menjamin berjalannya hukum adat, menjalankan ritual adat seperti pernikahan, bercocok tanam, panen dan acara adat lainnya. Masyarakat adat dalam mengakses informasi apapun biasanya didapat dari kelompok tersebut. Tidak itu saja, masyarakat adat juga sering mengakses informasi dari pengurus Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN), Wilayah Bengkulu. Proses komunikasi ini menurut Deftri Ketua Badan Pengurus Harian (BPH), AMAN Wilayah Bengkulu berlangsung secara timbal balik. “Pertanyaan yang mereka sampaikan pada AMAN saat kita berdiskusi, selagi mampu kita jawab maka dijawab kalau tidak maka kami jadikan pekerjaan rumah (PR) untuk mencari jawaban pada orang yang dianggap ahli seperti akademisi atau orang yang berkompeten. Proses ini kadang dilakukan secara diskusi dan dialog dengan masyarakat adat”. Proses ini ternyata memberikan keberuntungan bagi komunitas adat. Hal ini dengan seringnya mereka melakukan kontak komunikasi dengan banyak pihak termasuk akademisi, pengacara, jurnalis, birokrasi, kepala daerah dan dunia luar lainnya sebagai *opinion leader* (pemuka pendapat) yang memungkinkan dapat menambah informasi yang diperlukan.

Proses transformasi informasi yang muncul dalam empat komunitas adat ini tentunya menggunakan peran dari *opinion leader*. Rogers dan Shoemaker (dalam Jeremy Hunsinger 2010: 283) menyebutkan bahwa, *opinion leader* merupakan posisi tentang sejauh mana seseorang dapat secara informal mempengaruhi sikap atau perilaku orang lain secara tidak langsung dengan cara yang diinginkan dengan frekuensi relatif. Keller & Berry (dalam Hunsinger, J. 2010: 283) juga menyebutkan bahwa pengaruh *opinion leader* biasanya informal, sering dari mulut ke mulut, di tingkat lokal dengan ide-ide dan informasi menyebar melalui lingkaran sosial seorang pemimpin. *Opinion leader* diperoleh dan dipertahankan oleh kompetensi individu, aksesibilitas sosial, dan kesesuaian dengan

norma yang disepakati. Konsep terkait *Opinion Leader* yang dikemukakan oleh Rogers dan Shoemaker pada kasus ini diperkuat dengan Teori Dialogis/dialektis pada hubungan milik Bakhtin (dalam Littelejhon 2018: 299). Dialog yang dimaknai sebagai sebuah jaringan hubungan dengan orang lain yang bersifat kompleks. Dialog ini mewakili objek bahasan kontekstual dan berlanjut pada perkembangan konsep langsung dalam memberikan definisi yang bersifat konstan. Proses ini terjadi dalam dialog pada 3 komunitas adat, dan membentuk konsep kebudayaan yang terbangun dalam setiap interaksi dialogis. Hal ini kemudian menciptakan pola strategis dalam komunitas adat. Proses dialogis/dialektis yang berpadu dengan *opinion leader* milik Rogers dan Shoemaker kemudian diadaptasi dalam proses pencarian informasi di keempat masyarakat adat ini. Informasi ini yang kemudian ditelaah sebagai bentuk pengumpulan data dan informasi guna menentukan perencanaan sekaligus solusi yang akan ditemukan oleh komunitas adat untuk melakukan sebuah tindakan dalam menghadapi pandemi covid-19.

b. Strategi Ketahanan Pangan

Strategi ketahanan pangan ini terbentuk dalam diskusi dan dialog yang dilakukan antara masyarakat adat bersama *opinion leader*, AMAN dan jaringannya dilakukan secara rutin. Pertemuan ini menghasilkan sejumlah gagasan dari masyarakat adat itu sendiri untuk menentukan strategi apa yang harus mereka siapkan dalam menghadapi pandemi covid-19. Hal yang paling krusial dihasilkan oleh masyarakat adat selama interaksi komunikasi berlangsung adalah mengamankan ketahanan pangan di tengah pandemi covid-19. Pada bagian strategi penanganan ketahanan pangan masyarakat adat bersama pemuka pendapat (*opinion leader*) dan AMAN mendiskusikan analisa bila pandemi covid-19 berlangsung lama. Diskusi dilatarbelakangi pernyataan Kepala Badan Urusan Logistik RI, Budi Waseso, di sejumlah media massa yang menyebutkan Bulog menyiapkan antisipasi jika terjadi kekurangan bahan pokok utama, yakni beras. Dalam hal ini, Bulog telah membeli sagu dari petani sebagai bahan cadangan apabila beras mulai langka di pasaran selama terjadinya pandemik covid-19 (Karunia, 2020). Pernyataan Budi Waseso juga diperkuat dengan instruksi Presiden Joko Widodo pada BUMN untuk membuka lahan persawahan baru di kawasan Indonesia Timur guna memperkuat ketahanan pangan nasional apabila pandemi covid-19 berlangsung lama (Ihsanudin, 2020).

Hal ini juga dikaitkan dengan sejumlah pemberitaan di media massa bahwa Thailand dan Vietnam, dua negara yang biasa mengekspor beras ke Indonesia selama Covid-19 akan membatasi ekspor beras. Kedua negara itu lebih memenuhi kebutuhan beras nasionalnya ketimbang ekspor (Al Hikam, 2020). Banyaknya informasi global yang terakses oleh masyarakat adat ternyata memberikan ruang diskusi bagi mereka. Proses ini yang kemudian yang menjadi terkait antara strategi akses informasi dan strategi lanjutan ini. Konstruksi masyarakat kemudian berkembang dan mengkaitkan situasi secara lokal, nasional, dan internasional dengan melakukan pemetaan serta otpimalisasi wilayah adat menjadi lumbung pangan.

Persoalan klasik kemudian muncul dalam proses ini. Pada sejumlah komunitas adat ada yang tidak memiliki wilayah adat/lahan dalam pengelolaan lingkungannya akibat ekspansi perusahaan perkebunan skala besar. Berdasarkan data yang didapatkan, Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) wilayah Bengkulu menemukan bahwa, pada tahun 2020 sejumlah komunitas yang berdampingan dengan perusahaan perkebunan adalah komunitas yang paling rentan terancam krisis pangan bila pandemi Covid-19 berlangsung panjang. Hasil temuan ini menghasilkan tiga kriteria kondisi pangan dalam komunitas adat. Kriteria pertama komunitas yang berkelimpahan sumber pangan. Kriteria ini umumnya dimiliki oleh komunitas adat yang mempunyai lahan, tanah adat dan hutan. Kriteria kedua cukup sumber pangan bila lahan yang dimiliki dimanfaatkan secara maksimal. Ketiga adalah kelompok paling rentan pangan. Kelompok ini tidak memiliki lahan, tidak memiliki akses terhadap tanah.

Hasil pengamatan yang dilakukan di Kabupaten Seluma, Provinsi Bengkulu terdapat komunitas adat Serawai Semidang Sakti harus bernegosiasi dengan perusahaan sawit untuk meminjam sedikit lahan agar masyarakat adat bisa bertanam tanaman pangan sebagai antisipasi Covid-19. Komunitas adat ini sejak 30 tahun selalu bersengketa dengan PTPN VII Unit Talo-Pino menyoal konflik agraria. Ancaman covid-19 dan krisis pangan bakal terjadi membuat masyarakat adat melalui pemerintah berusaha melakukan negosiasi dengan PTPN VII untuk meminjam sedikit lahan kebutuhan pangan atau lumbung pangan. Seperti hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu tetua adat Nahadin, bahwa mereka mencoba untuk negosiasi dengan PTPN VII

agar dapat meminjam lahan sedikit untuk menanam ubi, jagung dan tanaman pangan lainnya. Hal yang sama juga terjadi di Kabupaten Kaur. Komunitas Adat Linau di Kabupaten Kaur, Provinsi Bengkulu ini memiliki sekitar 25 hektare tanah bersama (ulayat) atau tanah adat yang selama ini belum tergarap secara maksimal sebagai lumbung pangan akan tetapi mereka memiliki banyak keterbatasan sarana dan prasarana dalam pengerjaannya. Di Komunitas Adat Semende Banding Agung, Kabupaten Kaur masyarakat tidak memiliki lahan pertanian karena tanah bersengketa dengan perkebunan swasta. Hal berbeda justru terjadi di Kabupaten Lebong. Masyarakat adat di Kabupaten Lebong melalui Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) daerah Lebong, Provinsi Bengkulu, menginisiasi optimalisasi 9.500 hektare lahan pertanian sebagai lumbung pangan untuk hadapi pandemi Covid-19 yang berkolaborasi dengan Pemerintah daerah Kabupaten Lebong. Program ini lahir dari diskusi AMAN Lebong dengan dinas LHK, ketahanan pangan dan bupati. AMAN melihat Pemda Lebong harus mengantisipasi urusan pangan masyarakat bila pandemi Covid-19 berlangsung lama, stok pangan harus ada di setiap lumbung-lumbung masyarakat adat dengan melakukan penanaman ketela pohon, kacang bogor, jagung, padi secara massif. Selain itu, pemerintah daerah juga menyiapkan lahan pertanian untuk memanfaatkan jerami padi dan limbah pasca panen padi menggunakan teknologi tepat guna untuk dijadikan pupuk organik/kompos dan pakan ternak alami dengan bimbingan tenaga teknis.

Berdasarkan temuan kasus dan fenomena yang muncul tersebut, proses yang terjadi pada setiap masyarakat adat yang ada di tiga kabupaten penelitian ini menjadi kata kunci dalam penelitian ini. Proses yang dilakukan masyarakat adat selalu memiliki keterkaitan dengan lembaga pendamping. Hal ini terlihat dalam setiap proses yang dilakukan oleh Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) dalam prosesnya untuk mendorong seluruh komunitas adat dalam melakukan optimalisasi pengelolaan lahan menjadi lumbung pangan sebagai antisipasi krisis pangan selama pandemi covid-19.

c. Analisis Strategis Masyarakat Adat Melalui Akses Informasi dan Komunikasi

Analisis strategis ini berawal dari proses dialog dan komunikasi para *opinion leader* bersama masyarakat adat. Pada penelitian ini

didapatkan ada dua tipe pendekatan komunikasi yang membuat komunikasi dan interaksi antara *opinion leader* dengan masyarakat adat terjadi. Pendekatan pertama berdasarkan kasus yang terjadi. Hal ini dapat dilihat di Kabupaten Seluma dan Kabupaten Kaur, pendekatan dialog dan komunikasi yang dibangun berdasarkan kasus. Pendekatan kedua yakni berbasiskan program yang bersinergi antara masyarakat adat di Kabupaten Lebong dengan pemerintah.

Di Kabupaten Kaur dan Seluma Interaksi dan komunikasi antara *opinion leader* dan masyarakat adat berangkat dari kasus persoalan ketiadaan lahan yang dapat digarap oleh masyarakat. Konflik pertanahan atau konflik agraria menandai keterikatan komunikasi antara *opinion leader* dan masyarakat adat. Meskipun pendekatan kasus namun kolaborasi menyiapkan ketahanan pangan di tengah pandemi covid-19 juga terjadi dengan pihak yang saling bersengketa. Interaksi dan komunikasi di Kabupaten Lebong memberikan ruang bagi *opinion leader* dengan masyarakat adat berangkat dari sinergisitas bersama Pemerintah Daerah (Pemda) Lebong. Program yang dijalankan bersifat kolaborasi yang bertujuan menyiapkan ketahanan pangan selama pandemi covid-19 berlangsung.

Dalam penelitian ini terdapat kesan seolah masyarakat adat tidak mandiri dalam menentukan tindakan yang dilakukan untuk menghadapi covid-19 namun sesungguhnya bukan tidak ada kemandirian yang terjadi. Pada dialog lebih dalam didapati pada prinsipnya solusi yang ketahanan pangan itu lahir dari ide gagasan masyarakat adat itu sendiri. Mereka memanfaatkan *opinion leader* hanya sebatas informasi. Saat informasi mereka dapatkan maka secara alamiah mereka juga telah mendapatkan solusi atas persoalan yang mereka hadapi. Konsep ini yang memunculkan masyarakat sebagai arena sosial dimana berbagai sudut pandang menjadi akses informasi dan komunikasi (Hadiprashada, D., & Budiman, D. 2019).

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan bahwa masyarakat adat dapat bertahan di tengah pandemi dengan memanfaatkan akses informasi dari peran para *opinion leader*. Hal ini memunculkan dua tipe keterikatan antara *opinion leader* dan masyarakat adat. Keterikatan ini menjelma dalam pendekatan kasus

dan kedua pendekatan kolaborasi program dengan pemerintah. Dari dua pendekatan inilah komunikasi dialogis antara *opinion leader* dan masyarakat adat mengkristal menjadi tindakan melakukan pengamanan ketahanan pangan bila pandemi covid-19 berlangsung lama. Kerentanan dan ancaman krisis turunan dari pandemi covid-19 tentu saja menghantui komunitas adat. Meski demikian dibalik kerentanannya masyarakat adat justru memiliki berbagai macam kearifan lokal yang bila dioptimalkan secara baik akan menjadi kekuatan masyarakat adat itu sendiri dalam menghadapi pandemi covid-19. Modernisasi tidak selamanya menjadi obat penawar bagi setiap persoalan bangsa. Pemikiran-pemikiran adiluhung yang dimiliki masyarakat adat sesungguhnya juga dapat tetap diandalkan sebagai solusi menjawab setiap persoalan bangsa karena kearifan lokal masyarakat adat justru terus bertahan dan beradaptasi pada setiap gerak perubahan peradaban.

Daftar Pustaka

- Al Hikam, Alif Herdi (2020). "Corona Bikin Negara Dunia 'Pelit' Ekspor Pangan". Detik.com 08 April 2020 (<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4970348/corona-bikin-negara-dunia-pelit-eksport-pangan>) diakses 11 Juni 2020.
- AMAN (2020). Peta Ketahanan Pangan AMAN Bengkulu menghadapi Covid-19 Tahun 2020 perkebunan skala besar perparah ancaman krisis pangan dalam Pandemi Covid-19.
- AMAN (2020). "AMAN: Perkebunan Skala Besar Perparah Krisis Pangan di Tengah Covid-19" aman.or.id 30 Mei 2020 (<https://www.aman.or.id/2020/05/aman-perkebunan-skala-besar-perparah-krisis-pangan-di-tengah-covid-19/>) diakses 11 Juni 2020.
- Gugus Tugas Covid19- Nasional (2020). "Data Sebaran Indonesia." www.covid19.go.id. 11 Juni 2020. [www.covid19.go.id] diakses 11 Juni 2020).
- Gunadha (2020). Dokter Pertama yang Temukan Pasien Corona di Wuhan Mendadak Hilang. suara.com, 1 April 2020.(<https://www.suara.com/news/2020/04/01/160835/dokter-pertama-yang-temukan-pasien-corona-di-wuhan-mendadak-hilang>) diakses 11 Juni 2020.
- Hadiprashada, D., & Budiman, D. (2019). Komunikasi Lingkungan dalam Budaya Masyarakat (Analisis Model Pesan Two Way Asymmetrical pada Lembaga Adat). *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 213-222. doi:<http://dx.doi.org/10.24912/jk.v11i2.5920>
- Hunsinger, J (2020). International handbook of Internet Research. Penerbit Springer.
- Ihsanudin (2020). "Antisipasi Krisis Pangan, Jokowi Perintahkan BUMN Buka Lahan Baru."kompas.com 28 April 2020.2020.(<https://money.kompas.com/read/2020/04/20/164627726/bulog-sagu-akan-disiapkan-jika-beras-langka-selama-pandemi-corona>) diakses 11 Juni 2020.
- Karunia, Miranti Ade (2020). "Bulog: Sagu Akan Disiapkan jika Beras Langka Selama Pandemi Corona." kompas.com 20 April 2020.

- Laporan Tahunan Komnas HAM Tahun 2016. “Pemenuhan Hak Kelompok Minoritas dan Rentan di Indonesia”.
- Littlejohn & Karen A. Foss. (2018). Teori Komunikasi Edisi 9, Jakarta: Salemba Humanika.
- Parekea, JT dan Fahmi Arisandi. (2020) Pengakuan Masyarakat Hukum Adat dan Perlindungan Wilayah Adat di Kabupaten Rejang. Jurnal Penelitian Bina Hukum Lingkungan, Volume 4 Nomor 2, April 2020.
- WHO (2020).”Data Sebaran Dunia”. www.covid19.go.id. 11 Juni 2020.[www.covid19.go.id] diakses 11 Juni 2020)

Mangecek i Lopo Kopi Saroha : **Diskursus Covid 19 Pengunjung Kedai Kopi** **Dalam Perspektif Fenomenologi** **Komunikasi**

Iskandar Zulkarnain

1. Pendahuluan

Matahari mulai tenggelam di ufuk barat, suhu udara pun perlahan turun hingga menyentuh 19 derajat celcius. Selepas menjalankan Sholat Maghrib, Sahrin Nasution (68 tahun) pemilik sekaligus pelayan *Lopo Kopi Saroha* di Kelurahan Pasar Maga Kecamatan Lembah Sorik Merapi Kabupaten Mandailing Natal bersiap menyambut pelanggan setia yang datang untuk menghabiskan malam dengan *mangecek* (ngobrol) sambil menyeruput kopi Robusta Mandheling yang terkenal hingga benua Eropa itu. Benar saja, satu persatu pelanggan setianya mulai beratur tempat memenuhi kursi-kursi panjang *Lopo* miliknya. Tepat pukul 7 malam, hampir 20-an orang bapak beragam usia telah datang.

Dengan cekatan Sahrin Nasution melayani satu persatu pelanggannya dengan penuh kehangatan. Maklum saja, sudah puluhan tahun beliau menjalankan usaha ini, baginya ini bukan sekedar profesi, tapi sebagai wujud kepeduliannya dan kecintaannya pada kopi Mandheling serta melayani pelanggan yang juga *dongan sahutanya* (kawan sekampung).

Setelah menghidangkan kopi, Sahrin Nasution meraih *remote* televisi, tentu saja pilihannya bukan sinetron atau acara infotainment. Pilihan Sahrin jatuh pada saluran TV swasta nasional yang menyiarkan siaran talkshow “*Indonesia Lawyers Club*.” Kebetulan, topik siaran itu membahas isu Covid 19 dan pelarangan mudik hari raya Idul Fitri oleh Pemerintah bagi masyarakat di seluruh Indonesia.

Sontak saja tema obrolan pengunjung *Lopo* itu senada dengan siaran yang ditonton. Sesekali mereka menimpali pernyataan narasumber dengan pendapat mereka. Bahkan diantara mereka ada yang berdebat mengenai isu pelarangan mudik untuk menekan jumlah korban Covid

19 ini. Durasi panjang siaran “*Indonesia Lawyers Club*” itu berlangsung, sepanjang itu juga pembicaraan di antara mereka membahas mengenai isu pelarangan mudik bagi perantau selama pandemi Covid 19 terus berlangsung.

“Ia sepi sekali kampung kita, sanak saudaraku di Jakarta sana tak bisa pulang kampung. Biasanya banyak mobil plat B atau D lalu lalang di kampung ini sekarang satupun tak nampak,” kata Ali Muda Rangkuti (48 tahun) menggerutu. Sontak saja, Soritua Lubis (45 tahun) menimpali pernyataan Ali Muda itu, *“Ya ia, bukan saja sanak saudara kita tak bisa pulang. Perputaraan ekonomi pun tersendat. Biasanya rumah makan bisa banyak dapat untung dari perantau. Lubuk larangan saja ditutup. Sekarang lihat lah, Lopo kopi ini kita-kita saja yang datang,”* kata Soritua tertawa.

Sahrin yang sedari tadi menyimak tersenyum, beliau mengamini pendapat Ali dan Soritua. Bagi dia, wabah Covid 19 ini merupakan ujian dari Tuhan. *“Kata Ulama, kalau kita sering menjaga sholat, insyaAllah kita sehat, kan selalu berwudhu dan gerakan sholat itu baik untuk kesehatan,”* pungkasnya lugas. Menjelang pukul 11 malam, diskursus Covid 19 tersebut hampir menemukan kesimpulan ketika Bapak Rivai Nasution (72 tahun) seorang *Hatobangon* (Tokoh yang dituakan) menyampaikan pendapatnya. Hampir semua bapak-bapak mengamini pendapatnya, walaupun ada beberapa masih bersungut-sungut karena merasa pendapatnya yang benar. Namun, sudah menjadi tradisi di suku Mandailing, pendapat orang yang dituakan adalah penuh kebajikan sehingga ada keseganan untuk menentangnya (Iskandar Zulkarnain, et.al, 2019).

Secuil fragmen *menukek i Lopo kopi* di beberapa paragraf sebelumnya, adalah sebuah potret bagaimana diskursus mengenai Covid 19 ini begitu mendominasi wacana di masyarakat di tahun 2020 ini. Tidak hanya kalangan elit pengambil keputusan atau orang terpelajar saja yang *aware* mengenai isu Covid 19, namun masyarakat desa yang mayoritas berprofesi sebagai petani juga *concern* membahas isu yang sama. Dus, postulat teori *Agenda Setting* yang terkenal dari McCombs dan Shaw yang menyatakan bahwa media memainkan peranan penting dalam mengarahkan isu yang dibahas oleh masyarakat (*What to Think*) tampaknya terbukti pada diskursus bapak-bapak penikmat kopi di *Lopo Kopi Saroha* ini. Tulisan ini merupakan bagian dari *mini research* fenomenologi komunikasi tentang diskursus isu Covid 19 di kalangan masyarakat umum. Subjek dan lokasi penelitian

yang dilakukan difokuskan pada satu tempat dan kejadian saja yakni di *Lopo Kopi Saroha* Kelurahan Pasar Maga Kecamatan Lembah Sorik Merapi Kabupaten Mandailing Natal.

2. Tinjauan Teoritis

2.1 Fenomenologi Komunikasi

Edmund Husserl (1859-1939), seorang matematikawan Jerman yang berubah menjadi filsuf adalah bapak fenomenologi sejati. Dia adalah seorang pemikir yang sangat rumit dan teknis yang pandangannya sangat berubah selama bertahun-tahun. Kontribusi utamanya adalah metode fenomenologis. Husserl mengusulkan metode fenomenologis sebagai teknik untuk melakukan analisis fenomenologis - yaitu, untuk memungkinkan “akun deskriptif dari struktur penting yang diberikan secara langsung.” (Husserl, 2012).

Penekanan di sini adalah pada kesegeraan pengalaman, upaya untuk mengisolasi dan melepaskannya dari semua asumsi keberadaan atau pengaruh kausal dan untuk menelanjangi struktur intrinsik aktualnya; karena struktur inilah yang membentuk esensinya. Fenomenologi membatasi perhatian filsuf pada data murni kesadaran yang tidak terkontaminasi oleh teori metafisik atau asumsi ilmiah. Konsep Husserl tentang dunia-kehidupan mengungkapkan gagasan kedekatan yang sama. Ini adalah dunia pribadi individu yang dialami secara langsung, dengan ego di pusat dan dengan semua warna vital dan emosionalnya (Ridling, Zaine, 2001).

Secara etimonologi, fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *Pahainomenon*, yang secara harfiah berarti “gejala” atau apa yang telah menampilkan diri” sehingga nyata bagi si pengamat. Fenomenologi, sesuai dengan namanya, adalah ilmu (*logos*) mengenai sesuatu yang tampak (*phenomenon*). Pengetahuan berasal dari pengalaman yang disadari, dalam persepsi kita. Dalam hal ini, fenomenologi berarti membiarkan sesuatu datang mewujudkan dirinya sebagaimana adanya. Dengan demikian, di satu sisi, makna itu muncul dengan cara membiarkan realitas, fenomena, dan pengalaman itu membuka dirinya. Di sisi lain, makna itu muncul sebagai hasil interaksi antara subjek dengan fenomena yang dialaminya (Hasbiansyah, 2008).

Dalam fenomenologi komunikasi, fokus utama dalam pengamatan adalah bagaimana perilaku komunikasi dari subjek yang diamati.

Perilaku disini dapat dikategorikan dalam dua konteks. Pertama, *Textural description*: apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena. Apa yang dialami adalah aspek objektif, data yang bersifat faktual, hal yang terjadi secara empiris. Kedua, *Structural description*: bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya. Deskripsi ini berisi aspek subjektif. Aspek ini menyangkut pendapat, penilaian, perasaan, harapan, serta respons subjektif lainnya dari subjek penelitian berkaitan dengan pengalamannya itu. (Hasbiansyah, 2008).

2.2 Budaya *Mangecek i Lopo Kopi*

Warung kopi dalam bahasa suku Batak Mandailing adalah *Lopo kopi*. *Lopo kopi* merupakan salah satu wadah terjadinya interaksi sosial diantara pengunjung maupun pengunjung dengan penjual atau pemilik *Lopo kopi*. *Lopo kopi* tidak hanya menyediakan minuman kopi tapi juga makanan dan minuman lainnya seperti teh manis, teh susu, dan aneka gorengan. Selain itu *Lopo kopi* juga menyediakan sarana yang menunjang hiburan bagi pengunjung seperti papan catur dan televisi.

Keberadaan *Lopo kopi* tersebar di seluruh daerah Kabupaten Mandailing Natal hingga Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera Utara. Bahkan satu desa bisa memiliki hingga puluhan *Lopo kopi*, dan berjarak tidak berjauhan. Sebuah fenomena menarik dan faktual semua pengunjung *Lopo kopi* tidak ada dari kaum perempuan. Perempuan dianggap aneh atau melanggar norma kebiasaan jika pergi dan *mangecek* ke *Lopo kopi*. Mayoritas pengunjung *Lopo kopi* adalah laki – laki baik yang sudah berumah tangga (bapak - bapak) maupun yang belum berumah tangga atau remaja (Nasution, 2016).

Sebagian pengunjung setiap hari menghabiskan sebagian besar rutinitasnya di *Lopo kopi* baik pada pagi hari, siang hari, sore hari maupun malam hari. Fenomena ini sudah mendarah daging atau menjadi suatu kebiasaan yang sejak lama bagi masyarakat kelurahan Pasar Maga. Dari hasil wawancara, beberapa di antara mereka merasakan tidak nyaman dan gelisah jika tidak mengunjungi *Lopo kopi* dalam satu hari.

Kebiasaan menghabiskan waktu dengan mengunjungi *Lopo kopi* ini disinggung dalam kajian Gumulya dan Helmi (2017), mereka menyatakan habit mengunjungi kedai kopi dan betah berlama-lama merupakan bagian dari sifat tingkat sosial orang Indonesia yang tinggi. Gumulya dan Helmi menambahkan, semua orang tertarik mengetahui kisah kehidupan orang lain dan hampir semua hal terasa lebih

menyenangkan bila dilakukan bersama. Warung kopi adalah medium pertukaran informasi dalam masyarakat yang memperantarai antar individu untuk bertemu dan berkomunikasi.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi komunikasi yang merupakan bagian dari metode penelitian kualitatif untuk menganalisis aktivitas dan perilaku komunikasi khususnya dalam diskursus isu Covid 19 dalam budaya *mangecek* di *Lopo* kopi pada suku Mandailing. Dalam penelitian ini akan dilaksanakan secara observasi partisipan, di mana peneliti menjalin hubungan humanis dan dinamis dengan subjek penelitian, yang bertujuan memahami fenomena sesuai dari sudut pandang subjek penelitian.

Tempat penelitian dilakukan di *Lopo Kopi Saroha* di Kelurahan Pasar Maga, Kecamatan Lembah Sorik Merapi, Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei 2020. Subjek penelitian ini adalah para penunjang *Lopo Kopi Saroha*. Pada pengamatan dan wawancara peneliti kepada pemilik *Lopo Kopi Saroha* penunjang tetap *Lopo* kopi ini ada sekitar 20 orang yang mayoritas berusia diatas 40 tahun. Profesi subjek penelitian mayoritas adalah petani, PNS, pensiunan PNS.

Ada tiga teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini Pertama, studi literatur. Penelusuran literatur merupakan bagian utama dalam penelitian ini, sumber referensi mengenai budaya *mangecek* i *Lopo kopi* dan fenomenologi komunikasi tidaklah terlalu banyak. Dalam penelusuran awal peneliti buku-buku yang menyinggung *mangecek* i *Lopo kopi* tidak ada sama sekali, namun publikasi jurnal mengenai budaya minum kopi ada walaupun tidak terlalu memuaskan. Usaha peneliti untuk mengkompilasikan hasil penelusuran kepastakaan mengenai tradisi *mangecek* i *Lopo kopi* dan fenomenologi komunikasi diharapkan bisa membuat sebuah temuan komperehensif mengenai budaya *mangecek* i *Lopo kopi* dan memperkaya kajian mengenai fenomenologi komunikasi. Kedua, Observasi Partisipatoris yaitu seluruh kegiatan pengamatan terhadap suatu objek atau orang lain. Subjek yang akan di observasi dalam penelitian ini yakni seluruh rangkaian aktivitas yang dilakukan penunjang *Lopo Kopi Saroha* di Kelurahan Pasar Maga. Aktivitas yang diamati adalah bagaimana pola komunikasi, perilaku

komunikasi, dan diskursus komunikasi subjek penelitian khususnya dalam menyikapi pandemi Covid 19. Ketiga, *Interview* kepada informan, yaitu wawancara dengan maksud mengelaborasi pertanyaan penelitian yang dilakukan peneliti kepada informan. Adapun *interview* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *interview* bebas terpimpin kepada *key informan*.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model yang dimodifikasi dari Milles dan Hubberman yaitu sebagai berikut: 1. *Collecting Data* yaitu data disusun menjadi narasi; 2. *Data reduction* dengan melakukan kategorisasi dan mereduksi data dengan mengacu pada fenomenologi komunikasi yaitu menyingkap *Textual Description* dan *Structural Description*; 3. *Conclusion Drawing* berdasarkan susunan narasi pada tahap kedua (Pujileksono, 2015).

4. Hasil

Mengecek i Lopo Kopi bagi kaum pria di masyarakat Mandailing dapat dikategorikan sebagai kebutuhan primer. Sehari bisa 3 kali mereka mengunjungi *Lopo Kopi*. Indra Maulana Nasution (62 tahun) pensiunan guru ini mengatakan bahwa sedari muda dirinya memang menghabiskan hari-hari di *Lopo kopi*, tujuannya tentu saja untuk *mangecek* (ngobrol) dengan teman-temannya. Obrolan ini menurut Indra tidak hanya membahas hal yang remeh temeh, isu-isu yang berkembang di masyarakat kerap dibahas oleh para pengunjung *lopo*. Pertukaran informasi kadang lebih efektif dilakukan di *Lopo kopi*. Bahkan, perkembangan dan inovasi teknologi juga bisa dibagi saat mereka di *Lopo kopi*. Indra mencontohkan misalnya informasi pupuk yang efektif untuk meningkatkan hasil pertanian atau informasi mengenai kebijakan pemerintah daerah dalam menanggulangi Covid 19 juga mereka diskusikan.

“Sejak pensiun dari PNS, saya bisa sampai 3 kali sehari ke Lopo Kopi. Saya merasakan kebahagiaan disini, disini banyak teman dan banyak pengetahuan yang didapat. Misalnya ilmu perkebunan, kebetulan sejak pensiun saya sekarang mengurus kebun karet. Alhamdulillah saya bisa belajar dari teman yang telah puluhan tahun berkebun karet”

Senada dengan Indra Maulana Nasution, Soritua Lubis (45 tahun) menyatakan bahwa *Lopo kopi* adalah medium bagi mereka untuk bersilahturahmi dan juga berbagi informasi terkini. Beliau menyatakan

bahwa di *Lopo* kopi banyak ilmu dan pengalaman yang bisa didapat, khususnya belajar dari orang yang lebih dituakan.

“Kalau kopi di Lopo ini sih sebenarnya sama enaknyanya dengan menyeduh sendiri kopi di rumah. Tapi kalo ngopi di rumah kan sendiri cuma sendirian. Kalau di Lopo tentu saja bukan hanya minum kopi, tapi yang dicari itu ya diskusi dan silaturahmi dengan pengunjung lainnya. Itulah inti ngopi di Lopo kopi ini”

Sahrin Nasution, pemilik *Lopo Kopi Saroha* menyatakan bahwa pengunjung *Lopo* Kopinya merupakan pelanggan tetapnya, kadang sehari ada juga 4 hingga 6 orang pelanggan baru yang datang mencicipi kopi buatannya. Menurut Sahrin, kegiatan pelanggannya di *Lopo* kopi selain menyeruput kopi juga berbincang diantara mereka, topik yang dibahas beragam. Namun, paling sering topik yang dibahas adalah siaran yang mereka tonton di *lopi kopi* tersebut.

“Saya memang suka menyotel siaran berita dan siaran sepakbola, bapak-bapak disini memang lebih menyukai siaran berita daripada film. Siaran berita yang disukai mereka adalah acara talkshow seperti Indonesia Lawyers Club itu, atau siaran Apa Kabar Indonesia.”

Merebaknya pandemi Covid 19 di Indonesia pada bulan Maret 2020 ini menyedot perhatian dari masyarakat Indonesia. Ketakutan, kekhawatiran, dan kewaspadaan masyarakat meningkat. Sumber informasi utama diskursus wabah Covid 19 ini tentu saja dari media massa, terutama televisi. Setiap waktu berita mengenai Covid 19 berseliweran di layar kaca televisi. Pengunjung *Lopo Kopi Saroha* juga menjadikan wabah Covid 19 ini sebagai bagian diskursus mereka. Erwin Rangkuti (42 tahun) mengatakan bahwa dirinya dan teman-teman pengunjung *Lopo* kopi mengikuti perkembangan wabah Covid 19 ini. Sumber informasi utama tentu saja dari siaran televisi. Semua subjek penelitian sepakat bahwa wabah Covid 19 perlu diwaspadai. Kewaspadaan tentang penyebaran virus Covid 19 ini terbentuk dari informasi yang mereka konsumsi di media massa. Namun, Erwin mengatakan hingga saat ini dirinya tidak begitu paham betul dengan pandemi Covid 19 ini, baik dari segi penularannya, pencegahannya, hingga simpang siur informasi yang mengatakan bahwa Covid 19 ini adalah penyakit yang tidak terlalu berbahaya dibandingkan dengan penyakit stroke, kanker, atau demam berdarah. Erwin menuding hal

ini karena informasi di televisi banyak tidak seragam dan ditambah lagi dengan pernyataan pemerintah yang cenderung berubah-ubah.

“Ya bingung juga kadang, dulu awal-awal tahun pemerintah bilang Covid 19 itu tidak berbahaya, ada juga pernah dengar orang Indonesia itu kebal sama Covid 19 karena rajin minum jamu dan makan rempah-rempah. Eh, nyatanya katanya banyak korban sudah meninggal karena Covid 19. Cemanalah bingung jadinya kan kita”

Saleh Matondang (39 tahun) menceritakan pengalaman warga desa Pasar Maga pada awal bulan Ramadhan lalu. Warga sedikit takut ketika ada jiran desa mereka meninggal dunia dikunjungi oleh kerabatnya dari Jakarta. Ketakutan ini muncul karena mereka khawatir jika kerabat mendiang itu membawa virus Covid 19 dari Jakarta yang diberitakan media sebagai *episentrum* wabah Covid 19.

“Pokoknya, semua warga yang melayat tidak ada yang mau bersalaman dan berdekatan dengan kerabat mendiang. Memang sangat janggal bagi adat Mandailing tidak menyambut tamu dengan kehangatan. Tapi bagaimana lagi, kan kata di televisi itu penyebaran Covid 19 itu paling rentan kalau bersentuhan fisik dengan orang lain, apalagi mereka datang dari Jakarta.”

Berikut adalah pernyataan-pernyataan dari subjek penelitian dengan mengelompokkan pernyataan sikap dan perilaku mereka dalam dua distingsi penelitian fenomenologi komunikasi, yakni Textual Description dan Structural Description. Pernyataan ini didapat dari hasil wawancara terstruktur dengan subjek penelitian. Pernyataan-pernyataan yang sama maksudnya walaupun berbeda kalimat dari berbagai subjek akan direduksi menjadi satu pernyataan. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 1. Pernyataan Penting Penunjang *Lopo Kopi Saroha* mengenai wabah Covid 19

1. Covid 19 adalah virus yang berbahaya	10. Pemerintah melarang mudik
2. Penularan banyak terjadi karena kontak fisik	11. Sedih tidak bisa bersilaturahmi dengan sanak di perantauan
3. <i>Harus menjaga jarak pada pendatang dari daerah lain tapi kalau satu desa tidak masalah</i>	12. <i>Ekonomi desa lesu karena perantau tidak mudik</i>
4. Kata ulama menjaga sholat dan wudhu baik dalam mencegah Covid 19	13. Informasi Covid 19 di siaran televisi sangat berharga bagi kesadaran masyarakat
5. <i>Menjaga jarak dengan perantau yang datang itu bertentangan dengan adat, tapi keadaan memaksa</i>	14. Menjadi tahu bahaya covid 19 dari televisi
6. Jumlah ODP Covid 19 selalu mengalami peningkatan	15. <i>Mangecek di Lopo Kopi untuk berbagi informasi soal Covid 19</i>
7. Respon pemerintah lambat dalam mengatasi wabah	16. <i>Pernah menonton siaran TV yang mengatakan minum kopi bagus untuk kesehatan dan menangkal Covid 19</i>
8. Pernyataan dan kebijakan Pemerintah cenderung berubah-ubah dalam menyikapi pandemi	17. <i>Kami selalu menjaga kebugaran dengan pergi ke ladang</i>
9. <i>Berpegang pada petuah Ulama dan orang dituakan bahwa menjaga ibadah bisa mencegah kena Covid, karena kebersihan bagian dari iman</i>	

Keterangan: Item-item pernyataan yang dicetak miring merupakan deskripsi struktural, sedangkan yang dicetak normal adalah deskripsi tekstural.

5. Kesimpulan

Dari hasil pengamatan dan wawancara kepada subjek penelitian didapatkan reduksi makna tentang wabah Covid 19, utamanya oleh subjek penelitian yang dalam kesehariannya mengunjungi *Lopo Kopi Saroha* untuk *mangecek*. Diskursus Covid 19 juga menjadi agenda pembicaraan mereka walau secara geografis Kelurahan Pasar Maga sangat jauh dari sumber wabah itu sendiri.

Menonton siaran berita di televisi sebagai bagian dari aktivitas *mangecek* di *Lopo kopi*. Sebagaimana asumsi teori *Agenda Setting* yang menyatakan bahwa agenda media akan mempengaruhi agenda masyarakat awam terbukti disini. Diskursus wabah Covid 19 menjadi bagian dari pembicaraan di antara pengunjung *Lopo Kopi Saroha*. Beragam siaran terutama mengenai wabah Covid 19 menjadi referensi utama pengunjung kopi dalam memaknai pandemi ini.

Pemaknaan yang terbangun adalah menyadari bahwa Covid 19 adalah virus yang berbahaya karena dapat merenggut nyawa manusia. Kewaspadaan mereka menjadi meningkat, karena dalam siaran televisi yang ditonton menyatakan bahwa penularan Covid 19 banyak disebabkan oleh kontak fisik antara penderita dengan orang sehat. Kewaspadaan ini menjadikan mereka menjadi mawas terhadap orang asing yang bukan berasal dari desa mereka sendiri. Walaupun secara adat, suku Mandailing dikenal sangat hangat dalam menyambut dan memperlakukan orang lain atau pendatang.

Pelarangan mudik oleh pemerintah cukup memberikan dampak signifikan pada masyarakat. Subjek penelitian menyatakan banyak sanak saudara mereka yang merantau di Jawa tidak bisa pulang pada hari raya Idul Fitri 2020 ini. Pelarangan mudik ini tidak hanya menunda silaturahmi mereka namun juga berdampak negatif pada denyut perekonomian masyarakat. Dampak ekonomi tersebut misalnya rumah makan khas Mandailing yang biasanya di hari raya ramai dikunjungi perantau untuk mengobati rindu kuliner tanah kelahirannya terpaksa bersabar dengan keadaan.

Pernyataan dan kebijakan Pemerintah yang cenderung berubah-ubah dalam menyikapi pandemi Covid 19 yang tertuang dalam berbagai peraturan, juga menimbulkan kebingungan dalam masyarakat. Kebingungan ini pada gilirannya menimbulkan kecemasan yang tinggi di dalam masyarakat dan berkurangnya kepercayaan kepada Negara dalam pengelolaan pandemi Covid 19 ini.

Daftar Pustaka

- Edgar, A., & Sedgwick, P. (Eds.). (2005). *Key concepts in Cultural Theory*. London; Routledge.
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 13(2), 153-172.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163-180.
- Husserl, E. (2012). *Ideas: General introduction to pure phenomenology*. London; Routledge.
- Nasution, R. H. (2016). *Dampak Lopo Kopi Terhadap Peran Kepala Keluarga (Perspektif Robert King Merton di Desa Mandasip Kecamatan Simangambat Kabupaten Padang Lawas Utara)* (Doctoral dissertation, UNIMED). Diakses pada 15 Juni 2020.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Ridling, Z. (2001). *Philosophy Then and Now. A look back at 26 centuries of thought*. Texas; Independent Publisher.
- Zulkarnain, I., Asmara, S., & Sutatminingsih, R. (2019). Konsep Diri Dari Perspektif Dimensi Internal: Kajian Psikologi Komunikasi Nilai Tutar di Suku Mandailing. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Communique*, 2(1), 1-9.

***Empathic Society* di Tengah Pandemi Covid-19**

Yani Tri Wijayanti, Handini, dan Rahmah Attaymini

Pendahuluan

Coronavirus Disease – 19 atau lebih dikenal dengan nama Covid-19 telah menjadi pandemi global sejak WHO mengumumkan pada tanggal 11 Maret 2020 (Putri, 2020). Virus yang tergolong berbahaya ini menyebar ke berbagai negara, tercatat secara global sampai 15 Juni 2020 ada 216 negara yang terpapar virus ini, 7.761.609 orang telah terjangkit dan 430.241 orang meninggal dunia, tanpa terkecuali di Indonesia (<https://covid19.go.id>). Sejak kasus pertama diumumkan pada tanggal 2 Maret 2020 oleh Presiden Joko Widodo dan Menteri Kesehatan dr. Terawan, dua warga Kota Depok yang menjadi Pasien Covid-19 mulai ditangani, kepanikan dan kekhawatiran di masyarakat mulai terjadi.

Tidak butuh waktu lama, kasus positif Covid-19 di Indonesia sejak diumumkan melonjak tajam, hingga 15 Juni 2020 tercatat 39.294 orang dinyatakan positif, 15.123 orang pasien dinyatakan sembuh dan 2.198 orang meninggal (<https://covid19.go.id>). Kondisi ini tentu saja berdampak pada kekhawatiran masyarakat, sehingga pada 3 Maret 2020 Presiden Joko Widodo menandatangani PP No. 21 Tahun 2020 tentang penerapan sistem Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan tujuan menghambat dan mengisolasi penyebaran virus. Di beberapa daerah dengan status zona merah dan daerah rawan penyebaran virus telah lebih dulu melakukan PSBB atau *lockdown* lokal secara swadaya oleh masyarakat atau pemerintah daerah.

Pemberlakuan PSBB menuntut fasilitas umum, pusat perbelanjaan hingga tempat ibadah ditutup sementara dari aktivitasnya. Tentu saja ini berdampak pada dunia usaha dan aktivitas masyarakat yang harus terbatas untuk berdiam diri di rumah, bekerja dari rumah, belajar di rumah dan menerapkan protokol kesehatan secara ketat. Pada saat masyarakat lebih banyak beraktivitas di rumah, lonjakan penggunaan media digital meningkat, terutama untuk kebutuhan akses informasi,

pekerjaan, media sosial, *fintech* dan akses kebutuhan belajar seperti perpustakaan digital.

Data yang diakses dari www.wantiknas.go.id pada Juni 2020, bahwa penggunaan media digital meningkat selama PSBB diantaranya, kebutuhan infrastruktur jaringan internet meningkat 15 persen dibandingkan *traffic* rata-rata. Peningkatan ini juga terjadi pada *platform* pembayaran digital atau *fintech* (*financial technology*) seperti OVO, transaksi *e-commerce* lebih dari 100% dan untuk pinjaman hampir 50%. *Platform* media sosial Whatsapp dan Instagram mengalami peningkatan 40% dan sejak diberlakukan bekerja dari rumah (*work from home*) penggunaan *platform* Whatsapp meningkat 27% di awal pandemi ke angka 41% pada pertengahan fase untuk berkomunikasi selama bekerja di rumah. Dan penggunaan perpustakaan digital pun meningkat signifikan 9.783 pada periode 8-14 Maret dan meningkat drastis menjadi 40.902 pada 29 Maret-4 April ([Wantiknas](#), 2020).

Pandemi Covid-19 menimbulkan ketakutan dan kepanikan di masyarakat kita, seperti yang diungkapkan oleh Yuswohady (Wulandari, 2020), ketakutan di masyarakat Indonesia yakni takut mati, takut ekonomi, dan takut akan aktualisasi diri. Selain itu, Covid-19 juga mendorong munculnya empat *Mega Shifts Consumer Behavior*. *Mega shift* pertama adalah *Stay At Home Lifestyle*, yang mendorong konsumen berusaha mencari solusi agar aktivitas bisa dikerjakan di rumah, baik *working*, *learning*, maupun *playing*. *Mega shift* kedua adalah *Bottom of the Pyramid*, dimana kebutuhan akan sehat dan selamat menjadi krusial. *Mega shift* ketiga adalah *Go Virtual*, menurut Yuswohady (Wulandari, 2020), “Inovasi digital menjadi kunci agar konsumen bisa tetap *in touch* dengan *brand*. Mulai dari *working*, *learning* hingga *playing*”. Dan *mega shift* keempat adalah *Emphatic Society*, melahirkan masyarakat yang penuh empati, hal ini juga disebabkan budaya gotong royong yang telah tertanam di masyarakat Indonesia. Keempat *mega shift* dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1. The 4 Consumer Megashifts. Sumber : Yuswohady, 2020

Pandemi Covid-19 secara terpaksa mengubah perilaku masyarakat. Perubahan perilaku ini tentu saja untuk merespon kondisi lingkungan, peraturan dan kesehatan baik untuk dirinya maupun orang lain. Seperti berdiam diri dirumah selain untuk menjaga diri sendiri juga untuk menjaga keluarga agar tidak tertular virus, hal ini tentu saja diluar kebiasaan masyarakat yang sebelumnya harus keluar rumah untuk bekerja, sekolah dan lainnya. Yuswohady membagi 30 perilaku konsumen saat pandemi dalam 4 *cluster* dengan istilah *The 4 Consumer Megashift in time Covid-10 Crisis* yakni *Stay at Home Lifestyle*, *Back to the Bottom of the Pyramid*, *Go Virtual* dan *Empathic Society* (Yuswohady, 2020). Tulisan ini membahas tentang *mega shift* yang keempat, yaitu *Empathic Society*. Dimana dalam *mega shift* ini munculnya kembali empati, kepedulian, welas asih, solidaritas, gotong royong, dan kesetiakawanan yang selama ini mungkin sudah mulai terkikis keberadaanya di kehidupan bermasyarakat.

Society Behavior in Covid-19: Megashift # 4 Empathic Society

Dari tiga puluh perilaku konsumen tersebut, tiga diantaranya masuk dalam *cluster Empathic Society* yakni (a) *The Rise of Empathy and Solidarity*, kondisi pandemi seperti ini menciptakan solidaritas dan kesetiakawanan sosial. (b) *From Drone Parenting to Positive Parenting*, dengan keadaan berdiam diri dirumah para orang tua dapat secara langsung memantau ataupun memberikan pengawasan secara intensif

terhadap anak-anaknya. Kondisi yang jarang terjadi saat sebelum pandemi karena biasanya para orang tua sibuk dengan pekerjaannya di kantor maupun di luar rumah. (c) *More Suffering, More Religious*, dengan banyaknya kasus positif maupun meninggal dunia akibat virus, masyarakat lebih religius dan memiliki banyak waktu untuk beribadah saat di rumah.

Masa sulit saat pandemi memunculkan banyak gerakan sosial dari berbagai kalangan masyarakat, sasaran utama dari gerakan sosial ini tentu saja adalah mereka yang terdampak langsung maupun tidak langsung. Dampak langsung terhadap ekonomi, pendapatan hingga pekerjaan. Berbagai gerakan sosial ini muncul akibat dari adanya rasa empati dari masyarakat. Tentu saja, gerakan ini bermula dari saling membagikan informasi ataupun membagikan ajakan untuk saling berbagi melalui media sosial misalkan saja seperti Twitter. Sukma Dian Puspita & Gumgum Gumelar dalam Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi yang diterbitkan pada April 2014 memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara empati terhadap perilaku prososial di jejaring sosial twitter. Pengaruh empati menunjukkan pengaruh positif terhadap terjadinya perilaku prososial di jejaring sosial twitter. Artinya seseorang yang memiliki rasa empati tinggi akan membagikan informasi yang berkaitan dengan prososialnya tinggi, begitupun sebaliknya.

Indonesia memang dikenal dengan masyarakatnya yang saling membantu dengan tingkat kepedulian sosialnya yang tinggi. Prof. Dr. H. Achmad Mubarak M.A. Guru Besar UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mengatakan di tengah pandemi COVID-19 ini masyarakat justru semakin meningkat kepedulian sosialnya. Ini sudah terbukti dengan terjadinya fenomena bagi-bagi makanan di jalan (Fauziah, 2020). Charities AID Foundation merilis di tahun 2018 Indonesia menjadi negara paling dermawan, seperti yang ditayangkan oleh Kompas TV pada 10 April 2020 dengan kriteria penilaian kesetiakawanan sosial atau saling membantu, donasi juga menjadi sukarelawan.

The Rise Of Empathy and Solidarity

Pandemi Covid-19 merupakan bencana kemanusiaan bagi masyarakat, yang dirasakan oleh seluruh masyarakat di Indonesia, bahkan di beberapa negara lain di dunia. Korban nyawa manusia setiap

harinya bertambah, tidak hanya masyarakat biasa yang meninggal dunia, banyak tenaga kesehatan yang telah berjuang membantu para pasien di rumah sakit pun menjadi korban. Hal ini tentunya menjadi keprihatinan bersama, sehingga menumbuhkan rasa empati dan solidaritas yang tinggi di masyarakat. Ini menjadi hikmah yang bisa kita ambil di tengah pandemi Covid-19 yang melanda sampai saat ini. Pandemi Covid-19 menumbuhkan empati, solidaritas dan rasa kesetiakawanan sosial di masyarakat. Pandemi Covid-19 menjadikan masyarakat tumbuh rasa empati, saling tolong menolong dan menyayangi satu dengan yang lain. Bahkan Yuswohady (2020), menyampaikan Covid-19 telah menciptakan masyarakat baru yang empatik, penuh cinta, dan welas asih terhadap sesama. Sesuatu yang langka ketika wabah belum mendera. Manusia seakan menjadi berlomba-lomba untuk saling berbagi dengan segala macam cara, salah satunya adalah donasi.

Gerakan masyarakat melakukan kegiatan kemanusiaan di saat pandemi tentunya tak lepas juga peran media massa dan media sosial. Beberapa aksi donasi tersebar melalui media tersebut, sehingga ‘menular’ ke masyarakat lainnya, hingga banyak yang akhirnya tergerak hatinya untuk melakukan hal serupa. Banyak selebriti atau *public figure* melakukan kegiatan amal yaitu melakukan pembukaan donasi dan menyalurkannya kepada masyarakat terdampak Covid-19 maupun tenaga kesehatan, seperti yang dilakukan oleh Raffi Ahmad, Maia Estianty, Didiet Maulana, Afgansyah Reza, Arief Muhammad, Atta Halilintar, Enzy Storia, Didi Kempot dan sebagainya. Dana yang terkumpul pun cukup banyak sampai di angka miliaran rupiah.

Salah satu yang paling mengejutkan masyarakat adalah Konser Amal dari Rumah Didi Kempot yang bertajuk Sobat Ambyar Peduli, yang mampu mengumpulkan dana dari donasi masyarakat sebesar 7,6 miliar selama konser berlangsung, dan donasi yang telah terkumpul disalurkan ke sejumlah lembaga sosial dan komunitas relawan.



Gambar 2. Konser Amal Didi Kempot di Kompas TV. Sumber : Nugroho (2020)

Didi Kempot sendiri sempat tak mengira Konser Amal dari Rumah ini akan mendapatkan antusiasme tinggi dari para Sobat Ambyar. “*Alhamdulillah* dari hasil Konser Amal kemarin tidak terduga ternyata melebihi apa yang saya bayangkan” (Riandi,2020). Dalam konser amal yang disiarkan secara langsung oleh KompasTV tersebut, Jokowi sempat bergabung melalui sambungan telepon. Jokowi mengatakan sangat mengapresiasi inisiatif Didi Kempot untuk menggelar konser amal dari rumah (Nugroho,2020). Hal ini menunjukkan bahwa solidaritas yang cukup tinggi masyarakat khususnya di sini para penggemar Didi Kempot, yang biasa disebut dengan Sobat Ambyar untuk memberikan donasi kepada masyarakat terdampak Covid-19 berupa sembako melalui lembaga sosial yang ada.

Berbeda dengan cara yang dilakukan oleh *public figure* lainnya, seperti Didiet Maulana. Didiet dikenal sebagai perancang busana yang terkenal di Indonesia. Dengan label Ikat Indonesia, karyanya banyak terinspirasi dari budaya Indonesia, dengan menggunakan kain-kain nusantara Indonesia. Ketika Indonesia mengalami pandemi Covid-19, karena rasa empati dan keprihatinannya, Didiet Maulana juga mengajak para *followers* Instagramnya untuk melakukan donasi. Program donasi ini dia namakan Donasi Tali Kasih, dimana mengajak *followers*-nya untuk berdonasi kepada rumah sakit dan tenaga medis sebagai garda terdepan dalam pandemi ini. Ajakan Didiet Maulana ini ternyata

cukup luar biasa responnya, bahkan dari sekian donatur yang sudah menyumbangkan uangnya, ada yang menarik yaitu donasi dari *driver* ojek *online* yang ikut menyumbangkan uangnya.



Gambar 3. Donasi Driver Ojek Online. Sumber : Instagram Didiet Maulana

Postingan instagram di atas menunjukkan bahwa di saat pandemi seperti ini, masyarakat serta merta tergerak hatinya untuk ikut membantu sesama, ikut berdonasi walaupun di satu sisi dia sendiri kurang mampu secara ekonomi. Hal ini menunjukkan fenomena baru, bahwa untuk menyumbang, untuk berdonasi kita tidak perlu harus ‘kaya’. Tetapi yang penting adalah niat kita dan rasa empati yang kita miliki untuk saling membantu sesama.

Dengan fenomena ini kita lihat dampak postingan di media sosial kepada masyarakat cukup luar biasa seperti yang dikatakan oleh Nasrullah (2015), dalam media sosial terdapat karakter penyebaran yaitu : 1) upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas (media) sosial lainnya; 2) menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarkan; dan 3) konten yang disebarkan merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lengkap (*crowdsourcing*). Melalui media sosial pesan dapat dengan mudah tersebar, apalagi ada tombol ‘*share*’ di laman tersebut, sehingga memungkinkan siapa pun untuk membagikan informasi yang ada di media sosial.

Fenomena selebriti atau *public figure* mengadakan donasi dalam rangka membantu masyarakat terdampak pandemi ataupun tenaga kesehatan ini, tentunya tidak lepas juga dengan peran media sosial. Karena kita dapat membagikan informasi ini dengan cepat, baik itu konten dari media sosial kita sendiri maupun orang lain atau sumber lainnya. Terdapat kesadaran dari masyarakat bahwa konten yang tersebar adalah patut dan layak untuk diketahui oleh khalayak luas, dengan harapan menjadi edukasi dan perbincangan sosial di masyarakat. Konsekuensi dari penyebaran konten di media sosial ini tidak hanya di dunia maya tapi juga di dunia nyata, seperti mengajak donasi disebarkan informasinya di dunia maya, tapi aksi ini akhirnya dibuktikan di dunia nyata dengan memberikan bantuan sembako, bantuan Alat Pelindung Diri (APD) untuk tenaga kesehatan, bantuan masker untuk masyarakat kurang mampu, dan sebagainya.

Gerakan sosial membantu masyarakat di tengah pandemi tidak hanya dilakukan di kalangan selebriti, tetapi masyarakat di daerah pun juga banyak yang melakukan kegiatan sosial seperti membagikan sembako kepada tetangga yang terdampak pandemi secara ekonomi, mengingat ketika pandemi ini melanda, ada beberapa kelompok masyarakat yang mesti kehilangan pekerjaannya, padahal hidup harus terus berjalan. Hal inilah yang menimbulkan empati untuk saling berbagi. Salah satu yang dilakukan warga Bantul, Yogyakarta adalah membagikan bahan pangan untuk keseharian yaitu meliputi beras, sayur, lauk pauk dengan cara yang unik. Menaruh bahan pokok tersebut itu di pinggir jalan, yang mudah diakses oleh masyarakat luas. Ide ini muncul dari Keluarga Sankar Adityas, dia bersama istrinya ingin membantu warga di sekitar tempat tinggalnya, karena perumahan tempat tinggalnya berdekatan dengan desa yang warganya perekonomiannya stratanya tidak sama. Awalnya semua dari dana pribadi keluarga, tetapi lambat laun banyak ikut berdonasi seperti warga lain, teman dari luar Yogyakarta, bahkan ada donasi teman yang dari luar negeri. Sankar menamakan gerakan ini “Sedekah Berkah Gratis”, kegiatan ini sudah dilakukan sebelum bulan Ramadhan yang lalu, dan dia cukup aktif membagikan informasi ini melalui media sosial Facebook dan Instagram miliknya.



Gambar 4. Gerakan Sosial “Sedekah Berkah Gratis”. Sumber : Facebook Sank Aditya

Menurut Sank, warga sekitar cukup terbantu dengan adanya gerakan sosial ini, bahkan mampu membantu warga di dua RT di lingkungan tempat tinggalnya. Yang menarik adalah syarat warga yang boleh mengambil kebutuhan pangan tersebut adalah harus mengikuti protokol kesehatan seperti anjuran pemerintah, tidak berkerumun, wajib memakai masker, cuci tangan, dan supaya bisa berbagi dengan warga yang lain, maka ada tambahan aturan yaitu hanya boleh mengambil maksimal dua barang saja. Persyaratan ini ditetapkan oleh Sankar, dengan tujuan memberikan edukasi kepada masyarakat untuk menjaga kesehatan dan mematuhi protokol yang ada.

From Drone Parenting To Positive Parenting

Kemunculan wabah pandemi Covid-19 mengancam sekitar 577 juta pelajar di dunia dengan total ada 39 negara yang menerapkan penutupan sekolah. Kebijakan menutup sekolah terpaksa diambil untuk mencegah penyebaran wabah virus Corona. Pandemi Corona yang juga menjamah Indonesia, menimbulkan kecemasan dan kekhawatiran yang mendalam. Pandemi ini berpeluang mengancam kualitas Pendidikan yang ada di Indonesia. Tentunya Ini jelas akan mengakibatkan dampak

jangka panjang yang dapat mempengaruhi masa depan pendidikan di Indonesia. Langkah penutup sekolah mau tidak mau harus dilakukan untuk menyelamatkan sektor pendidikan.

Covid-19 bahkan mengubah pola pengasuhan anak (*Parenting Style*). Setiap keluarga pasti memiliki pola asuh yang berbeda-beda. Setiap zaman pola asuh pada anak tersebut akan selalu mengikuti perkembangan yang ada. Di zaman yang serba modern didukung adanya perkembangan teknologi digital (komunikasi dan informasi) pola asuh pada anak oleh orang tua pun ikut mengalami beragam implikasi. Mungkin waktu kita kecil kita sudah pernah mendengar bahkan merasakan pola asuh orang tua kepada anak yang sedikit permisif, otoriter dan otokratis. Seiring berjalannya waktu di luar dari contoh-contoh pola pengasuhan pada anak tadi berkembang pula sekarang pola asuh yang menurut para ahli biasa disebut dengan *Drone Parenting*.

Saat mendengar *Drone Parenting* yang langsung terpikirkan dalam benak kita adalah sebuah pesawat kecil tanpa awak yang berbentuk mirip helikopter. Pesawat kecil tanpa awak ini dapat bebas bergerak sendiri di angkasa, namun tetap dikontrol oleh pengemudi dari jarak jauh dengan menggunakan sebuah remote kontrol. Seperti itulah pengibaran pola asuh orang tua pada anak di zaman milenial ini, ibarat sebuah pesawat kecil tanpa awak yang dapat bergerak bebas anak sekarang dibiarkan untuk bebas untuk mengeksplorasi hal-hal baru apa yang mungkin ada di dirinya, kebebasan untuk memilih kegiatan apa saja yang disukai anak namun orang tua tetap mengambil peran untuk mengawasi dan mengontrol anak saat beraktivitas dari jarak jauh.

Menurut seorang psikolog yang bernama Vera Itabiliana, M.Psi di Lembaga Psikologi Terapan Universitas Indonesia. Kelebihan *Drone Parenting* Anak menjadi lebih ekspresif karena tidak dikontrol orang tua secara ketat, anak jadi berani mengutarakan perasaan dan pendapatnya. Anak pun jadi mudah diajak diskusi bersama orang tua. Hal ini membuat anak punya pikiran yang terbuka dan lebih cerdas, karena pendapatnya tidak dibatasi oleh larangan orang tua. Ia juga mampu memahami serta memberikan feedback atas sebuah permasalahan. Anak kini menjadi melek teknologi kalau orang tuanya termasuk golongan milenial yang bersahabat dengan teknologi, tentunya anak juga akan melek teknologi. Orang tua juga biasanya membiarkan anak mengeksplor berbagai game juga video di *gadget*-nya. Apalagi saat ini

sudah banyak game edukatif yang dibuat khusus untuk anak-anak. (Jatnika, 2018).

Ketika pemerintah Republik Indonesia mulai memberlakukan *Work From Home (WFH)* bagi para pekerja dan *School From Home (SFH)* bagi para pelajar, hal ini sebagai bentuk tindakan preventif pencegahan penyebaran Covid-19 di masyarakat kita, tentu saja hal ini memungkinkan orang tua banyak berkumpul dengan anak sepanjang hari, maka salah satu pola pengasuhan yang efektif yang disarankan adalah “*Positive Parenting*” dimana orang tua secara proaktif menjelaskan perilaku yang baik dan mengajak anak untuk sama-sama memahami situasi sulit yang terjadi ini. Hal ini tentu berbeda dengan “*Drone Parenting*” ala milenial yang membebaskan anak untuk mengeksplorasi banyak hal sementara orang tua memantau dari jauh.

Pola asuh *Positif Parenting* atau pengasuhan positif adalah pola asuh yang dilakukan secara suportif, konstruktif, dan menyenangkan. Suportif artinya memberi perlakuan yang mendukung perkembangan anak, konstruktif artinya bersikap positif dengan menghindari kekerasan atau hukuman, serta dilakukan dengan cara yang menyenangkan. Salah satu strategi dalam membangun pola pengasuhan positif dalam keluarga adalah model *mindful parenting* ini dirumuskan ke dalam gambaran lima dimensi antara lain: (1) mendengarkan dengan penuh perhatian dan berbicara dengan empati, (2) pemahaman dan penerimaan untuk tidak menghakimi, (3) pengaturan emosi atau sabar, (4) pola pengaturan diri yang bijaksana atau tidak berlebihan, dan (5) welas asih (Kiong, 2015; Duncan et al., 2009).



Gambar 5. Anak dan Ibu sedang Belajar di Rumah.

Sumber : Foto Wihdan Hidayat/Republika

Berdasarkan hasil wawancara dengan orang tua bahwa saat proses pengasuhan positif parenting selama pandemic Covid-19 di rumah, hal itu menjadi suatu tantangan tersendiri karena dengan keadaan orang tua yang juga harus WFH dimana segala pekerjaan yang biasa dikerjakan di kantor semua berpindah atau dikerjakan di rumah harus juga ikut serta mengurus dan mendampingi anak yang biasa pergi ke sekolah dan *daycare* kini juga harus melakukan *School From Home* (SFH), hal ini jelas menuntut pengaturan waktu (manajemen waktu) yang baik agar bisa bersama-sama mendampingi atau mengasuh anak-anak.

“Tentu pola positif parenting harus saya terapkan saya harus memberikan contoh dan bersikap yang positif serta membuat segala aktivitas anak selama di rumah menjadi menyenangkan. Ada tantangan luar biasa pula bagi saya dan suami karena kami sama-sama pekerja, sebelumnya anak-anak saya yang pertama itu sekolah TK besar dan yang kecil masuk *daycare* selama pandemic corona ini saya dan suami menjalani WFH dan anak-anak SFH. Kami harus bergantian menyelesaikan pekerjaan kantor dan kemudian lanjut untuk mengurus anak-anak dalam proses SFHnya, emosi yang kadang naik-turun tetap harus dikontrol tapi saya senang saya bisa memantau dan mendampingi anak saya secara langsung 24 jam, tapi ya itu kuncinya adalah tetap harus pandai-pandai membagi waktu dengan pekerjaan kantor dan mengasuh anak” (RMH, PNS 36 tahun anak 2).

Dengan adanya keterampilan mengelola emosi atau secara umum biasa disebut sabar, orang tua (bapak dan ibu) harus dapat lebih sabar menghadapi apapun perilaku anak. Orang tua akan membiasakan diri dengan bertutur kata lemah lembut, membiasakan diri bertukar cerita dan lama kelamaan dapat mendorong anaknya untuk bersikap baik. Ketika orang tua bisa menjadi lebih sabar, maka perilaku anak akan menjadi lebih tenang dan meniru kesabaran orang tua. Model *Mindfull Parenting* ala Kiong menekankan akan kesadaran dalam mengasuh anak, termasuk sadar dalam membatasi luapan-luapan emosi terutama emosi negatif agar tidak keluar di depan anak.

Saat pemberlakuan SFH bagi anak orang tua akan membutuhkan medium untuk menjalankan proses belajar-mengajar anak, tentunya di dukung oleh perangkat komputer atau laptop yang memadai dan koneksi internet yang stabil agar proses SFH anak dapat berjalan lancar. Sisi positif dari adanya WFH dan SFH dalam pola pengasuhan positif

adalah orang tua mulai kembali belajar mengelola dan menggunakan ICT dengan baik dan benar, yang awalnya orang tua kurang paham dengan aplikasi *video conference* mau tidak mau orang tua harus juga mempelajari aplikasi *video conference* karena hal ini dibutuhkan untuk mengikuti perkembangan dan informasi apa yang dibutuhkan untuk proses SFH anak misal melalui aplikasi Zoom (*Video Conference*) atau WhatsApp Group kelas anak.

“Kalau anak yang besar si kakak ada group kelas begitu juga adek, misal tugas si kakak mencuci piring saya sebagai orang tua harus ikut mencontohkan cara nyuci piringnya kemudian harus memvideokan tugas kakak dan mengirimkannya di grup kelas begitu juga bayi ada video-video yang harus saya tirukan kemudian divideokan untuk merangsang stimulus pada bayi, saya sangat terbantu dengan adanya media ini WA Group dan kadang-kadang juga pakai Zoom saya dituntut menjadi ibu yang harus serba bisa, bisa bekerja, bisa mengasuh anak dan ditambah harus cakap menggunakan teknologi ICT karena di masa pandemi ini segala hal dan informasi yang bersangkutan dengan SFH anak menggunakan aplikasi dan media online” (TY, PNS 36 tahun anak 2).



Gambar 6. Sistem Belajar di Rumah Menjadi Pengalaman Baru bagi Orangtua.
Sumber: Foto Sutterstock/Medcom.id

Di era digital saat ini, belajar tanpa harus bertatap muka dengan tenaga pengajar sudah bukan menjadi problem, kita sebagai orang tua harus bisa memanfaatkan momen ini untuk mengasuh anak dengan pola pengasuhan positif melalui penerapan komunikasi-komunikasi

yang efektif dan media-media pembelajaran *online* atau *e-learning* pendukung lainnya. Orang tua harus memberikan pengertian dan pemahaman pada anak bahwa saat terjadi wabah pandemi Covid-19 kita harus tetap semangat, jangan pernah takut tapi harus tetap selalu menjaga kebersihan dan kesehatan serta tetap belajar dengan baik dan menyenangkan walaupun hanya dari rumah. Pola asuh positif parenting sangat tepat bagi orang tua masa kini untuk diterapkan pada anak yang merupakan bagian dari generasi milenial selama melakukan *Work From Home (WFH)* dan *School From Home (SFH)*.

More Suffering, More Religious

Periode awal penyebaran Covid-19 (Maret-April) kasus positif ataupun meninggal dunia akibat virus terus meningkat. Hal ini membuat kepanikan yang menjadikan masyarakat lebih religius dan memiliki banyak waktu untuk beribadah saat dirumah terlebih memasuki Bulan Ramadhan 1441 Hijriyah bagi umat muslim membuat suasana berpuasa semakin meningkatkan ibadah selain untuk menunaikan kewajiban juga sebagai sarana untuk meminta perlindungan kepada Tuhan. Sebagian masyarakat mempercayai pandemi akan berakhir setelah Ramadhan, seperti Pusat Pemodelan Matematika dan Simulasi (P2MS) Institut Teknologi Bandung (ITB) memprediksi epidemi virus di Indonesia akan berakhir pada akhir Mei hingga awal Juni 2020 (Jnp, 2020), yang bertepatan setelah Lebaran Idul Fitri.

Sebagai masyarakat yang religius, tentu banyak pengalaman beribadah dengan cara baru yang terjadi saat pandemi. Mungkin tidak terbayangkan sebelumnya oleh para kepala keluarga akan menjadi imam salat ataupun *khotib* pada saat Idul Fitri tiba yang dilaksanakan di rumah masing-masing atas dasar himbauan pemerintah dan fatwa yang dikeluarkan oleh MUI 28 Tahun 2020 Tentang Panduan Kaifiat Takbir dan Salat Idul Fitri saat Pandemi. Tidak ada lagi Salat Idul Fitri yang dilaksanakan secara berjamaah oleh kepala negara di Masjid Istiqlal, Presiden Joko Widodo menggelar Salat Idul Fitri (24/5/2020) di halaman Istana Bogor yang hanya diikuti oleh keluarga, beberapa pejabat dan Paspampres.



Gambar 7. Presiden Joko Widodo saat Salat Idul fitri.
 Sumber: Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden/Detik.com

Hal serupa juga dialami oleh keluarga Dito Lapendoz di Surakarta yang beragama Katolik, yang harus melaksanakan ibadah di rumah. Melaksanakan Misa di rumah dan tidak bisa bertemu dengan umat lain. Terasa ada yang hilang yakni tidak bisa menerima Komuni seperti biasanya dan pada saat Pekan Suci.



Gambar 6. Pekan Suci Minggu Palma.
 Sumber: Dokumentasi Pribadi Keluarga Dito Lapendoz

Pengalaman ini tentu merupakan hal yang baru, seperti mempersiapkan meja altar, lilin, salib, patung Tuhan Yesus dan Bunda Maria secara mandiri di rumah yang biasanya sudah disediakan di gereja. Dan untuk memfasilitasi pelayanan peribadatan kepada umat, pihak Gereja Paroki membuat video *streaming* yang dapat di tonton dan diikuti oleh para umat saat beribadat di rumah.



Gambar 7. Ibadat Jumat Agung.
Sumber: Dokumentasi Pribadi Keluarga Dito Lapendoz

Terdapat kerinduan yang mendalam bagi umat beragama, yang biasanya salat lima waktu ataupun Salat Jumat berjamaah di masjid, mengunjungi pura dan beribadat bersama di gereja, saat pandemi hal tersebut tidak bisa dilakukan. Namun untuk mengisi waktu selama *pray at home* masyarakat dapat memanfaatkan media komunikasi melalui saluran Youtube, televisi, media sosial dan media lainnya bersama-sama anggota keluarga untuk mengikuti kegiatan rohani, pengajian ataupun ceramah secara *virtual*. Selain *moment* untuk mendekatkan diri kepada Tuhan, semakin religius saat pandemi juga untuk memperbaiki diri, mengubah pola hidup dan meningkatkan rasa solidaritas atas dasar perintah agama untuk menuju kehidupan baru yang lebih baik dimasa yang akan datang saat pandemi berakhir.

Dari tiga perilaku konsumen dalam *mega shift* keempat yaitu *Emphatic Society* ini dapat menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang lebih peka terhadap lingkungan sekitar, menjadi lebih welas asih terhadap sesama, kesadaran untuk saling memberi, membantu semakin tinggi. Budaya gotong royong yang merupakan warisan nenek moyang Bangsa Indonesia yang sejak dahulu menjadi bagian dalam kehidupan di masyarakat Indonesia, kembali menguat. Ini menjadikan munculnya masyarakat baru di tengah pandemi. Ketakutan mati, ketakutan ekonomi, dan ketakutan aktualisasi diri dapat ditangani. Dengan tiga perilaku konsumen di atas menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sebagai masyarakat yang memiliki rasa empati (*empathic society*). Maka dibalik pandemi ini, juga membawa hikmah bagi kehidupan manusia.

Daftar Pustaka

- Duncan, L.G., Coatsworth, J.D., & Greenberg, M.T. (2009). A model of mindful parenting: Implications for parent–child relationships and prevention research. *Clin. Child Fam. Psychol*, 12, 255–270.
- Fauziah, Novie. (2020). “Kepedulian Sosial Justru Meningkatkan saat Pandemi COVID-19, Ini Buktinya”. *okezone.com*. 11 Mei. <<https://www.okezone.com/tren/read/2020/05/11/620/2212254/kepedulian-sosial-justru-meningkat-saat-pandemi-covid-19-ini-buktinya>> diakses 16 Juni 2020.
- <https://covid19.go.id> 15 Juni 2020.
- Jatnika, Yanuar. (2018). “Drone Parenting, Pola Asuh Orangtua Milenial”. *sahabatkeluarga.kemdikbud.go.id*. 8 Agustus. <<https://sahabatkeluarga.kemdikbud.go.id/laman/index.php?r=tpost/xview&id=4923>> diakses 26 Juni 2020.
- Jnp. (2020). “ITB Prediksi Akhir Pandemi Corona RI Bergeser Hingga Lebaran”. *cnnindonesia.com*. 27 Maret. <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200326144636-185-487127/itb-prediksi-akhir-pandemi-corona-ri-bergeser-hingga-lebaran>> diakses 26 Juni 2020.
- Puspita, Sukma Dian & Gumgum Gumelar. (2014). Pengaruh Empati Terhadap Perilaku Prosocial Dalam Berbagi Ulang Informasi Atau Retweet Kegiatan Sosial Di Jejaring Sosial Twitter. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 3 (1), 1-7.
- Kiong, M. (2015). *Mindfull Parenting.pdf*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, Elfan Fajar. (2020). “Saat Jokowi Sampaikan Terima Kasih kepada Didi Kempot dan Pesan untuk Sobat Ambyar soal Virus Corona”. *tribunnews.com*. 12 April. <<https://www.tribunnews.com/2020/04/12/saat-jokowi-sampaikan-terima-kasih-kepada-didi-kempot-dan-pesan-untuk-sobat-ambyar-soal-virus-corona>> diakses 27 Juni 2020

- Putri, Gloria Setyvani. (2020). "WHO Resmi Sebut Virus Corona Covid-19 sebagai Pandemi Global", *kompas.com*. 12 Maret. <<https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global?page=all>> diakses 15 Juni 2020.
- Riandi, Ady Prawira. (2020). "Konser Amal dari Rumah, Konser Terakhir Didi Kempot". *kompas.com*. 5 Mei. <<https://www.kompas.com/hype/read/2020/05/05/124340566/konser-amal-dari-rumah-konser-terakhir-didi-kempot?page=all>> diakses 27 Juni 2020
- Sofyan, Iyan. (2018). Minfull Parenting: Strategi Membangun Pengasuhan Positif dalam Keluarga. *Journal Of Early Childhood Care and Education (JECCE)*, 1, 41-47.
- Wantiknas. (2020). "Akses Digital Meningkatkan Selama Pandemi". *wantiknas.go.id*. <<http://www.wantiknas.go.id/id/berita/akses-digital-meningkat-selama-pandemi#>> diakses 15 Juni 2020.
- Wulandari, Dwi. (2020). "Hadapi Empat Mega Shifts Consumer Behavior, Sun Life Hadirkan Sun Connect". *mix.co.id*. 11 Juni. <<https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/marketing-strategy/hadapi-empat-mega-shifts-consumer-behavior-sun-life-hadirkan-sun-connect/>> diakses 28 Juni 2020
- Yuswohady. (2020). "30 Prediksi Perilaku Konsumen di NEW NORMAL". *yuswohady.com*. 23 April. <<https://www.yuswohady.com/2020/04/23/perilaku-konsumen-di-new-normal/>> diakses 16 Juni 2020.

Daftar Pustaka Gambar

- Biro Pers, Media dan Informasi Sekretariat Presiden. (2020). Detik.com 24 Mei. <<https://m.detik.com/new/berita/d-5027379/momen-lebaran-jokowi-salat-id-di-istana-bogor-anies-salat-id-dirumah>> diakses 27 Juni 2020.
- Facebook Sank Aditya. <https://web.facebook.com/public/Sank-Aditya?page=3&_rdc=1&_rdr>. Diakses 19 Juni 2020.
- Instagram Didiet Maulana. <<https://www.instagram.com/didietmaulana/>> diakses 19 Juni 2020.
- Hidayat, Wihdan. (2020). Republika.co.id. 13 Juni. <<https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/parenting/18/06/13/pa7kee328-sedang-hit-begini-cara-terapkan-positive-parenting>> diakses 28 Juni 2020
- Shutterstock. (2020). Medcom.id. 13 April. < <https://m.medcom.id/amp/ybDllvPb-10-suka-duka-belajar-di-rumah-berdasarkan-penuturan-guru-dan-murid>> diakses 28 Juni 2020.

AKSI BERSAMA GERAKAN SOSIAL MENGHADAPI COVID-19 DI INDONESIA

Azwar

Pendahuluan

Pada awal tahun 2020 masyarakat dunia dikejutkan oleh wabah Coronavirus Disease (Covid-19). Pada 17 Mei 2020 berdasarkan data dari World Health Organization (WHO) sudah dikonfirmasi kasus Covid-19 sebanyak 4,534,731 orang di seluruh dunia, 307,537 orang diantaranya meninggal dunia. Sebaran Covid-19 di 10 negara dengan kasus positif corona terbanyak pada adalah: Amerika Serikat: 1.457.649 kasus, 86.912 meninggal, 318.027 sembuh. Spanyol: 274.367 kasus, 27.459 meninggal, 188.967 sembuh Rusia: 262.843 kasus, 2.418 meninggal, 58.226 sembuh Inggris: 233.151 kasus, 33.614 meninggal, sembuh N/A Italia: 223.096 kasus, 31.368 meninggal, 115.288 sembuh Brasil: 203.165 kasus, 13.999 meninggal, 79.479 sembuh Perancis: 178.870 kasus, 27.425 meninggal, 59.605 sembuh Jerman: 174.975 kasus, 7.928 meninggal, 151.700 sembuh Turki: 144.749 kasus, 4.007 meninggal, 104.030 sembuh Iran: 114.533 kasus, 6.854 meninggal, 90.539 sembuh.

Sementara itu di Indonesia sendiri, berdasarkan data yang dirilis oleh Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 pada Jumat sore, 15 Mei 2020, menunjukkan total jumlah kasus positif Covid-19 di Indonesia telah mencapai 16.496 pasien. Jumlah, pasien positif Covid-19 di Indonesia yang berhasil sembuh juga kembali bertambah sehingga totalnya menjadi 3.803 orang. Total pasien sembuh saat ini mencapai 23,1 persen dari total kasus. Sedangkan angka kematian pasien positif Covid-19 di Indonesia telah mencapai 1.076 jiwa. Jumlah pasien yang masih dirawat berjumlah 11.617 pasien positif Covid-19. Belasan ribu kasus aktif tersebut setara dengan 70,4 persen dari total pasien Covid-19 yang terdeteksi di Indonesia.

Covid-19 berhasil menarik perhatian dunia bukan hanya karena angka-angka statistik jumlah korban yang diakibatkannya, akan tetapi juga karena dalam kehidupan sosial Covid-19 telah berhasil mengubah

wajah dunia. Pada negara-negara dengan kasus Covid-19 terbanyak, wabah ini juga telah melumpuhkan sendi-sendi kehidupan ekonomi masyarakatnya. Guncangan ekonomi tersebut juga berakibat pada kehidupan sosial dan politik di negara tersebut, bahkan juga berdampak pada hubungan antar negara.

Di Indonesia sendiri Covid-19 telah memaksa penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa provinsi yang terdampak Covid-19. PSBB tersebut secara drastis mengubah kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Dalam bidang pendidikan, dua bulan terakhir proses belajar mengajar tatap muka dihentikan, diganti dengan pembelajaran daring (*online*). Siap ataupun tidak siap, lembaga pendidikan mulai dari tingkat dasar sampai pendidikan tinggi sudah menerapkan pendidikan berbasis internet. Pengajaran melalui daring, evaluasi atau ujian juga dilakukan secara *online*.

Dalam bidang birokrasi dan dunia usaha, karyawan pemerintah dan swasta sebagian besar berubah tempat kerja menjadi bekerja di rumah atau *Work From Home* (WFH). Bidang kesehatan juga begitu, karena maraknya kasus Covid-19, masyarakat menjadi sadar bahwa jika tidak terlalu penting mereka tidak akan ke rumah sakit. Masyarakat sadar dan berupaya untuk melakukan pengobatan mandiri dengan berkonsultasi kepada dokter secara daring. Hal yang juga mengembirakan adalah dalam 3 bulan belakangan ini tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pencegahan penyakit dengan taat menggunakan masker, rajin mencuci tangan dengan sabun dan lain sebagainya.

Kehidupan benar-benar berubah, tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menerapkan pembelajaran daring, konsultasi kesehatan *online*, bekerja dengan menggunakan fasilitas *online*, mengurangi datang ke kantor dan lain sebagainya. Hal ini adalah sebuah perubahan besar yang diakibatkan oleh bencana. Secara teoritis, bagi ilmuwan sosial tentunya hal ini bukan hal yang mengejutkan. Beberapa referensi telah menuliskan bahwa salah satu perubahan yang terjadi adalah perubahan karena peristiwa besar seperti bencana atau wabah ini.

Aksi bersama yang menjadi bahasan dalam makalah ini sepadan dengan kata *Collaboration* (bersama-sama) dan kata *Action* (Aksi). Aksi bersama adalah gagasan untuk bersama-sama antara pemerintah, individu dalam masyarakat, dan lembaga-lembaga sosial masyarakat untuk bahu membahu menghadapi wabah. Hal ini didorong oleh

massifnya gerakan sosial yang dilakukan oleh masyarakat baik secara individu maupun kelompok dalam menghadapi wabah Covid-19. Upaya ini sejalan dengan usaha pemerintah dari pusat sampai ke daerah yang juga berusaha melawan penyebaran Covid-19 di Indonesia.

Gerakan Sosial

Untuk membahas tentang Covid 19 dan perubahan sosial, maka terlebih dahulu memahami gerakan sosial. Snow dan Tan menjelaskan bahwa gerakan sosial dan fenomena terkait yang sering mereka atur dan sponsori, mulai dari demonstrasi protes damai hingga aksi kekerasan politik, dari pamflet hingga revolusi, dan dari penjagaan massa yang menghafal konstituen yang telah meninggal hingga pertemuan yang ramai yang menuntut pembalasan, adalah aksi kolektif yang membuat kolektivitas yang sedih memberi menyuarakan secara terbuka kepada berbagai keluhan dan menekan otoritas terkait untuk menghadiri klaim dan / atau tuntutan terkait (Snow & Tan, 2015).

Sebagai sebuah aksi terstruktur, gerakan sosial harus memenuhi syarat-syarat yang menurut beberapa ahli merupakan elemen yang harus ada. Elemen tersebut adalah (1) jaringan organisasi, (2) kolektif bersama identitas, (3) memobilisasi orang untuk bergabung, sebagian besar tindakan tidak konvensional (4) untuk mendapatkan tujuan sosial atau politik (Diani dan Eyerman 1992; Duyvendak dan Koopmans 1992; Gangopadhyay, 2017).

Sementara itu Brian D. Loader (2008) mengutip pendapat Donatella della Porta dan Mario Diani yang mengidentifikasi empat dimensi utama untuk gerakan sosial yaitu (1) struktur, (2) identitas, (3) peluang, dan (4) protes. Sehingga dengan merujuk empat dimensi tersebut della Porta dan Diani mendefinisikan gerakan sosial sebagai jaringan informal, berdasarkan kepercayaan dan solidaritas bersama, yang dimobilisir masalah konfliktual, melalui seringnya menggunakan berbagai bentuk protes (Loader, 2008).

Dalam pendapat lain, Selivanova dan Goncharov menyebutkan bahwa gerakan sosial dengan aksi kolektif yang menurut mereka adalah aksi yang dilakukan oleh aktor gerakan sosial dengan menggunakan logika tindakan konvensional yang diorganisir oleh berbagai kelompok gerakan, atau organisasi, organisasi transnasional atau bahkan partai politik dengan anggota yang lebih ketat (Selivanova & Goncharov, 2012).

Pendapat-pendapat ahli di atas menunjukkan pengertian gerakan sosial dan struktur-struktur yang membentuknya. Jika diringkas dalam bahasa sederhana gerakan sosial adalah aksi terstruktur dimana aktor-aktor penggerakannya berjuang untuk mewujudkan situasi tertentu, biasanya merupakan perlawanan atas ketidakadilan atau ketimpangan yang terjadi. Gerakan yang dilakukan mulai dari protes dengan memanfaatkan berbagai medium sampai dengan aksi tertentu yang memaksa pihak-pihak tertentu untuk mewujudkan keadilan dalam berbagai struktur.

Wabah Coronavirus Disease (Covid 19) dan Perubahan Sosial

Satria (2020) memaparkan tentang perubahan yang terjadi karena Covid 19. Pandemi yang dihadapi oleh umat manusia pada tahun 2020 ini memaksa manusia berubah menuju kehidupan yang lebih baik. Ia menyoroti keharusan untuk menginstall ulang tata kehidupan manusia. Pertama, manusia harus menginstall ulang tata kehidupan ekologis. Kedua, install ulang tata hidup sehat. Dalam menghadapi Covid-19, masyarakat semakin sadar dengan hidup sehat. Ketiga, install ulang tata kehidupan sosial dan ekonomi. Hal ini karena solidaritas masyarakat semakin meningkat karena menghadapi bencana. Keempat, install ulang tata kehidupan pembelajar, karena metode pembelajaran saat ini dipaksa menerapkan model pendidikan daring. Kelima, menginstall ulang kehidupan spritual manusia. Saat ini, pandemi menyadarkan manusia bahwa pertolongan dan campur tangan Tuhan begitu nyata.

Satria (2020b) mengemukakan bahwa Covid 19 telah mempercepat terjadinya Revolusi Industri 4.0 di Indonesia dan bahkan dalam kehidupan masyarakat dunia. Pernyataan tersebut diperkuat oleh realitas yang terjadi saat pandemi ini yaitu Covid 19 telah berhasil memaksa dunia pendidikan memberlakukan pembelajaran daring.

Perubahan kehidupan dalam menghadapi Covid 19 ini merupakan realitas yang sudah tidak bisa dihindari karena sebagaimana yang disampaikan pada pembuka makalah ini bahwa pada dasarnya perubahan adalah sebuah keniscayaan. Jika manusia tidak bisa mengharapkan perubahan secara alamiah terjadi, karena begitu lamanya proses perubahan alamiah itu, dan masyarakat juga patah arang untuk berharap pada perubahan yang terencana atau pembangunan, maka perubahan karena peristiwa besar terbukti begitu ampuhnya mengubah kehidupan umat manusia.

Sebenarnya sejak beberapa tahun lalu pemerintah sudah menggaungkan Revolusi Industri 4.0 dalam berbagai bidang; pendidikan, pelayanan kesehatan, dan birokrasi dan lain sebagainya. Berbagai kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilakukan dengan anggaran yang besar, namun dampaknya tidak begitu besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Dalam dunia pendidikan contohnya, guru dan dosen masih enggan memanfaatkan fasilitas pembelajaran daring karena belajar tatap muka begitu susah ditinggalkan. Namun setelah pandemi Covid 19 ini, pembelajaran daring dengan massif dilaksanakan.

Padahal *platform* yang digunakan seperti Zoom, Google Classroom, Google Meet, atau aplikasi lain yang sekarang dipakai untuk pendidikan seperti WhattsApp sebelum pandemi juga sudah tersedia, namun belum dimanfaatkan. Pada tahun 2020 ini, segala bidang kehidupan, tidak hanya pendidikan tetapi juga birokrasi, pelayanan kesehatan, dunia kerja tetap berjalan dengan lebih efektif dan efisien, tentunya dengan segala kekurangannya. Namun secara umum, masyarakat sudah menikmati hidup baru karena pandemi yang dialami hampir seluruh negara di dunia ini.

Sebuah perubahan tentu tidak lepas dari risiko akibat perubahan itu sendiri. Perubahan sosial yang terjadi dengan begitu cepat karena peristiwa besar seperti wabah, bencana alam, atau akibat peperangan ini tentu bukan tanpa risiko. Sebagaimana hukum alam, setiap kejadian yang besar tentu menimbulkan dua sisi positif dan negatif. Secara positif, wabah yang diakibatkan oleh Covid-19 sudah mengubah tata kehidupan umat manusia ke arah yang lebih baik.

Namun tidak bisa dilupakan bahwa setiap perubahan akan menimbulkan risiko yang berbeda-beda terhadap masyarakatnya. Rogers (1985) seorang cendekia ilmu sosial telah memberi gambaran bahwa masyarakat yang dia sebut sebagai adopter dapat dikelompokkan menjadi empat bagian dari cara mereka menerima perubahan. Pertama, *Innovators* yang jumlahnya sekitar 2,5%. Mereka adalah individu yang pertama kali mengadopsi perubahan. Kedua, *Early Adopters* yang jumlahnya 13,5% yang menjadi para perintis dalam penerimaan perubahan. Ketiga, *Early Majority* (Pengikut Dini) yang jumlahnya 34% mereka adalah para pengikut awal perubahan. Keempat, *Late Majority* (Pengikut Akhir) jumlahnya 34% mereka adalah para pengikut akhir dalam perubahan. Kelima, *Laggards* (Kelompok Kolot/Tradisional)

jumlahnya 16% mereka adalah kaum kolot/tradisional yang tidak mau menerima perubahan.

Berdasarkan pendapat Rogers (1985) tersebut, ada sebagian masyarakat yang tidak bisa menerima perubahan. Hak-hak kelompok masyarakat tradisional ini tentu tidak bisa diabaikan. Sebagai warga negara mereka tentu juga harus dilayani. Kelompok-kelompok yang anti perubahan ini adalah masyarakat yang paling besar menerima risiko perubahan. Contoh sederhana ketika pelayanan saat ini banyak dilakukan dengan daring, orang-orang yang masih tidak tersentuh teknologi tentu akan menghadapi hambatan dalam kehidupan mereka.

Hal yang perlu diingat adalah Indonesia sebagai negara besar yang pembangunannya sangat tidak merata terlalu rentan menghadapi perubahan yang begitu cepat ini. Di tengah Revolusi Industri 4.0 yang sedang digemakan kita harus sadar bahwa infrastruktur teknologi di Indonesia belum merata. Di Jabodetabek dan Pulau Jawa pada umumnya tentunya 5 point bidang hidup yang harus berubah itu segera harus diinstall ulang tentu bisa dilaksanakan. Di Jabodetabek khususnya dan Pulau Jawa pada umumnya infrastruktur digital sudah mulai merata. Internet sudah menyentuh pelosok desa di Pulau Jawa.

Bagaimana dengan masyarakat di luar Pulau Jawa seperti di Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan di Indonesia Bagian Timur? Masyarakat di luar Pulau Jawa tersebut belum siap untuk mengikuti tatanan hidup baru (*new normal*) yang ditawarkan pemerintah. Bukan masyarakatnya yang tidak mau menerima perubahan atau disebut oleh Rogers sebagai masyarakat tradisional, akan tetapi karena infrastruktur yang belum mendukung untuk mengikuti Industri 4.0 tersebut.

Momentum perubahan yang diakibatkan bencana ini bisa bermanfaat untuk mengubah tata kehidupan masyarakat seperti menerapkan pola hidup bersih, sehat, dan sadar kesehatan. Namun untuk masuk pada kehidupan Industri 4.0 seutuhnya, Indonesia belum siap, bukan karena masyarakatnya yang tidak mau berubah, akan tetapi negara belum mampu menyediakan infrastruktur pendukung secara merata.

Kolaborasi Pemerintah dan Gerakan Sosial Menghadapi Bencana

Melalui makalah ini dapat dilihat bahwa Covid-19 ini telah melahirkan Aksi Bersama yang berakar dari kata *Collaboration* (kerjasama/kolaborasi) dan *Action* (kegiatan) sebagai gerakan bersama

antara pemerintah dan masyarakat dalam hal ini dalam bentuk Gerakan Sosial untuk menyelesaikan bencana yang dihadapi yaitu Covid-19. Program komunikasi dalam hal ini tidak lagi sebatas hal teknis atau pendukung program pembangunan, akan tetapi komunikasi itu sendiri menjadi bagian dari pembangunan, karena komunikasi mengambil peran partisipatif dalam kasus Covid-19 ini.

Tujuan akhir dari program komunikasi partisipatif ini adalah terserapnya budaya hidup, budaya kerja yang baik selama Covid-19 ini menjadi budaya masyarakat Indonesia dimasa yang akan datang. Budaya yang dimaksud seperti memelihara kebersihan dengan menumbuhkan budaya mencuci tangan, budaya kerja yang memanfaatkan teknologi digital seperti rapat virtual dan lain sebagainya. Hal terpenting lainnya adalah meningkatnya partisipasi Gerakan Sosial dalam menghadapi masalah yang dihadapi masyarakat.

Contoh Aksi Bersama yang dilakukan dalam menghadapi Covid-19 ini adalah masyarakat mengumpulkan donasi untuk penanggulangan Covid-19 melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) data pada bulan April 2020, sudah berhasil mengumpulkan dana sebesar Rp. 194 Milyar. Selain itu berbagai organisasi sosial di Indonesia juga memberikan sumbangan untuk penanganan Covid-19 seperti Muhammadiyah melalui lembaga-lembaga pendidikan dan kesehatannya telah menyumbang sebesar Rp.130 Milyar dan mengerahkan relawan sebanyak 60.000 orang pada bulan Mei 2020. Kamar Dagang dan Industri (KADIN) melalui program Pengusaha Peduli NKRI telah memberikan sumbangan sebesar Rp. 500 Milyar. Data di atas hanya contoh-contoh gerakan bersama atau partisipasi LSM/Komunitas dengan pemerintah di Indonesia untuk mengatasi bencana karena virus Corona ini.

Jika dilihat elemen-elemen gerakan sosial yang terdiri dari (1) jaringan organisasi, (2) kolektif bersama identitas, (3) memobilisasi orang untuk bergabung, sebagian besar tindakan tidak konvensional (4) untuk mendapatkan tujuan sosial atau politik. Maka gerakan bersama untuk menangani Covid -19 sudah memenuhi syarat sebagai gerakan sosial. Pertama gerakan bersama ini sudah menghubungkan berbagai elemen jaringan masyarakat. Kedua gerakan melawan Covid-19 ini merupakan gerakan kolektif masyarakat Indonesia dari berbagai lapisan. Ketiga gerakan ini memobilisasi massa dengan aksi nyata seperti penggalangan dana, aksi bersama membersihkan fasilitas umum

seperti masjid, gereja, pasar, dan lain sebagainya. Keempat gerakan ini merupakan gerakan sosial, walaupun bukan gerakan politik, tapi gerakan ini bertujuan untuk kepentingan bersama.

Secara umum perubahan dapat dibagi menjadi perubahan yang alamiah, perubahan karena peristiwa-peristiwa besar, dan perubahan yang direncanakan. Perubahan alamiah terjadi begitu saja sebagaimana lazimnya hukum alam. Perubahan alamiah terjadi secara perlahan sehingga membutuhkan waktu yang lama. Perubahan karena peristiwa-peristiwa yang besar biasanya terjadi karena terpaksa. Contohnya bencana alam membuat berubahnya bangunan-bangunan sebagai simbol kehidupan masyarakat. Sementara itu perubahan yang direncanakan biasanya inilah yang dikelompokkan sebagai pembangunan.

Jika dilihat fenomena saat ini dimana terjadinya peristiwa besar dalam kehidupan umat manusia yaitu Covid-19, memaksa perubahan sosial. Perubahan sosial yang disebabkan oleh Covid-19 ini dapat dikelompokkan sebagai perubahan karena peristiwa besar. Perubahan yang terjadi bisa terhadap cara berkomunikasi, perubahan budaya kerja, dan perubahan struktur sosial. Menghadapi perubahan yang besar tersebut, perlu sebuah program komunikasi untuk perubahan sosial kearah yang lebih baik.

Covid-19 ini telah mengajarkan kepada manusia secara umum, manusia di Indonesia pada khususnya bahwa persoalan besar yang menyangkut hajat hidup orang banyak tidak bisa diselesaikan oleh pemerintah saja, sebagai institusi yang diamanatkan Undang-Undang untuk menyelenggarakan negara. Covid-19 ini mengajarkan kepada kita bangsa Indonesia bahwa persoalan besar yang melanda umat manusia, termasuk bangsa Indonesia ini tidak bisa diatasi oleh pemerintah saja.

Banyaknya korban terdampak Covid -19 ini dalam waktu yang cepat membuat berbagai elemen masyarakat (selain pemerintah) turut serta untuk mengatasinya. Banyak aksi komunitas yang berpartisipasi melakukan kampanye untuk aksi #dirumahsaja contohnya. Banyak komunitas melakukan penggalangan dana untuk membantu korban Covid -19 ini. Selain itu juga banyak aksi masyarakat untuk menyediakan perlengkapan medis yang tidak mampu dilakukan oleh pemerintah.

Fenomena di atas penulis sebut dengan “Collaboraction”, yaitu aksi-aksi berkolaborasi yang dilakukan antara rakyat dan pemerintah untuk menanggulangi wabah. Gerakan bersama ini memiliki tujuan yang sama

untuk mengakhiri pandemi yang disebabkan oleh Covid-19 ini. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan Talcott Parsons dalam Teori Fungsionalisme Struktural yang digagasnya.

Kolaborasi antara pemerintah dan gerakan sosial (masyarakat) dalam menghadapi bencana ini dapat menjadi momentum untuk mewujudkan perubahan sosial menuju tatanan kehidupan yang lebih baik. Dalam konteks Komunikasi Pembangunan, konsep “Collaboraction” ini sudah masuk pada tataran tertinggi komunikasi. Dimana komunikasi itu sendiri yang menjadi bagian untuk mewujudkan perubahan sosial.

Merujuk pada pendapat Rogers (1985) yang menjelaskan beberapa pendekatan Komunikasi Pembangunan *pertama Technical Communication* yaitu komunikasi merupakan hal-hal teknis dalam pembangunan. Contohnya pemanfaatan Audiovisual untuk penyuluhan, teknis pembuatan laporan dengan tulisan yang menarik, agar tulisan ini samai kepada masyarakat. Misalnya apa warna yang disukai oleh petani, apa tulisan yang disukai petani, yang dilakukan oleh orang lain, tapi orang komunikasi hanya mengurus aspek teknis. Hal ini bukan tidak penting dalam komunikasi tapi penting sebatas hal-hal teknis.

Kedua Development Support Communication yaitu komunikasi bertugas mendukung program pembangunan. Contohnya dalam masalah Covid 19, tugas komunikasi adalah supaya masyarakat mengerti wabah Covid-19 itu apa, bagaimana mengenali ciri-ciri Covid-19, bagaimana mengatasinya dan lain sebagainya. Intinya bagaimana komunikasi sebagai pendukung pembangunan itu sendiri.

Ketiga Information, Education dan Communication atau Komunikasi Informasi dan Pendidikan Masyarakat. Pada bagian ini, komunikasi bukan sekadar mendukung Pembangunan, tapi komunikasi mengambil peran menyediakan informasi, mendidik dan menyampaikannya. Contohnya bagaimana melakukan kampanye dan lain sebagainya.

Keempat komunikasi berperan sebagai *Social Marketing and Social Mobilization*. Hal ini banyak digunakan oleh periklanan dan kampanye politik. Bagaimana menawarkan produk pada masyarakat dan bagaimana memobilisasi masyarakat. Kalau kita bisa menjual sabun, kenapa kita tidak bisa mempromosikan cara hidup sehat. Dalam fenomena Covid-19 ini, kalau televisi dan radio bisa mengiklankan produk sabun, sejatinya televisi dan radio (media massa) juga bisa mengiklankan penggunaan sabun untuk memberantas Covid-19.

Kelima pendekatan *Participatory Communication*, inilah inti dari komunikasi pembangunan itu bahwa komunikasi tidak hanya bicara teknik, tugas orang Development Communication (Devcom) menghantar pembangunan pada masyarakat. Dalam hal ini Communication adalah kendaraan untuk mengantar pembangunan pada masyarakat. Pendekatan Participatory bukan lagi membawa pembanguann pada masyarakat, tapi komunikasi itu sendiri adalah pembanganunan. Inti Komunikasi pembangunan ketika memberikan rakyat bersuara, itulah pembangunan. Karena selama ini rakyat itu adalah sasaran yang dibombardir dengan informasi yang datang dari pihak luar. Kalau Participatory Communication, komunikasi yang memberikan kedua pihak untuk berdialog, antara masyarakat dengan pembawa perubahan.

Langkah-langkah program komunikasi yang bisa dilakukan dalam menghadapi bencana Pandemi Corona ini dapat dilaksanakan berdasarkan Teori Talcott Parsons yang telah ia rumuskan dalam bentuk AGIL (Adaptation, Goal Attainment, Integration, Latency):

1. *Adaptation* (Adaptasi) pada tahap awal ini Gerakan Sosial sudah bisa terlibat karena menghadapi persoalan lingkungan yang dihadapi, yaitu Covid-19. Ketika masyarakat harus dibiasakan memakai masker, mencuci tangan, tidak bersentuhan seperti bersalaman dan bicara dalam posisi terlalu dekat, tidak berkerumun, maka hal ini perlu dilakukan adaptasi. Karena kita menggunakan konsep partisipasi semua elemen masyarakat, maka komunitas-komunitas atau Gerakan Sosial Masyarakat bisa mengambil peran untuk mengadaptasi budaya-budaya baru seperti memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, tidak berkerumun itu pada masyarakat.
2. *Goal attainment* (Pencapaian tujuan) yaitu sebuah sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya. Tujuan utama dari Collaboration atau gerakan bersama ini tentunya antara Gerakan Sosial Masyarakat dan Pemerintah sama-sama menginginkan agar Covid-19 ini segera berakhir. Dalam masa-masa terjangkit wabah ini antara Gerakan Sosial dan Pemerintah sama-sama menginginkan agar masyarakat seminimal mungkin terdampak Covid-19. Pencapaian tujuan itu bisa dilakukan dengan pembuatan regulasi oleh Pemerintah

dan pengejawantahannya oleh Gerakan Sosial Masyarakat. Pemerintah membuat regulasi terkait dengan bagaimana menghadapi pandemi ini, sementara itu Gerakan Sosial bisa bergerak di lapangan untuk bersama-sama masyarakat menjalankan aturan yang sudah dibuat untuk menghambat laju pertumbuhan wabah.

3. *Integration* (Integrasi) yaitu sebuah sistem harus mengatur antarmubungan bagian-bagian yang menjadi komponennya. Sistem juga harus mengelola antarmubungan ketiga fungsi penting lainnya yaitu Adaptasi, Pencapaian Tujuan dan Lantensi. Dalam fenomena wabah ini, tentunya integrasi antara semua sistem yang ada khususnya dalam Collaboraction ini adalah Pemerintah dan Gerakan Sosial harus terjadi. Integtrasi ini tujuannya agar terciptanya kesalingpengertian dalam menghadapi masalah yang sedang dihadapi.
4. *Latency* (pemeliharaan pola) yaitu sebuah sistem harus melengkapi, memelihara dan memperbaiki, baik motivasi individual maupun pola-pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi. Terakhir hal yang bisa dilakukan adalah bagaimana budaya baru yang sudah terbentuk tersebut, seperti budaya kerja, pemanfaatan teknologi bisa terpelihara dalam kehidupan sehingga menjadi kebiasaan dalam kehidupan masyarakat. Nanti ketika sudah berakhir Covid-19 ini, maka dampak perubahan sosial yang diharapkan tentunya budaya positif yang sudah terbangun selama masa wabah ini bisa menjadi budaya hidup masyarakat. Contohnya mencuci tangan dengan sabun, budaya kerja yang akrab dengan pemanfaatan media digital, bisa digunakan untuk memudahkan kehidupan masa yang akan datang.

Penutup

Berdasarkan paparan di atas, maka dalam menghadapi Covid-19 yang menimpa umat manusia seluruh dunia ini dapat dirancang program Aksi Bersama yaitu gerakan bersama antara sistem-sistem yang ada dalam masyarakat Indonesia. Khususnya dalam hal ini adalah antara masyarakat dalam Gerakan Sosial dan dengan Pemerintah. Kolaborasi ini sudah terbukti berlangsung selama wabah ini, dimana

Gerakan Sosial mengambil peran dalam mengatasi masalah yang dihadapi masyarakat. Sementara itu Pemerintah tidak kehilangan wibawa karena masyarakat dalam Gerakan Sosial turut serta bersama pemerintah menyelesaikan persoalan yang dihadapi.

Dari sisi gerakan sosial, Aksi Bersama ini merupakan paradigma Gerakan Sosial Baru (*New Social Movement*) dimana gerakan lebih menitikberatkan pada perspektif studi pada tindakan rasional dari pada pemaksaan yang bersifat struktural. Gerakan sosial Aksi Bersama ini tidak dilakukan dengan aksi masa yang radikal, namun dilakukan dengan aksi nyata bersama-sama melakukan tindakan positif untuk mencegah perkembangan Covid-19. Gerakan ini tidak memobilisasi sumberdaya untuk melakukan aksi pemberontakan, namun memobilisasi massa dan bersama-sama dengan penyelenggara negara menuntaskan persoalan Covid-19.

Daftar Pustaka

- Eren-Erdoğan, I., & Ergun, S. (2017). *The impact of social media on social movements: The case of anti-consumption. Online Communities as Agents of Change and Social Movements*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2495-3.ch009>
- Freire, P. (1999). *Politik Pendidikan: Kebudayaan, Kekuasaan, dan Pembebasan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Gangopadhyay, S. (2017). *Digital Media and Social Movements*, (January 2015).
- Harun, R. & Ardianto, E. (2017). *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial Persektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis*. Rajawali Press. Jakarta.
- Iddom, Addi M. (2020). "Update Corona 15 Mei 2020 di Indonesia & Dunia: Data Kasus Terkini", <https://tirto.id/fumo> diakses tanggal 18 Mei 2020.
- Loader, B. D. (2008). Social Movements And New Media. *Sociology Compass*, 2(6), 1920–1933. <https://doi.org/10.1111/J.1751-9020.2008.00145.X>
- Rogers, E.M. (Ed.). (1985). *Komunikasi Dan Pembangunan: Perspektif Kritis*. Lp3es. Jakarta.
- Ritzer, G. & Douglas J.G. (2003). *Teori Sosiologi Modern Edisi Keenam*. Penerbit Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Satria, A. (2020). "Install Ulang Tata Kehidupan" Dipublikasikan Di Koran Media Indonesia, 28 April 2020.
- Satria, A. (2020). Covid Dan Revolusi Industri 4.0" Dipublikasikan Di Koran Harian Republika, 2 Mei 2020.
- Selivanova, G., & Goncharov, D. (2012). *Movement For Fair Elections In Saint Petersburg: From Connective To Collective Action*, 1–5. Retrieved From [https://www.hse.ru/data/2014/08/21/1313276066/Selivanova - Smsm2014_Conferencepaper_Draft.Pdf](https://www.hse.ru/data/2014/08/21/1313276066/Selivanova_-_Smsm2014_Conferencepaper_Draft.Pdf)
- Snow, D. A., & Tan, A. E. (2015). *Movements, Social. International Encyclopedia Of The Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (Second Edi, Vol. 21). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.32096-7>

JARINGAN KOMUNIKASI SERIKAT NELAYAN INDONESIA MELALUI MODAL SOSIAL DALAM MENJAGA KETAHANAN PANGAN RUMAH TANGGA NELAYAN INDRAMAYU DI MASA PANDEMI COVID 19

Anisti, Veranus Sidharta, Susie Sugiarti

Pendahuluan

Berawal dari Wuhan Tiongkok, wabah SARS-Cov-2 (*COVID-19*) yang terjadi di dipenghujung tahun 2019, mengakibatkan wabah menular dan menginfeksi secara global ke negara-negara di dunia, *World Health Organization (WHO)*, sebagai Organisasi Kesehatan Dunia menyatakan bahwa *COVID-19* sebagai *Globally Pandemic*. Tercatat pada 2 Juni 2020 secara global laporan dari *WHO Coronavirus disease outbreak situation-134* terdapat 6.194.533 kasus dan 376.320 kematian, dan menimbulkan dampak negatif pada semua sektor termasuk kelautan dan perikanan yang dalam hal ini adalah nelayan dengan mata pencaharian dari menangkap ikan untuk kebutuhan hidupnya.

Dengan total wilayah laut lebih besar daripada daratan yaitu: 3,25 juta km² lautan dan 2,01 juta km² daratan, nelayan Indonesia merupakan masyarakat dengan pendapatan ekonomi bergantung dari sumber daya laut. Pada umumnya nelayan menetap disekitar pesisir pantai dan merupakan suatu komunitas dengan mata pencaharian menangkap ikan dengan menggunakan kapal atau perahu dan berburu ataupun menggunakan perangkap untuk menangkap ikan. Masyarakat nelayan hidup, tumbuh dan berkembang di daerah pesisir atau pada daerah antara daratan dan lautan. (Kusnadi 2009).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia no.68 Tahun 2002 tentang Ketahanan Pangan menjelaskan bahwa ketahanan pangan merupakan kondisi terpenuhinya pangan bagi rumah tangga yang tercermin dari ketersediaan pangan yang cukup, baik jumlah, maupun mutunya, aman,

merata, dan terjangkau. Pandemi *COVID-19* menghadirkan ancaman yang belum pernah terjadi sebelumnya terhadap kesehatan dan perekonomian masyarakat nelayan, sehingga menimbulkan keresahan dalam masyarakat nelayan yang kesulitan dalam mencukupi kebutuhan pokok rumah tangganya berupa beras dan sayuran, hal ini disebabkan karena sepiunya pembeli tangkapan laut dan mengakibatkan merosotnya harga ikan hingga 50% yang berdampak terhadap penurunan pendapatan masyarakat nelayan. (wawancara Budi Laksana, Serikat Nelayan Indonesia.2020)

Serikat Nelayan Indonesia sebagai sebuah organisasi kelompok Nelayan tidak bisa berdiam diri hanya mengandalkan bantuan pemerintah yang dianggapnya kurang efektif dalam memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga nelayan. Untuk itu SNI secara mandiri bersama sama dengan masyarakat pesisir membuka sebuah jaringan komunikasi diantara mereka dan kelompok petani lainnya yaitu LSM Konsorsium Pembaharuan Agraria (KPA) dalam memenuhi kebutuhan standar kehidupan mereka dalam menjaga ketahanan pangan rumah tangga nelayan melalui kegiatan barter bahan pangan berupa beras dan ikan olahan. (Pikiran Rakyat. 2020)

Dalam konteks masyarakat nelayan, jaringan komunikasi barter bahan pangan merupakan pengakuan dari hubungan saling menguntungkan dimana kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan dan pada umumnya hubungan ini tercipta dari saling membutuhkan satu sama lainnya. Jaringan komunikasi adalah suatu jaringan yang terdiri dari individu-individu yang saling berhubungan, yang dihubungkan oleh arus komunikasi yang terpola. (Rogers dan Kincaid, 1981)

Pada konteks pembangunan sentralistik (*topdown*), yang berpolakan modernisasi telah meminggirkan posisi masyarakat lokal (Seligson dan Passe Smith 2003), menafikan eksistensi sistem sosio budaya masyarakat lokal (Sajogyo dalam Dharmawan, 2006) serta mendorong proses disintegrasi sosial masyarakat dimana semangat kolektivitas (seperti gotong royong) sebagai ciri utama memudar (Gultung, 1995) bahkan pembangunan tersebut telah menggerus keberadaan kelembagaan lokal dan menggantikannya dengan berbagai sistem yang berbasiskan pada ekonomi transaksional (Subagio 2005). (Zainal.M, 2017). Semangat kolektivitas gotong royong yang menjadi warisan budaya Indonesia mengalami kemunduran dikarenakan era modernisasi yang terus

berkembang. Kondisi Pandemi Covid 19 menjadikan masyarakat pesisir untuk menumbuhkan kembali semangat gotong royong dan kearifan lokal daerah untuk dapat bertahan hidup dalam menjaga ketahanan pangan rumah tangga mereka.

Gotong royong dan modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat pesisir indramayu yang mayoritas sebagai pekerja nelayan, memiliki kekayaan pangan berupa hasil laut maupun olahan makanan dari bahan dasar laut. Hal ini mendorong masyarakat pesisir melalui SNI untuk melakukan ekonomi transaksional dengan kegiatan bertukar kebutuhan pangan beras, sayuran dengan hasil tangkap mereka berupa ikan dan makanan olahan laut lainnya. Sekjen Serikat Nelayan Indonesia Budi Laksana mengatakan, bahan pangan yang dibarter tentunya memiliki nilai jual yang setara dan telah disepakati oleh kedua belah pihak, “Sehingga tidak akan merugikan salah satu pihak.” Adapun bahan pangan yang ditukar seperti ikan dan beras. Dua komoditas pangan tersebut kata dia, cukup bernilai di pasar. Lewat cara barter tersebut, kebutuhan pangan sehari-hari tetap dapat terjaga meski di tengah ancaman harga yang anjlok. Upaya tersebut penting dilakukan, sebab dia menilai, selama ini pemerintah lambat dalam merespon dampak dari melesunya perekonomian akibat corona. “Ketidakpastian dan kerentanan terutama pada kecukupan pangan dan kebutuhan dasar sehari-hari semakin nyata dan terasa bagi nelayan, pekerja perikanan dan keluarga mereka,”

Jaringan komunikasi dan modal sosial menjadi suatu hal penting dalam mengatasi ketahanan pangan rumah tangga masyarakat pesisir untuk bertahan hidup di masa pandemi covid 19. Kearifan lokal budaya indonesia menjadi sebuah wujud nyata dalam mengatasi kerawanan pangan dan menjadi kekuatan ekonomi rumah tangga nelayan dengan modal komoditas yang dimiliki yaitu jiwa gotong royong.

Tinjauan literatur

Jaringan Komunikasi

Jaringan adalah sistem jalur komunikasi yang menghubungkan pengirim dan penerima menjadi organisasi sosial yang berfungsi, dimana terjadinya transmisi komunikasi dalam sejumlah arah dalam suatu organisasi, baik secara *top down* maupun *bottom up*. Dimana saluran dapat bersifat formal maupun informal, baik secara horizontal

untuk anggota-anggota di dalam atau diluar unit organisasi, atau dari luar unit organisasi formal, hal ini berkaitan sekali dengan cara organisasi tersebut menghubungkan. Jaringan dalam organisasi memainkan peran kunci dalam menentukan perilaku organisasi dan perilaku anggota-anggota yang mereka pengaruhi.

Jaringan (*Network*) merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antar individu dan kelompok. Saat manusia saling berkomunikasi, tercipta mata rantai. Mata rantai tersebut merupakan jalur komunikasi dalam sebuah organisasi. Beberapa diantaranya ditentukan oleh aturan-aturan organisasi (seperti susunan birokrasi yang dinyatakan oleh weber) dan mendasari jaringan formal (*formal network*), tapi saluran saluran ini hanya mengungkapkan bagian susunan organisasi. Sebaliknya, jaringan yang berkembang (*emergent network*) adalah saluran saluran informal yang dibangun, bukan oleh regulasi formal organisasi, tetapi oleh kontak reguler sehari-hari antara anggota

Satu dasar dari organisasi, menurut teori jaringan, adalah mata rantai antara dua orang. Sistem organisasi terdiri atas banyak sekali mata rantai yang membagi orang-orang ke dalam kelompok-kelompok dan menghubungkannya dengan organisasi. Sebuah mata rantai dapat didefinisikan dengan maksud atau tujuannya, bagaimana tujuan atau maksud tersebut dibagi dan fungsi mata rantai tersebut dalam organisasi. Ada banyak karya teoritis yang membahas cara-cara jaringan bekerja dalam organisasi. Sebagai contoh jaringan dapat (1) mengatur arus informasi; (2) menyatukan orang-orang dengan minat yang sama; (3) membentuk penafsiran yang sama; (4) meningkatkan pengaruh sosial; dan (5) memungkinkan adanya pertukaran sumber daya. Teori Jaringan menggambarkan sebuah organisasi, atau mungkin lebih tepatnya, berbagai gambar yang masing –masing menjelaskan aspek kerja organisasi.

Toeri-teori dalam bagian ini membuktikan kita melihat sebuah sistem dalam tindakan. Weick memberikan sebuah pandangan mikro, dimana interaksi-respons maju mundur- menciptakan kejelasan dan mendefinisikan sistem bagi para anggotanya. Taylor menunjukkan bagaimana cooreintasi dibentuk untuk menciptakan kesepakatan organisasi. Pada saat yang sama, interaksi membentuk dirinya sendiri menjadi garis-garis komunikasi dan pengaruh yang menyebar melalui organisasi, seperti yang digambarkan dengan baik oleh teori jaringan. (Littlejohn, 2012)

Modal Sosial

Konsep pembangunan masyarakat diketahui bahwa kesuksesan pembangunan masyarakat perlu ditinjau dari beberapa modal komunitas yaitu : Pertama, *Human Capital* yang meliputi kemampuan individu. Kedua, *Natural Capital* berupa sumber daya alam seperti laut. Ketiga, *Produced Economic Capital* berupa modal usaha. Keempat, *Sosial Capital* atau modal sosial berupa norma dan nilai. (Hasbullah. 2006).

Pada suatu kegiatan, modal sosial dalam komunitas secara internal membentuk ikatan sosial dengan berlandaskan persepsi, kultur, nilai, adat istiadat dan tradisi. Modal sosial juga merupakan *social bridging* yang menjadi penghubung jaringan komunikasi dengan komunitas eksternal lainnya dan memiliki karakteristik berbeda dari komunitasnya. Modal sosial sebagai sumberdaya sosial merupakan investasi untuk memperoleh sumberdaya baru bagi masyarakat nelayan dalam menghadapi pandemi *COVID-19* dengan kebersamaan saling percaya dan saling menguntungkan untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial merupakan norma dalam hubungan kerjasama saling menguntungkan. (Fukuyama. 1995).

Sedangkan Putnam (1993) mengartikan modal sosial sebagai sekumpulan dari organisasi-organisasi bersifat horisontal yang memiliki pengaruh terhadap produktivitas masyarakat setempat, termasuk jejaring dari hubungan warga masyarakat serta norma-norma sosial. Asumsi yang menjadi dasar dari konsep tersebut adalah: saling terkaitnya jejaring dan norma-norma secara empiris. Pada umumnya modal sosial merupakan sumberdaya bersama. Walaupun aktor sosial seperti organisasi atau komunitas dapat menciptakannya, namun modal sosial juga dapat dihancurkan oleh kegiatan lainnya.

Berdasarkan dengan definisi tersebut berkaitan dengan hubungan dari sekumpulan organisasi dalam jejaring komunikasi modal sosial, Kementerian Kelautan dan Perikanan melakukan kordinasi dengan pemangku kepentingan lainnya melalui saluran video conference membahas untuk menjaga stabilitas harga, sehingga pelaku usaha dapat terhindar dari kerugian dan produksi ikan terserap dan menyalurkan bantuan pangan non tunai berupa bahan baku ikan segar dan olahan kepada masyarakat nelayan. (kkp.go.id. 2020)

World Bank. (2002), Para ekonom, sosiolog, antropolog dan ilmuwan politik memandang modal sosial sebagai hal utama dalam

pembangunan berkelanjutan dengan peran dari lembaga, jaringan, dan norma serta nilai-nilai pendukungnya. Perlunya modal sosial sebagai strategi dalam menghadapi wabah pandemi *COVID-19* telah disikapi oleh pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Kelautan dan Perikanan melalui Ditjen Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan dengan melakukan pemantauan dari tingkat daerah hingga nasional sebagai wujud antisipasi terhadap usaha perikanan dengan tujuan ketika harga turun, nelayan dan pembudidaya ikan tidak mengalami kerugian dengan menerapkan strategi sistem tunda jual menitipkan produknya di Gudang Beku dan dapat menjualnya kembali saat harga pasar normal. (kkp.go.id. 2020).

Putnam dalam Hasbullah, (2006). Bangsa dengan modal sosial tinggi akan lebih efektif dan efisien pada suatu kebijakan untuk memajukan dan mensejahterakan kehidupan masyarakatnya. Dampak negatif wabah *COVID-19* yang menimpa sektor perikanan khususnya bagi masyarakat pesisir yang berprofesi sebagai nelayan dengan adanya kebijakan *physical distancing* dan penutupan perbatasan membuat terganggunya rantai pasokan hasil laut dan penurunan harga terhadap hasil tangkapan laut.

Komunikasi Pembangunan Partisipatif

Komunikasi partisipatif merupakan komunikasi dua arah serta dialogis, yang menghasilkan suatu pemahaman terhadap pesan yang disampaikan. Komunikasi partisipatif akan mendorong terciptanya pemberdayaan (*empowerment*) yaitu dialogis, poliponi, heteroglasia, dan karnaval. Rahim (2004). Selanjutnya, Harris (1996), mengungkapkan pendekatan komunikasi pembangunan partisipatif melalui pendekatan pendidikan non formal perlu dibangun untuk mengembangkan masyarakat di tingkat bawah.

Lebih lanjut, pendekatan pembangunan yang diterapkan di Indonesia hingga saat ini masih berfokus pada hal-hal yang bersifat fisik dan terukur, sehingga hal ini menimbulkan kontribusi terhadap model komunikasi dengan pola interaksi terbatas dan berkaitan dengan pelayanan dan kekuasaan. Pilihan model komunikasi yang ditawarkan adalah komunikasi dialogis antar orang yang terlibat dalam proses pembangunan. Waskita (2005).

Metode kajian

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode pengkajian studi literatur, dimana data yang diperoleh di kompulasi, dianalisis, serta disimpulkan sehingga penulis mendapatkan kesimpulan dari studi literatur. Menurut Zed (2014) data yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian dapat diperoleh melalui sumber pustaka, dokumen atau hasil riset.

Hasil kajian

Pada kontek pembangunan partisipatif serta pemberdayaan masyarakat bahwa modal sosial dapat dijadikan unsur yang dapat mempengaruhi konteks proses komunikasi partisipatif sebagai pemberdayaan masyarakat. Seperti yang dipaparkan oleh Coleman dimana modal sosial merupakan bagian dari sosial budaya masyarakat, (Coleman,1999), Coleman menyatakan modal sosial memiliki hubungan erat antara struktur relasi sosial dan jaringan sosial di dalam sebuah komunitas masyarakat, yang menciptakan berbagai bentuk kegiatan sosial, memiliki iklim saling percaya satu sama lainnya dalam masyarakat, membawa saluran informasi, dan memiliki norma-norma dan sanksi-sanksi dalam berkehidupan bermasyarakat, maka konsep modal sosial sebagai bagian integral dari konteks sosial budaya masyarakat dapat mempengaruhi proses komunikasi partisipatif. Naido mengatakan dimana proses komunikasi partisipatif yang dilakukan oleh GCIS (*Government Communication and Information service*) yang dilakukan pada masyarakat Afrika Selatan atas tahapan pembangunan masyarakat mempertimbangkan konteks sosial budaya masyarakat setempat, konteks disini dapat diartikan meliputi pengetahuan lokal (*Indigenous knowledge*) dan identitas budaya serta norma-norma sosial budaya sebagai suatu acuan dalam mendukung integritas sosial. (Naido, 2010)

Rogers dan Kincaid dalam komunikasi konvergen mengatakan bahwa unsur kepercayaan modal sosial pada masyarakat sangat erat dalam mempengaruhi proses komunikasi konvergen berupa tujuan komunikasi yaitu tindakan kolektif dan konsensus bersama. Dalam sebuah proses komunikasi yang dimulai dari bertukarnya informasi, persepsi, interpretasi, pemahaman dan kepercayaan, hal tersebut sangat penting dan mendasar dalam hal kepercayaan terhadap makna kebenaran informasi sehingga proses komunikasi akan berlanjut berupa

tindakan kolektif dan kesensus bersama. Apabila dihubungkan dengan unsur modal sosial yaitu hubungan sosial dan kepercayaan kedua unsur ini sangat mempengaruhi proses komunikasi, seperti yang dikatakan oleh Rahmat (2008), dalam melakukan komunikasi antara individu dengan individu dalam masyarakat disebabkan oleh adanya hubungan interpersonal yang baik, semakin baik hubungan interpersonal semakin intens komunikasi yang terjadi. Terdapat dukungan lain dari hasil penemuan penelitian Lee (2012), yang mengatakan bahwa modal sosial memengaruhi proses komunikasi, karena adanya pengaruh utama modal sosial yaitu Unsur kepercayaan dari modal sosial ikut memengaruhi pelaksanaan komunikasi pembangunan partisipatif.

Menurut Putnam et al. (1993) organisasi sosial memiliki ciri yang penting yaitu kepercayaan (*trust*), norma (timbal balik) dan jaringan sosial, dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dan dapat memfasilitasi koordinasi. Berdasarkan fungsinya modal sosial tidaklah entitas tunggal, namun entitas majemuk dengan dua elemen, yaitu modal sosial dengan beberapa aspek dari struktur sosial dan modal sosial dengan tindakan tertentu dalam struktur tersebut. Modal sosial merupakan akumulasi dari bermacam aspek sosial, budaya, psikologi, aset dan kelembagaan, yang tidak tampak (*intangible*) dan berpengaruh pada perilaku kerjasama. Ragam kehidupan sosial norma-norma, jaringan-jaringan, dan kepercayaan yang melibatkan para partisipan dalam mencapai tujuan bersama. (Putnam, 1996).

Modal sosial merupakan total sumber daya aktual atau virtual berkembang dalam masyarakat berdasarkan karakteristik budaya lokal secara turun temurun dari leluhur memiliki suatu jaringan dengan sifatnya yang tahan lama dalam hubungan-hubungan berdasarkan pengenalan timbal balik dan pengetahuan. (Hasbullah, 2006).

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, modal sosial memiliki manfaat bagi pertumbuhan ekonomi, pemerataan serta pengentasan kemiskinan. (Grootaert. 1996). Modal sosial merupakan kerangka kerja dan aktivitas dalam proses komunikasi partisipatif dalam membuat keputusan kolektif. (Mefalopulos 2003). Modal sosial berguna dalam mendukung dan kerjasama serta sebagai fasilitas dari suatu interaksi sosial dalam meningkatkan hasil ekonomi pada pengembangan masyarakat yang lebih maju. (Bhuiyan, 2011)

Berdasarkan atas konsep tersebut, dapat diasumsikan bahwa modal sosial memiliki berpengaruh terhadap proses komunikasi partisipatif dengan pendekatan secara efektif dan efisien dalam konsep pemanfaatan modal sosial. Artinya dengan memanfaatkan modal sosial yang berkembang dalam masyarakat, akan tercipta proses komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan pemberdayaan dalam komunikasi pembangunan partisipatif sehingga dapat dimanfaatkan dalam aktivitas sosial masyarakat dengan mutu dan kualifikasi yang disyaratkan. Secara teoritis, setidaknya terdapat dua syarat terjadinya interaksi sosial yaitu terjadinya komunikasi dan kontak sosial. Interaksi merupakan terjadinya hubungan antar individu, individu dengan masyarakat dan masyarakat dengan masyarakat. (Narwoko dan Suyanto 2004; Bungin 2006)

Pada penjabaran diatas, nilai dan sesuatu yang dipahami pada jaringan komunikasi serikat nelayan Indonesia melalui modal sosial dalam menjaga ketahanan pangan rumah tangga nelayan dimasa *COVID-19* adalah bahwa modal sosial memperlihatkan aspek-aspek berdasarkan fungsi-fungsinya yang merupakan sumberdaya dan dipergunakan oleh aktor dalam hal ini Serikat Nelayan Indonesia untuk mencapai tujuan dalam ketahanan pangan masyarakat nelayan Indramayu. Bentuk modal sosial yang dimiliki masyarakat nelayan Indramayu, mengacu pada enam konsep yang diungkapkan oleh Coleman yaitu ; Pertama, kewajiban dan harapan. Kedua, terdapat saluran informasi. Ketiga, norma dan sanksi yang berlaku. Keempat, pemberian wewenang atau relasi wewenang. Kelima, organisasi sosial yang fleksibel dan Keenam, organisasi yang disengaja. (Coleman. 2011)

Pada keenam konsep modal sosial Coleman tersebut sebagai kewajiban dan harapan serta saluran informasi dapat dilihat dari komitmen Serikat Nelayan Indonesia pada masa tanggap darurat *COVID-19* dengan menciptakan jaringan komunikasi antar kelompok yaitu petani dalam wadah LSM Konsorsium Pembaharuan Agraria dengan kelompok Serikat Nelayan Indonesia untuk mempertahankan ketahanan pangan rumah tangga yang diimplementasikan dalam kegiatan tukar menukar bahan pangan dalam konteks modal sosial kegiatan tersebut merupakan norma hubungan timbal balik antar kelompok dengan jaringan sosial dalam menciptakan saling percaya untuk mencapai tujuan bersama yaitu ketahanan pangan keluarga.

Selanjutnya, modal sosial pada norma dalam masyarakat pada masa pandemi Covid 19 dalam masyarakat pesisir tercermin dari tercipta semangat gotong royong dalam menjaga ketahanan pangan rumah tangga mereka dari kearifan lokal daerah. Penerapan modal sosial sebagai strategi dalam mempertahankan ketahanan pangan masyarakat nelayan dalam wabah pandemi *COVID-19* juga telah disikapi oleh pemerintah sebagai wujud jaringan komunikasi dengan melakukan kordinasi dan pemantauan dari tingkat daerah hingga nasional terhadap usaha perikanan dengan menerapkan strategi sistem tunda jual menitipkan hasil tangkapan laut di Gudang Beku dan dapat menjualnya kembali saat harga pasar normal.

Penutup

Modal sosial menjadi sesuatu yang krusial pada masa pandemi dan memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan hidup masyarakat nelayan baik secara ekonomi maupun secara sosial. Jaringan komunikasi melalui modal sosial dalam menjaga ketahanan pangan ruman tangga nelayan indramayu di masa pandemi covid 19 menjadi salah satu pendorong komponen dasar dalam kerjasama, memiliki hubungan kepercayaan dan saling menguntungkan untuk mencapai tujuan khususnya dalam penanganan pandemi. Tingginya tingkat derajat modal sosial dalam masyarakat dan kelompok-kelompok sosial serta pemangku kepentingan lainnya akan membuat masyarakat memiliki rasa percaya dan pengakuan legitimasi terhadap kebijakan-kebijakan yang diterapkan sehingga terjalin hubungan dengan nilai-nilai dan norma-norma untuk bersama-sama menciptakan tujuan bersama. Modal sosial yang tinggi menghasilkan tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam suatu kegiatan. (Putnam. 2002)

Selanjutnya dalam Jaringan komunikasi Serikat Nelayan Indonesia melalui modal sosial dalam menjaga ketahanan pangan rumah tangga nelayan indramayu di masa pandemi *COVID-19* dapat dilihat dari kacamata modal sosial merujuk pada pendapat dari Richard A. Musgrave (1976), terdapat tiga fungsi modal sosial yaitu ; sebagai alokasi, sebagai stabilisasi dan sebagai distribusi. (Mangkusubroto, G. 2000).

Fungsi pertama, sebagai alokasi berkaitan dengan upaya-upaya kelompok sosial masyarakat dalam hal ini Serikat Nelayan Indonesia dalam mengalokasikan sumber daya dengan memprakarsai dan menyediakan

sarana dan prasarana barter pertukaran bahan pangan . Fungsi kedua, sebagai stabilitas berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam penanganan pandemi *COVID-19* terhadap penerapan strategi sistem tunda untuk menjaga stabilitas harga ikan. Fungsi ketiga sebagai distribusi berkaitan dengan distribusi jaringan komunikasi yang diwujudkan dalam kordinasi antar kelompok dan individu dalam menjalin hubungan norma-norma dalam masyarakat yaitu jiwa gotong royong.

Daftar Pustaka

- Abdulah S. 2013. Potensi dan Kekuatan Modal Sosial dalam Suatu Komunitas, *Jurnal Socius*. 12(1): 15-21
- Cahaya A. 2015. Fishermen Community in the Coastal Area: A Note from Indonesian Poor Family, *Procedia Economics and Finance* , *ScienceDirect, Elsevier* 26 29 – 33.
- Coleman. 1999. Social capital in the Creation of human capital cambirdge Mass. Harvard University Press.
- Fukuyama. 1995. Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity. New York Free Press.
- Grootaert C. 1996. Social Capital: The Missing Link, Washington DC: Social Development Departement Social capital Working Paper series.
- Hasbullah J. 2006. Social capital menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia . Jakarta (ID): United Press.
- Hasyim CL. Elizabeth. 2017. Peran Komunikasi dalam Pemberdayaan Nelayan Tradisional pada Masyarakat Pesisir (PMP) di Kabupaten Maluku Tenggara. *Jurnal Pikom* (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan). 18(1): 31-41
- Iria GL. María José Cabaleiro-Casal. Manuel María Varela-Lafuente. 2019. *Fishermen's associations of the small-scale fisheries: Study applied to the participation in the Cofradías of Galicia (NW Spain)*, *Ocean and Coastal Management journal*. 178: 1-11
- Kusnadi, 2009. Strategi Adaptasi dan Jaringan Sosial. Penerbit Humaniora Utama Press. Bandung.
- Lee CJ. 2012. The Role of Social Capital in Health Communication Campaigns: he Case of the National Youth Anti-Drug Media Campaign. Communication Research Sage Publication.
- Mefalopulos P. 2008. Development Communicatio Sourcebook broading the boundaries of communication . Washngtn DC: The International Bank for Reconstruction and Development.

- Mizuta DD, Eirini Ioanna Vlachopoulou. 2017. *Satoumi concept illustrated by sustainable bottom-up initiatives of Japanese Fisheries Cooperative Associations*. Marine Policy. Elsevier, 78 143–149
- Naidoo L. 2010. Participatory Development Communication Approach of Thusong Service Centres in Tshwane.[dissertation]. Nort-West University Afrika Selatan.
- Nielsen JR and Tomas Vedsmand. 1997. *Fishermen's organisations in fisheries management Perspectives for fisheries co-management based on fisheries*, Marine Policy, Elsevier, 21(2): 277-288.
- Narwoko DJ, Suyanto B. 2004. Sosiologi Teks Pengantar dan terapan. Jakarta (ID). Kencana Prenada Media Group
- Putnam et al. 1993. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy, Princeton. University Press.
- Rahim SA. 2004. *Participatory Development Communication as a Dialogical Process dalam White, SA. 2004. Participatory Communication Working for Change and Development*. New Delhi: Sage Publication India Pvt Ltd.
- Rahmat J. 2008. Psikologi Komunikasi. Bandung (ID). Pt.Remaja Rosdakarya.
- Rogers EM, Kincaid L. (1981). Communication network: toward a new paradigm for research. London (GB): Collier Macmillan Publisher.
- Triyanti.R dan Firdaus.M 2016. Tingkatan Kesejahteraan Nelayan Skala Kecil dengan Pendekatan Penghidupan Berkelanjutan di Kabupaten Indramayu. Jurnal Sosek. 11(1): 29-45
- Utami.AB. 2018. Analisis Jaringan Komunikasi Kelompok. DiMCC Conference Proceeding Vol 1. Hal: 1-35
- Zainal.M. 2017 Jaringan Komunikasi, Modal Sosial Budaya Kreatif Dalam Mengembangkan Kelembagaan Peternakan, Sebuah Tinjauan Teoritis. Jurnal Perspektif Komunikasi UMJ. 1(1) hal: 1-10
- Zed. M. (2014). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

SIMBOLISASI ISLAM DALAM GERAKAN SOCIAL DISTANCING

Yera Yulista

Pendahuluan

Saat ini dunia ramai membicarakan serta merasakan kehadiran Covid-19 virus yang pertama kali ditemukan penyebarannya di Kota Wuhan China. Covid-19 adalah virus yang telah banyak mematikan manusia. Di Indonesia sendiri per 29 Juni 2020 sudah terdapat 2.805 kasus kematian akibat corona. Musibah pandemic yang menjadi sangat fenomenal sepanjang tahun 2020 ini telah mengancam serta menjadi “momok” besar ummat di dunia. Sejumlah fakta pun berbicara di tengah masyarakat, sebut saja diantaranya fakta yang menyebabkan tingkat stress, kriminal, ketakutan, dengan tingkat tensi yang beragam ditengah masyarakat. Hal ini dapat dilihat bahkan dialami sendiri oleh masyarakat belum lagi adanya penambahan informasi pemberitaan di media massa atau media sosial yang mengangkat kejadian-kejadian riil yang lebih beragam tentang fakta dunia menghadapi pandemic mematikan ini. “Dunia Bersatu Melawan Corona”,#Jangan Mudik, #Dirumah saja serta himbauan lainnya adalah diantara sejumlah pesan-pesan yang ditujukan kepada publik agar jangan pernah bermain-main dengan virus yang satu ini.

Terkait isu Covid 19 berikut penulis rangkum beberapa fakta yang terjadi di masyarakat dalam menghadapi situasi masa pandemi ini: Pertama Isu kesehatan, isu ini jelas menjadi menjadi konsentrasi publik. Banyak korban dengan mudah tertular oleh virus yang sangat rentan berujung pada kematian. Virus yang menyerang dengan persebarannya yang cepat “mau tidak mau” menuntut masyarakat harus waspada, peduli untuk menjalani hidup yang lebih sehat. Pola hidup sehat kembali diingatkan kepada publik dengan beragam bentuk pesan persuasif baik yang ditayangkan melalui media massa, spanduk, cuitan di media sosial,video –video youtube baik dalam kemasan iklan, music serta bentuk pesan lainya yang kesemua konten dari media tersebut mengingatkan publik untuk waspada ,menjaga hidup bersih.

Kedua berkaitan dengan isu sosial, karena virus ini adalah virus yang mudah tertular antar manusia maka dalam situasi ini diberlakukan adanya kebijakan *lockdown* oleh negara untuk wilayah-wilayahnya demi menjaga warga negaranya, istilah Pembatasan Sosial Berskala Besar pun disejumlah kota di Indonesia sempat berlaku, melakukan *phsycal distancing* yakni menjaga jarak fisik antar manusia minimal 2 meter, menghindari aktivitas kerumunan sebelum era new normal berlaku pun berlaku sehingga berdampak pada pelarangan berbagai aktivitas kerumunan baik ditempat- tempat umum,acara keluarga yang sifatnya mengundang kerumunan, larangan mengadakan konser musik yang sifatnya mengundang banyak orang, serta aktivitas lainnya yang mengundang banyak orang.

Isu ketiga yakni isu ekonomi. Isu ini tak kalah lebih “dramatisir” terjadi, karena tidak sedikit kerugian ekonomi terjadi ditengah masyarakat.Roda bisnis dari kalangan bawah bahkan sampai menengah atas pun merasakan sepi pembeli. Hal ini dimaklumi terjadi karena pada saat berlakunya *lockdown* disejumlah wilayah khususnya di Indonesia masyarakat dihimbau untuk melakukan segala aktivitas bekerja, belajar hanya di rumah saja alias tidak boleh bepergian hal ini pada akhirnya berdampak pada keterbatasan gerak sehingga berimbas pada sejumlah sektor bisnis sebut saja diantaranya mall ditutup atau dibatasi jam kunjungan, tempat wisata ditutup, maskapai penerbangan dibatasi jadwal penerbangan, bisnis ojol (ojek online) pun dibatasi untuk mengangkut penumpang dan imbas ekonomi lainnya sehingga banyak pihak yang merasa sangat rugi imbas dari kehadiran corona ini, akibatnya ada perusahaan yang gulung tikar sehingga tidak sedikit karyawan yang harus di PHK akibat kebijakan perusahaan yang terkena imbas dari corona ini.

Isu keempat yang terkait dengan Covid-19 ini adalah isu kriminal yang tidak lepas keterkaitanya dari dampak ekonomi. Dengan alasan tidak memiliki pekerjaan atau sepi pembeli sehingga sulit mendapatkan uang untuk makan maka tindakan kriminal adalah cara yang terpaksa oknum kejahatan lakukan. Belum lagi ada oknum napi yang dibebaskan dalam mencegah persebaran virus corona dijeruji besi malah mereka melakukan tindakan kriminal kembali.Isu kelima yang berkaitan dengan kehadiran Covid 19 ini adalah isu kemanusiaan, terlihat dari banyaknya masyarakat yang saling membantu untuk saling menguatkan

antar sesama agar sama-sama berjuang dalam melawan virus corona ini. Orang-orang yang berjiwa dermawan membantu pihak yang lemah. Pada akhirnya situasi ini menyadarkan kita kehadiran orang lain sangatlah berarti, adanya saling memberi dukungan baik dalam bentuk moril maupun materil misalkan dapat dilihat adanya gerakan pembagian masker, Alat Pelindung Diri, hand sanitizer, pembukaan dapur umum bagi masyarakat yang terkena imbas corona. Isu ke enam yang terkait imbas dari corona adalah isu pendidikan. Sejumlah sekolah, perguruan tinggi banyak mengalihkan metode belajar secara online, hal ini semakin menambah dinamika kehadiran Covid-19 ini.

Isu ke tujuh yang menjadi sorotan penulis adalah isu keagamaan, imbas dari Covid 19 ini menyebabkan adanya pembatasan kegiatan keagamaan dalam bentuk perkumpulan. Hal ini dapat dilihat di awal-awal meningkatnya persebaran Covid-19 di Indonesia adanya larangan berkumpul misalkan bagi umat muslim Indonesia MUI memfatwakan larangan dalam melaksanakan shalat berjamaah, shalat Jumat, sejumlah pembatasan aktivitas ramadhan, shalat Idul Fitri yang ditiadakan dalam bentuk kerumunan bahkan sampai pada pembatalan pergi menunaikan ibadah haji bagi jamaah yang seharusnya ditahun 2020 ini mendapat kuota untuk melaksanakan ibadah haji. Hal ini tidak lepas dari kekhawatiran bahayanya virus ini. Imbas dari virus corona ini sangat bersifat massif. Kesimpulannya dari apa yang dialami masyarakat dunia adalah sebuah efek domino yakni efek yang berimbas ke semua lini kehidupan baik itu sektor ekonomi, sosial, kesehatan, pendidikan dan bidang lainnya. Pada kenyataannya tiap pemimpin negara memiliki kebijakan masing-masing dalam rangka membuat regulasi guna menenangkan warganya dalam menghadapi ujian hadirnya Covid-19 ini. Semua pihak harus saling bekerja sama untuk saling menguatkan dalam menghadapi masa sulit ini masa yang belumlah jelas kapan akan berakhir, tidak ada lagi istilah mengandalkan pemerintah atau kumpulan para medis saja, semua harus bersatu, masyarakat harus bisa saling membantu, saling menjaga, saling peduli walaupun dalam bentuk sekecil apapun kepedulian tersebut.

Simbol Komunikasi dan Pemaknaan

Berbicara tentang Covid-19 tidak lepas dari beberapa istilah yang cukup familiar, sebut saja diantaranya *social distancing*, *lockdown*, *physical distancing*. Istilah ini menjadi cukup akrab karena sering digaungkan kepada publik, sehingga warga tahu apa makna dibalik

istilah asing tersebut dan gerakan apa yang harus dilakukan dalam menghadapi pandemic Covid- 19 ini. *Social distancing*/Jarak sosial adalah aturan yang harus dilakukan oleh masyarakat dalam menjaga jarak sosial antara individu satu dengan individu lainnya karena guna meredam persebaran virus ini . Imbas dari menjaga jarak ini adalah adanya keterbatasan interaksi antara manusia satu dengan lainnya sehingga berimbas pada lini manapun dalam kehidupan bermasyarakat.

Sebelum virus non alam mini terjadi ditengah masyarakat akses interaksi komunikasi antara manusia satu dengan manusia lainnya sangatlah mudah, tidak ada batasan yang sampai kepada himbauan, peraturan dalam membatasi gerak manusia. Namun kenyataan harus dihadapi masyarakat dunia saat ini demi menjaga keselamatan masing-masing manusia maka harus sama-sama berjuang dalam menjaga semuanya demi kemaslahatan bersama. Dulu pada saat virus ini belum muncul apabila akan mengadakan suatu acara yang melibatkan banyak orang seperti acara pernikahan dengan mengundang banyak orang, belajar disekolah secara tatap muka, makan direstoran, antre di loket dan aktivitas manusia lainnya tidak lah menjadi hambatan, namun sekali lagi semua harus dihadapi oleh masyarakat dunia saat ini yakni fase new normal yakni fase yang membiasakan pola hidup baru ditengah masyarakat.

Apabila kita berbicara untuk penerapan dalam meredam persebaran virus ini di Indonesia sendiri kita dapat melihat beberapa jenis protokol yang harus dipatuhi oleh masyarakat. Protokol itu berisi aturan mengharuskan masyarakat membuat pola perilaku baru dalam kehidupan agar pada akhirnya semua kondisi warga menjadi terjaga. Protokol-protokol tersebut disosialisasikan kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat dapat tahu, memahami.

Pola-pola prilaku baru yang diterapkan di tengah masyarakat memiliki makna tersendiri, artinya pola-pola perilaku baru tersebut memberikan makna yang berarti bagi masyarakat. Sebut saja diantaranya protokol kesehatan yang mengharuskan masyarakat membiasakan pola hidup yang jauh lebih sehat seperti mencuci tangan, menutup wajah dengan masker dan masih banyak lagi protokol-protokol kesehatan lainnya yang disosialisasikan kepada masyarakat guna bergerak secara tanggap dalam menghadapi kasus corona ini. Dalam menyikapi protokol yang berlaku ditengah masyarakat ada hal yang menarik untuk diangkat oleh penulis. Aturan protokol yang berlaku ditengah

masyarakat menggambarkan simbol-simbol yang menurut hemat penulis tidak lepas dari nilai ajaran Islam. Simbol adalah karakter, huruf, angka, kata-kata, benda, orang atau tindakan yang dapat mewakili selain simbol sendiri (Brent D Rubent & Lea P Stewart , 2013).

Macam Gerakan *Social Distancing* = Simbol Islam

Pembatasan sosial atau yang lebih akrab dengan *social distancing* adalah gambaran adanya jarak interaksi antara manusia satu dengan manusia lainnya dengan tujuan agar masing-masing pihak saling menjaga agar kesehatan tetap terjaga. Virus yang rentan mudah tertular ini harus diredam persebarannya jangan sampai akan menyerang banyak pihak oleh sebab itu harus ditekan persebarannya dengan gerakan *social distancing*. Dalam gerakan *social distancing* ini penulis melihat ada beberapa pola kebiasaan hidup baru yang ada ditengah masyarakat yang menurut hemat penulis tidak lepas dari simbol Islam. Berikut beberapa hal dari gerakan *social distancing* yang cukup akrab diterapkan oleh warga menurut hemat penulis selaras dengan ajaran Islam:

1. Bersalaman

Dalam gerakan *social distancing* berlaku aturan agar setiap orang, antara manusia satu dengan manusia lainnya saling menjaga agar tidak terjadi sentuhan fisik diantaranya adalah bersalaman. Bersalaman adalah gerakan menempel telapak tangan antara tangan manusia satu dengan tangan manusia lainnya. Namun sejak Covid-19 ini terjadi maka gerakan sentuhan fisik dalam hal ini “bersalaman” dibatasi gerakannya, bisa dikatakan tidak diperkenankan adanya saling sentuhan telapak tangan hal ini tidak lain karena dikhawatirkan akan berdampak pada penularan virus. Sehingga sempat viral ada beberapa cara jika ingin “bersalaman” sebagai rasa hormat terhadap lawan bicara salah satunya salaman dengan jarak jauh artinya gerakan menyatukan dua telapak tangan kanan dan kiri kearah lawan bicara namun tanpa adanya sentuhan tangan kepada lawan bicara.

Gerakan bersalaman dari jarak jauh seperti itu tidak lepas dari ajaran Islam. Islam sangat menghargai arti menghormati orang lain termasuk dalam hal bersalaman. Dalam ajaran Islam ada aturan yang berlaku yakni ketika seorang muslim ingin bersalaman maka menunjukkan adanya rasa hormat terhadap lawan bicara. Namun dalam ajaran Islam tidak semua bersalaman harus bersentuhan tangan,

artinya hanya kepada yang pihak yang menjadi muhrim saja seseorang diperbolehkan bersalaman yang bersentuhan tangan sedangkan bagi yang bukan muhrim boleh bersalaman namun dengan tidak ada sentuhan tangan. Hanya yang menjadi pembeda disini adalah dalam gerakan *social distancing* maka larangan bersalaman bersentuhan fisik berlaku bagi semua orang.

2. Mencuci Tangan

Saat ini banyak kita temukan ditempat-tempat umum seperti pasar, instansi pemerintah, ATM, rumah sakit serta tempat umum lainnya bahkan rumah pribadi sekalipun disediakannya wadah air untuk mencuci tangan bggi siapapun yang akan mengunjungi tempat tersebut harus mencuci tangan. Hal ini untuk melindungi agar jangan sampai virus dari luar dapat tertular ketempat yang baru dikunjungi oleh sebab itu tangan harus dicuci, disabun terlebih dahulu dengan bersih. Kebiasaan ini bisa jadi adalah kebiasaan baru yang mau tidak mau harus dibiasakan walaupun mungkin tidak semua orang dengan mudah memulai kebiasaan baru ini. Jika melihat dari ajaran Islam, gerakan mencuci tangan adalah kebiasaan sehari-hari, bahkan bisa lebih dari lima kali. Islam telah mengajarkan pola hidup bersih salah satunya dengan mencuci tangan, hal ini dapat ditemui ketika setiap muslim ingin berwudhu baik untuk mengerjakan shalat, tilawah atau menjaga wudhu agar seorang muslim terlindungi dari hal-hal negatif. Tentang wudhu juga dituangkan dalam QS Al Ma'idah ayat 6 yang berbunyi “ *Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu hendak melaksanakan salat, maka basuhlah wajahumu dan tangan mu sampai ke siku, dan sapulah kepalamu dan (basuh) kedua kakimu sampaimke kedua mata kaki...*”

3. Menggunakan Masker

Gerakan menggunakan masker cukup ramai disosialisasikan ditengah masyarakat, bahkan gerakan ini sudah menjadi kebiasaan baru. Pada saat sekarang ditempat-tempat umum adalah hal yang lumrah apabila kita melihat orang menggunakan masker. Mungkin masih terbesit dibenak kita masker dulu hanyalah digunakan bagi orang yang sakit, pengendara sepeda motor dan segelintir pihak lainnya namun sekarang menjadi kebiasaan baru atau pada awal persebaran Covid-19 masker cukup langka ditemui, harga melambung tinggi bahkan ada pembatasan dalam membeli jumlah masker disejumlah apotek namun

beruntunglah pada akhirnya saat ini mencari masker bukanlah hal yang sulit bahkan sampai saat ini hampir disetiap sudut jalan, toko ditemukan pedagang yang menjual masker dengan beragam tipe dan motif.

Menggunakan masker adalah upaya untuk melindungi diri agar tidak mudah tertular virus dari luar dan agar kitapun tidak dapat menularkan virus kepada orang lain misalkan pada saat akan berbicara, bersin, bersendawa, batuk atau menguap. Hal ini tidak lain sebagai upaya untuk saling menjaga antara manusia satu dengan manusia lainnya. Dalam Islam hal ini juga berlaku, ada etika ketika ketika seorang muslim misalkan sedang bersin maka diharuskan untuk menutup mulut lalu mengucapkan kalimat Alhamdulillah. Dengan menggunakan masker maka bersin, batuk yang bisa saja menimbulkan potensi negatif untuk orang lain akan jauh lebih terjaga. Selain itu juga menggunakan penutup wajah disebagian kalangan wanita muslimah bukanlah hal yang asing. Ada kaum muslimah yang saat ini akrab menggunakan penutup wajah bukan dengan masker tetapi menggunakan cadar/niqab hal ini memiliki tujuan untuk melindungi jati diri wanita tersebut. Sekarang gerakan menutup wajah adalah hal yang baru berlaku tidak hanya milik wanita muslimah saja tetapi milik semua orang yang merasa ingin melindungi dirinya maupun melindungi orang lain akibat dari virus corona ini.

4. Berkumpul dalam Jumlah Banyak Orang

Adanya kumpulan banyak orang dalam suatu tempat dikhawatirkan akan menimbulkan potensi tertularnya virus karena mudah bersinggungan antara manusia satu dengan manusia lainnya sehingga dari hal tersebut akan memudahkan terjadinya kontak fisik diantara kumpulan orang tersebut. Hal tersebut terjadi pada saat virus corona ini terjadi, sehingga larangan mengumpulkan massa pada suatu acara pun dilarang. Massa menurut Gustave Le Bon adalah berkumpulnya orang dengan jumlah yang banyak, dapat ratusan atau ribuan yang berkumpul dan dalam waktu yang sementara mengadakan hubungan karena memiliki minat dan kepentingan yang sifanya sementara juga (Bimo Walgito, 2003) Sehingga tidak lah mengherankan sejumlah event harus ditayangkan melalui online sebut saja diantaranya belajar melalui media daring, mengadakan konser lewat online, undangan pernikahan dibatasi jumlah yang datang, adanya seminar lewat online atau yang lebih akrab dengan istilah webinar serta aksi lainnya yang membatasi berkumpulnya banyak orang. Pandemi Covid-19 telah merubah tatanan kehidupan.

Dalam Islam pun mengatur pola interaksi dengan orang lain khususnya dalam suatu perkumpulan. Islam sangat menjunjung kebersamaan karena dengan kebersamaan tersebut akan saling menguatkan, hanya saja dalam ajaran Islam ada pembatasan dalam suatu kerumunan artinya untuk menjaga pembatasan interaksi antara yang muhrim dengan yang bukan muhrim sehingga jangan sampai menimbulkan fitnah.

5. Tolong Menolong dan Kebersamaan

Imbas dari Covid-19 ini banyak kebersamaan dan budaya tolong menolong tercipta, banyak orang pada akhirnya menyadari arti pentingnya keberadaan orang lain untuk dapat saling membantu, saling menguatkan. Tidak sedikit imbas dari adanya musibah corona ini banyak yang kehilangan pekerjaan sehingga membutuhkan orang lain untuk dapat membantu atau mereka yang terkena virus corona juga membutuhkan bantuan orang lain. Banyak sekali pemberitaan yang dapat kita lihat yang memberitakan adanya gambaran saling tolong menolong dalam memberikan bantuan baik dalam bentuk materi maupun non materi untuk saling menguatkan dalam menghadapi masa pandemi ini. Bantuan tidak hanya diberikan bagi yang terkena dampak kehilangan pekerjaan saja namun juga bantuan yang tidak kalah banyak diberikan kepada tenaga medis berupa APD, masker kepada masyarakat yang membutuhkan serta bentuk bantuan lainnya. Bantuan diberikan kepada mereka yang berjiwa dermawan kepada pihak yang lemah. Hal ini menggambarkan sangat berartinya tolong menolong antara semua pihak.

Dalam Islam adalah kewajiban untuk saling tolong menolong antara sesama manusia. Hal ini tertuang dalam QS Al Ma'idah ayat 2 yang berbunyi “...*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan bermusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya*” Dari kasus corona ini kita dapat melihat adanya gambaran saling tolong menolong. Dengan budaya tolong menolong munculah arti kebersamaan. Kebersamaan ini jelas akan menguatkan silaturahmi antara manusia dan hal ini sangat dianjurkan dalam ajaran Islam bahwa menjalani silaturahmi adalah hal yang sangat penting. Dari gerakan *social distancing* ini juga dapat merekatkan silaturahmi yang makin dekat dengan keluarga hal ini bisa jadi karena gerakan di rumah saja mengakibatkan lebih banyaknya waktu berkumpul dengan keluarga sehingga hubungan dengan keluarga menjadi lebih kuat.

Dari beberapa pemaparan singkat diatas kita dapat melihat bahwa gerakan *social distancing* adalah sebuah gerakan solusi untuk menyelamatkan semua manusia walaupun pada perjalanan penerapannya tidaklah semudah yang dihimbaukan. Gerakan ini adalah hal baru, maka untuk menjadi sebuah kebiasaan baru bagi sebagian masyarakat akan membutuhkan sebuah proses dalam menerapkannya menjadi kebiasaan baru. Gerakan *social distancing* memang terkesan membatasi jarak komunikasi antara manusia satu dengan lainnya namun janganlah hal ini menjadi beban karena sekali lagi demi kemaslahatan bersama.

Kesimpulan

Berbicara tentang *social distancing* pada akhirnya akan menjadi pola kehidupan baru masyarakat. Akan banyak hal yang dapat digali dari gerakan *social distancing*, namun penulis hanya membatasi dari simbolisasi islam yang ada pada elemen-elemen gerakan *social distancing*. Beberapa contoh gerakan dari *social distancing* tersebut tidaklah lepas dari pesan komunikasi non verbal yakni informasi atau emosi yang dikomunikasikan tidak menggunakan kata-kata (Muhamad Budyatna & Leila Mona Ganiem, 2011). Dari pola baru kehidupan new normal ini selain dapat menyadari bahwa ada ajaran Islam yang terkandung dari gerakan *social distancing* ini dan mungkin saja dapat menjadi pola perilaku baru khususnya bagi kaum muslimin sehingga dapat hidup dalam naungan nilai yang lebih Islami.

Daftar Pustaka

- Ganiem, M.L., & Budyatna. Muhamad (2011).Teori Komunikasi Antarpribadi.Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Stewart, P.L., & Rubent, D.Brent. (2013). Komunikasi dan Perilaku Manusia Edisi Kelima.Jakarta: RajaGrafindo.
- Walgito. Bimo (2003).Psikologi Sosial (Suatu Pengantar).Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

The New Normal: Internalisasi Kebiasaan Baru Pasca Pandemi Covid-19

Maria M Widiantri

Pendahuluan

Tahun 2020 mungkin menjadi salah satu tahun yang akan sangat melekat dalam kenangan masyarakat di seluruh Indonesia. Bisa jadi tahun ini akan menjadi torehan sejarah yang sangat menarik dan tak ada habisnya untuk terus menerus diceritakan di masa yang akan datang. Betapa tidak. Kehadiran pandemic Covid-19 di Indonesia yang sebelumnya tidak pernah diduga akan merambah hampir seluruh wilayah Tanah Air dengan proses penyebaran yang berlangsung sangat cepat, ternyata telah membuat kalang kabut seluruh lapisan masyarakat. Tidak lama setelah ditemukan kasus pertama di Indonesia pada awal Maret 2020, Pemerintah Indonesia membuat kebijakan untuk membatasi aktivitas masyarakat di luar rumah.

Istilah *lockdown*, *work from home*, *learn from home*, *karantina*, *ODP*, *PDP*, *rapid test* menjadi istilah yang mendadak sangat familiar di dengar dan diucapkan. Masyarakat “dipaksa” untuk tinggal di rumah saja, hampir semua perkantoran tutup, sekolah dan kampus menyelenggarakan kegiatan belajar mengajar secara *online*, pusat perbelanjaan. Tempat-tempat rekreasi dan hiburan semua tutup, bahkan tempat-tempat ibadah pun ditutup sebagai upaya menutup mata rantai penularan. Dalam beberapa bulan, masyarakat harus menjalani kehidupan di luar kebiasaan : mengerjakan segala sesuatu di rumah saja.

Bekerja di rumah, kuliah dan pembelajaran *online*, belanja pesan antar, pesan makanan dan minuman melalui tukang ojol adalah #TheNewNormal yang dipaksakan menjadi suatu kondisi yang dianggap normal selama masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) bahasa lain dari istilah *lockdown*. Kini, ketika kondisi pandemi relatif sudah bisa terkendali dan masyarakat secara bertahap diijinkan untuk kembali beraktivitas ada kondisi #TheNewNormal lagi yang harus dianggap normal bagi masyarakat : berbagai protokol kesehatan di tempat

umum mulai dari di keramaian, di kantor, kendaraan angkutan umum, sampai ketika pulang kembali ke rumah. Menggunakan Alat Pelindung Diri seperti masker dan *face shield*, menjaga jarak, sering-sering menggunakan handsanitizer, rajin mencuci tangan dengan sabun, dan segera mandi dan berganti pakaian sesampai di rumah.

Empati dan Komunikasi Empati

Istilah simpati, empati, dan antipati saat ini sedang rajin melintas di telinga dan mata kita, entah dari obrolan dengan teman, di media massa umum, atau di media sosial. Perdana Menteri New Zealand Jacinda Ardern dinilai sukses menangani pandemi Covid-19 di negaranya, salah satunya karena kemampuannya untuk melakukan komunikasi empati kepada rakyat New Zealand. Komunikasi empati berkaitan dengan kemampuan komunikator untuk menyampaikan pesan secara tepat dengan menempatkan diri seolah-olah berada dalam posisi orang lain, melibatkan diri dalam persoalan yang sama dengan yang dihadapi oleh orang lain.

Sebenarnya apa yang dimaksud dengan empati? Empati adalah kemampuan untuk memahami perasaan dan masalah orang lain, berpikir dengan sudut pandang mereka, serta menghargai perbedaan perasaan orang lain tentang berbagai hal (Goleman, D., 1996) Secara sederhana dapat diartikan sebagai kemampuan orang untuk melakukan identifikasi dan memahami perasaan, pikiran, dan sikap orang lain dengan cara seolah-olah mengalami sendiri apa yang dialami oleh orang lain. Dalam perspektif beberapa ilmu, empati dibedakan menjadi tiga : (a) Empati afektif atau sering juga dinamakan empati emosional, yakni kemampuan seseorang berbagi dan merasakan emosi orang lain, (b) Empati kognisi, yakni kemampuan memahami emosi orang lain tanpa berbagi emosi (biasa dilakukan psikolog), dan (c) Empati regulatif, yakni kemampuan mengendalikan emosi agar tidak terlibat dalam emosi orang lain.

Komunikasi empati merujuk pada bagaimana seorang komunikator memposisikan diri pada apa yang dialami oleh orang lain, dengan mengidentifikasi diri dalam perasaan, pikiran, dan perilaku orang lain. Dalam komunikasi empati, seseorang harus melepaskan diri dari berbagai kepentingan, ikut merasakan apa yang dirasakan orang lain, sekaligus piawai memilih kata-kata dan moment yang tepat untuk

menyampaikan pesan. Pendek kata, diperlukan kepekaan terhadap berbagai aspek dalam melakukan komunikasi empati.

Jika kita tarik dalam kondisi pandemi di Indonesia saat ini, nampaknya banyak elite politik dan pejabat berwenang yang harus belajar bagaimana berkomunikasi dengan mengedepankan empati. Sejak awal pandemi, kita melihat carut marut komunikasi dipertontonkan. Mulai dari kurangnya keterbukaan, kontroversi informasi antar pejabat, tidak adanya narasi yang disepakati bersama dalam menghadapi pandemi, ditambah dengan istilah-istilah yang berubah-ubah bahkan diperdebatkan, dan yang lebih penting lagi tidak ada *guidance* atau panduan yang jelas bagi masyarakat mengenai apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai situasi saat pandemi melanda. Hal ini diperburuk dengan ulah sebagian kelompok yang membuat nuansa politis menguat memanfaatkan situasi pandemi.

Di masa-masa krisis seperti saat ini, kekuatan empati sangat diperlukan oleh berbagai pihak baik itu pemerintah, oposisi, maupun masyarakat. Sesungguhnya di masa-masa awal perjalanan menghadapi pandemi, kita patut berbangga dengan menguatnya sifat kegotongroyongan masyarakat dimana tanpa komando aksi-aksi simpatik filantropi muncul dimana-mana. Sayang sekali, hiruk pikuk komunikasi seolah menutup keindahan suasana kebersamaan dan gotong royong ini, seolah begitu sulit berbicara dalam koridor empati. Pemerintah seolah tidak peka terhadap kebutuhan informasi masyarakat, masyarakat yang tidak peka terhadap kesulitan yang dihadapi pemerintah, dan oposisi politik yang terus menerus meramalkan panggung dengan narasi-narasi antipati sehingga penanganan pandemi Covid-19 ini menjadi nampak berat.

Banyak persoalan dalam masyarakat yang bermuara pada masalah komunikasi, termasuk berbagai masalah yang muncul dalam masa pandemi Covid-19 ini. Filsuf Martin Buber punya gambaran menarik tentang hal ini : “Kita bisa menemukan Tuhan melalui interaksi dengan orang lain”. Aspek penting dalam interaksi menurut Buber adalah dialog dan komunikasi dilakukan untuk membentuk komunitas dimana dalam sebuah komunitas, individu berperan membantu sesama dan dipenuhi kesadaran bahwa individu tidak dapat hidup sendirian tanpa orang lain (Buber, 2004)

Dalam perspektif komunikasi, pernyataan Buber ini bisa kita maknai bahwa solusi atas persoalan-persoalan dalam masyarakat bisa

kita selesaikan dengan dialog. Dalam dialog, komunikasi berlangsung dua arah, dimana posisi antar partisipan setara bukan hanya sebagai obyek tetapi juga sebagai subyek. Dengan demikian komunikasi yang baik dan efektif bisa dicapai dengan mudah karena masuknya berbagai perspektif dan pendapat yang mewakili banyak pihak.

Dengan demikian komunikasi empati bisa dicapai apabila komunikator bisa mendengar pendapat orang lain, menerima sudut pandang orang lain, serta peka terhadap apa yang dirasakan dan dialami oleh orang lain. Disinilah empati dan komunikasi empati memunculkan sisi humanisnya, dan diyakini memiliki daya persuasif lebih baik ketimbang komunikasi yang bersifat instruktif atau bahkan represif.

Juru Bicara dan Komunikasi Persuasi

Pandemi adalah masalah dan tanggung jawab bersama, maka perilaku komunikasi semestinya diarahkan pada penguatan kohesi sosial dan komunikasi positif yang mendorong adanya satu narasi bersama untuk melawan pandemi sehingga presentasi masyarakat kita akan lebih mengedepankan empati, perilaku gotong royong, saling bersinergi, dan membangun solidaritas sosial. Sehingga penanganan pandemi Covid-19 tidak lagi seolah-olah menjadi tanggung jawab pemerintah saja, atau kepala daerah saja, atau hanya masalah kesehatan saja. Ingat bahwa masalah pandemi tidak hanya masalah kesehatan tapi juga masalah sosial, masalah politik, masalah ekonomi, termasuk masalah Hankam.

Setelah memasuki pertengahan tahun 2020 bisa dikatakan proses mencari bentuk penanganan pandemi Covid-19 di Indonesia sudah terlewati, bahkan sebagian daerah sudah bersiap kembali hidup "normal". Pemilihan dr. Reisa Subroto Asmoro sebagai Juru Bicara mendampingi Ketua Gugus Tugas Percepatan Pengendalian Covid-19 untuk menyampaikan laporan harian perkembangan penanganan Covid-19 cukup membawa angin segar dalam memperbaiki praktik komunikasi krisis saat ini. Selain membawa perbaikan dalam kondisi psikologis masyarakat juga diharapkan membawa pesan-pesan empati untuk menggerakkan kesadaran masyarakat agar terlibat aktif dalam pencegahan dan penanganan pandemi, sekalipun hanya dengan disiplin mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditetapkan.

Ditengah lelah masyarakat dengan situasi pandemi, pesan-pesan yang disampaikan sebaiknya dikemas dalam bentuk arahan atau ajakan –bukan

tekanan atau perintah-, membawa pemahaman dan kesadaran kolektif (yang merupakan inti dari empati) untuk sama-sama melawan pandemi Covid-19. Tentu saja perlu didukung keterbukaan juga agar masyarakat tidak buta informasi dan mengetahui di posisi mana penanganan pandemi Covid-19 saat ini. Dengan cara ini *public trust* terhadap pemerintah dapat dikembalikan, terlebih proses penanganan pandemi saat ini baik dari sisi kesehatan maupun ekonomi sudah *on the right track*.

Memaskui #TheNewNormal, edukasi terhadap masyarakat harus semakin gencar dilakukan sehingga kepatuhan terhadap protokol kesehatan bukan lagi dipandang sebagai sebuah kewajiban tetapi disadari sebagai kebutuhan. Tugas seorang juru bicara bukan hanya menyampaikan informasi secara jelas dan lugas, tetapi juga memberikan edukasi dan motivasi. Simak lelucon lawas tulisan Anthony De Mello yang terpotret dari dialog sebuah wabah dengan kafilah di padang gurun Damaskus, berikut:

“Mau ke mana kau, Wabah?” tanya Si Kafilah.

“Mau ke Damaskus, mau merenggut seribu nyawa,” jawab Wabah tanpa keraguan.

Sekembalinya dari Damaskus, Wabah bertemu lagi dengan Kafilah. Si Kafilah spontan protes, “Hai, Wabah, Kau merenggut lima puluh ribu nyawa, bukan seribu seperti katamu.”

“Tidak,” ujar Wabah, “Aku betul-betul hanya mengambil seribu nyawa, sisanya mati karena ketakutan.”

Dialog ini menggambarkan situasi pandemi yang melanda sebagian besar negara di dunia, dimana *hyperreality* dalam menanggapi maupun dalam pemberitaan yang disampaikan media massa telah menciptakan kepanikan bagi sebagian besar masyarakat. Dan kepanikan berjamaah ini sebenarnya yang membuat penanganan pandemi menjadi makin berat. Kenapa ? Karena menambah riuh komunikasi di semua lini media, menambah bias informasi, dan meruntuhkan kepercayaan masyarakat baik kepada ilmu pengetahuan, para pakar, maupun kepada apapun narasi yang dibangun oleh pemerintah. Hal ini yang harus dipahami oleh seorang juru bicara, sehingga dalam menyampaikan pesan-pesan harus jelas dan lugas serta mengandung muatan edukasi dan persuasi.

Mengapa harus jelas dan lugas ? Pertama, kecemasan yang melanda seseorang bisa terjadi akibat kurangnya informasi. *The*

uncertainty reduction theory menjelaskan kondisi ini, bahwa dalam suasana ketidakpastian, seseorang akan berusaha mencari kepastian, kejelasan, dan informasi-informasi yang meyakinkan. Dalam kepanikan berjamaah ini, deras arus informasi baik melalui media massa umum maupun media sosial justru memicu munculnya imajinasi liar tentang kondisi pandemi. Maka pengetahuan masyarakat secara umum akan makin sesat.

Kedua, *hyperreality* diproduksi massal baik di media massa umum maupun melalui media sosial, apakah yang berbasis sains atau berbasis ilmu tafsir dan cocokologi. Hal ini menambah simpang siur informasi yang menghasilkan sumber kepanikan baru. Ditambah lagi informasi-informasi broadcast liar yang beredar di WhatsApp Group. Bias konfirmasi pun memperparah carut marut komunikasi. Maka inilah pentingnya bagi seorang juru bicara agar bisa menyampaikan pesan-pesan secara jelas, lugas, berbasis sains dan menggunakan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami.

Mengapa informasi dari seorang juru bicara harus bermuatan edukasi dan persuasi atau motivasi? Covid-19 merupakan varian virus baru yang hingga saat tulisan ini disusun belum ditemukan vaksinnnya. Di awal pandemi, edukasi penting untuk mengetahui karakter virus, cara penularan, gejala terinfeksi, dan bagaimana menghindari penularan. Sayangnya pada fase awal munculnya kasus Covid-19 di Indonesia pemerintah tidak siap dengan informasi-informasi edukatif tentang hal ini sehingga memberi peluang munculnya simpang siur informasi bahkan menjamur infor-info hoaks.

Memang banyak upaya anggota masyarakat untuk ikut berperan mencari tahu dan berbagi informasi terkait Covid-19 sehingga masyarakat tidak terlalu buta tentang informasi ini. Namun harus disadari bahwa spektrum heterogenitas masyarakat sangat lebar: tingkat pengetahuan yang tidak merata, kesempatan akses informasi yang berbeda, dan aspek-aspek demografis lain yang mempengaruhi pemahaman mengenai Covid-19. Apalagi informasi-informasi yang berbasis sains ini berbaur juga dengan ilmu tafsir, hoaks, dan berbagai simplifikasi. Tetapi patut disyukuri bahwa seiring berjalan waktu pengetahuan semakin bertambah, peran masyarakat untuk berbagi informasi semakin besar, situasi pandemi semakin bisa dikendalikan, dan kini saatnya dilakukan edukasi intensif menuju kehidupan normal.

Dilihat dari sisi kredibilitas komunikator, dr. Reisa Subroto Asmoro bisa dikatakan kredibel dengan posisinya sebagai anggota Tim Gugus Tugas Percepatan Penanggulangan Covid-19, seorang dokter yang tentu cukup paham persoalan dari kacamata medis sehingga diharapkan memiliki daya persuasif sebagai seorang juru bicara yang bisa menyentuh kesadaran kolektif masyarakat untuk bersama-sama bertanggung jawab menghadapi pandemi dengan cara yang tepat. Sebagaimana disebutkan diatas, penting bagi seorang juru bicara untuk memilih narasi yang tepat untuk disampaikan pada saat yang tepat agar tidak menghasilkan respons negatif dari masyarakat, yang dalam teori respons kognitif Belch (2003) disebut sebagai bentuk *counter argument* yang jika dimanifestasikan dalam bentuk perilaku akan muncul dalam bentuk *distrust* dan sikap “ngeyel”.

Respons kognitif merupakan salah satu komponen pembentuk sikap yang dikonseptualisasikan sebagai pengetahuan factual seseorang mengenai sesuatu. Komponen-komponen ini kemudian membentuk *cognitive schemata* yang memnadu proses-proses informasi berkaitan dengan perhatian, interpretasi, dan pembentukan kembali stimulus (respons). Secara sederhana, respons kognitif merujuk pada munculnya pemikiran-pemikiran dalam diri seseorang akibat terpaan informasi, beragam pemikiran yang terjadi pada penerima pesan ketika membaca, melihat, dan/atau mendengar pesan-pesan komunikasi. Pemikiran-pemikiran ini sejatinya mencerminkan proses kognitif atau reaksi penerima pesan sekaligus membantu penerima pesan untuk membentuk sikap menerima atau menolak pesan komunikasi. (Belch & Belch, 2003)

Melihat kondisi masyarakat yang semakin kritis dan dengan mempertimbangkan gap kognitif diantara kelompok-kelompok masyarakat maka harus disadari bahwa setiap pernyataan juru bicara berpeluang direspons oleh masyarakat baik dalam bentuk respons positif maupun respons negatif. Inilah perlunya membangun narasi yang proporsional sesuai dengan maksud dan tujuan komunikasi. Maka untuk meningkatkan kredibilitas seorang juru bicara dalam krisis pandemi, selain memahami aspek medis juga diperlukan kreativitas membangun komunikasi publik dan komunikasi krisis baik secara model maupun konten. Sekali lagi, karena masyarakat sangat heterogen dan jangkauan akses informasi mereka juga beragam.

Internalisasi Kebiasaan Baru #TheNewNormal

Kebiasaan baru merupakan bagian dari proses internalisasi budaya baru atau enkulturasi, proses adaptasi, dan kelak menjadi hal yang melekat dalam keseharian kita. Dan komunikasi adalah aktivitas yang membawa proses sosial sehingga menghasilkan sebuah perubahan. Sebagai makhluk berakal budi, manusia memiliki kesadaran untuk beradaptasi dengan lingkungan hidupnya dimana proses adaptasi itu terjadi melalui proses saling belajar dan saling menirukan dengan manusia lain yang menganut nilai-nilai yang sama.

Dalam beradaptasi dengan #TheNewNormal ini, kita bisa mengadopsi proses enkulturasi budaya yang dialami manusia sejak lahir. Enkulturasi terjadi melalui proses identifikasi dan internalisasi lambang-lambang atau simbol-simbol budaya yang ada disekitar kita. Proses belajar melalui peniruan ini membuat manusia bisa saling menyesuaikan perilaku sehingga terbentuk pola perilaku yang kelak akan menjadi sebuah budaya.

Jika ditarik ke dalam konteks #TheNewNormal di era pandemi Covid-19 saat ini, ada banyak kenormalan baru yang “terpaksa” dipelajari, diadaptasi, dan diadopsi oleh masyarakat. Dari hal yang sederhana saja, menggunakan pelindung diri seperti masker dan *face shield* ketika berada di area publik yang sebelum pandemi bukan sesuatu yang lazim, kini harus “dilazimkan”. Kebiasaan antri dan perilaku hidup bersih yang sebelum pandemi hanya sebatas kampanye, kini di era pandemi seperti menjadi suatu kewajiban atau kebutuhan.

Penguasaan teknologi terutama yang menunjang aktivitas bekerja dari rumah (*work from home*) dan pembelajaran *online* yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan, kini seperti “dipaksakan” untuk dikuasai. Dan masih banyak lagi kebiasaan-kebiasaan baru yang memerlukan pembiasaan melalui latihan dan edukasi sehingga benar-benar menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari. Dan tentu saja pembiasaan melakukan banyak kebiasaan baru dalam #TheNewNormal ini perlu disepakati dan dilaksanakan bersama sehingga benar-benar efektif untuk berdamai hidup bersama Covid-19.

Sejarawan asal Israel Yuval Noah Harari menyebut ada 3 hal yang diperlukan untuk memasuki #TheNewNormal, yakni penguasaan teknologi dan kepercayaan terhadap sains, sinergitas global, dan solidaritas sosial. Sains dan teknologi menjadi dasar untuk memudahkan

kita menjalani hidup sehari-hari sekaligus menghindari penularan dan menangani pandemi, sinergi atau kerjasama antar berbagai elemen masyarakat diperlukan untuk mendukung narasi bersama dalam perang melawan Covid-19, dan solidaritas sosial diperlukan agar masyarakat bisa saling menjaga dan mendukung langkah-langkah pencegahan penularan Covid-19 meski beraktivitas di luar rumah.

Pilar utama kehidupan sosial adalah empati, dimana masing-masing individu diikat oleh nilai-nilai yang sama atau memiliki ikatan emosional antar individu sehingga bisa saling bekerjasama. Sebagaimana disampaikan sebelumnya bahwa empati adalah bagaimana memposisikan diri kita pada pengalaman dan emosi orang lain, demikian juga dengan empati dimasa #TheNewNormal ini. Setiap orang diharapkan memiliki empati kepada orang lain sehingga upaya membangun satu narasi yang sama untuk melawan Covid-19 ini menjadi sesuatu yang tidak berat untuk dilakukan.

Empati menjadikan seseorang peduli tidak hanya pada diri sendiri tetapi juga terhadap orang-orang disekitarnya. Maka tagline “Protect Yourself to Protect Others” semestinya tidak lagi menjadi materi kampanye atau sebuah instruksi, melainkan menjadi kesadaran bersama. Empati bisa ditumbuhkan melalui proses latihan yang seharusnya dilakukan sedini mungkin, sejak masa kanak-kanak. Dan di era #TheNewNormal inilah saatnya kita semua berlatih mengasah empati. Sudah terlambat? Tidak ada kata terlambat dalam proses belajar. Bangsa besar ini memang harus banyak belajar.

Daftar Pustaka

- Belch, George E. & Belch, Michael A., (2003), Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, Sixth Ed., The McGraw Hills Companies
- Buber,M., (2004), Between Man And Man, Penerjemah: Ronald Gregor-Smith, London & New York: The Taylor & Francies e-Library
- Goleman, Daniel., (1996), Kecerdasan Emosional, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Rizky, P. A., (2020), Pedoman Peliputan Epidemi Corona untuk Wartawan, <https://www.matamatapolitik.com/pedoman-peliputan-epidemi-corona-untuk-wartawan-original-editorial/>, 30 Maret 2020, diakses 29 Juni 2020
- Mello, A.D., (1997), The Heart of The Enlightened : A Book of Story Meditation, Glasgow : Fount Paperbacks

KOMUNIKASI INTERPERSONAL, INTIMASI, DAN PEMBATASAN SOSIAL

Benedictus A Simangunsong

Pendahuluan

Penyebaran Virus Corona atau biasa dikenal dengan Covid 19 memberikan banyak pemikiran baru yang muncul, mulai dari infodemic yakni percepatan informasi mengenai pandemic yang cepat diikuti dengan informasi yang salah, lalu *new normal* yaitu suatu keadaan baru yang mengikuti tata cara dan sikap baru, dan ada juga istilah *physical distancing* kemudian diubah menjadi *social distancing*, yakni membuat jarak antar manusia untuk mencegah percepatan penyebaran penyakit. Terminologi jarak sosial (*social distancing*) muncul pada era Covid-19 dimana seperti dikatakan dalam *Wikipedia* bahwa pembatasan sosial lebih kepada menjaga jarak fisik antara orang dan mengurangi pertemuan fisik dari tiap individu. Dari definisi tersebut bila dikaitkan dengan kedekatan dalam sebuah hubungan memang terlihat adanya pergeseran makna dari kedekatan dalam sebuah hubungan. Pertanyaannya, apakah kondisi sekarang ini juga mengubah pemikiran mengenai konsep intimasi/kedekatan dalam sebuah hubungan yang menekankan pada jarak secara fisik seperti yang diajukan oleh Edward T Hall?

Sebelum kita membahas lebih jauh mengenai konsep kedekatan hubungan atau intimasi, kita mencoba menelusuri terlebih dahulu dari Pemikiran yang dikemukakan oleh Judee Burgoon dalam Teori Pelanggaran Harapan. Burgoon (Burgoon, 2019) bahwa terdapat kondisi dalam sebuah percakapan bahwa perubahan tak terduga terhadap jarak percakapan akan menimbulkan perasaan tidak nyaman dari orang yang menilai sebuah pelanggaran. Salah satu indikator untuk menilai apakah terjadi pelanggaran atau tidak adalah konsep prosemik atau penafsiran mengenai ruang dan jarak. Jarak dalam Teori Pelanggaran Harapan mengambil pemikiran Edward T Hall mengenai jarak dalam sebuah hubungan dan dapat dikatakan bahwa ketika bicara jarak, maka indikator yang bisa menggambarkan adalah semakin seseorang dekat secara fisik semakin dekat hubungan yang terjadi.

Bila dikaitkan dengan sifat dasar manusia yang berkeinginan selalu bertemu, bertatap muka dan saling berdekatan, maka pembatasan sosial pasti menjadi suatu kendala apabila diterapkan untuk menilai sebuah kedekatan hubungan berdasarkan jarak menurut pemikiran Edward T Hall. Salah satu contoh bagaimana kondisi mengenai jarak dalam hubungan sulit dilakukan, seperti yang terjadi di Singapura yang dipotret dari *tempo.com* (Sekarwati, 2020) memperlihatkan bahwa baru 4 hari sejak Singapura melakukan fase pertama pelonggaran aturan terkait penyebaran Virus Corona, pembatasan sosial sudah tidak diperhatikan lagi. Warga Singapura bergerombol dan terjadi penumpukan di halte bus dan kereta, bahkan di Supermarket. Kasus lain yang mengindikasikan kaitan dengan konsep pembatasan sosial adalah kasus di Korea Selatan yang pada hari Rabu 27 Mei 2020 ada 800 sekolah dibuka, namun sehari kemudian muncul 79 kasus baru Covid-19 seperti ditulis oleh BBC Indonesia (“Virus Corona: Beberapa hari dibuka, ratusan sekolah di Korea Selatan harus ditutup lagi karena lonjakan kasus,” 2020) dan terjadi di daerah dengan penduduk padat. Ini menandakan bahwa pertemuan secara fisik merupakan hal yang menjadi tolak ukur suatu hubungan.

Erving Goffman (1959) seperti dikutip dalam tulisan Bailenson, et.al (Bailenson, Jeremy N; Yee, 2008) yang mencoba untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana individu mencoba merepresentasikan dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain dengan mengatakan bahwa, “*the presentation of the self must be understood as a constant performance in front of the social audience around us – that we choose our gestures, mannerism, and action to give off a desired impression of the self to others*”. Pemikiran dari Goffman ini menandakan bahwa penampilan seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain secara langsung berjalan dengan baik apabila didukung oleh faktor-faktor lain, seperti gestur, tingkah laku, dan juga tindakan berbagi hasrat. Pertanyaan yang bisa dimunculkan dari beberapa gambaran diatas adalah apakah pembatasan sosial mendorong pergeseran konsep keintiman baru? Apakah terjadi polarisasi hubungan antara individu? Apakah interaksi secara termediasi akan mendekatkan pribadi dengan pribadi lainnya? Apakah bentuk hubungan *interpersonal* menjadi *impersonal* atau tetap *interpersonal* namun dengan persyaratan yang dibatasi? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi relevan untuk dibahas dan dikaji serta dicari

solusi sehingga konsep *interpersonal* menjadi sebuah konsep yang menjaga hubungan tanpa dibatasi secara fisik.

Tinjauan Pustaka

American Psychological Association (APA) dalam sebuah artikel mengenai pemahaman pembatasan sosial atau *Social distancing* (“Keeping your distance to stay safe,” 2020), “*keeping a safe distance (approximately 6 feet) from others and avoiding gatherings spaces such as schools, churches, concert halls and public transportation*”. Penjelasan dari APA yang merupakan dari hasil penelitian yang melibatkan psikolog untuk mengukur pengalaman yang didapatkan oleh individu ketika terjadi pembatasan sosial, menemukan beberapa hal yang dialami oleh seorang individu ketika mengalami pembatasan sosial seperti ketakutan dan kecemasan, depresi dan kebosanan, marah dan frustrasi serta terbentuknya stigmatisasi terhadap diri atau orang lain yang terkena Covid-19. Penelitian ini mengindikasikan konsep awal bahwa pembatasan sosial akan mendorong hubungan *interpersonal* bukan makin berkualitas atau intim, melainkan menuju ke arah yang merusak hubungan itu sendiri.

Pemikiran lain dari Block, dkk (Block, Per; Hoffman, Marion., 2020) mengajukan konsep strategi jejaring perilaku untuk memberikan gambaran mengenai keterhubungan *interpersonal* khususnya dalam era pembatasan sosial dengan tujuan untuk mengurangi kontak yang setiap individu dan organisasi dapat dengan mudah memahami, mengontrol, dan beradaptasi. Ketiga strategi yang diajukan adalah berhubungan dengan orang lain, memperkuat pertemuan di dalam komunitas, dan terus menerus berinteraksi dengan orang yang sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga strategi berhasil memperlambat penyebaran virus bila dibandingkan dengan ketiadaan intervensi yang dilakukan. Tapi pendekatan strategis yang paling efektif adalah strategi mengurangi interaksi dengan kontak yang terus menerus. Catatan penting dari hasil penelitian ini adalah pengurangan interaksi yang berarti juga mengurangi tingkat kedekatan dalam sebuah hubungan.

Sedangkan kalau kita berbicara mengenai pemikiran Edward T Hall mengenai kedekatan hubungan yang dikaitkan dengan jarak (*space*). Suatu hubungan dianggap semakin dekat apabila jarak diantara kedua orang yang berinteraksi tersebut sangat dekat atau 0-0.5 meter. Mengenai

jarak tersebut Judee Burgoon mengatakan pada Teori Pelanggaran Harapan dalam EM Griffin (Burgoon, 2019) mengutip pemikiran Hall mengenai 4 (empat) jenis jarak dalam hubungan antarpribadi terutama pada budaya Amerika, yakni jarak intim (0-0.5 meter); jarak personal (0.5 – 1.2 meter); jarak sosial (1.2 – 3.6 meter) dan jarak publik (3.6 – 7.62 meter). Dari jarak yang diajukan oleh Hall bisa terlihat bahwa ketika pembatasan sosial, maka jarak intim menjadi jarak sosial. Namun Hall merekomendasikan bahwa kedekatan dalam hubungan itu harus menyesuaikan perilaku nonverbal kita dan tidak hanya bicara tentang jarak saja. Dan jarak yang diajukan oleh Hall dikatakan bukan jarak yang sifatnya kaku, namun dinamis tergantung faktor budaya yang melingkupi interaksi yang terjadi.

Pemikiran Hall (Sorokowska, Agnieszka; Sorokowski, Piotr., 2017) ini menekankan bahwa ruang membantu mengatur intimasi dalam sebuah situasi sosial dengan mengendalikan paparan sensori. Artinya pemikiran Hall ini diperkuat oleh pemikiran Burgoon (Burgoon, 2019) yang menyatakan bahwa dalam memperoleh intimasi dalam sebuah hubungan diperlukan penyesuaian sehingga dapat menilai suatu hubungan, seperti karakteristik dari komunikator dan seberapa besar nilai pelanggaran yang dianggap sebagai pelanggaran.

Karena kedekatan (intimasi) dalam sebuah hubungan merupakan kondisi terkait dengan konteks komunikasi *interpersonal*, maka ada beberapa pemikiran yang sekiranya coba dikemukakan sehingga akan terlihat bagaimana kedekatan itu dalam sebuah konteks komunikasi khususnya *interpersonal*, seperti pemikiran dari Melany D Polkosky (Konijn, Elly A; Uts, Sonja, Tanis, Martin; Barnes, 2008) yang mengatakan bahwa persyaratan pertama ketika terjadi interaksi *interpersonal* adalah “personhood” (kualitas atau kondisi menjadi seorang individu) dari dua orang yang melakukan ininteraksi. Namun pemikiran berbeda dikatakan oleh Neuper et.al (2003) (Polkosky, 2008) bahwa kemajuan teknologi mengaburkan perbedaan nyata komunikasi interpersonal dengan intrapersonal, karena teknologi menyediakan akses langsung ke fungsi otak untuk komunikasi dengan orang lain serta tugas-tugas *intrapersonal* lainnya seperti dikatakan oleh Curran et.al (2004) serta Scherer et.a, (2004) .

Littlejohn (Littlejohn, 1983) mengatakan bahwa untuk memahami tentang komunikasi *interpersonal* ada 5 (lima) kriteria

yang menandakannya, yakni 1) *physical proximity*; 2) *communicative interdependence*; 3) *exchange messages*; 4) *coded in a variety of verbal and nonverbal ways*; 5) *informality and flexibility*. Dari kelima kriteria tersebut apabila kita menekankan pada kriteria pertama yakni kedekatan secara fisik, maka bila dikaitkan dengan pembatasan sosial yang menuntut adanya pembatasan secara fisik, maka patut kiranya kita bisa mendapatkan sebuah terminologi baru yang bisa menyesuaikan dengan kondisi pembatasan sosial itu sendiri.

Pembahasan

Berdasarkan pemikiran Hall, jarak sebuah hubungan *interpersonal* yang dipilih oleh seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain tergantung tidak hanya dari perilaku personal satu dengan lainnya tetapi juga oleh karakteristik dari interaktan, seperti karakteristik gender, usia, ataupun lingkungan sosial tempat interaksi terjadi. Lalu bagaimana bila lingkungan sosialnya merupakan lingkungan sosial yang mengalami pembatasan. Pada titik ini kita bisa mengatakan bahwa dengan pembatasan sosial maka akan mendorong adanya pemikiran-pemikiran baru untuk menyesuaikan dengan kondisi yang ada. Kedekatan hubungan bila dikaitkan dengan jarak yang awalnya bisa merasakan nafas dari lawan bicara kita, mulai berubah menjadi jarak sosial seperti kita berada di satu ruang kelas dimana ada jarak antara Guru dan Siswa, intonasi suara meninggi, dan gestur tubuh atau non-verbal menjadi sentral dalam kedekatan hubungan.

Perubahan sikap dan perilaku ketika terjadi pembatasan sosial, bukan berarti menghilangkan konektivitas sosial dan kesalingtergantungan, namun hanya menggeser bentuk dan cara melakukan hubungan antar manusia. Sebelum terjadinya pandemic covid-19 hubungan antarmanusia memang sudah mulai bergeser, dari tatap muka menjadi termediasi. Dalam hubungan termediasi ini individu mentransformasi dirinya menjadi seorang diri yang dipresentasikan menurut gambaran Bailenson (Bailenson, Jeremy N; Yee, 2008) dalam 3 kategori yakni representasi diri, konteks sosial, dan kemampuan sensor (*sensory abilities*). Ketiga dimensi tersebut memberikan kemungkinan-kemungkinan yang ditimbulkan oleh transformasi secara *real-time*.

Pemikiran lain coba dikemukakan oleh Konijn bahwa komunikasi *interpersonal* (Konijn, Elly A, Van Vugt, 2008) sebagai sebuah emosi,

dimana pemaknaan emosi mengenai dikaitkan dengan diri yang otentik yang bisa menunjukkan tujuan dari sebuah interaksi yang berkualitas. Diri yang berkualitas dalam sebuah interaksi dapat dinilai bukan hanya dengan kelancaran proses komunikasi yang terjadi tapi diri yang berkualitas ditunjukkan dengan semakin meningkatnya hubungan di antara keduanya, misalnya saja bisa merasakan emosi yang mengalir keduanya. Konijn (Konijn, Elly A, Van Vugt, 2008) juga mengatakan bahwa emosi merujuk pada 3 hal utama, yakni pengalaman subjektif (seperti merasakan kesedihan); *kedua*, respons psikologis terkait emosi (jantung berdebar), terakhir sebagai sesuatu yang terlihat, bisa didengar, atau ekspresi perilaku dari emosi itu sendiri (menangis, tertawa, dan lainnya). Lalu apakah emosi bisa dirasakan oleh individu yang melakukan percakapan ketika terjadi pembatasan sosial? Apakah sarana termediasi cukup bisa mengakomodir perasaan emosi tersebut?

Penelitian dari Hatuka dan Toch (Hatuka, Tali; Toch, 2014) mengatakan sebaliknya bahwa penggunaan perangkat elektronik atau termediasi justru memperlihatkan gambaran pemisahan diri pengguna atau yang melakukan interaksi atau percakapan dari ruang publik sekitarnya. Artinya Hatuka dan Toch melihat bahwa interaksi dengan menggunakan sarana termediasi bisa membuat individu mengisolasi diri dan menjauhi publik atau orang lain. Namun disini yang berbeda *World Health Organization* (WHO) mengatakan bahwa sebuah emosi yang baik bisa menandakan sebuah konektivitas yang baik. Pernyataan inilah yang kemudian menjadi pesan pesan publik untuk berhenti bicara tentang pembatasan sosial, tetapi mulai bicara tentang ‘pembatasan fisik, terhubung secara sosial (social connection)’ (Harris Allen, Brent Ling, 2020). WHO mengemukakan bahwa terminologi ‘*social connection*’ adalah suatu tindakan terhubung yang dipelihara secara terus menerus dengan orang lain dan merujuk pada pengalaman kedekatan personal dan juga rasa memiliki sebagai suatu kelompok. Jadi bisa dikatakan bahwa intimasi dalam sebuah komunikasi interpersonal dapat dipahami bukan dalam satu kondisi saja yakni orang per orang, tapi orang dengan komunitasnya.

Sedangkan Simmel (Wolff, 1950) mengatakan mengenai hubungan seseorang dengan orang lain dengan mengatakan bahwa ketika menekankan pada keberadaan seseorang dan hubungannya dengan orang lain, maka terdapat dua unsur jarak, yakni jarak spasial (*distance*) dan jarak emosional (*strangeness*). Ketika kita berada di era pembatasan sosial

dimana ruang jarak dalam kedekatan suatu hubungan menjadi berubah, maka jarak emosional yang harus dikedepankan untuk menilai kedekatan suatu hubungan. Seperti contohnya ketika kita berada di pusat keramaian seperti pasar, bisa dikatakan pasar adalah ruang publik, kita mungkin bisa berdekatan satu dengan lainnya tanpa memiliki jarak emosional yang dekat satu dengan lainnya. Beda halnya ketika kita bicara tentang ruang intim seperti dalam pemikiran Hall, karena jarak yang dekat tentu saja bisa dikatakan memiliki jarak emosional juga yang dekat.

Namun kondisi berbeda pada saat pembatasan sosial dimana jarak intim menjadi jarak publik yang diindikasikan oleh Simmel (1950) menjadi berubah yakni ketiadaan jarak emosional yang dekat satu dengan lainnya. Lalu bagaimana kita menyikapi kondisi tersebut? Dengan jarak emosional yang baik tentu saja akan meningkatkan kedekatan dengan baik, tetapi kalau kita tidak merasakan hembusan nafas seseorang ketika berinteraksi apalagi melalui medium yang termediasi, kita bisa mengatakan bahwa kedekatan emosional itu tidak terbangun dengan baik. Kunci ketika mengatakan bahwa ada kedekatan secara emosional adalah apakah keduanya memiliki konektivitas yang baik (social connection). Seperti dikatakan oleh Hols-Lundstad, et.al (2015) dalam (Farmer, Jane; Cotta, 2020) manusia harus terus terhubung agar bisa merasakan dirinya dan keberadaannya dan dengan terhubung kita tidak akan menjadi negatif terhadap diri sendiri. Seperti juga dikatakan oleh Katz & Crocker mengenai evolusi dari komunikasi interpersonal itu sendiri bahwa kegiatan interaksi tatap muka masih menjadi basis utama interaksi secara interpersonal (Katz, James E; Crocker, 2016).

Namun disisi yang berbeda ketika tatap muka menjadi faktor utama dalam interaksi interpersonal sehingga jarak dalam hubungan menjadi dekat, maka ada dampak pula yang ditimbulkan dari hubungan tersebut. Seperti dikatakan oleh Monica Berg (Tigar, 2020) seorang ahli dalam hubungan, *“being close proximity to each other all day and night can lead to reactivity, short tempers, and saying things that would be better left unsaid”*. Artinya Berg coba memberikan suatu penjelasan bahwa kedekatan seseorang dengan seorang lainnya, semakin jauh semakin ada rasa ingin berjumpa, namun ketika berdekatan dalam waktu yang cukup lama seperti ketika pembatasan sosial terjadi, maka bisa saja terjadi seperti kemarahan, kekesalan, kekecewaan, dan stress akan lebih mudah untuk dipicu.

Kedekatan dalam sebuah hubungan atau intimasi dalam sebuah hubungan seperti dikatakan Reis & Shaver mengenai *Interpersonal Model of Intimacy* (IPMI) (Jiang, Crystal L; Hancock, 2013) berasal dari transaksi antara membuka diri (self-disclosure) dan kesaling menerima respon satu sama lain dalam sebuah interaksi. Dikatakan juga bahwa membuka diri merujuk pada sebuah komunikasi yang menunjukkan pemikiran dan emosi individu satu dengan lainnya. Lalu apakah dengan menggunakan sarana termediasi mampu untuk menciptakan kebersamaan pemikiran dan emosi secara utuh?

Dalam salah satu artikel yang disampaikan di *talkspace.com* (Gattuso, 2020) mengatakan bahwa salah satu cara untuk mengembangkan suatu hubungan yang sehat atau dalam arti semakin dekat dengan konektivitas yang tinggi adalah dengan mencintai diri sendiri, akan lebih membuat kita kuat, mengurangi stress, dan membantu kita meningkatkan hubungan interpersonal yang lebih sehat dalam jangka waktu yang lama. Artikel tersebut juga memberikan penekanan untuk fokus pada keterhubungan secara emosional bisa dilakukan melalui *chats* dan bertelepon. Sehingga dari artikel tersebut bisa dipahami bahwa memang pada masa pembatasan sosial dimana hubungan secara interpersonal berubah, maka yang diperlukan adalah mengenali diri sendiri, merasakan kehadiran diri sendiri dan orang lain, dan saatnya untuk menggali lebih dalam mengenai nilai yang kita perjuangkan dalam meningkatkan hubungan dengan orang lain.

Namun berubahnya jarak (proximity) seperti yang dikemukakan oleh Hall terkait dengan intimasi dari jarak privat menjadi jarak publik, maka perlu pula dikaji lebih mendalam apakah akan mengubah pula karakteristik dari cara berhubungan yang kita lakukan. Ketika jarak publik, maka kedekatan tidak lagi bisa dikelola hanya secara fisik, tetapi bisa dilakukan dengan menggunakan sarana termediasi. Ketika menggunakan sarana termediasi, maka yang perlu dikelola adalah bagaimana kita bekerjasama secara efektif sebagai sebuah tim yang memiliki keterhubungan artinya kita harus tergantung satu sama lain. Ketergantungan bukan berarti sebagai suatu yang statis artinya apa yang aku inginkan harus dipenuhi oleh orang lain, tapi lebih kepada bagaimana kita terhubung melalui keterbukaan dan perasaan ingin tahu terhadap pengalaman orang lain. Contoh saja seseorang yang melakukan relasi jarak jauh, mereka malahan makin lebih dekat dengan pasangannya

melalui aktivitas berbagai kehidupan melalui skype misalnya, atau berbagi intimasi secara bersama atau bisa dikatakan adalah memberikan gambaran hidup bersama secara virtual.

Dari gambaran hasil penelitian yang dilakukan dapat ditarik sebuah benang merah bahwa kondisi pembatasan sosial bukan berarti mengurangi keintiman suatu hubungan, tapi seharusnya lebih memperkuatnya, salah satunya dengan melakukan suatu aktivitas bersama yang dikatakan sebagai konektivitas sosial. Konsep konektivitas sosial dapat dikatakan sebagai terikat secara emosional antara diri dengan orang lain, dan kunci untuk melaksanakannya ada pada berbagi kehidupan baik dengan orang yang memiliki kedekatan juga dengan orang yang berada pada lingkaran sosial kedekatan tersebut.

Artinya kita tahu bahwa konektivitas secara sosial menjadi salah elemen dalam membentuk intimasi suatu hubungan. Namun disisi berbeda seperti dikatakan di dalam banyak literatur kedokteran bahwa kontak fisik secara konsensual dengan orang lain dan adanya kebersamaan dengan orang lain akan mendorong enzim dalam tubuh untuk memunculkan perasaan bahagia dan cinta. Kondisi yang serupa bahwa manusia cenderung ingin merasakan sesuatu yang sifatnya fisik seperti dikatakan oleh Michael Mutukrishna bahwa seseorang ketika berada pada suatu keramaian akan membuat dirinya lebih hidup dibandingkan bila ia dalam kesendiriannya. Nah, kita mempunyai dua gambaran besar yakni kesendirian dan keramaian, dimana kesendirian bisa direpresentasikan sebagai kondisi pembatasan sosial namun disisi berbeda keramaian menjadi kunci kedekatan hubungan yang menutup pertemuan secara fisik karena itu ketika terjadi pembatasan sosial kepuasan terhadap diri sendiri menjadi berkurang. Lalu apakah melalui komunikasi termediasi juga mampu meningkatkan kepuasan dalam suatu hubungan?

Memang komunikasi termediasi memungkinkan untuk menjadi jembatan dalam sebuah hubungan, namun Mutukrishna mengatakan hal yang berbeda yakni kepuasan dalam suatu hubungan ditentukan oleh perasaan puas di tengah keramaian, bersentuhan, dan kegiatan fisik lainnya. Kalau kita menggunakan pemikiran Mutukrishna kemudian dikaitkan dengan pemikiran Hall mengenai jarak dalam mengukur tingkat intimasi dalam sebuah hubungan pada era pembatasan sosial, maka menjadi penting untuk menambah satu elemen yang

bisa mengaitkan diantara keduanya yakni kehangatan sosial selain konektivitas sosial. Kehangatan sosial itu sendiri dapat dikatakan adalah melakukan hal-hal kebiasaan unik dan berbeda yang dilakukan individu dalam tiap hubungan dengan orang lain tidak bisa dilakukan, serta kepercayaan terhadap orang lain yang terlibat dalam sebuah hubungan.

Kehangatan sosial sendiri kalau penulis boleh mengatakan adalah suatu kondisi, kesadaran, dan tindakan untuk menerima kehadiran orang lain sebagai sebuah kedekatan (intim) dalam hubungan *interpersonal*. Menerima kehadiran orang lain disini dimaksudkan bukan kehadiran secara fisik, tapi kehadiran yang juga secara non fisik bahkan termediasi. Karena tidak dapat merasakan sentuhan, maka yang menjadi kata kunci dalam kehangatan sosial adalah emosi dan kepercayaan. Belajar untuk menerima orang lain bisa dikatakan adalah belajar untuk mengambil bagian dari hidup orang lain, bersikap aktif untuk berhubungan dengan orang lain seperti misalnya menyalurkan kata-kata nonverbal yang menunjukkan saling bantu, saling hormat, keceriaan, bahkan kerinduan. Kalau sebelumnya hanya dengan pelukan bisa menjawab setiap persoalan dalam sebuah hubungan, maka kehangatan sosial adalah keterhubungan yang membutuhkan kehadiran.

Kehadiran itu sendiri bisa dilakukan dengan berbagai cara yang baik seperti saling memberi, membantu, berempati, berjejaring, dan saling berkontribusi dalam sebuah hubungan. Karena itu redefinisi konsep kedekatan (intim) secara komunikasi bila dikaitkan dengan jarak merujuk pada pemikiran Hall saat sekarang ini dianggap sebagai jarak sosial, maka elemen kehangatan sosial, kepercayaan, dan merasakan emosi menjadi kunci dalam meningkatkan kedekatan hubungan. Juga penting untuk ditekankan bahwa kehangatan secara *interpersonal* adalah kehangatan yang bisa menjembatani jarak kedekatan yang menjadi jarak sosial. Sekarang kita mempunyai dua terminology baru ketika menilai kedekatan sebuah hubungan yakni konektivitas dan kehangatan sosial. Seperti dikatakan dalam sebuah bahwa interaksi antar dua orang dengan jarak yang berubah kemungkinan akan menghasilkan kesalahpahaman dan menjadi suatu masalah.

Simpulan

Setiap kondisi yang berubah menuntut penyesuaian akan kondisi tersebut. Ketika muncul teknologi dalam kehidupan manusia, kita

berusaha untuk menyesuaikan dengan kondisi tersebut. Bagaimana hubungan dan interaksi antar manusia dilakukan dengan penggunaan teknologi sebagai medium untuk berinteraksi. Begitupun dalam kondisi pembatasan sosial, maka penyesuaian terhadap sebuah komunikasi interpersonal dibutuhkan untuk penyesuaiannya.

Pada kondisi biasa, maka jarak seperti dikatakan oleh Hall terutama dalam jarak keintiman diutarakan sebagai sesuatu yang dekat, sesuatu yang bisa dirasakan secara fisik, namun kedekatan dalam suatu hubungan menyesuaikan dengan era pembatasan sosial dimana sentuhan fisik berubah, jarak intim menjadi jarak sosial yang mendorong intonasi suara meninggi dan non verbal menjadi lebih kuat lagi. Karena itu penyesuaian terhadap kondisi pembatasan sosial memerlukan konsep tambahan yakni konektivitas sosial dan kehangatan sosial dimana didalamnya masing-masing individu memiliki kesadaran akan orang lain, meningkatkan kepercayaan terhadap orang lain, dan menyatukan perasaan emosi satu dengan lainnya dan kesemuanya inilah yang menjadi kata kunci dalam penyesuaian tersebut.

Daftar Pustaka

- Bailenson, Jeremy N; Yee, N. et. a. (2008). Transformed social interaction in mediated interpersonal communication. In *Interpersonal Mediated Communications* (1st ed., pp. 77–99). Routledge, New York.
- Block, Per; Hoffman, Marion., et. a. (2020). Social network-based distancing strategies to flatten the COVID-19 curve in a post-lockdown world. *Nature Human Behavior*, 4(5). <https://doi.org/10.1038>
- Burgoon, J. (2019). Expectancy Violations Theory. In *A First Look at Communication Theory* (10th ed., pp. 79–90). McGraw Hill Education, New York.
- Farmer, Jane; Cotta, T. D. et. a. (2020). *Loneliness, Social Connection and Covid-19*. Retrieved from https://www.csi.edu.au/media/uploads/csi-covid_factsheet_loneliness.pdf
- Gattuso, R. (2020). The Unexpected Benefits of Remote Dating during social distancing. Retrieved June 28, 2020, from The talkspace Voice website: [https://www.talkspace.com/blog/coronavirus-online-dating/Harris Allen, Brent Ling, W. B. \(2020\). Stop Using The Term ‘Social Distancing’ -- Start talking about ‘Physical Distancing, Social Connection.’](https://www.talkspace.com/blog/coronavirus-online-dating/Harris%20Allen,%20Brent%20Ling,%20W.%20B.%20(2020).%20Stop%20Using%20The%20Term%20%E2%80%9CSocial%20Distancing%E2%80%9D%20--%20Start%20talking%20about%20%E2%80%9CPhysical%20Distancing,%20Social%20Connection%E2%80%9C)
- Hatuka, Tali; Toch, E. (2014). The emergence of portable private-personal territory: smartphones, social conduct and public spaces. *Urban Studies*, 53(10), 1–17.
- Jiang, Crystal L; Hancock, J. T. (2013). Absence makes the communication Grow Fonder: Geographic Separation, Interpersonal Media, and Intimacy in dating relationships. *Journal of Communication*, 63, 556–577.
- Katz, James E; Crocker, E. T. (2016). Selfies as interpersonal Communication. In A. Benedek, Andras; Veszelszki (Ed.), *In the Beginning was the Image: The omnipresence of Pictures* (pp. 131–137). Peter Lang Publishing AG.
- Keeping your distance to stay safe. (2020). Retrieved June 11, 2020, from American Psychological Association website: <https://www.apa.org/practice/programs/dmhi/research-information/social-distancing>

- Konijn, Elly A, Van Vugt, H. C. (2008). Emotions in mediated Interpersonal Communication. In S. B. Konijn, Elly A; Utz, Sonja, Tanis, Martin, Barnes (Ed.), *Mediated Interpersonal Communication* (pp. 100–130). Routledge.
- Konijn, Elly A; Uts, Sonja, Tanis, Martin; Barnes, S. B. (Ed.). (2008). *Interpersonal mediated communication* (1st ed.). Routledge, New York.
- Littlejohn, S. W. (1983). *Theories of Human Communication* (2nd ed.). Wadsworth, Inc, USA.
- Polkosky, M. D. (2008). Machines as mediator: The challenge of technology for interpersonal communication theory and research. In S. et. a. Konijn, Elly A; Utz (Ed.), *Interpersonal Mediated Communications* (1st ed.). Routledge, New York.
- Sekarwati, S. (2020). Warga Singapura Masih kesulitan terapkan Social Distancing.
- Sorokowska, Agnieszka; Sorokowski, Piotr., et. a. (2017). Preferred interpersonal distance: A Global Comparison. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 48(4), 577–592.
- Tigar, L. (2020). How Social Distancing can make or break your relationship. Retrieved June 28, 2020, from Real simple website: <https://www.realsimple.com/work-life/family/relationships/social-distancing-relationship-challenges>
- Virus Corona: Beberapa hari dibuka, ratusan sekolah di Korea Selatan harus ditutup lagi karena lonjakan kasus. (2020).
- Wolff, K. H. (1950). *The Sociology of Georg Simmel* (K. H. Wolff, Ed.). Glencoe, Illinois: The Free Press.

Komunikasi Orang Tua dalam Mengurangi Stres Mahasiswa Perantauan Pasca Larangan Mudik Covid 19

Ahmad Khairul Nuzuli

Pendahuluan

Mahasiswa perantauan merupakan mahasiswa yang secara geografis terpisah dengan orang tua di kampung halaman. Hal ini sejalan dengan pendapat Hartaji (2012) yang mengatakan bahwa mahasiswa adalah seseorang yang terdaftar dan sedang mengenyam pendidikan di sebuah Institusi pendidikan (akademi, politeknik, sekolah tinggi, institute dan universitas), sedangkan merantau dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengacu pada istilah berpindah ke negeri (daerah) lain atau tanah rantau untuk mencari kehidupan (nafkah), menuntut ilmu dan sebagainya.

Mahasiswa perantauan merupakan salah satu yang terkena dampak dari pandemi Covid 19. Hal ini dikarenakan aktivitas akademis tatap muka harus *lockdown* dan diubah menjadi *Study From Home* selama pandemi. Selain itu, mahasiswa perantauan juga menerima dampak dari larangan mudik antar daerah yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui Pidato Presiden yang ditayangkan di youtube kepresidenan. Peraturan ini diberlakukan untuk mengurangi dan membatasi penyebaran Covid 19 antar daerah. Transportasi antar daerah baik darat, laut, maupun udara juga ditutup, dampak dari kelanjutan peraturan ini.

Menurut Mahardika (2020), pemberlakuan *stay at home* berdampak pada kesehatan mental mahasiswa. Diana Setyawati dalam Mahardika (2020) juga menambahkan, kesehatan mental mahasiswa ditengah Pandemi Covid 19 harus lebih diperhatikan, karena rentan mengalami gangguan. Diana Setyawati menambahkan jika ada 10.000 mahasiswa ada kemungkinan 2000 mahasiswa yang perlu mendapatkan perhatian kesehatan mental (Mahardika, 2020).

Yoanita (2020) mengatakan komunikasi yang baik antara orang tua dan anak merupakan salah satu faktor penting untuk dalam mengurangi

gangguan kesehatan mental dan stres pada mahasiswa atau pelajar perantau yang penuh tekanan. Inilah yang menjadi dasar fokus pembahasan dalam tulisan ini adalah bagaimana peran komunikasi orang tua dan mahasiswa perantau dalam mengurangi rasa stress akibat larangan mudik yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam mengurangi penyebaran Covid 19.

Penyebab Stres Mahasiswa Perantau di Masa Pandemi Covid 19 Perubahan Kondisi Pembelajaran

Mahasiswa perantau merupakan seseorang yang rentan mengalami stres dimasa pandemi, hal ini karena tekanan yang tinggi dari kondisi lingkungan dan keluarga yang penuh tekanan. Yoanita (2020) mengatakan bahwa mahasiswa dan pelajar rentan mengalami gangguan kesehatan mental selama pandemi Covid 19, karena selama ini mereka terbiasa dengan aktivitas pertemanan dan perkuliahan lalu berubah dalam sekejap. Mahasiswa harus mengubah kebiasaan pola belajarnya, yang awalnya dengan metode tatap muka di kampus, sekarang harus dengan metode kuliah daring.

Menurut Santoso dkk (2020) kebijakan kampus dalam menggunakan metode kuliah daring menggunakan whats app group (WAG), google classroom, zoom, dan lain sebagainya, membuat mahasiswa rentan mengalami stres. Hal ini dikarenakan adanya simpang siur pada informasi yang diberikan dosen dan kampus terkait hal-hal yang berhubungan dengan perkuliahan. Santoso dkk (2020) juga menegaskan bahwa kondisi koneksi yang tidak merata di setiap daerah juga menjadi pemicu stres di kalangan mahasiswa selama pandemi. Bahkan, mahasiswa juga merasa pembelajaran online kurang optimal dan efektif karena kadang materi susah untuk dipahami karena interaksi dosen dan mahasiswa menjadi terbatas.

Kondisi fasilitas pendidikan yang tidak memadai, seperti tidak semua mahasiswa mempunyai laptop, tidak tersedianya jaringan internet yang baik, mahalnya kuota internet, sehingga tidak mempunyai pembelajaran online juga membuat mahasiswa berada dalam tekanan dan kecemasan yang tinggi (Mahardika, 2020).

Mahasiswa juga mengatakan bahwa tugas yang sering diberikan oleh dosen dimasa pandemi juga menjadi pemicu stres di kalangan mahasiswa. Bahkan ada mahasiswa yang bingung harus mengerjakan

tugas yang mana terlebih dahulu (Mahardika, 2020). Bahkan ada dosen yang memberi tugas kelompok ditengah *physical distancing* dan juga memberi tugas yang membuat mahasiswa terpaksa keluar rumah untuk memfoto kopi tugas, tugas lapangan dan sebagainya.

Homesick

Homesick merupakan kondisi yang diakibatkan oleh kondisi mahasiswa perantauan yang jauh dari orang tua. *Homesick* menjadi menjadi salah satu stres yang dihadapi oleh mahasiswa perantauan. Wahyuni (2015) menjelaskan bahwa, *Homesick* adalah bentuk stres yang dialami oleh mahasiswa perantau akibat lokasi geografis yang jauh dari keluarga, sehingga kondisi ini bisa suasana hati dan menghambat aktivitas sehari-hari mahasiswa.

Rasa merindukan suasana dekat dengan keluarga yang berlebihan membuat seseorang tidak nyaman secara fisik dan psikis dengan dirinya sendiri. Karena *homesick* memiliki gejala kesedihan mirip ketika seseorang kehilangan orang yang mereka cintai (Widyaningrum, 2018). Ricks Warren (dalam Widyaningrum, 2018) mengatakan bahwa keadaan *homesick* bisa membuat anak yang jauh dari keluarga merasa frustrasi dan stres. Bahkan mereka akan merasa kurang nafsu makan, insomnia, mudah kelelahan, dan sulit berkonsentrasi. Konsisi fisik dan psikis yang kurang nyaman tentunya akan mempengaruhi imun dalam menghadapi pandemi. Sehingga, kondisi *homesick* merupakan salah satu bentuk stres yang menjadi permasalahan mahasiswa perantauan saat ini.

Kondisi Ekonomi selama Pandemi

Terganggunya ekonomi akibat pandemik juga menjadi pemicu dari stress. Bahkan ada beberapa mahasiswa yang mengalami kesulitan ekonomi akibat usaha orang tuanya terhambat , bahkan ada mahasiswa yang orang tuanya berhenti bekerja. Menurut Basrowi (2020) tingkat frustrasi dan stres pada masyarakat meningkat, karena ekonomi melemah setelah adanya pandemik Covid 19. Selain itu, kebutuhan keluarga menjadi salah satu beban utama masyarakat saat pandemik. Hal ini memicu kemampuan masyarakat untuk berfikir logis menurun. Termasuk mahasiswa perantauan yang menghadapi permasalahan ekonomi keluarga akibat pandemik.

Diana Setyawati (dalam Mahardika, 2020) mengatakan bahwa bahwa kondisi ekonomi keluarga yang tidak stabil, pendapatan keluarga

yang hilang, membuat mahasiswa kekurangan uang saku. Faktor susah tepenuhinya kebutuhan pokok mahasiswa menjadi faktor yang menjamin kesehatan mental mereka.

Penyakit psikis yang terlebih dahulu di Miliki sebelum Pandemi

Mahasiswa yang memiliki riwayat penyakit psikis memiliki resiko mendapat tekanan mental lebih banyak. Tekanan lingkungan selama pandemi membuat mahasiswa semakin berada dalam kecemasan. Diana Setyawati (dalam Mahardika, 2020) mengatakan, mahasiswa yang mempunyai riwayat depresi dan keinginan bunuh diri akan lebih besar terkena dampak kecemasan psikis.

Komunikasi Orang Tua dalam mengurangi Stres Mahasiswa Perantaun

Komunikasi orang tua dan anak tidak hanya berada pada tataran komunikasi kelompok, tetapi juga komunikasi antar pribadi. Menurut Cangara (2012), mengatakan bahwa Komunikasi antar pribadi bermanfaat untuk mengatasi kecemasan antar individu, menghindari konflik, meningkatkan hubungan, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan antar individu.

Basri (1997) juga mengatakan bahwa antar orang tua dan anak juga bermanfaat untuk : 1) sarana mengungkapkan kasih sayang orang tua terhadap anak; 2) wadah menyampaikan dan menolak pendapat; 3) Sarana keakraban antara anggota keluarga, terutama orang tua dan anak; 3) menjadi barometer baik buruknya kondisi komunikasi orang tua dan anak)

Effendy (2003) juga menjelaskan bahwa komunikasi bermanfaat untuk : 1) Menginformasikan ; 2) Mendidik; 3) Menghibur, 4) Mempengaruhi. Sehingga dari beberapa penjelasan diatas, dapat kita pahami komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang penting dalam kehidupan berkeluarga terutama hubungan pribadi antara orang tua dan anak dalam mengungkapkan keakraban, perhatian dan kasih sayang.

Effendy (2003) juga menjelaskan bahwa kepentingan bersama antara komunikator dan komunikan (orang tua dan anak) tidak akan terpenuhi juga tidak berusaha melakukan komunikasi yang mewujudkan kesamaan pandangan antar satu dengan yang lain.

Pada masa pandemik komunikasi antar orang tua dan mahasiswa bisa bermanfaat dalam meningkat hubungan antar pribadi antara orang

tua dan anak walaupun berada dalam jarak dan waktu yang berjauhan. Membuat anak selalu dalam keadaan tenang menjadi tugas tersendiri bagi orang tua. Selain itu memberi penjelasan yang baik akan kondisi keluarga merupakan salah satu cara memberikan ketenangan terhadap anak yang berada jauh dari orang tua. Tersedianya media komunikasi jarak jauh memberi kita kesempatan dalam mengatasi jarak ruang dan waktu antara mahasiswa perantauan dan orang tua. Menurut Heksagara (2020) kehadiran teknologi komunikasi membuat mahasiswa perantauan tetap terhubung dengan orang tua dan keluarga baik melalui *video call* maupun media sosial. Kegiatan tetap terhubung ini bermanfaat untuk mengurangi stres saat kondisi mahasiswa jauh dari orang tua.

Komunikasi adalah bagian dari ilmu pengetahuan dan juga memiliki dimensi utilitas yang merujuk pada peran serta kegunaan proses komunikasi itu sendiri sebagai sebuah ilmu pengetahuan. Komunikasi antara orang tua dan anak adalah sebuah proses pembuatan persepsi yang sama antara orang tua dan anak. Tentunya dengan bertahap, karena pada dasarnya proses komunikasi tidak statis. Perlu adanya suasana yang dinamis antara orang tua dan anak dalam berinteraksi agar bisa tercapai perubahan yang ingin dihasilkan.

Yoanita (2020) mengatakan komunikasi yang baik antara orang tua dan anak merupakan salah satu faktor penting untuk dalam mengurangi gangguan kesehatan mental dan stres pada mahasiswa atau pelajar perantauan yang penuh tekanan dan jauh dari orang tua. Komunikasi yang baik antara orang tua dan anak merupakan wadah mendengarkan keluhan kesah sang anak selama terpisah dari orang tua. Orang tua harus membuat anaknya selalu berfikir positif dengan tidak menghakimi, menyalahkan dan menggurui. Hal ini karena panik dan stres bisa mengurangi daya tahan tubuh ditengah corona (Purwitasari, 2020).

Hasanah (2015) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap penurunan problem tekanan emosi mahasiswa. Dewi dalam Purwitasari (2020) mengatakan bahwa berfikir positif dan tenang merupakan hal yang sangat penting dalam mengurangi stres, hal ini dikarenakan daya tahan tubuh tidak melemah.

Tekanan emosi mahasiswa dipengaruhi oleh dua faktor, yakni internal dan eksternal. Internal disebabkan kondisi psikis, sedangkan eksternal dipengaruhi kurikulum kampus dan lingkungan. Menurut Ariani (dalam Suprapti, 2019), permasalahan komunikasi orang tua dan

anak juga terletak pada kualitas komunikasi. Orang tua perlu mengobrol, mendengarkan pendapat, masukan, bahkan pertanyaan dari sang anak. Sehingga dari hal ini bisa kita ketahui bahwa kedekatan fisik orang tua dan anak saja tidak cukup.

Beberapa mahasiswa bahkan mengeluhkan orang tua yang kurang memperhatikan mereka. Banyak orang tua yang fokus memperbaiki kondisi ekonomi keluarga ditengah pandemi. Sehingga, sebagian orang tua lupa akan adanya anak diperantauan yang butuh diperhatikan dan didengarkan keluh kesah dan permasalahan yang mereka hadapi.

Membuat anak selalu berada dalam kondisi tenang, sehat secara fisik dan psikis merupakan pekerjaan rumah yang tidak bisa dianggap biasa saja bagi orang tua dimasa pandemi. Menurut Handayani (2020), memperingatkan anak untuk meningkatkan ibadah juga bermanfaat dalam meningkatkan ketenangan jiwa pada anak. Rasa bersabar dan bersyukur membantu membuat anak menjadi optimis walaupun berada di kondisi berjauhan dengan orang tua.

Selain itu, Handayani (2020) juga mengatakan bahwa memperingatkan sang anak untuk menjaga kebersihan dan kesehatan juga menjadi salah satu aspek yang penting. Terutama menjaga asupan gizi pada anak, memperingatkan untuk olah raga agar kondisi fisik dan kesehatan sang anak tetap terjaga dan terhindar dari stres.

Menganjurkan sang anak untuk melakukan aktifitas lain yang bisa membuat mereka dan tetap dirumah tidak hanya bermanfaat untuk melindungi sang anak agar terhindar dari wabah Covid 19, tetapi juga bisa membuat sang anak terhindar dari kondisi *homesick*. Sang anak harus diberi pengertian agar mampu melakukan penyesuaian kondisi lingkungan, walaupun dengan rasa rindu yang berat dengan keluarga (Widyaningrum, 2018)..

Hal yang terpenting adalah bagaimana orang tua selalu setia berkomunikasi, menghibur, dan menanyakan kesehatan anaknya. Anak dan orang tua harus menyadari pentingnya komunikasi dan *sharing* setiap permasalahan yang ada. Orang tua harus bisa membagi waktu untuk berkomunikasi dengan anak yang tidak bisa mudik dan terus memberi dorongan serta semangat agar kesehatan mental anak bisa terjaga dengan baik, ditengah tekanan lingkungan selama larangan mudik.

Tentunya hal ini tidak hanya mempertegas bahwa peran orang tua tidak hanya memberikan dukungan finansial kepada anak selama pandemik, tetapi juga menjaga kesehatan mental anak agar bisa terhindar dari stress.

Komunikasi yang efektif juga menjadi faktor penting dalam mempermudah proses interpretasi pesan orang tua terhadap anak. Karena jika anak gagal memahami maksud dari orang tua akan berimbas pada kesalahpahaman dalam menangkap pesan, sehingga anak bisa gagal dalam menerima maksud yang tepat. Menurut Jhonson (dalam Supraptiya 1995), terdapat tiga syarat dalam memenuhi komunikasi efektif : 1) Memastikan pesan-pesan yang disampaikan kepada anak mudah dipahami. Hal ini bisa diwujudkan dengan memilih Bahasa yang tepat dan media yang tepat agar tidak terjadi *noise* dan kesalah pahaman; 2) Memelihara kepercayaan terhadap penyampai pesan, dalam hal ini adalah orang tua, sehingga kepercayaan anak dan orang tua bisa menjaga keefektifan proses komunikasi; 3) Orang tua harus berusaha mendapatkan umpan balik dari anak, karena umpan balik merupakan salah satu indikator komunikasi antar orang tua dan anak telah optimal dan efektif.

Faktor penting yang harus diperhatikan orang tua dalam menyampaikan pesan kepada anak adalah : 1) *Konsistensi*, mencakup kemampuan orang tua membuat informasi dapat dipercaya dan kredibel. Sehingga, tidak berubah-ubah ; 2) *Kertebukaan*, berhubungan dengan isi atau informasi yang dipertukarkan antara orang tua dan anak, sehingga bisa mengarahkan perilaku sesuai yang dikehendaki; 3) *Ketegasan*, berhubungan dengan sikap nilai-nilai dan harapan yang ingin diwujudkan dalam proses komunikasi orang tua dan anak. Ketegasan tidak selalu mengarah pada bentuk otoriter, tetapi memperjelas harapan orang tua terhadap perilaku anaknya dengan persuasif (Irwanto, 1991).

Membina keakraban dalam berkomunikasi antara orang tua dan mahasiswa yang berada di perantauan mampu menciptakan suasana yang menenangkan dan menyegarkan bagi sang anak. Komunikasi orang tua dan anak juga membantu orang tua mendengarkan keluhan sang anak selama larangan pandemik (Sobur, 1996)

Melalui komunikasi antar pribadi antara orang tua dan anak, akan mempermudah proses saling mengenal kondisi satu dengan yang lain. Orang tua dan anak bisa saling melepas ketegangan dan melakukan interaksi yang bermakna. Mereka bisa saling menghibur dan menguatkan.

Kesimpulan

Berbagai tekanan dan kondisi lingkungan yang tidak mendukung selama pandemic Covid 19 menjadi permasalahan tersendiri bagi mahasiswa perantauan yang tidak bisa mudik karena peraturan pemerintah. Rasa cemas, tertetekan, dan homesick adalah beberapa bentuk stres yang dialami mahasiswa perantauan.

Komunikasi yang baik antara orang tua dan mahasiswa perantauan memang bukan perkara mudah. Karena, orang tua dan anak berada pada lokasi geografis yang berjauhan. Walaupun bukan satu-satunya solusi dalam mengurangi stres pada mahasiswa perantauan, komunikasi yang baik antara orang tua dan mahasiswa perantauan diharapkan bisa menjadi salah satu faktor yang bisa mengurangi Rasa cemas, tertetekan, dan homesick pada mahasiswa. Kondisi psikis dan fisik mahasiswa yang baik akan membuat imun mereka tetap terjaga meskipun berjauhan dengan orang tua.

Daftar Pustaka

- Alex Sobur, Komunikasi Orang Tua- Anak, 1996 Bandung : Angkasa
- Basri, Hasan. (1997). Keluarga Sakinah, Tinjauan Psikologi Dan Agama. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Basrowi (2020) Dampak dari Lesunya Perekonomian Akibat Wabah Corona. *suara.com*. 30 Maret <<https://www.suara.com/yoursay/2020/03/30/151403/dampak-dari-lesunya-perekonomian-akibat-wabah-corona>>
- Cangara, Hafied (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi 2 Cet 13. Jakarta. RajaGrafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT Citra Aditya Bakti
- Santoso, Fajar dkk. (2020) Mengelola Stres Mahasiswa pada Masa Pembelajaran Daring. *buletin.k-pin.org*. 4 April <<https://buletin.k-pin.org/index.php/daftar-artikel/593-mengelola-stres-mahasiswa-pada-masa-pembelajaran-daring>>
- Handayani, Lina (2020). Penting Dipahami, Peran Keluarga Hadapi Pandemi Covid-19. *siedoo.com*. 13 Mei <<https://siedoo.com/berita-30511-penting-dipahami-peran-keluarga-hadapi-pandemi-covid-19/>>
- Hartaji, D. A. (2012). Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orang tua. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. (tidak diterbitkan).
- Hasanah, Hasyim (2015) Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dalam Menurunkan Problem Tekanan Emosi Berbasis Gender. Jurnal SAWWA. Volume 11, Nomor 1, 51-74
- Heksagara, Sekar. (2020) Kegiatan Pengurang Stres Saat Kuliah Daring. *muda.kompas.id*. 26 April <<https://muda.kompas.id/baca/2020/04/26/kegiatan-pengurang-stres-saat-kuliah-daring/>>
- Irwanto. (1991). Kepribadian, Keluarga dan Narkoba (Tinjauan Sosial dan Psikologis), Jakarta : Penerbit Arcan

- Mahardika, Anjar. (2020). 7 Penyebab Gangguan Kecemasan Mahasiswa di Tengah Pandemi Corona. *Detik.com*. 17 April <<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4980442/7-penyebab-gangguan-kecemasan-mahasiswa-di-tengah-pandemi-corona>>
- Sri Supraptiya 1995 Problematika Komunikasi Orangtua dan Anak
- Wahyuni, Tri. (2015). Yang Perlu Dilakukan Perantau Saat 'Homesick' Melanda. *CnnIndonesia.com*. 21 Januari <<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150121071258-255-26124/yang-perlu-dilakukan-perantau-saat-homesick-melanda>>
- Widyaningrum, Laras Gita. (2018). Apa yang Terjadi Pada Otak dan Tubuh Ketika Kita Mengalami Homesick?. *nationalgeographic.grid.id*. 1 Oktober <<https://nationalgeographic.grid.id/read/13948050/apa-yang-terjadi-pada-otak-dan-tubuh-ketika-kita-mengalami-homesick?page=all>>
- Yoanita, Desi. (2020). Rentannya Para Remaja di Masa Pandemi. *Kumparan.com*. 4 Mei <<https://kumparan.com/desi-yoanita/rentannya-para-remaja-di-masa-pandemi-1tLbOwth6FX>>

LONG DISTANCE RELATIONSHIP DI MASA PANDEMI COVID

(Tinjauan Perspektif Komunikasi Antar Persona)

Meilani Dhamayanti

Pendahuluan

Pandemi Covid yang melanda Indonesia sejak awal Febuari lalu menciptakan beragam persoalan. Virus yang mewabah di seluruh dunia ini memberikan dampak yang sangat besar di segala aspek kehidupan. Upaya pemerintah melakukan pengendalian penyebaran virus dengan memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di berbagai daerah menyebabkan mobilitas orang untuk bepergian sangat terbatas . *Long Distance Relationship* (LDR) menjadi salah satu persoalan saat wabah ini melanda. LDR merupakan suatu bentuk hubungan dimana para pasangan yang menjalani dipisah jarak dan fisik selama periode waktu tertentu (Hampton, 2004). Batasan LDR dalam kamus Bahasa Indonesia, tidak hanya digunakan bagi pasangan tetapi dapat juga dimaknai jauh dari keluarga dan teman. Seorang anak yang jauh dari dari keluarga juga dapat dikategorikan sebagai LDR.

LDR dalam konteks waktu dan jarak disampaikan oleh Holt dan stone dalam tulisan yang berjudul *A Study Of Culture Variability Andrelational Maintenance Behaviors For International And Domestic Proximal And Long Distance Interpersonal Relationship*. Ada 3 kategori orang yang melakukan LDR, yaitu berdasarkan faktor ruang dan waktu. Kategori pertama dilihat dari waktu terpisah (0-6 bulan, lebih dari 6 bulan), tiga kategori waktu pertemuan (sekali seminggu, seminggu hingga sebulan, kurang dari satu bulan) dan kategori jarak (0-1 mil, 2-294 mil, lebih dari 250 mil). (Kidenda, 2002).

Hasil pengamatan yang peneliti dapatkan ada beberapa alasan orang melakukan LDR di masa covid, yaitu adanya kekhawatiran penularan virus pada keluarga dan ketiadaan akses transportasi disebabkan Pembatasan Sosial Berskala Besar(PSBB). LDR di masa pandemi covid tidak bisa dianggap sepele. Paparan informasi seputar

pandemi di berbagai media bisa memicu stres dan cemas. Jenis informasi yang disampaikan di media seperti: mudahnya penyebaran dan penularan virus, jumlah korban yang terpapar dan meninggal yang terus bertambah serta rentannya orang tua terpapar virus menyebabkan kekhawatiran dan kecemasan pada banyak orang. Kondisi LDR yang jauh dari pasangan dan keluarga yang dicintai akan memunculkan perasaan *insecure* (tidak merasa aman) yang ditandai dengan was-was serta selalu gelisah sampai stress.

Perasaan *insecure* harus menjadi perhatian bagi orang yang melakukan LDR. Kecemasan yang berlebihan hingga menimbulkan stress akan mempengaruhi daya tahan tubuh seseorang. Kondisi stres dan panik membuat tubuh akan melepaskan kortisol ke aliran darah. Kondisi ini bisa menekan sistem imun pada tubuh dan membuatmu menjadi lebih rentan terhadap penyakit. Daya tahan tubuh seseorang menjadi tameng untuk mampu bertahan dari paparan virus. Komunikasi menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku LDR dalam menghadapi kekhawatiran pada keadaan yang tidak menentu. Komunikasi yang dilakukan oleh pelaku LDR pada pasangan atau keluarganya akan menimbulkan perasaan nyaman serta mampu meredakan stress.

Kajian Pustaka

Menurut Joseph A.DeVito dalam buku Onong Uchyana Effendi yang berjudul *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, mengatakan bahwa Komunikasi Interpersonal sebagai “proses pengiriman dan penerimaan pesan antar dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika”. (Uchyana : 2003)

Berdasarkan definisi Joseph A.DeVito komunikasi interpersonal dapat berlangsung antara dua orang yang sedang melakukan percakapan. Tujuan dilakukannya komunikasi interpersonal adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Begitupun terhadap orang yang sedang menjalankan *Long Distance Relationship* (LDR). Komunikasi interpersonal dilakukan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan pasangan atau keluarga yang terpisah. Hubungan demikian membantu agar tidak kesepian dan depresi, menjadikan kita sanggup saling berbagi kesenangan kita dan mungkin membuat kita merasa lebih positif tentang diri kita.

Media komunikasi dalam LDR sangat memiliki peranan penting. Peneliti menggunakan teori CMC (Communication Mediated Computer) untuk membahas hasil penelitian. CMC (Communication Mediated Computer) didefinisikan sebagai suatu proses komunikasi yang dilakukan melalui komputer, melibatkan manusia yang terjadi pada konteks tertentu, dimana didalamnya melibatkan proses pembentukan media untuk berbagai tujuan. Hal ini sesuai dengan definisi komunikasi bermediakan komputer yakni: *computer mediated communication is a process of human communication via computer, involving people, situated in particular context, engaged in process to shaped media for variety of purpose.* (Thurlow dalam Wood, 2013).

Greenberg dalam Mahmoud and Auter (2009) menyatakan bahwa CMC memiliki karakteristik yang berbeda dengan mode pertukaran informasi yang lain. Beberapa karakteristik yang peneliti garis bawahi, antara lain:

- a. *Interactivity*, yang dapat dikatakan sebagai karakter central dari CMC.
- b. *Two-way communication*, atau bahkan *multiple-ways communication*, dimana para interaktan dapat bertukar pesan dan peran sebagai *sender* atau *receiver*, dan terjadi pada banyak jalur.
- c. *User control*, dimana *user* memegang penuh kendali untuk memilih waktu, konten, tindakan komunikasi, dan segala sesuatunya.
- d. Media utama yang digunakan dalam CMC berbasis teks.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kualitatif untuk menjelaskan tentang fenomena yang sedang diteliti. Pendekatan dengan kualitatif dimaksudkan untuk memberikan sebuah pengertian tentang seperti apa sebenarnya kenyataan yang sedang diamati atau keadaan sebenarnya yang diteliti (Strauss & Corbin, 2003)

Peneliti menggunakan teknik non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2015). Populasi dari penelitian adalah pelaku LDR dengan kriteria : (1) Orang yang terpisah dari pasangan dan keluarga

saat terjadi pandemi (2) usia antara 20 – 65 tahun (3) Terpisah secara geografis dengan pasangan atau keluarga saat terjadinya pandemi covid (4) Durasi lamanya 1 bulan atau lebih.

Ada 3 narasumber yang diwawancarai yaitu: (1) TF, 52 tahun, bekerja sebagai konsultan. TF melakukan LDR dengan istrinya saat pandemi terjadi. Kondisi seharusnya ia dapat pulang ke Aceh terpaksa tertunda karena tidak ada maskapai penerbangan yang beroperasi. (2) RI, 53 tahun, Ibu rumah tangga yang menetap di Yogyakarta.. RI terpaksa melakukan LDR dikarenakan suaminya yang sedang berada di Jakarta menjenguk ibunya tidak dapat kembali pulang ke Yogyakarta sebagai imbas dari PSBB. (3) EW, 22 tahun, mahasiswa di Malang yang memilih tidak pulang ke rumah keluarganya di Jakarta karena ada kekhawatiran dirinya sebagai *tersier* (pembawa virus) yang dapat menularkan orangtuanya. Untuk mempertajam hasil penelitian, peneliti juga melakukan studi literatur dari berbagai buku dan pemberitaan yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

Diskusi

Pengalaman LDR bagi TF merupakan hal yang sering ia alami. Profesinya sebagai konsultan di Lembaga asing membuat ia sering ke luar daerah selama beberapa bulan. Namun TF menyatakan bahwa LDR yang ia alami di masa pandemi ini berbeda dengan pengalaman LDR sebelumnya. TF menyatakan bahwa sebenarnya organisasi tempat ia bekerja telah memberlakukan WFH (Work From Home) saat angka korban pandemi semakin tinggi. Namun TF memiliki kendala ia tidak mendapat tiket penerbangan untuk kembali ke kampung halamannya di Aceh. Keinginan TF kembali Ke Aceh semakin kecil saat penerapan PSBB, yang membatasi operasional maskapai penerbangan.

TF mengakui bahwa ia pribadi tidak mengkhawatirkan keadaannya selama pandemi di Jakarta. Ia justru mengkhawatirkan keberadaan anak istrinya di Aceh. Secara pribadi ia menginginkan dapat bersama keluarganya selama pandemi. “Saya dapat membayangkan repotnya istri saya dalam menjaga anak-anak selama pandemi,”kata TF. Menurut TF ia terbiasa membantu istrinya dalam urusan rumah tangga serta menjaga anak-anaknya. Meredakan kekhawatiran TF dan istri berupaya tetap melakukan komunikasi melalui *video call* dengan fitur WhatsAap (WA). “Kami jadi dapat bertukar kabar tentang keadaan masing-masing. Yang

penting saya tidak khawatir dengan keadaan anak istri,”kata TF. Menjaga kualitas komunikasi TF kerap melakukan komunikasi sesering mungkin dengan durasi sekitar 15 – 30 menit. “kebersamaan bagi kami nomor satu. Walau berbeda provinsi tetapi yang terpenting kehadirannya masih dapat dirasakan oleh keluarganya,”kata TF.

Pengalaman LDR selama covid dirasakan oleh RI dengan suaminya sekitar hampir 4 bulan. Suami RI (65) memilih berada di kediaman orangtuanya yang telah berusia 90 tahun di Jakarta. Suami RI mengkhawatirkan kondisi orangtuanya yang tinggal seorang diri selama pandemi covid. Pemberitaan media bahwa Jakarta menjadi zona merah dengan angka penderita yang tinggi menjadi alasan suami RI bertahan di Jakarta.

RI menyatakan komunikasi dilakukan tidak setiap hari. RI melakukan komunikasi dengan suaminya selang 2-3 hari. RI menyatakan bahwa usia mereka sudah sama-sama tua. Ia memiliki *trust* pada suaminya begitu pula sebaliknya. Kondisi pandemi merupakan kasus khusus yang menjadikan alasan untuk tidak begitu khawatir melakukan LDR. Ia percaya suaminya dapat menjaga dirinya walau kadang ia mengkhawatir suaminya tidak mampu menjaga kesehatan dirinya sendiri.

EW, 21 tahun, mahasiswa salah satu PTN di Malang menyatakan bahwa sebelum Jakarta menerapkan peraturan PSBB, ia memiliki rencana untuk kembali ke Jakarta. Tetapi niatnya untuk kembali terpaksa diurungkan karena kekhawatirannya dengan kondisi orangtua yang sudah berusia di atas 60 tahun yang rentan terpapar virus. Pemberitaan di berbagai media bahwa anak muda merupakan *tersier* (pembawa) virus bagi orangtuanya membuat kekhawatiran dan kecemasan bagi EW untuk tetap bertahan di Malang dan tidak pulang ke Jakarta. EW memilih untuk tetap di Malang hingga saat ini.

EW menyatakan bahwa awal orangtuanya meminta ia kembali ke Jakarta. Pemberitaan di berbagai media yang menyatakan korban pandemi yang terus meningkat serta dampaknya di berbagai sektor membuat orangtuanya khawatir dengan kondisi dan keselamatan anaknya. Berat hati EW menyatakan bahwa keinginannya untuk tetap menetap di Malang sangat memiliki alasan yang kuat, yaitu khawatir kedua orangtuanya terpapar virus. “Orangtua saya memiliki asma. Konon orangtua yang memiliki gangguan kesehatan seperti jantung

dan asma akan lebih rentan terpapar virus. Saya tidak mau hal buruk terjadi pada orangtua saya”

EW mengakui di awal PSBB di Malang ia merasa kesepian..Kota Malang itu menjadi sangat sepi dan banyak toko serta warung yang memilih tutup. Kawan-kawan terdekatnya semua memilih pulang ke kampung halamannya masing-masing. EW mengakui sempat merasakan kesepian dan khawatir dengan kondisi yang terjadi saat itu. Orangtuanya juga khawatir dengan kondisinya selama di Malang. Orangtua khawatir bahwa anaknya akan kesulitan mendapatkan kebutuhan pokok sehari-hari seperti makan.

Khawatiran EW dan orangtuanya selama pandemi dapat dimediasi melalui komunikasi dengan menggunakan media telpon atau video call melalui fitus whatsapp. Melalui video call, EW dan orang tuanya dapat saling berkirim kabar dan meredakan kecemasan yang muncul. EW juga menyatakan ia berupaya untuk melakukan komunikasi dengan sahabatnya yang terlebih dahulu pulang kampung melalui aplikasi chat line. Kadang ia juga melakukan permainan game online dengan sahabatnya. Interaksi yang dilakukan EW dengan sahabatnya melalui game online menjadi penghibur EW saat ia merasa kesepian.

Ke 3 narasumber yang diwawancarai menyatakan pernah mengalami situasi dimana sulit untuk berkomunikasi disebabkan masalah sinyal. Selama pandemi Covid ada beberapa kali sinyal operator bermasalah yang menyebabkan terhambatnya komunikasi. Penuturan ke 3 narasumber, adanya *trust* membuat mereka tidak begitu panik saat komunikasi terhambat. Biasanya mereka akan berusaha melakukan komunikasi saat sinyal jaringan kembali normal.

Pembahasan

Menyimak penuturan ke-3 narasumber di atas dapat digaris bawahi bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting bagi orang yang berjauhan dengan keluarga. Komunikasi dapat memberikan perasaan tenang dan nyaman selama pandemi. Komunikasi akan menjauhkan dari rasa was-was serta stress yang dapat berdampak buruk bagi kesehatan tubuh.

Komunikasi melalui media telpon atau video call menjadi pengganti kehadiran individu yang berjauhan. Setiap orang yang melakukan LDR akan memilih media komunikasi berbeda-beda yang tergantung pada

kebiasaan masing-masing dalam bertukar kabar. Aktifitas komunikasi melalui telpon, *chatting* atau *video call* sangat tergantung pada kebutuhan individu. Peneliti menyoroti kualitas komunikasi lebih menjadi prioritas bagi pelaku LDR di saat pandemi.

Menurut Richard L. Weaver II (1993) Seperti yang telah dikutip oleh Budyatna mengatakan bahwa:

“Komunikasi tidak harus tatap muka. Bagi komunikasi antar pribadi yang sudah terbentuk, adanya saling pengertian antara dua individu, kehadiran fisik dalam berkomunikasi tidak terlalu penting”. (Budyatna : 2011)

Kualitas komunikasi antar personal bagi orang yang berjauhan dengan keluarga selama pandemi covid memang harus dijaga dengan baik. Kekhawatiran yang berlebihan akan menyebabkan bukan hanya stress tetapi juga dapat mempengaruhi hubungan antara kedua belah pihak yang dapat memicu konflik. KOMunikasi yang terjalin dengan baik memunculkan rasa saling percaya, ketenangan dan jauh dari stress. Kondisi seperti ini sangat penting di masa pandemi agar daya tahan tubuh stabil dan menjadi tameng yang terbaik di masa pandemic.

Ada 4 komponen penting yang harus diperhatikan bagi orang yang melakukan LDR, yaitu : pertama yaitu kehadiran, komponen tersebut dalam hubungan akan mempengaruhi kelanggengan suatu hubungan yang dijalani. Kepercayaan dalam suatu hubungan akan menentukan apakah suatu hubungan akan berlanjut ataupun berhenti. Kepercayaan ini meliputi pemikiran–pemikiran kognitif individu tentang apa yang sedang dilakukan oleh pasangannya. Kedua adalah komunikasi yang merupakan dasar dari terbinanya hubungan yang baik, yang merupakan situasi dimana seseorang bertukar informasi tentang dirinya dengan orang lain. Ketiga adalah keintiman yang merupakan perasaan dekat dengan pasangan. Keintiman tidak hanya terbatas pada kedekatan fisik saja. Adanya rasa kedekatan emosional dan rasa kepemilikan terhadap pasangan merupakan bagian dari keintiman. Keempat yaitu meningkatkan komitmen, dimana komitmen merupakan tahapan seseorang menjadi terikat dengan sesuatu atau seseorang akan terus bersamanya hingga hubungan berakhir (Kidenda., 2002).

Komunikasi di masa pandemi covid bagi orang yang berjauhan dari keluarga sangat terbantuan dengan adanya perangkat teknologi

komunikasi yang telah canggih. Sebagaimana penuturan narasumber di atas penggunaan fitur *chatting* (percakapan online) serta video call baik melalui WA ataupun Line sangat membantu mereka dalam membangun emosi dalam interaksi selama berjaruhan. Komunikasi berbasis digital tersebut akan memunculkan kedekatan secara emosi dan visual.

Dengan menggunakan komunikasi *video* , pasangan bisa melihat cara komunikasi pasangan secara non verbal. Kode non verbal sendiri menurut Burgoon, kode nonverbal memiliki tiga dimensi yaitu dimensi semantik, sintaktik dan pragmatik. Dimensi semantik sendiri merupakan dimensi yang mengacu pada makna dari suatu tanda, sintaktik yaitu dimensi yang lebih mengacu pada cara tanda disusun dan diorganisir dengan tanda lainnya. Dan yang terakhir pragmatik merupakan dimensi yang lebih mengacu pada efek atau perilaku yang ditunjukkan oleh tanda. (Burgoon dalam Morrissey, 2013).

Penggunaan video call baik melalui WA atau Line akan memungkinkan orang dapat melihat gerak tubuh dan ekspresi wajah. Orang yang memiliki kedekatan secara emosional biasanya merasa bahagia ketika dapat melihat wajah orang yang disayangi. Hal ini didukung pendapat Samovar bahwa ekspresi wajah merupakan pusat dari proses komunikasi, sehingga tak jarang manusia kadang berbicara dari *face-to-face*. Gerakan tubuh dan ekspresi merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan. Gerakan tubuh atau biasa disebut gerakan kinesik merupakan suatu gerakan tubuh yang dapat dilihat juga bisa mengirimkan pesan mengenai sikap diri anda terhadap pasangan (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010).

Dengan adanya representasi digital melalui teknologi internet telah mengatasi orang yang terpisah jarak selama pandemi untuk tetap berhubungan dengan menggunakan suara dilengkapi gambar. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi di masa pandemi biasanya seputar keadaan dan kondisi yang terjadi saat pandemi. Perasaan kesepian dapat terobati dengan saling bertukar kabar dan menguatkan. Adanya perasaan nyaman, tenang serta *secure* di masa pandemi akan sangat membantu kondisi orang untuk lebih stabil secara emosional serta sehat.

Kesimpulan

Pandemi covid yang terjadi hingga saat ini telah menyebabkan beragam persoalan pada berbagai aspek kehidupan di masyarakat.

Long Distance Relationship (LDR) menjadi permasalahan yang banyak dialami orang. LDR pada berbagai konteks bukan sekedar pasangan yang terpisah secara jarak dan waktu tetapi juga mencakup seorang anak yang terpisah secara geografis dari keluarganya. LDR di masa pandemi covid dapat memunculkan perasaan *insecure* pada seseorang yang ditandai munculnya kecemasan hingga stress. Perasaan *insecure* muncul dapat disebabkan pemberitaan korban covid yang tinggi serta kecepatan virus ini menular pada setiap orang. Perasaan *insecure* yang dialami oleh orang yang melakukan LDR harus dapat dikelola secara baik. Emosi yang tidak stabil akan mempengaruhi daya tahan tubuh seseorang.

Komunikasi menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan dalam mengelola emosi. Komunikasi antar persona yang dilakukan dapat meredakan emosi serta perasaan sepi. Keberadaan media komunikasi digital sangat berperan penting dalam terjadinya interaksi virtual orang yang berjauhan secara geografis. Media komunikasi digital yang dipergunakan dapat menggantikan kehadiran secara fisik.

Saran

Di masa Pandemi ini, sangat disarankan agar orang yang melakukan LDR dapat meningkatkan kualitas komunikasi pada keluarga atau sahabat mereka. Komunikasi dapat menjadi penyaluran emosi serta menjauhkan dari emosi negatif yang memunculkan perasaan yang *insecure*. Kualitas komunikasi juga perlu diperhatikan dari sisi topik atau hal lain yang dapat memunculkan kedekatan.

Daftar Pustaka

- Day, C. (2002). *At the heart of your long distance relationship: Love deeply, live fully, and grow closer together from near to far*. Lincoln, NE: iUniverse, Inc
- Budyatna, Muhammad. (2011), *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana,
- Devito, J. A. (1996). *Human Communication*. Alih bahasa oleh Maulana, Agus. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professiona Book.
- Haryadi, M. F. (2010). *Analisa dan perancangan aplikasi chatting berbasis web menggunakan flash cs3*.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Masa (Pertama)*. Jakarta: Kencana.
- Onong Uchana Effendi. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti,
- Romiszowski, A., & Mason, R. (2002). COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION, 397–432.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya* (7th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Wood, J. . (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi Dalam Kehidupan Kita)*. Jakarta: Salemba Humanika.

Internet

- David, P, Hampton, JR. (2004). “*The Effect od Communication On Satisfaction In Long Distance And Proximal Relationships Of College Students*”. Chicago: Loyola University. Diakses dari <http://www.webclearinghouse.net/volume/4/HAMPTON-TheEffecto.php>. Pada tanggal 20 Juni 2020 pukul 17.15 WIB.
- Jimenez, F. V., & Jens B. Asendorpf. (2010). Shared everyday decisions and constructive communication :, 157–182. Retrieved from <https://interpersona.psychopen.eu/article/view/47>

Thomas, J. Kidenda, (2002). "A Study of culture variability and relational maintenance behaviors for international and domestic proximal and long distance interpersonal relationship", (Doctoral Dissertation)
Diakses dari <https://scholar.google.co.id> Pada Tanggal 13 Juni 2020 Pukul 21.00 WIB.

PERAN KENTHONGAN DALAM AKSI SOSIAL MASYARAKAT MENANGGULANGI TINDAK KRIMINALITAS SAAT PANDEMI WABAH COVID-19

Joko Suryono

Pendahuluan

Di awal tahun 2020, warga dunia dikejutkan dengan munculnya pandemi Virus Corona (Covid-19) yang menimbulkan ketakutan, menurunkan pesimistis, semangat dan kepercayaan warga masyarakat di seantero dunia. Kepanikan dan ketakutan ini, secara psikologis menyebabkan gangguan mental dan menurunkan daya tahan tubuh manusia, yang menyebabkan warga mudah tertular dan terinfeksi. Ratusan ribu warga yang tertular dan terinfeksi ini pertama sesak nafas, selanjutnya meninggal dunia yang menyebabkan kepanikan di mana-mana. Ribuan orang terinfeksi dan ribuan lainnya meninggal (Buana, 2020).

Pada tanggal 30 Januari 2020, badan kesehatan dunia WHO (World Health Organization) menetapkan COVID-19 sebagai Public Health Emergency of International Concern (PHEIC) atau Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia (KKMMD). Pada tanggal 12 Februari 2020, WHO resmi menetapkan penyakit novel coronavirus pada manusia ini dengan sebutan Coronavirus Disease (COVID- 19). Pada tanggal 11 Maret 2020, WHO sudah menetapkan COVID-19 sebagai pandemi yaitu penyakit yang sudah menyebar ke seluruh dunia (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Pada 2 Maret 2020, Presiden Republik Indonesia Joko Widodo mengumumkan kasus pertama dan kasus kedua positif warga Indonesia yang terinfeksi virus korona COVID-19. Pengumuman tersebut disampaikan oleh presiden sebelum petugas kesehatan memberitahukan secara langsung kepadanya. Hal tersebut menjadi salah satu insiden aal atau salah satu ketidaksiapan dalam koordinasi dan komunikasi antar stakeholder, yang menjadi pertanyaan masyarakat kepada pemerintah

dalam menangani pandemi penyakit menular yang mengglobal (Almuttaqi, 2020).

Pandemi COVID 19 di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan yang berdampak pada kehidupan ekonomi masyarakat yang berdampak kepada meningkatnya orang yang tidak bekerja dalam jumlah yang besar. Situasi dan kondisi saat Covid 19 ini secara nyata lebih parah dari resesi ekonomi 1998. Akibat orang tidak keluar, banyak roda ekonomi Usaha Kecil Menengah tidak berputar, usaha besarpun banyak yang tumbang. Hal tersebut menimbulkan peningkatan jumlah pengangguran, yang terus mengalami eskalasi, tidak hanya berpotensi mengakibatkan kontraksi pertumbuhan ekonomi, tetapi juga peningkatan jumlah pengangguran dalam skala besar. Penambahan jumlah pengangguran terbuka yang signifikan bukan hanya disebabkan oleh perlambatan laju pertumbuhan ekonomi, melainkan juga disebabkan oleh perubahan perilaku masyarakat terkait pandemi Covid-19 dan kebijakan pembatasan sosial, baik dalam skala kecil maupun skala besar. Dampak pandemi COVID-19 terhadap hilangnya mata pencaharian di sektor informal perlu lebih diwaspadai. Pasalnya, daya tahan ekonomi para pekerja di sektor informal relatif rapuh, terutama yang bergantung pada penghasilan harian, mobilitas orang, dan aktivitas orang-orang yang bekerja di sektor formal (Nurwati, 2020).

Di tengah pandemi wabah covid 19 yang tidak tahu kapan akan selesai, muncul bermacam-macam gangguan keamanan di dalam masyarakat. Hal tersebut terjadi karena 2 masalah penting : 1) pembebasan lebih 38 ribu narapidana untuk asimilasi. Pembebasan itu untuk mencegah penyebaran wabah korona di dalam penjara yang *over-capacity*. Pembebasan napi diikuti peningkatan berita dan laporan tentang residivis yang baru dibebaskan kembali melakukan aksi kejahatan. Sebagian mereka bertambah berani saat berhadapan dengan petugas pengaman, 2) meningkatnya jumlah orang miskin dan penganggur. Kebijakan PSBB dan lainnya mengakibatkan semakin banyak orang tidak bekerja sementara mereka dan keluarga perlu makan. Bisa diduga sebagian mereka tergoda menempuh jalan pintas dengan melakukan aksi kriminal.

Kedua masalah penting peningkatan gangguan keamanan tersebut membuat warga masyarakat menyiapkan diri untuk melakukan langkah kesiapsiagaan, dengan cara melakukan kegiatan aksi sosial

pengamanan swakarsa, ronda malam. Ada hal yang menarik, saat warga masyarakat melakukan kegiatan aksi sosial pengamanan swakarsa ronda malam, yaitu berkaitan dengan alat komunikasi tradisional kentongan. Alat komunikasi tradisional kentongan dijadikan sebagai pesan penanda utama kesiapsiagaan masyarakat. Keberadaan kentongan sebagai alat dan media yang harus dimiliki di pos ronda dan di setiap rumah warga. Para tokoh masyarakat dan warga beramai-ramai dengan sukarela membuat aksi sosial membuat kentongan ataupun membeli kentongan. Seperti layaknya pandemi lokal, virus kentongan menyebar dengan cepat di masyarakat, sebagai alat penanda aksi sosial masyarakat dalam melawan kriminilitas.

Aksi sosial merupakan bagian penting dari proses pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan adalah langkah dinamis dalam menyadarkan dan membangkitkan kekuatan individu atau organisasi yang sebelumnya ada di bawah sadar menjadi muncul di tataran *mindset*, sikap, ketrampilan dan perilaku. Menurut Pererson et al. (2005), pemberdayaan adalah langkah organis, proses aksi sosial yang melibatkan individu, organisasi, dan masyarakat saling bahu membahu, saling membantu, bersama-sama, saling mendukung dengan kepercayaan yang tinggi untuk dapat mengendalikan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Menurut Folger dalam Suryono, Wijaya, Irianto, & Harisudin (2020) pengembangan teori pemberdayaan difokuskan pada hubungan antara proses dan hasil. Pemberdayaan sebagai konstruksi multi dimensi yang dikonseptualisasikan, sebagai konstruksi yang lebih tinggi (yang dimanifestasikan oleh dimensinya), konstruksi agregat (yang dibentuk oleh dimensinya), atau serangkaian konstruksi yang berbeda yang terdiri dari konstruksi individu, kelompok, atau organisasi.

Ife & Tesoriero (2008) dan Mardikanto, T. (2010b) memperkuat pernyataan tersebut, bahwa kekuatan proses adalah hal yang sangat penting dalam pemberdayaan, yaitu dengan membangkitkan kekuatan individu dan kelompok masyarakat, agar secara sukarela, termotivasi untuk ikut serta terlibat dalam situasi dan kondisi, merencanakan, menjalankan, mengevaluasi apa yang dimiliki dalam kehidupannya. Menurut Ife & Tesoriero (2008), Soetomo (2009), Soetomo (2011) bahwa dalam proses pemberdayaan masyarakat terdapat 2 (dua) unsur utama yang tidak dapat dipisahkan yaitu: (1) pemberian kekuasaan dan (2) pengembangan kapasitas kepada penerima manfaat.

Guna memperoleh kekuasaan dan kapasitas, masyarakat perlu diberdayakan melalui partisipasi aktif yang bermakna dalam individu dan kelompok dalam kegiatan masyarakat, di mana pemberdayaan dilekatkan secara ekologis dan nomologis. Di dalam partisipasi masyarakat terdapat konstruk kohesi sosial seperti unsur seperti komitmen emosional bersama dan hubungan timbal balik (Peterson, Lowe, Aquilino, & Schneider, 2005; Rappaport, 1984; Zimmerman, 1995).

Pemberdayaan adalah langkah dinamis dalam menyadarkan dan membangkitkan kekuatan individu atau organisasi yang sebelumnya ada di bawah sadar menjadi muncul di tataran *mindset*, sikap, ketrampilan dan perilaku. Aksi sosial pengamanan swakarsa ronda malam penggunaan alat komunikasi tradisional merupakan pembangkitan kekuatan individu dan kelompok masyarakat dalam perlawanan dan penangkalan tindak kriminalitas, yang tumbuh menangkal dari kesadaran pribadi yang berkembang dalam tataran pola pikir, sikap dan perilaku.

Yang menjadi kesenjangan dalam fenomena penelitian ini adalah, di saat sekarang, di era revolusi industri 4.0, era teknologi komunikasi berkembang pesat seperti sirene, walky talky, handphone, media sosial, ternyata kentongan masih menjadi andalan utama warga masyarakat sebagai alat penanda pengaman dampak dari pandemi wabah covid 19. Dari kajian-kajian yang sudah disampaikan di atas, hal-hal yang penting untuk penelitian adalah membahas tentang bagaimana Peran Alat Komunikasi Tradisional Kenthongan dalam aksi sosial masyarakat menanggulangi tindak Kriminalitas di saat Pandemi Wabah Covid-19.

Metode

Jenis/strategi penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu studi yang mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi tentang apa yang sebenarnya terjadi, menurut apa adanya di lapangan. Informasi yang digali mengenai satu kasus yang sudah ditentukan, studi kasus tunggal terpancang Sutopo dalam (Joko Suryono et al., 2013). Studi kasus tunggal terpancang tentang Peran Alat Komunikasi Tradisional Kenthongan dalam aksi sosial masyarakat menanggulangi tindak Kriminalitas di saat Pandemi Wabah Covid-19.

Sumber data diambil *secara purposive sampling*. Fokus dalam penelitian ini warga masyarakat kelurahan Jebres Kecamatan Jebres Surakarta. Data berupa deskripsi aksi Aksi sosial dalam pengamanan

swakarsa melalui ronda malam, Peran Alat Komunikasi Tradisional Kenthongan dalam aksi sosial masyarakat menanggulangi tindak Kriminalitas di saat Pandemi Wabah Covid-19.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam terhadap informan kunci, utama, pendukung (Denzin, Norman K., & Lincoln, 2009). Teknik analisis data dilakukan dengan model analisis kontekstual terhadap Aksi sosial dalam pengamanan swakarsa melalui ronda malam, Peran Alat Komunikasi Tradisional Kenthongan. Teknik analisis dilakukan dengan induktif yang dimulai dari data yang diobservasi kemudian diklasifikasikan menjadi beberapa kategori dan disajikan dalam gambar, narasi teks, dimaknai dan diinterpretasikan secara mendalam dalam pola, teori, data pendukung, dan konteks secara simultan yang pada akhirnya akan ditemukan Aksi sosial dalam pengamanan swakarsa melalui ronda malam, Peran Alat Komunikasi Tradisional Kenthongan (Santosa, 2017). Teknik keabsahan data untuk menjamin keshahihan (keterpercayaan) data dan informasi, maka dilakukan validasi dengan metode triangulasi: sumber, metode dan obyek hasil observasi lapangan (Sutopo, 2006).

Data Kategori Pemberdayaan dan Aksi Sosial

Munculnya aksi sosial pengamanan swakarsa melalui ronda malam dan penggunaan alat komunikasi kentongan di masyarakat karena adanya isu dan tindakan nyata meningkatkan kriminal di masyarakat. Hal tersebut mendapat reaksi kuat masyarakat untuk mengantisipasinya. Stakeholder terkait seperti Walikota Surakarta, Kepala Kelurahan, mahasiswa KKN, warga masyarakat memberikan respon kuat terhadap kejadian tersebut. Berdasarkan wawancara dengan informan-informan, diperoleh data sebagai berikut:

Masyarakat sekarang ini banyak berkumpul ditempat-tempat tertentu karena adanya dampak wabah Covid-19 yang mengarah pada tindak kriminalitas. Seperti disampaikan oleh Informan 5 : “ Warga masyarakat sekarang ini banyak berkumpul dan bergerombol karena, adanya isu nabi dilepas saat covid-19. Mereka berkumpul di titik tertentu, seperti di pos ronda, kebun kosong, Sawah, Gang Buntu, kuburan. Mereka melakukan hal tersebut karena kesadaran diri untuk berpartisipasi dalam mengamankan kampung.”

Saat berkumpul di titik tertentu tersebut, mereka membekali diri salah satunya dengan kentongan. Hal tersebut senada dengan intruksi walikota dan keinginan kuat sendiri. Seperti yang dikatakan oleh Informan 1: *“Walikota mengintruksikan warga masyarakat untuk membuat kentongan membuat kentongan secara mandiri dengan bahan pring-pring bekas. Kebutuhan kenthongan warga masyarakat tersebut, ditangkap sebagai peluang itu diambil oleh wirausaha kentongan. Wirausaha kentongan tersebut berkeliling dengan mobil pick up Grand Max menawarkan kenthongan dengan harga Rp. 10.000,00 sampai Rp. 15.000,00. Khusus untuk kentongan bebek agak mahal. Pedagang menawarkan Rp. 40.000,00 proses tawar menawar bisa terbeli dengan harga Rp. 35.000,00. Selain warga juga membuat kentongan secara mandiri dengan bahan pring-pring bekas”.* Berikut gambar pedagang kentongan.



Gambar 1: Penjualan Keliling Kentongan Bebek dengan Harga Rp. 35.000,00 di saat Pandemi Wabah Covid-19

Berbagai macam bentuk kentongan tersebut, digunakan oleh warga untuk melakukan aksi komunikasi menghalau, mencegah dan mengantisipasi tindak kriminal. Informan 1 mengatakan, “ Bahwa aksi memukul kentongan tersebut digunakan untuk mencegah, menanggulangi tindak kejahatan pencurian dan perampokan. Selain itu menurut Informan 5:” Kentongan digunakan untuk *cagak lek*, biar saat kita di pos ronda, tidak hanya tidur-tiduran, ada kegiatan *nretek* kentongan. Selanjutnya ditambahkan oleh informan 2, “Bahwa kentongan dipergunakan sebagai penanda jam, kesiapan dan kewaspadaan, sebagai penanda kehadiran kelompok masyarakat penjaga keamanan dan lingkungan, kesiapan warga melakukan aksi sosial menjaga lingkungan untuk melakukan ronda malam.

Ronda malam ini menciptakan interaksi sosial, komunikasi sosial antara warga sebagai perekat warga. Salah satu hal menonjol saat warga berkumpul di pos ronda adalah bermain musik dengan alat musik yang di dominasi kentongan. Seperti disampaikan oleh informan 6, “ Saat di pos ronda, warga bermain musik dengan berbagai alat musik, seperti kentongan, kenthongan bas, kenthongan tretek, **kendang** ciblon/kebar, *klunthung* sapi, batang besi. Dari komposisi alat musik tersebut, tercipta orchestra musik kenthongan yang berbunyi bertalu-talu, berkumandang di lingkungan, sebagai tanda kesiapan waraga, aksi social dalam mengantisipasi tindak kejahatan. Selain itu hati kami senang dan terhibur, kami bisa bersama-sama dengan warga melakukan komunikasi sosial. dan sebagai media hiburan. Berikut gambar orkestra kentongan warga RT 04 RW 22 Jebres Surakarta.



Gambar 2: Aksi Orkestra Kenthongan dalam Mencegah tindak Kriminalitas di saat Pandemi Wabah Covid-19

Aksi utama warga dalam melakukan pengamanan lingkungannya adalah melalui patroli ronda menggunakan alat komunikasi kentongan yang dimulai dari pos ronda. Disampaikan oleh informan 3: “Semua warga masyarakat memiliki kentongan yang dipasang di rumahnya masing-masing. Setiap jam 09.00 WIB dan 11.00 WIB, saat akan dimulainya ronda, kentongan ditabuh bersaut-sautan, sebagai tanda kesiapan warga untuk mengamankan lingkungan. Kentongan dibuat dengan berbagai model menurut kreativifitas masing-masing warga. Selain membuat kentongan, warga juga membuat senjata tumpul (gebukan) dengan berbagai model. Saat warga berkeliling ronda, selain

membawa kentongan, warga mempersenjatai diri dengan gebukan dan senjata tajam. Ditambahkan oleh informan 4:” Dalam mensikapi dan mengantisipasi ancaman tindak kejahatan, pencuri dan perampok. (penyebab utamanya, adanya remisi residivis oleh Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia dan banyaknya orang yang terkena pemutusan hubungan kerja dan dirumahkan, warga masyarakat dipandang terlalu *over*. Setiap malam warga bergerombol sejumlah 10-15 orang di titik tertentu, seperti tempat kebun kosong, Sawah, Gang Buntu, kuburan, kebun kosong dengan membawa senjata yang aneh-aneh. Dalam kondisi normal warga tidak berani untuk melakukan hal tersebut. Banyak jalan masuk dusun diportal permanen, sehingga lalu lintas perjalanan warga terganggu”. Berikut gambar warga berkeliling dilingkungannya dengan memukul alat komunikasi tradisional kentongan.



Gambar 3: Aksi Sosial Warga Keliling Ronda menggunakan Alat Komunikasi Kenthongan dalam Mencegah tindak Kriminalitas di saat Pandemi Wabah Covid-19

Aksi sosial warga melakukan ronda ini, ini ternyata juga dibantu oleh warga para pemudik yang datang dari berbagai daerah yang seharusnya melakukan isolasi. Hal itu terjadi karena keinginan kuat pemudik membantu warga mengamankan daerahnya. Disampaikan oleh inforan 4 :” Keterlibatan pemudik yang seharus mengkarantina diri juga muncul, saat masyarakat beramai-ramai meneriakkan ada pencuri. Pemudik yang seharusnya mengisolasi diri tinggal di rumah jadi ikut mengejar dan bergabung, *“ono maling, cegatan neng kono, cegatan neng kono”*.

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Informan 1, Informan 2, Informan 3, Informan 4, Informan 5, informan 6, gambar 1 dan gambar 2 dapat dideskripsikan bahwa:

1. Pemberdayaan/Aksi Sosial

Pemberdayaan aksi sosial tersebut melibatkan *walikota, , warga, pemudik*. Ini menandakan adanya sinergi positif antara *fhak-fihak yang terkait menurut perannya masing*. Walikota mengintruksikan warga untuk menyiapkan kentongan sebagai alat komunikasi tradisional yang dipandang masih efektif dalam mendukung kegiatan pengamanan lingkungan, , *warga masyarakat dan pemudik sebagai pelaku aktif aksi sosial pengamanan lingkungan*. Sinergisitas adalah perpaduan antara unsur-unsur yang dapat menghasilkan keluaran lebih positif dan dapat diterima secara bersama-sama, daripada hasil apabila dilakukan sendiri-sendiri. Gabungan dari beberapa unsur tersebut akan menghasilkan suatu produk yang lebih baik dan berkualitas. Sinergitas akan mudah terjadi apabila unsur-unsur yang ada mampu berpikir bersama, terjadi kesamaan pandang, saling menghormati dan menghargai (Covey, Stephen, 1997).

Ronda kelilingan dan *orkestra kentongan* memiliki makna, *bahwa sesama warga masyarakat memiliki kepedulian untuk saling menjaga, melindungi, menciptakan rasa aman. Disini tercipta konsep altrualisme, kohesi sosial dan solidaritas sosial*. Ronda kelilingan menandakan petugas keamanan lingkungan, keliling melihat, memantau, mengamati lingkungan, rumah warga. Saat keliling sambil memukul alat komunikasi kentongan yang menandakan bahwa petugas kamling hadir di rumah-rumah warga, berusaha membangunkan dan mengingatkan warga untuk ikut melihat, mengamati, memantau rumahnya masing-masing apakah ada sesuatu yang mencurigakan dari gangguan tindak kriminilitas.

Orkestra kentongan sebagai tanda kesiapan aksi sosial dalam mengantisipasi tindak kejahatan dan sebagai media hiburan. Selain dalam permainan orkestra kentongan tersebut terkandung makna kerja sama, semangat untuk bersama dalam simponi kebersamaan untuk menangkal tindak kriminal di masa wabah Covid-19. Kerja sama saling menghormati dan menghargai adalah sebagai media perekat sosial, kesatuan dan persatuan. Tercipta kohesi sosial di dalam kegiatan ronda lewat orkestra kentongan. Kohesi sosial adalah Orkestra kentongan adalah bagian dari kegiatan komunikasi kelompok. Hadirnya ruang sosial menghadirkan hubungan sosial yang hangat, harmonis sehingga

tercipta kohesi sosial. Kohesi sosial yang terjalin dapat mempertahankan identitas kelompok, eksistensi kelompok dan kekuatan kelompok (Kasus, Kampung, Study, & Kampung, 2018) Komunikasi kelompok **adalah** dalam media **penyampaian pesan dalam kelompok, yang di dalamnya berisi** sebuah proses pemberdayaan yang diharapkan mampu membangkitkan kekuatan individu dan kelompok yang bertujuan untuk mencapai pemahaman dan kesepakatan bersama (Joko Suryono, Wijaya, Irianto, & Harisudin, 2019). **Sedangkan sikap altruisme** Menurut Monroe dalam (Robet, 2013), altruisme merupakan tindakan sadar ataupun yang tidak disengaja tanpa pamrih yang dilakukan oleh seseorang sebagai bentuk tanggung jawab diri, sebagai sebuah pilihan seseorang yang bertujuan untuk simpati dan empati terhadap kepentingan orang lain untuk kemaslahatan orang lain dan tidak meminta timbal balik.

2. Makna Kentongan

Kentongan sebagai alat komunikasi tradisional yang memiliki tanda bunyi dan tanda sandi mengalami penurunan makna yang sangat besar. Sebagian besar masyarakat sudah tidak memahami arti dari makna bunyi kentongan yang ditabuhnya. Menurut Informan 1: “Warga masyarakat dari generasi kita dan generasi dibawah kita, sudah tidak memahami makna sandi dan tidak mengetahui riwayat dari kentongan. Saya yakin tidak memahami, pokoknya hanya dipukul saja dapat menginformasikan bahwa petugas ronda sudah siap, yang belum hadir silahkan segera hadir untuk segera siap menjadi pengaman. Masyarakat banyak yang tidak tahu, cuma ikut-ikutan, bahkan tidak tahu. Artinya pemahaman makna kentongan mengalami penurunan. Saat memukul kentongan memang ada sandinya, seperti *siji-siji Rojopati*, orang tua kita masih hafal. *Sandi tersebut berjenjang sampai tujuh, saya pernah membuat tanda bahaya, waktu lomba ditempelkan di pos ronda. Namun alat komunikasi kentongan sudah terganti dengan HT dan handphone*. Yang ronda ditempat saya tidak memahami, yang penting *thutuk titir*. Pernah salah seorang warga *dingatkan oleh sesepuh kampung, titirnya salah, itu pukulan titir untuk orang meninggal. Kalau yang dititir tadi untuk kebakaran*.” Ditambahkan oleh informan 3: “Warga sudah tidak memahami tanda-tanda kentongan, dulu setiap pos ronda ditempel tanda-tanda kentongan, namun sebagian sudah pada hilang, sebagian besar warga sudah tidak memahami tanda-tanda kentongan, lebih-lebih pemuda-pemudi”. Namun ada juga tokoh

masyarakat yang masih sedikit memahami bunyi kentongan, menjelaskan tentang bunyi kentongan, dituturkan oleh informan 5: “*Cucolo nabuh titir* disambung gentian, titir memiliki makna celuk celuk, mengumpulkan orang di suatu tempat, biasanya di pos ronda, tanda bunyi kentongan 5 kali pencurian, tiga kali kebakaran, 6 kali doro muluk, tondo aman disusul titir. Titir memiliki makna *celuk-celuk*, mengumpulkan orang di suatu tempat, biasanya di pos ronda.

Dari data yang diperoleh dapat deskripsikan, baha kentongan hanya dipahami sebagai penanda waktu, sudah malam, saatnya untuk datang ke pos ronda, untuk mengumpulkan orang di pos ronda, sebagai kesiapan dan kewaspadaan, kehadiran kelompok masyarakat penjaga keamanan dan lingkungan, kesiapan warga melakukan aksi sosial menjaga lingkungan. Makna bunyi kentongan sebagai alat komunikasi yang variatif sudah tidak memahami oleh sebageian masyarakat. *Nuthuk titir, doro muluk*, tanda bencana, tanda pencurian, tanda perampokan memiliki sandinya sendiri-sendiri. Eksistensi penanda kentongan sebagai pesan bunyi yang memiliki makna komunikasi akan sangat bermanfaat bagi masyarakat apabila disandingkan dengan wujud dari kentongan itu sendiri. Wujud kentongan masih dibutuhkan, *tidak lapuk oleh hujan, tidak lekang oleh panas*. Namun, kentongan sebagai petanda mengalami pengurangan atau penurunan makna. Sebagian besar masyarakat sudah tidak memahami makna bunyi kentongan.

Kentongan sebagai alat komunikasi tradisional sebenarnya memiliki makna sosial yang strategis, seperti yang terdapat Instruksi Gubernur KDH-DIY nomor: 5/INST/1980 tentang makna tanda dan sandi kentongan:”Situasi dan kondisi aman (*doro muluk*) direseprentasikan dengan tanda bunyi 5x, dipukul sekali, 2) kesiapsiagaan terhadap tindak kejahatan, bencana alam, sesuatu yang mencurigakan, direseprentasikan tanda bunyi 2x, 2x, 2x, 2x dan seterusnya, 3) tindak kejahatan tertentu (hilangnya hewan peliharaan seperti kambing, sapi, kerbau) direseprentasikan dengan tanda bunyi 3x, 3x, 3x, 3x dan seterusnya. Tanda bunyi: 0 0 0. 0 0 0. 0 0 0 dst (tiga-tiga). Artinya: pertama, ada raja kaya (kerbau, sapi, kuda) hilang. Kedua, ada pencurian alat komunikasi. Ketiga, ada pencurian biasa /ringan, 4) Tindak kejahatan besar, seperti perampokan, pencurian dengan perlawanan, pembegalan, pembunuhan, direseprentasikan tanda bunyi 7x, 1x – 7x, 1x, 5) Bencana Alam, seperti banjir, angin topan, kebakaran, tanah longsor, tsunami,

gunung meletus, adanya binatang buas, diresementasikan dengan tanda bunyi 10x (gobyok atau titir), 6) Kematian atau ada orang yang meninggal dunia diresementasikan tanda bunyi, 5x, 5x (doro muluk 2 kali) (Sumiyati, 1989).

2. Kohesi Sosial

Kegiatan ronda malam pengamanan lingkungan memiliki makna positif dalam kehidupan sosial. Seperti disampaikan oleh informan 1: "Dengan adanya covid 19, patroli ronda yang dilakukan warga masyarakat, menciptakan kerukunan, kesatuan dan persatuan warga. Warga yang biasanya tidak pernah keluar rumah, akhirnya ikut ronda, walaupun kadang hanya mengantarkan makanan kecil *telo* atau *pohong*, roti bakar ataupun membuat minuman wedang jahe". Ditambahkan oleh informan 4: "Di bulan Romadhon, warga yang mendapatkan giliran untuk melakukan ronda malam, mendapatkan simpati dari warga sekitar pos ronda dengan mendapatkan sajian sederhana, seperti minuman dan makanan kecil. Warga dibelikan makanan setiap malam, sesuai dengan kerelaan warga, ada yang mengeluarkan uang sebesar Rp. 3.000,00 kali sejumlah warga yang ronda. Ada yang *urunan* (membeli dengan mengeluarkan bersama-sama), ada yang mengeluarkan uang Rp.10.000,00, Rp.5.000,00. Dengan kondisi ini, masyarakat jadi lebih guyub rukun, tercipta solidaritas saling membutuhkan".

Kegiatan ronda malam dalam mengamankan lingkungan, yang melibatkan warga masyarakat adalah sebuah suatu proses sosial yang sangat penting, yang di dalamnya terdapat interaksi sosial yang akan mampu menciptakan kerekatan warga masyarakat sebagai suatu bentuk kohesivitas sosial di dalam masyarakat. Faktor-faktor yang dapat membentuk kohesivitas sosial di dalam kelompok masyarakat adalah dengan adanya komitmen tinggi yang dimiliki oleh anggota dalam kelompok tersebut, interaksi yang terjadi didominasi kerjasama, bukan suatu persaingan, memiliki tujuan bersama yang dirumuskan bersama (Faturochman (2006: 95).

Kohesi sosial dapat dipahami sebagai kesatuan, keutuhan dan kepaduan dalam suatu upaya agar anggota kelompok tetap bertahan di dalam komunitas (Kaslan, 2014:7). Menurut Kulig *et al.* (2008: 83-84) komunitas pedesaan memiliki karakteristik yang berbeda dari komunitas lainnya, yakni memiliki latar belakang yang sama dengan tingkat pendidikan yang setara, afiliasi keagamaan, dan etnik, juga rentang waktu masyarakat berada dalam

komunitas tersebut. Karakteristik yang homogenitas membuat kohesi sosial pada komunitas relative lebih tinggi daripada komunitas yang heterogen. Selain itu, Forrest, *et al.*, (2001: 2129) menyatakan bahwa dalam sebuah komunitas memiliki ranah kohesi sosial apabila: (1) memiliki nilai-nilai bersama yang dianut, (2) memiliki keteraturan sosial dan kendali dan kontrol sosial, (3) memiliki solidaritas sosial, (4) memiliki jejaring sosial dan modal sosial, serta (5) kelekatan dan identifikasi pada tempat beraktivitas.

Kohesi sosial dalam sebuah komunitas dapat terjadi ketika anggota-anggota komunitas saling menyukai, saling membutuhkan dan menginginkan kehadiran satu dengan lainnya. Kohesi sosial juga dapat terbentuk dari rasa saling percaya (*mutual trust*) diantara anggota komunitas (Primadona, 2001; Noorkamilah, 2008). Oleh Faisal (2017:72) menyebut saling percaya muncul karena adanya keharmonisan dengan sesama manusia yang dapat berdampak kepada luasnya jaringan kerja. (Myres, 2014: 280). menyatakan bahwa kohesi sosial merupakan perasaan “*we feeling*” yang mempersatukan setiap anggota menjadi satu bagian. Rasa memiliki tersebut juga dapat membentuk kohesi sosial antar individu dalam suatu komunitas. Rasa memiliki ini yang membuat individu menyadari bahwa ia merupakan bagian dari komunitas.

Ramdhani dan Martono (1996:87) menambahkan bahwa masyarakat yang sudah berkohesi, kepentingan individu sudah tidak diutamakan lagi. Kohesi sosial dapat dilihat dari rasa komunitas (*sense of community*). Teori rasa komunitas yang dibawa oleh Chavis *et.al.* (2008: 3) dimana rasa komunitas dapat dilihat dari keanggotan, pengaruh, pemenuhan kebutuhan dan berbagi hubungan emosional.

3. Kesimpulan

Peran Kenthongan dalam Aksi Sosial Masyarakat Menanggulangi Tindak Kriminalitas saat Pandemi Wabah Covid-19 memiliki makna penting dalam merangsang dan menciptakan interaksi sosial, kohesi sosial dan solidaritas sosial. Pembelajaran tentang makna tanda dan sandi kentongan perlu ditingkatkan sebagai nilai tanda yang disepakati warga masyarakat. Pemberdayaan aksi sosial alat komunikasi tradisional kentongan yang digunakan sebagai penanda keamanan lingkungan diaktifkan tidak hanya saat pandemi covid, namun dalam kondisi apapun. Kentongan dapat digabungkan dengan alat komunikasi modern saat seperti sirene, walky talk, handphone dalam mengantisipasi tindak kriminal di saat kondisi apapun.

Daftar Pustaka

- Almuttaqi, A. I. (2020). Kekacauan Respons terhadap COVID-19 di Indonesia. *The Insights*, 1(13).
- Buana, D. R. (2020). Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15082>
- Covey, Stephen, R. (1997). *The 7 Habits of Highly Effective People, Restoring the Character Ethic* (Vol. 2, pp. 1–5). London: Simon & Schuster Inc. <https://doi.org/10.21522/tijnr.2015.02.01.art023>
- Denzin, Norman K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, California, USA: Sage Publication, Inc., 2009. <https://doi.org/10.2307/3121684>
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Community development: Alternatif pengembangan masyarakat di era globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Kasus, S., Kampung, K., Study, C., & Kampung, O. (2018). Kohesi Sosial Masyarakat di Kawasan Megapolis Social Cohesion of the Community in the Megapolis Area. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 7(20), 92–98.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). *Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Coronavirus Disease (COVID-19)*. Direktorat Jenderal Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit.
- Mardikanto, T. (2010). *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press. <https://doi.org/10.2174/138920312803582960>
- Nurwati, R. A. M. dan R. N. (2020). Dampak pandemi covid-19 terhadap peningkatan angka pengangguran di Indonesia. *Kesejahteraan Sosial*.
- Pererson, N. A., Lowe, J. D., Aquilino, M. L., & Schneider, J. E. (2005). Linking social cohesion and gender to intrapersonal and interactional empowerment: Support and new implications for theory. *Journal of Community Psychology*, 33(2), 233–244. <https://doi.org/10.1002/jcop.20047>

- Peterson, N. A., Lowe, J. D., Aquilino, M. L., & Schneider, J. E. (2005). Linking social cohesion and gender to intrapersonal and interactional empowerment: Support and new implications for theory. *Journal of Community Psychology*, 33(2), 233–244. <https://doi.org/10.1002/jcop.20047>
- Rappaport, J. (1984). Studies in empowerment: Introduction to the issue. *Prevention in Human Services*, (5), 1–7.
- Robet, R. (2013). Altruisme, Solidaritas dan Kebijakan Sosial. *MASYARAKAT: Jurnal Sosiologi*, 18(1), 1–18. <https://doi.org/10.7454/mjs.v18i1.4692>
- Santosa, R. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Kebahasaan*. (D. Punanto, Ed.) (1st, April 2 ed.). UNS Press.
- Soetomo. (2009). *Pembangunan masyarakat: merangkai sebuah kerangka*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=fueHQwAACAAJ&dq=pembangunan+masyarakat+merangkai&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiBvsuD9aDeAhWGT30KHZs0Dr0Q6AEIKjAA>
- Soetomo. (2011). *Pemberdayaan masyarakat : mungkinkah muncul antitesisnya?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=OgL6ZwEACAAJ&dq=pemberdayaan+masyarakat+soetomo&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi-Lyr6Uq57eAhUOSI8KHcy2Ar8Q6AEIKTAA>
- Sumiyati. (1989). Makna Lambang dan Simbol Kentongan dalam Masyarakat Indonesia. *Prodi Pendidikan Sejarah FPIPS IKIP-PGRI Wates*.
- Suryono, J., Wijaya, M., Irianto, H., & Harisudin, M. (2020). Mind-set empowerment through enforcement of oriented visions, values, and measurable goals for young entrepreneurs. *Talent Development and Excellence*, 12(1), 1396–1406.
- Suryono, Joko, Astuti, P. I., Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Veteran, U., & Nusantara, B. (2013). Model Media Iklan Potensial, 06(2).
- Suryono, Joko, Wijaya, M., Irianto, H., & Harisudin, M. (2019). The Empowerment of Young Entrepreneurs through SBS 9 WhatsApp Discussion Group, 349(Iccd), 276–279. <https://doi.org/10.2991/iccd-19.2019.74>
- Sutopo, H. B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Zimmerman, M. . (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, (23), 581–599. <https://doi.org/10.1093/OBO/9780199846740>

PERAN SISTEM INFORMASI DESA (SID) DALAM PENANGANAN PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Agus Purbathin Hadi

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dan hampir semua negara di dunia, memperkuat kesadaran akan pentingnya ketersediaan data yang valid dan aktual. Dengan adanya kebijakan menjaga jarak fisik antar manusia, tindakan penanganan dampak pandemi Covid-19 membutuhkan data terkini yang dapat diakses secara daring melalui internet. Kebijakan pemberian dana bantuan langsung tunai (DBLT) mengalami keterlambatan penyalurannya karena data yang tersedia membutuhkan waktu untuk verifikasi dan validasi.

Pemerintah Desa sebagai pelaksana administrasi pemerintahan terbawah mendapatkan tugas untuk melakukan verifikasi dan validasi data penerima bantuan DBLT. Dalam pelaksanaannya, Pemerintah Desa menemukan banyak kendala di lapangan terkait ketersediaan data terkini dan persyaratan penerima DBLT yang berasal dari berbagai sumber, baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Kendala terjadi karena ketidaktersediaan data terkini, sehingga hasil verifikasi dan validasi yang dilakukan banyak menimbulkan protes dari warga desa. Di beberapa desa di Pulau Lombok bahkan warga melakukan unjukrasa sampai menutup kantor desa seperti diberitakan Kompas.com tanggal 14 Mei 2020 dan *kicknews.today* tanggal 8 Juni 2020.

Kendala ketersediaan data terkini dan valid tidak banyak ditemukan oleh Pemerintah Desa yang telah menerapkan Sistem Informasi Desa (SID) di Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat. Menurut Jahja, R., dkk., 2014, Sistem Informasi Desa (SID) merupakan sebuah aplikasi yang membantu pemerintahan desa dalam mendokumentasikan data milik desa guna memudahkan proses pencariannya. SID dalam arti luas dimaksudkan sebagai suatu rangkaian/sistem (baik mekanisme, prosedur hingga pemanfaatan) yang

bertujuan untuk mengelola sumber daya yang ada di desa. SID menjadi bagian tak terpisahkan dari pembangunan desa dan pembangunan kawasan perdesaan, oleh karena itu SID diatur secara khusus pada pasal 86 Undang Undang No 16 Tahun 2014.

Dari perspektif komunikasi pembangunan, peran SID sangat penting dalam pengembangan informasi, transformasi, komunikasi dan sinergitas antar sistem. Pengembangan informasi akan menyediakan dokumen dan basis data desa, yang kemudian ditransformasikan untuk peningkatan pelayanan publik. Dalam upaya mengembangkan komunikasi dua arah antara warga dengan pemerintah desa, akan terbangun ruang dan atau media aspirasi warga. Kemudian terkait dengan sinergitas antar sistem, SID akan terintegrasi dengan basis data di atasnya, dimana SID merupakan data valid dari tingkat yang paling bawah yang akan mejadi basis pengembangan data di tingkat supra desa.

Penulis telah melakukan 2 penelitian terkait Sistem Informasi Desa di Kabupaten Lombok Timur, yaitu pada tahun 2017 tentang pengelolaan SID untuk mendukung pelayanan dasar, dan pada tahun 2019 tentang respon masyarakat terhadap SID. Penelitian tersebut menemukan bahwa SID berperan dalam mendukung upaya meningkatkan pelayanan admistrasi desa, administrasi kependudukan, dan pelayanan dasar (pendidikan dan kesehatan) di Kabupaten Lombok Timur (Hadi, A.P., Miharja, D.L., dan Indiyati, D., 2017). Masyarakat desa memberikan respon positif terhadap SID sebagai sarana percepatan pelayanan dasar, sumber informasi, dan media komunitas (Miharja, D,L., Hadi, A.P., Indiyati, D., Paramitha, E.P., 2019).

Pada saat terjadi pandemi Covid-19 pada tahun 2020, penulis melakukan observasi dan wawancara dengan Ketua Forum SID Kabupaten Lombok Timur untuk memperoleh gambaran bagaimana SID berperan dalam penanganan pandemi Covid-19 di tingkat desa. Penulis mempelajari bagaimana pemanfaatan SID sebagai basis data, dan bagaimanan peran SID dalam memberikan informasi dan komunikasi kepada masyarakat desa. Kegiatan ini penulis laksanakan pada minggu pertama dan kedua bulan Juni 2020.

Pengembangan Sistem Informasi Desa Di Kabupaten Lombok Timur

Kabupaten Lombok Timur adalah salah satu dari 10 Kabupaten/Kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Secara geografis, Kabupaten

Lombok Timur terletak antara 116° - 117° Bujur Timur dan antara 8° - 9° Lintang Selatan. Luas wilayah Kabupaten Lombok Timur adalah 2.679,88 km²; yang terdiri dari daratan seluas 1.605,55 km²; (59,91%) dan lautan seluas 1.074,33 km²; (40,09%). Secara administratif, Kabupaten Lombok Timur terbagi menjadi 20 Kecamatan, 240 Desa, dan 15 Kelurahan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Lombok Timur, pada tahun 2016 penduduk Kabupaten Lombok Timur berjumlah 1.173.781 jiwa, yang terdiri dari 546.569 jiwa laki-laki (46,56%), dan 627.212 jiwa perempuan (53,44%).

Pada awal tahun 2016, **KOMPAK** atau Kolaborasi Masyarakat dan Pelayanan untuk Kesejahteraan, program dukungan Pemerintah Australia untuk percepatan pelayanan dasar di Indonesia, melakukan assessment di 10 desa mitra KOMPAK, pada bulan Mei 2016. Momentum itulah yang mengawali proses difusi inovasi SID di Kabupaten Lombok Timur (Hadi, A.P., Miharja, D.L., dan Indiyati, D., 2017). Implementasi dan replikasi SID di Kabupaten Lombok Timur berkembang dengan baik. Sejak KOMPAK melakukan inisiasi di 10 desa di dua kecamatan pada tahun 2016, sampai awal Desember 2017 berkembang menjadi 40 desa di 11 Kecamatan. Pada tahun 2020, jumlah desa di Kabupaten Lombok Timur yang menerapkan SID telah berkembang menjadi 239 desa.

Proses difusi SID sebagai suatu inovasi di Kabupaten Lombok Timur berjalan relatif cepat. Pemerintah Desa bersedia mengadopsi SID karena menilai SID memiliki keuntungan relatif, dimana SID dirasakan lebih baik dari pada sistem sebelumnya. SID juga memiliki komparabilitas yang sejalan dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman-pengalaman terakhir dan kebutuhan adopter. Kompleksitas SID dinilai mudah dipahami dan digunakan, memiliki triabilitas untuk dicoba terlebih dahulu, dan secara observabilitas SID dapat dilihat dan disaksikan hasilnya oleh orang lain (Miharja, D.L., Hadi, A.P., Indiyati, D., Paramitha, E.P., 2019).

Hasil penelitian Hadi, A.P., Miharja, D.L., dan Indiyati, D., (2017) menemukan bahwa SID di Kabupaten Lombok Timur telah berperan dalam mendukung upaya meningkatkan pelayanan administrasi desa, administrasi kependudukan, dan pelayanan dasar (pendidikan dan kesehatan). Dalam bidang administrasi desa, dengan adanya SID pelayanan surat menyurat di semakin cepat dengan kisaran kurang dari 3 menit. Form surat yang tersedia sebanyak 80 model surat dan telah

disederhanakan lagi menjadi 64 model surat. Selain surat menyurat, SID juga membantu Pemerintah Desa untuk validasi dan pemutakhiran data, sehingga data bisa disajikan secara cepat dan akurat.

Dengan dukungan berbagai aplikasi, potensi desa dapat didata dan dipetakan, dan data bisa disajikan secara cepat dan akurat, terlebih harus diunggah dalam *template* Profil Desa dan Kelurahan (Prodeskel) seperti disyaratkan pemerintah. Data potensi desa dan kebutuhan pembangunan menjadi dasar untuk penyusunan perencanaan desa (Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa/ RAPBDes) setiap tahun. Dukungan SID menjadi semakin penting karena adanya persyaratan semua dokumen perencanaan dan dokumen keuangan harus menggunakan teknologi informasi dan teknologi (misalnya, pelaporan keuangan menggunakan Sistem Keuangan Desa/Siskeudes).

Untuk administrasi kependudukan, keberadaan SID sangat membantu Pemerintah Kabupaten Lombok Timur dalam memperluas cakupan dan kuantitas layanan kependudukan. Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Lombok Timur bersama Forum SID, melakukan integrasi basis data terpadu (BDT) kependudukan yang dimiliki Disdukcapil dengan SID. Kolaborasi tersebut menghasilkan aplikasi BAKSO yang merupakan singkatan dari “Bikin Administrasi Kependudukan Secara Online”. Masyarakat bisa membuat akta kelahiran, KTP dan KK langsung di desa sehingga bisa menghemat waktu dan biaya

Permasalahan data kependudukan di tingkat desa adalah pada validitas dan pemutakhiran data. Adanya kebiasaan masyarakat Suku Sasak untuk mengganti nama pada setiap siklus kehidupan, misalnya nama saat masih remaja berubah menjadi nama anak pertama, dan berubah lagi ketika lahir cucu pertama, membuat data kependudukan ganda. Kemudian terjadi ketidaktertiban administrasi seperti manipulasi umur untuk kepentingan pernikahan dan kepentingan rekrutmen tenaga kerja ke luar negeri. Menemukan permasalahan tersebut, pengelola SID masing-masing desa melakukan pembaharuan dan validasi data kependudukan dengan cara melakukan sensus penduduk di setiap dusun.

Dalam upaya percepatan pelayanan dasar, SID menyediakan data yang terkait, misalnya untuk data pendidikan adalah data anak usia sekolah, data partisipasi pendidikan, data putus sekolah, dan sebagainya. Data ini menjadi basis data untuk mendapatkan bantuan pendidikan (Kartu Indonesia Pintar/KIP, beasiswa, dsb). Untuk penyediaan data

terkait kesehatan, misalnya data kehamilan, kelahiran, anak usia balita, dan sebagainya, yang kemudian menjadi basis data untuk mendapatkan bantuan kehatan (Kartu Indonesia Sehat/KIS/BPJS Kesehatan). Data dasar ini kemudian dikembangkan dengan pendataan penerima bantuan Beras Sejahtera (Rastra), penerima Program Keluarga Harapan (PKH), dan program-program bantuan sosial dan pemberdayaan masyarakat lainnya.

Konfirmasi perkembangan terkini pemanfaatan dan pengembangan SID di Kabupaten Lombok Timur penulis lakukan di Desa Rarang Selatan Kecamatan Terara, dimana Muhammad, Kepala Seksi Pemerintahan Desa Rarang Selatan yang menangani SID, adalah merupakan Ketua Forum Sistem Informasi Desa Kabupaten Lombok Timur (ForSID Lotim). Perkembangan dari awal implementasi SID di Desa Rarang Selatan (2016) sampai dengan bulan Junin 2020 adalah seperti pada Gambar 1.



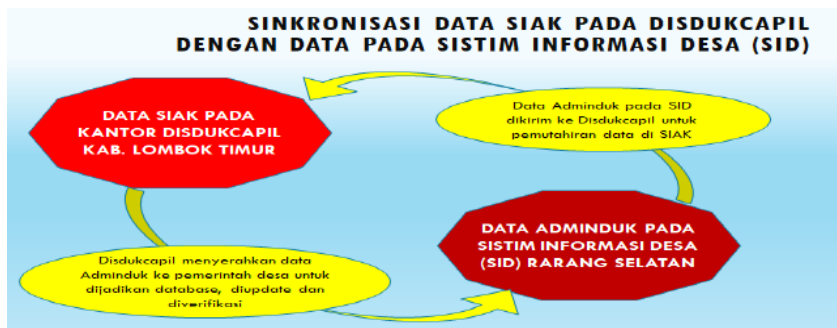
Gambar 1. Perkembangan Sistem Informasi Desa (SID) di Desa Rarang Selatan

Menurut Muhammad (2020) manfaat yang dirasakan Pemerintah Desa dengan adanya SID adalah SID dapat memperbaiki kualitas pelayanan publik yang berbasis kebutuhan di tingkat lokal, dan adanya ketersediaan data yang bisa dimanfaatkan di tingkat lokal maupun supra desa. Dalam pelaksanaan pembangunan desa, keberadaan SID membantu proses perencanaan dan sebagai kekayaan data dalam menyusun dokumen perencanaan desa, dan mendorong transparansi dan akuntabilitas pembangunan di tingkat desa. Dari segi pemberdayaan masyarakat, keberadaan SID dapat mendorong partisipasi dan lahirnya inisiatif masyarakat untuk terlibat dalam pembangunan desa.

Salah satu persoalan data yang dihadapi sebagian besar desa di Indonesia adalah data kependudukan yang jarang dimutakhirkan, ketidaksesuaian data yang tersedia di tingkat desa dan di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dinas Dukcapil) Kabupaten. Rendahnya kesadaran masyarakat untuk mengurus dokumen administrasi kependudukan (Adminduk) juga menjadi persoalan ketika Pemerintah Desa harus melakukan verifikasi dan validasi data penerima bantuan Jaring Pengaman Sosial (JPS), dan mempersulit masyarakat untuk mendapatkan akses pelayanan dasar (pendidikan dan kesehatan). Masyarakat enggan mengurus dokumen adminduk karena proses yang panjang dan membutuhkan banyak biaya dari tingkat desa sampai ke Dinas Dukcapil.

Untuk mempermudah dan mempercepat pengurusan adminduk, selain melalui aplikasi BAKSO yang dirilis ForSID, pengelola SID di Kabupaten Lombok Timur melakukan sinkronisasi data kependudukan yang dimiliki dengan data Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SIAK) yang dimiliki Dinas Dukcapil. Sinkronisasi data ini membuat masyarakat yang ingin membuat dokumen adminduk cukup sampai di Kantor Desa dan tidak perlu sampai ke Kabupaten. Sinkronisasi data ini juga mendorong Pemerintah Desa untuk secara berkala melakukan pemutakhiran data.

Bagan sinkronisasi data SID dengan data SIAK adalah seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Bagan sinkronisasi data SIAK dengan data kependudukan pada SID

Data kependudukan yang termutakhirkan, valid dan sinkron dengan data SIAK, memudahkan Pemerintah Desa melakukan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pembangunan desa. Pada saat terjadi krisis, seperti bencana gempa bumi yang melanda Pulau Lombok pada tahun 2018,

dan saat ini dengan terjadinya pandemi Covid-19, ketersediaan data yang mutakhir dan valid sangat memudahkan untuk menentukan masyarakat yang layak untuk mendapatkan bantuan jaring pengaman sosial.

Peran Sistem Informasi Desa dalam Penanganan Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia diawali saat Presiden Joko Widodo mengumumkan 2 orang WNI yang dinyatakan positif terkena virus Covid-19 pada tanggal 2 Maret 2020. Pada tanggal 14 Maret 2020 Pemerintah menetapkan Pandemi Covid-19 sebagai bencana nasional. Pada tanggal 24 Maret 2020, Gubernur Nusa Tenggara Barat Zulkieflimansyah mengumumkan pasien positif Covid-19 pertama di Nusa Tenggara Barat, seorang perempuan yang berasal dari Kabupaten Lombok Timur. Kondisi krisis ini sampai pertengahan Juni 2020 masih terasa, dimana grafik kasus positif Covid-19 belum melandai, fluktuatif dan belum bisa diprediksi secara akurat kapan pandemi ini akan berakhir.

Pada awal pandemi, Kabupaten Lombok Timur merupakan Kabupaten dengan kasus Orang dalam Pemantauan (OPD) dan Pasien dalam Pengawasan (PDP) tertinggi di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pada bulan Juni, kasus Covid-19 di Kabupaten Lombok Timur terus menunjukkan penurunan dan tidak lagi dikategorikan daerah penyebaran Covid-19. Untuk mencegah penyebaran Covid-19 Pemerintah Desa diinstruksikan untuk membentuk Relawan Desa Lawan Covid-19 yang terdiri dari semua elemen perangkat desa, tokoh masyarakat dan bermitra dengan Babinkamtibmas, Babinsa dan Pendamping Desa. Relawan ini memiliki tugas dalam pencegahan penyebaran, penanganan terhadap warga korban Covid-19, dan melakukan koordinasi ke pemerintah daerah.

Pemerintah Desa berperan dalam membantu menyebarkan informasi akurat kepada masyarakat melalui Website Desa (SID), memasang spanduk dan baliho di tempat-tempat umum, melakukan pendataan bagi warga masyarakat yang pulang dari luar daerah maupun luar negeri, mengadakan alat-alat pencegahan penyebaran COVID-19 seperti : masker, *hand sanitizer*, tempat mencuci tangan dan lainnya, melakukan penyemprotan disinfektan ke seluruh wilayah desa, memberikan edukasi dan dukungan psikologi untuk mengurangi kepanikan masyarakat selama wabah COVID-19, dan membantu dalam menyalurkan kebutuhan pokok masyarakat, khususnya untuk OTG dan ODP dalam karantina rumah maupun kelompok rentan.

Terkait dengan kebijakan pemberian jaring pengaman sosial kepada masyarakat miskin yang terdampak Covid-19, Pemerintah Desa bertugas melakukan verifikasi dan validasi data, terutama Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS). Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS) untuk Program Perlindungan Sosial adalah sistem data elektronik yang memuat informasi sosial, ekonomi, dan demografi dari sekitar 99 juta individu dengan status kesejahteraan terendah di Indonesia. Sumber utama DTKS adalah hasil kegiatan Pemutakhiran Basis Data Terpadu (PBDT) yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) *pada tahun 2015*. DTKS digunakan untuk memperbaiki kualitas penetapan sasaran program-program perlindungan sosial, membantu perencanaan program, memperbaiki penggunaan anggaran, dan sumber daya program perlindungan sosial. Dengan menggunakan data dari DTKS, jumlah dan sasaran penerima manfaat program dapat dianalisa sejak awal perencanaan program. Hal ini akan membantu mengurangi kesalahan dalam penetapan sasaran program perlindungan sosial.

Bagi desa-desa yang tidak menerapkan SID, kegiatan verifikasi dan validasi data dilakukan secara manual. Proses manual ini membutuhkan waktu yang relatif lama, dan adanya ketentuan untuk menjaga jarak fisik pada masa pandemi menambah kesulitan dalam prosesnya. Bagi desa-desa yang telah menerapkan SID, proses verifikasi dan validasi lebih cepat, dimana data pada SID tinggal dilakukan sinkronisasi dengan DTKS. Mekanisme sinkronisasi DTKS dengan SID untuk menentukan calon penerima JPS adalah seperti pada Gambar 3.

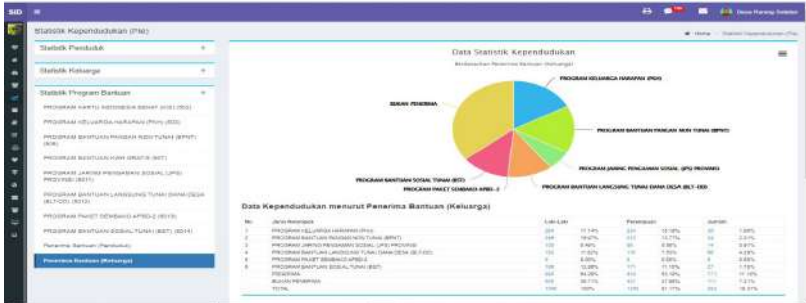


Gambar 3. Mekanisme sinskronisasi DTKS dengan SID untuk penentuan calon penerima JPS BLT/DD.

Sinkronisasi data merupakan kunci keberhasilan verifikasi dan validasi data penerima jaring pengaman sosial pada masa pandemi Covid-19. Berdasarkan pengalaman Desa Rarang Selatan, manfaat data yang tersedia dalam SID antara lain (Muhammad, 2020) : (1) Sumber informasi awal untuk identifikasi warga miskin yang layak menerima BLT-Dana Desa dan JPS lainnya (2) Sumber data pendukung penentuan calon Penerima BLT-DD/JPS seperti data NIK, dan sebagainya, (3) Sebagai instrumen pendukung verifikasi data penerima JPS/BLT-DD untuk menghindari penerima ganda, dan (4) Sebagai media publikasi penerima BLT-DD dan JPS lainnya dalam rangka transparansi dan akuntabilitas penerima.

Warga yang masuk dalam DTKS adalah warga yang sudah tercatat di kementerian sosial sebagai warga miskin atau miskin lama yang sudah mendapat bantuan dari pemerintah. Sementara itu, banyak warga yang terdampak Covid-19 yang berpotensi menjadi warga miskin baru itu termasuk ke dalam kategori non-DTKS. Warga non-DTKS ini didata oleh Desa, kemudian diusulkan Bupati ke Gubernur untuk mendapatkan bantuan. Sejumlah bantuan yang diberikan oleh Pemerintah kepada warga terdampak Covid 19, yaitu Kartu Pra Kerja, Bantuan Sosial Tunai Kementerian Sosial (BST Kemensos), Bantuan Langsung Tunai Dana Desa (BLT DD) dan bantuan/subsidi listrik. Kemudian bantuan yang sudah berjalan sebelum adanya wabah pandemi Covid 19 dengan penambahan kepesertaan, yaitu Program Keluarga Harapan (PKH) serta Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) Kemensos melalui Jaring Pengaman Sosial (JPS) terdampak Covid 19.

Untuk menjamin proses validasi berjalan transparan dan dapat dipertanggungjawabkan, data penerima JPS kemudian diposting di website Desa Rarang Selatan (www.rarangselatan.desa.id), lengkap dengan nama dan alamat penerima sesuai kelompok JPS. Pemuatan dalam website ini juga untuk mencegah agar tidak terjadi penerimaan ganda berbagai kelompok JPS pada seseorang atau kelompok tertentu. Mempertimbangkan tidak semua warga dapat mengakses website, data dan informasi juga disebarkan Pemerintah Desa melalui media social Facebook dan WhatsApp. Melalui media social ini kemudian berkembang jurnalisme warga, dimana warga memberitakan berbagai persoalan terkait penanganan pandemi Covid-19, termasuk juga apresiasi dari warga atas upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Desa.



Gambar 4. Tangkapan layar website Desa Rarang Selatan yang memuat data penerima JPS

Adanya media sosial ini secara tidak langsung dapat memperkuat modal sosial masyarakat untuk bersana-sama berperanserta dalam menanganani pandemi Covid-19. Media sosial tidak hanya dibaca oleh warga yang berdiam di desa, akan tetapi juga oleh warga desa yang merantau ke luar daerah dan luar negeri. Para buruh migran yang tidak bisa pulang ke Indonesia karena adanya kebijakan penutupan wilayah, merasa tenang mendapatkan kabar tentang keluarga dan kampung halamannya. Masyarakat bergotong-royong dan bekerjasama menjaga lingkungan dan saling menngatkan untuk mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Warga yang mampu memberikan bantuan kepada warga yang membutuhkan. Terjadi penguatan kelompok dan jejaring, dimana kohesivitas warga semakin menguat. Dengan adanya keterbukaan informasi, menumbuhkan solidaritas dan saling percaya antarwarga dan antara warga dengan Pemerintah Desa.

Penutup

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia dan negara-negara lain di dunia semakin menegaskan pentingnya ke ●ersediaan data dan informasi yang mutakhir dan valid. Adanya pembatasan sosial dan menjaga jarak fisik membuat data dan informasi harus bisa diakses secara daring melalui internet. Keberadaan Sistem Informasi Desa (SID) di 239 desa di Kabupaten Lombok Timur dapat mempercepat proses validasi dan verifikasi data penerima JPS bagi masyarakat yang terdampak pandemi Covud-19. Transparansi data penerima terlihat ketika data diposting di website desa, dan melalui media sosial Facebook dan WhatssApp, dan hal itu secara secara tidak langsung dapat memperkuat modal sosial masyarakat untuk bersana-sama berperanserta dalam menanganani pandemi Covid-19.

Daftar Pustaka

- Hadi, A.P., Miharja, D.L., Indiyati, D., 2019. Proes Difusi dan Keputusan Inovasi Sistem Informasi Desa: Studi Kasus di Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Indonesian Journal of Socio Economics*. Vol 1 N0.1. h 1-10
- Jahja, R., Hartaya, Dina Mariana, Meldi Rendra. 2012. *Sistem Informasi Desa Sistem Informasi dan Data untuk Pembaruan Desa*. Jogjakarta: Combine Resource Institution
- Miharja, D.L., Hadi, A.P., Indiyati, D., Paramitha, E.P., 2019. Community Response to Village Information Systems in Basic Services in East Lombok District. Paper presented in International Seminar on Rural Sociology and Community Development. Senggigi Lombok 20-23 November 2019.
- Muhammad, 2020. Sinkronisasi Data Kunci Sukses Bantuan Sosial dan Bantuan Langsung Tunai -Dana Desa: Pengalaman di Desa Rarang Selatan. Makalah Narasumber Webinar “Sinkronisasi Data Kunci Sukses Bantuan Sosial dan Bantuan Langsung Tunai-Dana Desa: Berbagi Pengalaman dari Daerah. Katadata dan KOMPAK. 10 Juni 2020.
- Redaksi Kompas, 2020. “Warga Segel Kantor Desa Karena kak Kunjung Salurkan Bantuan JPS”. Kompas.com 14 Mei 2020 <<https://regional.kompas.com/read/2020/05/14/17545441/warga-segel-kantor-des-a-karena-tak-kunjung-salurkan-bantuan-jps>> diakses tanggal 1 Juni 2020.
- Redaksi Kicknews, 2020. Warga Kelebu h Lombok Tengah Segel Kantor Desa. Kicknews.today 8 Juni 2020. <<https://kicknews.today/berita/peristiwa/08/06/2020/warga-kelebu h-lombok-tengah-segel-kantor-des-a/>> diakses tanggal 14 Juni 2020.

TATA KELOLA *BLACK ZONE COVID-19* BERBASIS KOMUNITAS

Manik Sunuantari
Irwa R. Zarkasi

Pendahuluan

Sejak ditemukannya virus corona pada tahun 2019, dunia mengalami kegoncangan dalam menghadapi penyakit tersebut. Dalam epidemi berkelanjutan terhadap Covid-19, belum semua aspek ditangani, meskipun masyarakat global di seluruh dunia dihadapkan dengan berbagai kebijakan menghadapi epidemi tersebut bahkan terkait dengan pembuatan keputusan politik yang meliputi pembatasan perjalanan, tindakan pengendalian, dan strategi mitigasi (Kobayashi, et.al, 2020). Dalam perkembangannya, kasus Covid-19 dinyatakan bukan lagi epidemi tetapi sebagai kasus pandemik, sehingga diperlukan kerjasama dan koordinasi dengan berbagai pihak untuk mengatasi masalah tersebut.

Berdasarkan Keputusan Menkes RI No. HK.01.07/MENKES/238/2020 dinyatakan bahwa sejak 31 Desember 2019 mulai tersebar informasi mengenai penyakit Wuhan Pneumonia yang disebabkan oleh Coronavirus Disease 2019 (Covid-19). Covid-19 telah dinyatakan oleh WHO sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Dunia (KKMMD)/ *Public Health Emergency of International Concern (PHEIC)*/Pandemi, di mana penularannya sangat cepat pada manusia serta angka kematian yang cukup tinggi. Indonesia termasuk dalam negara dengan kasus Covid-19 tinggi, data di beberapa daerah menunjukkan adanya peningkatan penderita bahkan berujung pada kematian. Sehingga dalam penanganan kasus tersebut perlu manajemen komunikasi krisis yang tepat. Di sisi lain dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi RI No. 8/2019, tentang Manajemen Komunikasi Krisis, disebutkan pada pasal 17 (3) bahwa dalam pengelolaan manajemen komunikasi krisis dilakukan koordinasi dengan berbagai pihak terkait. Pentingnya koordinasi menjadi semakin dirasakan karena data di lapangan menunjukkan adanya peningkatan penderita Covid-19, baik pasien yang dinyatakan sembuh, ataupun meninggal.

Menurut Ramalingam (dalam Wilson & Jumbert, 2018) bahwa untuk mengatasi wabah yang berskala internasional setidaknya dibutuhkan lima pihak terkait yaitu antar instansi pemerintah, instansi pemerintah tingkat nasional, yayasan swasta, mitra pemerintah dari swasta/publik dan konsorsium. Berbagai protokol baik dalam skala internasional, nasional, lokal, maupun wilayah kecil seperti desa/kelurahan harus mengikuti aturan yang ada. Berbagai kesepakatan ataupun aturan telah banyak ditetapkan, namun ternyata tidak mudah dalam menangani kasus pandemi ini, karena masih terbatas pada kebijakan yang sifatnya umum. Untuk itu diperlukan koordinasi yang lebih terarah dalam implementasi di masyarakat. Hal ini dilakukan karena Indonesia merupakan negara yang multi kultural dengan berbagai keragaman, sehingga diperlukan pengelolaan bersama antar berbagai lembaga.

Seperti halnya konsep kolaborasi Penta Helix yang diusung oleh Gugus Tugas Covid-19, seperti yang disampaikan oleh Kepala Gugus Tugas Covid-19 Doni Monardo bahwa penting melakukan kerjasama antar lini di masyarakat, mulai tingkat Provinsi hingga RT/RW secara aktif (Merdeka.com, 2020). Penta Helix sendiri adalah kerjasama antar berbagai unsur seperti pemerintah, industri, akademisi, masyarakat dan media. Konsep ini merupakan pendekatan yang juga dipilih oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) dalam melakukan rekonstruksi dan rehabilitasi bencana di Indonesia. Melalui pendekatan ini penggunaan seluruh sumber daya dan kearifan lokal dimaksimalkan (Tempo.co, 2020).

Pemberdayaan Berbasis Komunitas Melalui Komunikasi Kemitraan

Dalam rangka mengatasi kasus Covid-19, hal yang paling penting adalah mendorong kemandirian masyarakat. Pemberdayaan masyarakat diperlukan dalam percepatan penanganan pandemi Covid-19. Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu usaha untuk meningkatkan martabat masyarakat agar mereka dapat keluar dari kemiskinan dan keterbelakangan (Laksono, 2018). Keterlibatan berbagai komunitas dalam masyarakat akan lebih berhasil karena komunitas-komunitas tersebut dapat menggunakan berbagai cara untuk terlibat di dalamnya (Waizer & Ham, 2010). Untuk itulah maka dalam rangka mendorong keberdayaan masyarakat perlu melibatkan berbagai komunitas, sehingga aktivitas lebih terarah dan terkoordinir. Sebagai suatu lembaga,

komunitas memungkinkan terjadinya interaksi individu dalam berbagai peran, tidak hanya peran formal dalam lembaga namun lebih sebagai warga masyarakat. Komunitas memberikan kesempatan tiap individu untuk berperan aktif dalam pengembangan diri sendiri maupun untuk komunitas. Adanya komunitas memberikan kesempatan bagi individu-individu untuk menyumbangkan berbagai bakat dan kemampuan untuk komunitas tersebut (Ife & Tesoriero, 2006)

Komunikasi mempunyai peran sentral dalam dalam mendorong kesejahteraan masyarakat (Marshall, Taylor, Yu, 2004). Komunikasi adalah proses produksi dan reproduksi sosialitas, hubungan sosial, struktur sosial, sistem sosial, dan masyarakat (Fuchs, 2020). Komunikasi melibatkan struktur dan sistem sosial dalam masyarakat, sehingga dalam prosesnya harus disesuaikan kepada publik sasaran. Lubernya informasi tentang Covid-19 membutuhkan perhatian ekstra karena tidak semua informasi yang beredar selalu benar. Sehingga diperlukan pihak-pihak yang mampu mendefinisikan informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Berbagai kebijakan yang dibuat pemerintah hendaknya mencerminkan kebutuhan masyarakat, namun dalam diseminasi informasi dapat disesuaikan dengan budaya masyarakat setempat.

Dialog komunikasi mendorong terjadinya aksi kolektif, di mana setiap individu dalam kelompok akan melakukan tindakan dalam menyelesaikan berbagai masalah umum. Hal ini akan menyebabkan terjadinya perubahan sosial dalam meningkatkan kapasitas bersama (Figueora, Kincaid, Rani, Lewis, 2002). Kemasan informasi yang disebarkan disesuaikan dengan budaya masyarakat setempat, sehingga menghasilkan pemahaman dan persepsi yang sama baik dari pemangku kebijakan maupun masyarakat (Clay, Madden, Potts, 2007).

Pengelolaan komunikasi di masa pandemi saat ini tentu saja harus melibatkan berbagai pihak tidak hanya membangun kesadaran masyarakat, namun juga ikut mendorong swadaya masyarakat. Koordinasi dilakukan dengan berbagai mitra pemerintah, lebih lanjut Permen No.8/2019, pasal 16 disebutkan bahwa pemerintah dapat melakukan kemitraan dengan pemangku kepentingan, salah satunya adalah dengan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Kegiatan kemitraan yang dapat dilakukan meliputi pengembangan dan pemberdayaan pemangku kepentingan yang memiliki potensi sebagai jejaring dalam diseminasi informasi

publik. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai salah satu mitra pemerintah dalam pemberdayaan informasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam giat pandemi Covid-19 di Indonesia.

Gerak Langkah KIM Kota Surabaya dalam COVID-19

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) merupakan salah satu komunitas yang berperan besar dalam penanganan Covid-19. KIM adalah lembaga layanan publik yang dibentuk, dikelola dari, oleh, dan untuk masyarakat yang mempunyai orientasi khusus di bidang pelayanan informasi serta pemberdayaan masyarakat sesuai kebutuhan masyarakat sendiri. Melalui dialog antara masyarakat, KIM, dan pemangku kepentingan akan mendorong keterlibatan individu menuju perubahan sosial.

Sebagai relawan dalam penanganan Covid-19, kerja KIM tidak hanya sekedar memberikan informasi terkait Covid-19, baik itu tentang wabah Covid-19 saja, namun juga pada karya nyata dalam aksi solidaritasnya. Menurut Supriyati (2020), relawan merupakan wujud dari partisipasi masyarakat, menjadikan *puzzle good governance* semakin sempurna. Pemerintah, swasta, dan masyarakat bergandeng tangan, bersinergi.

Sehingga secara umum KIM memiliki fungsi melakukan pengelolaan informasi dalam masyarakat, namun secara khusus KIM juga dapat melakukan berbagai aktivitas yang terkait dengan berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat. Berdasarkan data Kemeninfo (2015), secara keseluruhan jumlah KIM yang tersebar di Indonesia berjumlah 4.475 KIM yang berada di tiap kelurahan/desa. Anggota KIM bisa beragam tidak dibatasi usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan, utamanya masing-masing anggota mempunyai tujuan untuk memberdayakan masyarakat sekitarnya sehingga mereka mandiri secara ekonomi. Sehingga KIM merupakan suatu bentuk komunitas relawan yang melakukan berbagai aktivitas sesuai kebutuhan masyarakat. Karena permasalahan tiap kelurahan/desa berbeda maka dimungkinkan aktivitas KIM juga berbeda satu sama lain. Melalui dialog antara masyarakat, KIM, dan pemangku kepentingan akan mendorong keterlibatan individu menuju perubahan sosial. Dengan adanya dialog akan membuka kesempatan setiap pihak untuk terlibat aktif dalam penanganan Covid-19. Sehingga akan menekan laju penyebaran wabah Covid-19, khususnya dalam menangkal informasi hoax.

Maraknya pemberitaan di berbagai media selama bulan Mei-Juni 2020, tentang Zona Hitam Surabaya, menjadi label bagi Surabaya sebagai lokasi *Black Zone* Covid-19 di Indonesia. Dalam pengelolaan wabah Covid-19 di Surabaya, KIM Kota Surabaya terpanggil ikut terlibat dalam aktivitas wabah Covid-19. Sebanyak 154 KIM yang ada di Kota Surabaya dikerahkan untuk melakukan berbagai aktivitas dalam membendung penyebaran Covid-19 yang semakin meningkat tersebut. Pemerintah Kota Surabaya juga melibatkan Karang Taruna, PKK, serta sejumlah lembaga swasta dan pemerintah dalam pengadaan berbagai kebutuhan yang diperlukan dalam gerakan masif melawan Covid-19 ini. Keberadaan PDP (Pasien Dalam Pengawasan), ODP (Orang Dalam Pemantauan), bahkan belakangan berkembang kasus OTG (Orang Tanpa Gejala) membuat masyarakat semakin membutuhkan informasi yang akurat tentang situasi terkini yang dihadapi.

Kegiatan yang dilakukan KIM dengan membantu warga dalam status OTG, ODP, PDP melakukan karantina rumah (isolasi diri) di rumah masing-masing, tempat yang disediakan pemerintah (RS Darurat Covid-19) serta RS. Apabila diperlukan untuk dirujuk ke RS maka KIM membantu dari pendaftaran sampai perawatan pasien, bahkan jika ada yang meninggal maka KIM membantu mencari lokasi pengurusan jenazah hingga pemakaman. Hal yang dianggap paling sulit adalah ketika ada warga meninggal bukan karena Covid-19, biasanya warga sekitar merasa ketakutan yang berakibat adanya permintaan warga untuk tahu surat kematian warga yang meninggal tersebut. Kepanikan terjadi karena warga tidak sepenuhnya paham tentang penanganan pasien meninggal akibat Covid-19. Di situlah KIM berperan memberikan penjelasan yang menyeluruh Covid-19, termasuk penanganan, pendampingan, hingga perlakuan pasien Covid-19 meninggal.

Pemkot Surabaya membagi empat Satgas untuk penanganan Covid-19, yaitu Satgas *Wani Sehat*, Satgas *Wani Sejahtera*, Satgas *Wani Jogo*, dan Satgas *Wani Ngandani*. Istilah Satgas menggunakan bahasa Surabaya yang dikenal dengan ‘wani’ yang artinya berani, bahkan sering disebut dengan ‘bonek’. Penamaan tersebut dimaksudkan supaya memberikan nilai budaya Surabaya. Adapun masing-masing Satgas memiliki tugas sebagai berikut :

1. **Satgas Wani Sehat** : Satgas ini berfungsi untuk melakukan pemantauan terhadap pasien ODP, PDP, OTG. Selain itu Satgas

juga bertugas melakukan konfirmasi rawat jalan dari gugus tugas kota maupun kecamatan. Tugasnya adalah melakukan pendataan pada warga yang pernah kontak dengan pasien, kemudian mereka melaporkan kepada Puskesmas, pihak Kelurahan, maupun Kecamatan jika ditemukan warganya yang terkena gejala Covid-19 untuk ditindaklanjuti.

2. **Satgas Wani Sejahtera** : Satgas bertugas untuk melakukan identifikasi terhadap berbagai kebutuhan pasien ODP, PDP, OTG, dengan memberikan konfirmasi rawat jalan bagi yang membutuhkan dengan kriteria sesuai aturan yang berlaku. Jika ditemukan warga yang terkena Covid-19 dan tidak mampu maka dilakukan upaya penanganan dengan melibatkan pihak pemerintah maupun warga sekitar. Secara gotong royong memberikan bantuan kepada pihak penerima, termasuk memastikan bantuan sosial yang berasal dari pemerintah maupun lembaga lain telah diterima warga yang membutuhkan.
3. **Satgas Wani Jogo** : Satgas ini memiliki tugas untuk melakukan pencatatan serta pembatasan arus lalu lintas kendaraan maupun orang dengan metode *one gate system*. Kemudian secara bergiliran melakukan jaga kampung untuk memantau warga yang harus isolasi mandiri serta memastikan untuk tidak keluar lingkungan kecuali untuk kegiatan yang sangat penting, seperti : ketersediaan bahan makan. Bahkan memberikan bantuan khusus pada lansia, difabel, dan anak-anak yang masuk dalam kelompok rentan terjadi penularan. Kegiatan tersebut dilakukan dengan bergotong royong, terutama untuk memastikan pelaksanaan penerapan aturan sesuai protokol kesehatan yang sudah ditetapkan pemerintah, seperti : *physical distancing*, *social distancing*, penggunaan masker, cuci tangan dengan sabun, serta melaksanakan penyemprotan disinfektan secara mandiri di lingkungan masing-masing.
4. **Satgas Wani Ngandani** : Satgas ini bertugas memberikan informasi serta edukasi tentang pencegahan dan penanganan Covid-19 kepada warga sekitar. Selain itu melakukan komunikasi dan koordinasi dengan berbagai pihak terkait baik pemerintah maupun swasta. Secara rutin memberikan laporan atas perkembangan kondisi dan penanganan Covid-19 yang telah dilakukan terhadap ODP, PDP, OTG. Tindak lanjut berikutnya adalah melakukan konfirmasi rawat

jalan melalui laman dan aplikasi yang sudah disediakan pemerintah melalui : <https://lawan-covid-19.surabaya.go.id/>. Dalam laman tersebut tersedia berbagai informasi seputar Covid-19, layanan kesehatan termasuk deteksi dini, informasi rumah sakit rujukan, tanya jawab dan layanan lainnya. Selain itu, terdapat juga informasi tentang penyebaran area Covid-19 sehingga masyarakat dapat memantau daerah tempat tinggalnya masing-masing.



Gambar 1. Satgas Wani Jogo di Lingkungan KIM Mojo

Melalui gerakan gotong royong dan solidaritas warga, bersama-sama KIM melakukan berbagai upaya untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait Covid-19 serta penanganan pasien dan keluarga pasien yang dinyatakan positif. Sebutan *Black Zone* membuat semua lapisan masyarakat mulai dari Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (LPMK) yang ada di setiap kelurahan, Tim Penggerak PKK, Pekerja Sosial Masyarakat (PSM), Karang Taruna, Ketua RW, Ketua RT, Dasa Wisma Pengurus Satuan Rumah Tangga di bawah RT, biasanya merupakan kumpulan yang terdiri atas 20 rumah) menjadi garda depan dalam Gerakan Lawan Covid-19. Mereka tergabung sebagai relawan yang bersama-sama memberikan edukasi dan pendampingan pada warga Surabaya. Pengendalian wabah tidak hanya dilakukan di level hilir, namun juga hulu. Jika di level hulu yaitu kelurahan dapat dikendalikan, maka di tingkat kota sebagai hilirnya akan lebih mudah penanganannya.

Dalam rangka percepatan pengendalian wabah, Pemkot Surabaya melakukan *Rapid Test* secara massal di setiap kelurahan. Hal itu diharapkan dengan cepat untuk mengetahui jika ada warga yang ternyata reaktif, sehingga dapat dilakukan tindak lanjut untuk mencegah penyebarannya. Dalam pelaksanaannya KIM turut melakukan proses pemantauan dan pendampingan bagi yang hasilnya reaktif. KIM memberikan penguatan psikologis baik pada warga yang dintakan reaktif, selain itu juga memberikan kesadaran kepada warga lain untuk memberikan dukungan positif, sehingga pasien tidak merasa terisolasi dengan kondisi yang dialami.



Gambar 2. Warga Kecamatan Wonocolo Surabaya saat *Rapid Test* Massal

Salah satu lokasi *Rapid Test* di Kecamatan Wonocolo melibatkan KIM Kutisari dan KIM Margorejo, kedua KIM tidak hanya membantu pelaksanaan tes, namun juga melakukan pendampingan dan edukasi informasi kepada warga. Melalui *Rapid Test* secara massal diharapkan mempercepat penanganan wabah Covid-19 dari hulu ke hilir, karena di tiap Kecamatan akan mudah ditemukan berbagai kasus yang dihadapi di lapangan. Strategi *Rapid Test* massal dianggap lebih tepat dan cepat untuk deteksi dini penderita Covid-19. Pemangku kepentingan dalam hal ini Pemkot Surabaya akan langsung menentukan kebijakan terkait kasus yang terjadi di lapangan. Koordinasi antar berbagai pihak sangat menentukan tindak lanjut penanganan wabah Covid-19 di Kota Surabaya.

Penutup

Menghadapi berbagai persoalan yang terjadi di masyarakat, keterlibatan suatu komunitas menjadi sentral sebagai garda terdepan baik dalam diseminasi informasi maupun aksi lainnya. Komunikasi kemitraan harus dibangun antara pemangku kebijakan, komunitas, dan masyarakat sebagai target suatu kebijakan. Dalam penanganan wabah Covid-19, koordinasi diperlukan untuk memutus berkembangnya penularan wabah. Pendampingan bagi pasien terdeteksi, pasien positif dan keluarganya harus terus dilakukan hingga tuntas. Secara psikologis akan menjadi trauma karena adanya isolasi dari warga sekitar, sehingga diperlukan juga psikolog dalam pendampingan.

Pemerintah sebagai pemangku kepentingan harus lebih transparan dalam mengeluarkan berbagai informasi terkait Covid-19, tetap mengacu pada Undang-undang RI No.14/2008, tentang Keterbukaan Informasi Publik, pasal 3 bahwa UU ini dimaksudkan untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagai pengambilan kebijakan. Sehingga informasi harus jelas dan tepat sasaran agar dipersepsikan sama antara pemerintah dan masyarakat. Pemerintah Daerah sebagai pemangku kepentingan di level lokal harus cepat tanggap dengan kebijakan pemerintah pusat. Hal ini sangat penting agar tidak terjadi kepanikan masyarakat saat terjadi pandemi Covid-19. Kendali informasi selalu dilakukan pemerintah selaku penentu kebijakan, sehingga penanganan berita *hoax* yang berkembang di masyarakat juga dengan cepat diselesaikan.

Daftar Pustaka

- Clay, Christopher J., Clay, Madden, Mary., & Potts, Laura. (2007). *Towards Understanding Community : People and Places*. New York: Pallgrave Macmillan
- Fuchs, Christian. (2020). Everyday Life and Everyday Communication in Coronavirus Capitalism, *TripleC* 18 (1): 375-399. <https://www.triple-c.at/index.php/tripleC/article/view/1167>. Diakses 11 Juni 2020.
- Figueroa, Maria Elena., Kincaid, D Lawrence., Rani, Manju., & Lewis, Gary. (2002). *Communication for Social Change: An Integrated Model for Measuring the Process and Its Outcomes*. New York: The Rockefeller Foundation
- Ife, Jim., Tesoriero, Frank. (2006). *Community Development : Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi* (edisi 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kobayashi, Tetsuro., Jung, Sung-Mok., Linton, Natalie M., Kinoshita, Ryo., Hayashi, Katsuma., Miyama, Takeshi., Anzai, Asami., Yang, Yichi., Yuan, Baoyin., Akhmetzhanov, Andrei R., Suzuki, Ayako & Nishiura, Hiroshi. (2020). Communicating the Risk of Death from Novel Coronavirus Disease (COVID-19). *Journal of Clinical Medicine*. 9. 580. 10.3390/jcm9020580. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7073841/pdf/jcm-09-00580.pdf>. Diakses 11 Juni 2020.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2015). *KIM (Kelompok Informasi Masyarakat) : Potret, Informasi, Jejaring*.
- Laksono, Bayu Adi. (2018). The Community Empowerment Through Social and Education Institutions. *Jurnal Pendidikan Humaniora*, Vol.6., No.3., 115–122. <http://journal.um.ac.id/index.php/jph/article/view/11813/5695>. Diakses 12 Juni 2020.
- Marshall, Stewart., Taylor, Wal. & Yu Xinghuo. (2004). *Using Community Informatics to Transform Regions*. Singapore : Idea Group Publishing.
- Merdeka.com. (2020). Gugus Tugas Covid-19 Ajak Masyarakat Kolaborasi Secara Penta Helix Lawan Corona. Retrieved from Merdeka.com website: <https://www.merdeka.com/peristiwa/gugus-tugas-covid-19-ajak-masyarakat-kolaborasi-secara-penta-helix-lawan-corona.html>. Diakses 17 Juni 2020.

- Supriyati. (2020). Tata Kelola Penanganan COVID-19 di Indonesia : Kajian Awal. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tempo.co. (2020). Kepala BNPB Perkenalkan Pendekatan Pentahelix Penanganan Bencana. Retrieved from Tempo.co website: <https://nasional.tempo.co/read/1206278/kepala-bnpb-perkenalkan-pendekatan-pentahelix-penanganan-bencana/full&view=ok>. Diakses 17 Juni 2020.
- Wilson, Christopher., Jumbert, Maria Gabrielsen. (2018). The New Informatics of Pandemic Response: Humanitarian Technology, Efficiency, and The Subtle Retreat of National Agency. *Journal of International Humanitarian Action*, 2018,3:8, 1-13. <https://doi.org/10.1186/s41018-018-0036-5>. Diakses 12 Juni 2020.
- Waizer, Norman., Hamm Giselle F. (2010). Community Visioning Programs: Processes and Outcomes, *Community Development*, 42:2, 152-155, <http://dx.doi.org/10.1080/15575331003610005>. Diakses 12 Juni 2020.

MEMBANGUN KOHESI SOSIAL KOMUNITAS DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Muhammad Alif

Pendahuluan

Bencana dapat terjadi kapan pun dan dimana pun tanpa terduga sebelumnya. Bencana dapat mengganggu fungsi masyarakat, hilangnya kehidupan dan mata pencaharian, rusaknya fasilitas dan infrastruktur, serta berpengaruh terhadap lingkungan. Selaras dengan hal tersebut. Toseroni, (dalam Haryadi, 2020) memaknai bencana sebagai suatu fenomena yang memengaruhi keseimbangan komunitas, menyebabkan hilangnya kehidupan, kesehatan, keuangan, dan kerusakan lingkungan. Salah satu bencana yang saat ini sedang terjadi adalah Covid-19.

Covid-19 merupakan hal yang baru bagi kita, masyarakat Indonesia, sejak wabah ini masuk ke negeri ini, kita merasa belum mengetahui apa itu Covid-19, seperti apa bentuk Covid-19 itu yang kita tahu hanyalah virus ini berkembang pesat di Wuhan China, tanpa mengetahui secara detail apa itu Covid-19.

Masyarakat Indonesia, merupakan masyarakat yang Kolektif, masyarakat yang cenderung suka dengan *face to face interaction*, budaya dimana kebersamaan secara fisik adalah hal yang biasa dilakukan. Semua aktivitas di negeri ini hampir menggunakan *face contact*, akan tetapi di saat covid-19 ini mewabah, pemerintah meminta atau menginstruksikan kepada kita agar melakukan *sosial distancing* dan *Physical distancing*, dimana istilah ini pun sangat asing bagi masyarakat kita.

Menurut WHO, pengertian physical distancing adalah pembatasan jarak manusia secara fisik saja. Beda physical distancing dan social distancing cukup jelas. Karena physical distancing hanya menjaga jarak secara fisik dan bukan berarti memutuskan hubungan kerabat atau hubungan sosial. Artinya warga bisa menjaga jarak satu sama lain dengan diam di rumah masing-masing namun jalinan kekeluargaan dan hubungan kekerabatan masih bisa dilakukan di sosial media.

Berbeda dengan social distancing yang berarti secara sosial pun harus diberi jarak atau menjauhi hubungan sosial itu sendiri. Dengan physical distancing ini manusia bukan terisolasi secara sosial dan menjauhi satu sama lain. Masyarakat diminta tetap melakukan interaksi sosial seperti biasa, namun kali ini mungkin dengan cara lain yang tidak memerlukan kehadiran fisik secara langsung, semisal memanfaatkan teknologi informasi dan menggunakan media sosial (Indonesiabaik.id).

Dampak dari Covid-19 tidak hanya kepada segi kesehatan, budaya, sosial, politik, keagamaan pendidikan dan ekonomi pun kena imbas nya. Perubahan masyarakat yang sangat cepat ini menyebabkan terjadinya keguncangan yang sangat dasyat di tengah-tengah masyarakat. Ditambah dengan pemberitaan-pemberitaan dampak Covid-19 pun di dengar, dilihat secara masif seperti kematian, kehilangan pekerjaan, kegiatan ekonomi yang surut, karantina yang lama, pasien-pasien yang kabur, penolakan penguburan dan lain sebagainya. Dengan segala permasalahan yang ada pada masa pandemic Covid-19 ini tentunya tidak akan pernah bisa surut atau hilang tanpa adanya kekuatan dari masyarakat itu sendiri .

Komunitas sebagai modal sosial

Menurut McMillan dan Chavis (1986) mengatakan bahwa komunitas merupakan kumpulan dari para anggotanya yang memiliki rasa saling memiliki, terikat diantara satu dan lainnya dan percaya bahwa kebutuhan para anggota akan terpenuhi selama para anggota berkomitmen untuk terus bersama-sama. Kekuatan masyarakat Indonesia salah satunya adalah rasa kebersamaan yang tinggi. Komunitas itu sendiri lahir dari ikatan-ikatan yang saling terkait melalui kegiatan-kegiatan komunikasi, saling keterkaitan satu sama lainnya itu membentuk tujuan/keinginan dan kepercayaan serta pengetahuan sehingga membentuk suatu perkumpulan diantaranya.

Menurut Kertajaya Hermawan (2008), adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values. Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama, adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya, didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya,

ideologi, sosial-ekonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau wilayah geografis. Masing-masing komunitas, karenanya akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapainya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

Dimasa Pandemi covid-19 ini, secara tidak langsung kita sudah membuat komunitas-komunitas yang terkait kegiatan-kegiatan untuk pencegahan Covid-19 ini, seperti relawan aksi peduli Covid-19, gerakan peduli disinfektan, hampir diseluruh daerah terbentuk komunitas-komunitas baru untuk kegiatan pencegahan Covid-19 ini. Semua Komunitas mempunyai sumber dan potensi modal sosial yang dapat di akses dan di dimanfaatkan oleh seluruh anggotanya. Komunitas di dalam suatu masyarakat merupakan potensi modal sosial, dimana komunitas tersebut memberikan kesadaran tanpa batas terhadap warga, termasuk berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan bersama.

Menurut Abdullah (2013) Kekuatan modal sosial dapat di jabarkan ke dalam 3 tipologi, yakni Perekat (*bonding Social Capital*), Penyambung menjembatani (*bridging social capital*) dan pengait, koneksi, jaringan (*linking social capital*). Kekuatan-kekuatan modal sosial dapat memperlancar kerjasama atau hubungan sehingga keinginan serta harapan dapat tercapai secara efektif. Potensi modal sosial yang di miliki komunitas-komunitas penanggulangan Covid-19 merupakan potensi dasar yang dapat menimbulkan dan mengungkap potensi-potensi modal lainnya, seperti potensi kerja keras, potensi saling percaya, potensi saling berbagi bahkan potensi-potensi kelembagaan lainnya yang di bentuk oleh masyarakat itu sendiri atau pemerintah.



Gambar 1. Instagram Gugus Relawan

Komunitas-komunitas yang bergerak di penanggulangan Covid-19 pun mempunyai potensi jaringan dan akses komunikasi dengan Negara-negara lain, ini dikarenakan pandemic ini merupakan mush bersama. Modal sosial sebagai bonding sosial/perekat/pengikat anggota komunitas karena adanya kesmaan kepentingan serta kesamaan tujuan. Kekuatan ini memberikan manfaat pada setiap anggota kelompok untuk menyampaikan pelbagai macam masalah, komunitas yang mempunyai bonding sosial sangat baik, biasanya mempunyai rasa kebersamaan yang kuat, kepedulian yang tinggi serta gap-gap sosial diantara anggota tidak nampak. Perbedaan status sosial yang terjadi di tengah masyarakat tidak akan timbul ketika bonding sosial disuatu komunitas dapat berjalan dengan baik, difrensiasi sosial cenderung rendah

Kekuatan yang tidak kalah bagusnya adalah modal sosial sebagai bridging Sosial di komunitas-komunitas penanggulangan Covid-19, kemampuan menjembatani atau menyambung antar relasi dengan individu dan kelompok yang berbeda . kekuatan tersebut berasal dari kepercayaan dan norma yang sudah ada serta sudah terbentuk sejak lama. Prinsip yang dianut pada pengelompokan bonding social capital

ini adalah universal tentang kebersamaan, kebebasan, nilai kemajemukan dan kemanusiaan terbuka dan mandiri (Hasbullah, 2004).

Hubungan antar kelompok yang berbeda identitas asal menurut kearns (2004), adalah dimaknai lebih luas seperti relasi antar sector, misalkan sector pendidikan dan kesehatan, sector ekonomidan sosial atau relasi antar organisasi lembaga serta Asosiasi. Makna kelompok tersebut menjadi kekuatan yang dapat digunakan oleh setiap individu sebagai jalan masuk, dengan apapun kepentingan serta kebutuhan yang akan di raih oleh setiap kelompok / individu. Karakteristik yang hadir sebagai dampak dari kaidah-kaidah Bridging Social capital adalah anggota dari komunitas / kelompok biasana lebih beragam atau heterogen dari berbagai latar belakang sosial budaya.

Modal sosial sebagai lingking sosial komunitas diperlukan berbagai potensi sumberdaya internal maupun eksternal. Modal sosial jaringan atau relasi merupakan potensi yang dapat menghubungkan serta membuka potensi dan modal yang lainnya. Seregaldin dan grooteart (dalam Muspida, 2007) memandang modal sosial juga relevan melihat bahwa hubungan hirarki organisasi vertical, struktur organisasi formal, rezim politik dan system hukum, system pengadilan dan kebebasan politik. Modal sosial penting bagi warga untuk memperoleh akses pada kekuasaan dan sumber sumber yang instrumental dalam memperkuat pengambilan keputusan dan formulasi kebijakan. Kearns (2007) berpendapat bahwa relasi sosial antar individu dan kelompok-kelompok dalam strata sosial yang berbeda secara hierarkhis disebut linking social capital. Modal sosial berkarakter lingking tersebut menunjukkan suatu bentuk kekuatan komunitas. Kemampuan / kekuatan tersebut sangat di tentukan oleh *trust* serta norma-norma yang dimiliki oleh komunitas tersebut, pada hal ini modal sosial terletak pada tingginya kepercayaan dimiliki oleh setiap anggota di dalam komunitas tersebut.

Kohesi Sosial Pada Komunitas di Masa Pandemi COVID-19

Kohesi sosial merupakan elemen penting dalam membangun resiliensi komunitas dalam menghadapi bencana. Townshend *et al.* (2014) menyatakan bahwa kohesi sosial merupakan salah satu faktor inti yang sangat penting digunakan untuk mengevaluasi kemampuan komunitas untuk bangkit kembali dari keterpurukan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Patel dan Gleason (2018) yang menyatakan

bahwa terdapat sebelas faktor yang diyakini memengaruhi resiliensi komunitas, namun faktor yang paling berdampak dan paling substansial meningkatkan resiliensi komunitas adalah kohesi sosial. Selain itu, komunitas yang kohesif menurut Hikichi *et al.* (2016) secara sosial cenderung lebih semangat dalam menyuarakan kebutuhan dan keluhan mereka kepada badan- badan bantuan bencana dan pemerintah daerah, serta lebih efektif dalam melakukan tindakan kolektif. Hal ini menunjukkan bahwa kohesi sosial dapat menggerakkan komunitas untuk meningkatkan resiliensinya. Mengingat pentingnya kohesi sosial dalam resiliensi komunitas, maka perlu diketahui.

Kohesi sosial merupakan salah satu aspek utama dalam keberadaan suatu komunitas. Menurut Berman dan Phillips (2004), kohesi sosial merupakan turunan dari pengertian tentang *Gemeinschaft* dan *Gesselschaft*, solidaritas mekanik dan solidaritas organik. Kohesi sosial hadir ketika individu dan kelompok yang berlatar belakang kehidupan berbeda memiliki akses yang sama terhadap semua bidang kehidupan dan hidup bersama tanpa konflik. Kohesi sosial dapat terjadi pada berbagai level masyarakat. Berman dan Phillips (2004) mengungkapkan bahwa kohesi sosial dapat terjadi di level mikro, meso, dan makro.

Kohesi sosial pada level mikro terjadi pada keluarga atau tetangga (*neighboring*). Pada level ini fungsi keluarga atau tetangga sangat penting, karena keluarga adalah institusi terkecil yang ada di masyarakat, sehingga keluarga merupakan pintu awal dalam sosialisasi tentang covid-19. Kedua adalah kohesi pada level meso terjadi pada suatu komunitas atau kelompok, level ini menekankan bahwa peran komunitas / kelompok pada posisi menengah sehingga lapisan kedua dalam penanganan Covid-19 dapat dioptimalkan pada posisi Level meso ini. Sedangkan kohesi pada level makro terjadi pada institusi atau perpolitikan, level ini merupakan level kebijakan yang berdampak luas, sehingga level ini memerlukan kecermatan dan ketelitian yang baik. Dimensi kohesi sosial menurut Berman dan Phillips (2004) adalah hubungan sosial, norma dan nilai integratif, dan identitas. Kohesi sosial tergantung pada kekuatan hubungan sosial (termasuk jaringan sosial) dan merupakan fungsi dari integrasi antara norma-norma dan nilai-nilai (termasuk kepercayaan) serta identitas dalam masyarakat integratif. Tidak ada konsensus untuk mengukur kohesi sosial. Berbagai ahli memiliki indikator berbeda dalam mengukur kohesi sosial. Berman dan Phillips

(2004) memiliki empat indikator kohesi sosial, yaitu kepercayaan, norma dan nilai integratif, jaringan, identitas.

Kepercayaan, digunakan untuk mengukur sejauh mana kesepakatan untuk pertanyaan “Apakah anda bisa mempercayai orang lain?” “Apakah Anda tidak perlu terlalu berhati-hati?” dan “Dimana orang-orang berpaling untuk meminta bantuan pada saat dibutuhkan?”. Tingkat analisis untuk indikator ini dapat dipecah menjadi kepercayaan umum dan kepercayaan tertentu (kelembagaan dan pribadi).

Norma dan nilai integratif, dapat dilihat menggunakan tingkat analisis altruisme (pemberian bantuan suka rela kepada orang lain yang tidak memiliki hubungan), keadilan sosial (tingkat kelembagaan dan praktik), serta kesamaan dan timbal balik. Jaringan, melihat hubungan antara lokal/masyarakat dan organisasi organisasi nasional; hubungan antara organisasi lokal/masyarakat dan instansi pemerintah.

Identitas, dilihat dari tiga tingkatan, yaitu nasional (prasangka terhadap orang asing, rasa kebanggaan nasional), regional (prasangka terhadap orang luar, rasa identitas masyarakat), dan interpersonal (rasa milik keluarga dan kekerabatan jaringan).



Gambar 2, Instagram Muhammad Hidayat, Relawan Covid-19

Holdsworth dan Hartman (2009) juga berbicara mengenai indikator kohesi sosial. Mereka memaparkan bahwa terdapat empat indikator dalam mengukur kohesi sosial, yaitu *sense of belonging*; *engagement*; *perception of safety*; dan *access to resources*.

Sense of belonging, perasaan memiliki merupakan suatu hal yang penting dalam kehidupan berkomunitas. Rasa memiliki terkait dengan alasan yang membuat komunitas baik untuk ditinggali. Salah satu faktor yang memengaruhi rasa memiliki menurut Holdsworth dan Hartman (2009) di dalam komunitas adalah adanya integrasi dan keterlibatan dalam komunitas tersebut. Selain itu, hal-hal yang juga memengaruhi rasa memiliki adalah *neighbourliness*, *ownership*, dan rasa bangga. Seperti rasa memiliki di dalam suatu RT/RW dalam menjaga lingkungannya agar warganya tidak terkena Covid-19

Engagement, ikatan sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap kohesi sosial suatu komunitas. Terdapat tiga faktor yang memengaruhi ikatan sosial, yaitu kesukarelaan, penggunaan layanan, dan kehadiran dalam suatu acara. Keginatan engagement ini pada saat masa pandemic ini terlaksana dengan baik.

Perception of safety, persepsi komunitas terkait keselamatannya sangat dipengaruhi oleh koneksi komunitas, baik koneksi internal (antarsesama warga komunitas) ataupun koneksi eksternal (pihak di luar komunitas). Persepsi keselamatan ini didukung oleh dua hal yaitu rasa aman yang dimiliki komunitas dan angka kriminalitas pada komunitas tersebut. Rasa aman memiliki hubungan positif dengan persepsi keselamatan, yakni semakin tinggi rasa aman maka semakin kuat persepsi terkait keselamatan. Penurunan angka pasien Covid-19 memiliki hubungan negatif, yakni semakin tinggi angka pasien Covid-19 maka semakin lemah persepsi keselamatan komunitas, begitu sebaliknya.

Access to resources, koneksi komunitas tidak hanya mencakup pengurangan persepsi terkait ketakutan terhadap kejahatan, tetapi diharapkan juga mampu mengurangi tingkat isolasi warga komunitas. Hal ini berhubungan dengan aksesibilitas warga komunitas terhadap lingkungan dan sumber daya yang ada. Aksesibilitas merupakan kunci penting, terutama dalam kaitannya dengan penyediaan layanan dan sarana material untuk memperoleh sumber daya tersebut.

Menghadapi Covid-19 ini, semua komunitas harus memiliki kohesi sosial yang tinggi, rasa memiliki yang baik, antar anggota komunitas atau

sesame komunitas saling percaya, kerja sama yang tumbuh, interaksi sosial yang berjalan dengan baik serta yang cukup menjadi perhatian adalah saling berbagi. Komunitas yang baik adalah rasa saling memiliki sudah merasa menjadi keluarga sendiri merupakan nilai-nilai yang harus di kembangkan, walau berbeda asal, beda suku, ras, agama dan beda golongan, komunitas-komunitas yang di bangun dengan tujuan untuk membantu sesama, merupakan hal yang harus di kembangkan. Kohesi sosial yang tinggi sangat dipengaruhi oleh norma serta budaya yang menunjukkan betapa pentingnya relasi sosial dan saling peduli dengan sesama.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Suparman (2013), Potensi Dan Kekuatan Modal Sosial Dalam Suatu Komunitas, Jurnal Socius, Volumei XII - Januari 2013.
- Chavis, D.M., Hogge, J.H., McMillan, D.W., & Wandersman, A (1986). Sense of Community Through Brunswick's lens: a first look. Journal of Community Psychology.
- Berman Y, Phillips D. 2004. *Indicators for Social Cohesion*. Sheffield (UK): University of Sheffield.
- Hasbullah Jousairi 2006, *Social capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)* MR-United Press Jakarta.
- Holdsworth L, Hartman YA. 2009. Indicators of community cohesion in an Australian country town. *Commonwealth Journal of Local Governance* [Internet]. [Diunduh pada 2020 Juni 3];
- Hikichi h, aida j, tsuboya t, kondo k, kawachi i. 2016. Can community social cohesion prevent posttraumatic stres disorder in the aftermath of a disaster? A natural experiment from the 2011 tohoku earthquake and tsunami. *American journal of epidemiology*.
- Haryadi rizky, 2020, kohesi sosial dan resiliensi komunitas Terhadap bencana tsunami (kasus: dusun suka dame, desa sumberjaya, kecamatan sumur, Kabupaten pandeglang, banten), skripsi, institut Pertanian Bogor.
- Indonesiabaik.id (di akses 5 juni 2020)
- Kearns, P. 2004. *VET and Social capital: A Paper on the Contiribution of the VET sector to Social capital in the Communities*. <http://www.never.edu.au/publications/>
- Kertajaya, Hermawan. 2008. Arti Komunitas. Bandung : Gramedia Pustaka Indonesia
- Muspida, 2007, *Modal Sosial dalam Pengelolaan Hutan Kemiri Rakyat di Kabupaten Maros Sulawesi Selatan* (Disertasi).
- Townshend I, Awosaga O, Kulig J, Fan H. (2014). Social cohesion and resilience across communities that have experienced a disaster. *Natural Hazards* [Internet]. [diunduh pada 2020 Juni 6]
- Patel RB, Gleason KM. 2018. The association between social cohesion and community resilience in two urban slums of Port Au Prince, Haiti. *International Journal of Disaster Risk Reduction*

Merawat Cinta di Tengah Pandemi Covid 19 (Fenomena *Long Distance Marriage* dalam Perspektif Komunikasi)

Annisa Wahyuni Arsyad

Pendahuluan

“*Distance means so little, when someone means so much*” demikian kutipan romantis yang dikemukakan oleh Tom McNeal yang mungkin dapat sedikit memberikan gambaran tentang perjuangan pasangan *long distance marriage* atau sebutan lainnya adalah *commuter marriage* untuk mempertahankan pernikahannya. Bagi pasangan *long distance marriage*, menikmati momen kebersamaan bahkan dengan cara yang sederhana sekalipun menjadi suatu yang “mewah”. Terdapat berbagai pengorbanan yang harus dilakukan untuk merasakan kebersamaan dengan pasangan (keluarga).

Istilah *Long Distance Marriage (LDM)* atau Pernikahan Jarak jauh bukan sesuatu yang asing ditelinga kita. Mc Bride dan Bergen (2004) dalam Afdal dan Putra (2020) mengemukakan bahwa *long distance marriage* merupakan kondisi dimana suami-istri tinggal di lokasi yang berbeda selama hari kerja, atau dalam kurun waktu yang cukup lama demi kepentingan karir pasangannya. Hal serupa dikemukakan oleh Pastole dkk (2010) dalam Afdal dan Putra (2020), dimana *long distance marriage* merupakan situasi yang mengharuskan pasangan berpisah secara fisik karena salah satu pasangan tinggal di tempat lain dengan pertimbangan kepentingan tertentu pada kurun waktu tertentu untuk memenuhi tuntutan kehidupan di era modern, walaupun pasangan tersebut sudah memiliki anak.

Kondisi terpisah secara fisik dan dalam kurun waktu tertentu menjadi pembeda antara *long distance marriage* dengan *proximal marriage* (Pasangan yang tinggal satu rumah). Fakta menunjukkan bahwa jumlah pasangan yang menjalani *long distance marriage* bukannya berkurang. Berdasarkan data statistik yang dikemukakan oleh *The Center For The Study of Long Distance Relationship* di Amerika

Serikat, pada tahun 2005 terdapat 3.5 Juta pasangan yang menjalani kehidupan *Long Distance Marriage* di negara tersebut. Pada tahun 2011, angka tersebut meningkat menjadi 7,2 Juta pasangan yang menjalaninya. (Rachman, 2017). Dalam sebuah artikel di media online dikemukakan bahwa tren tersebut meningkat 44 persen sejak tahun 2000an – 2017. (<https://tirto.id/menjaga-long-distance-marriage-agar-tak-ambyar-dgmU>) Sementara itu, di Indonesia belum ada data statistik terkait jumlah pasangan yang menjalani *long distance marriage*, namun terdapat banyak penelitian yang mengemukakan tentang fenomena *long distance marriage* dalam perspektif komunikasi maupun psikologi.

Long Distance Marriage (LDM) menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dikaji, khususnya berkaitan dengan pola komunikasi untuk mempertahankan keutuhan rumah tangga bagi pasangan yang menjalaninya. *Long distance marriage* menjadi sebuah pilihan, bukan disebabkan karena tidak adanya perasaan *mutual love* diantara pasangan suami-istri, namun lebih pada pencapaian tujuan kehidupan rumah tangga yang lebih baik.

Perjalanan kehidupan pernikahan menjadi menarik ketika dihadapkan pada berbagai masalah seperti ekonomi, anak, keluarga besar, pendidikan sampai pada keputusan untuk menjalani kehidupan pernikahan jarak jauh. Dalam konteks *long distance marriage*, keputusan tersebut biasanya dipengaruhi oleh masalah karir dan pendidikan (Suminar & Kaddi, 2018). Pernikahan jarak jauh, walaupun merupakan pilihan bagi sebagian pasangan suami-istri, namun menjadi suatu yang menantang dan menimbulkan berbagai hambatan seperti waktu, jarak, konflik, dan bahkan kematian (Steven A Beebe et al) dalam Suminar dan Kaddi (2018)

Pada zaman ketika teknologi komunikasi belum secanggih seperti saat ini, *long distance marriage* dapat dikatakan tidak mudah. Saat ini, ketika inovasi dalam teknologi komunikasi berkembang pesat, manusia dapat terhubung serta menembus batas ruang dan waktu yang membuat tempat yang jauh secara geografis tampak lebih dekat (Bauman, 2000; Beck & Beck-Gernsheim, 2002; Giddens, 1990) dalam Jurkane-Hobein (2015). Pasangan *long distance marriage* dapat menggunakan berbagai media komunikasi seperti telepon, email, dan berbagai aplikasi media sosial untuk memelihara hubungan interpersonal dengan pasangannya (Dharmawijati, 2016) dalam Suminar dan Kaddi (2018). Namun

demikian, tantangan dalam mempertahankan dan memelihara pernikahan bagi pasangan *long distance marriage* bukan berarti sudah teratasi. Bencana global pandemi Covid 19 yang terjadi di Indonesia sejak Februari 2020 membawa berbagai dampak dalam kehidupan manusia, termasuk pada pasangan yang menjalani *long distance marriage*. Adanya keharusan untuk melakukan *physical distancing*, kekhawatiran tertular virus dari pasangan atau menjadi pembawa virus, serta adanya larangan untuk bepergian keluar kota untuk sementara waktu menjadi kecemasan tersendiri bagi pasangan yang menjalaninya. Fenomena ini menjadi fokus yang menarik untuk dikaji dalam perspektif komunikasi, yaitu pada bagaimana pasangan memelihara komunikasi interpersonal dan mempertahankan hubungan interpersonal pada pernikahan jarak jauh yang dijalaninya di tengah gempuran Pandemi Covid 19.

Long Distance Marriage, Optimis atau Pesimis?

Dalam konteks hubungan, pasangan suami-istri selalu mengungkapkan sisi yang ada didalam diri masing-masing dan ini merupakan ranah pribadi yang hanya diketahui oleh pasangan. Hal ini disebut sebagai *personal relationship*. Pada pasangan yang menjalani *long distance marriage* membangun kualitas *personal relationship* melalui komunikasi interpersonal yang efektif menjadi sebuah keharusan untuk memelihara dan mempertahankan rumah tangga.

Menurut Gerstels & Groos (1982) dalam Kholishoh dan Astuti (2018) dikemukakan bahwa pasangan yang melakukan *long distance marriage* dengan usia pernikahan kurang dari 13 tahun cenderung memiliki tingkat kesulitan yang lebih tinggi. Pada rentang usia pernikahan tersebut masing-masing pasangan masih berada pada upaya membangun kepercayaan serta menggali kelebihan dan kekurangan pasangan. Kurangnya komunikasi secara terbuka, tidak jujur dan tidak saling percaya menjadi resiko yang dialami oleh pasangan *long distance marriage*.

Terdapat beberapa kelebihan dan kelemahan dalam *long distance marriage*, Groves dan Horm-Wingerd (1991) dalam Kholishoh & Astuti (2018) mengemukakan bahwa kelebihan pasangan yang menjalani hubungan jarak jauh memiliki peluang yang lebih terbuka dalam kesempatan berkarir, otonomi secara profesional, kemandirian pribadi, rasa penghargaan terhadap kebersamaan, serta mengurangi perbedaan pendapat dan pertengkaran diantara pasangan tersebut. Namun disisi

lain, kelemahan *long distance marriage* adalah pada permasalahan keuangan, kesepian, serta kurangnya peran pasangan sebagai *support system*. Selain itu, lingkungan eksternal seperti *significant others* (teman, keluarga, kolega dan masyarakat) juga memberi pengaruh terhadap keberhasilan hubungan *long distance marriage*. Lebih jauh lagi, *long distance marriage* dapat menyebabkan berkurangnya kepuasan dalam kehidupan seks, kerinduan tentang berbagai momen keluarga, dan berbagai pengalaman sehari-hari yang tidak dapat dilakukan secara bersama-sama.

Kehidupan Pasangan *Long Distance Marriage* di Tengah Pandemi Covid 19

Sejak akhir tahun 2019, seluruh dunia dihadapkan pada bencana kesehatan global, yaitu dengan adanya *Corona Virus Disease* (Covid 19) yang pertama kali muncul di Wuhan, China. Virus ini kemudian menyebar dan menginfeksi jutaan orang diseluruh dunia. Sejak saat itu, pemberitaan tentang Covid 19 tidak pernah berhenti. Media di seluruh dunia melaporkan berita tentang bagaimana virus tersebut berkembang, menjangkiti manusia, jumlah orang yang terinfeksi, dampak kesehatan dan kematian yang disebabkan virus tersebut, sampai pada cara pencegahan penyebaran Covid 19.

World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa Covid 19 merupakan penyakit yang tidak bisa dianggap sepele dan untuk memutus mata rantai penyebaran virus tersebut maka masyarakat diseluruh dunia diharuskan untuk mengikuti protokol pencegahannya seperti mencuci tangan sesering mungkin, menutup mulut dan hidung saat bersin dan batuk, membersihkan benda yang sering disentuh, membatasi diri untuk keluar rumah terlebih ketika sedang sakit, menghindari kerumunan, melakukan *physical distancing* $\pm$ 1 meter, menggunakan media daring untuk melakukan berbagai pertemuan. (https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/pesan-dan-kegiatan-utama-pencegahan-dan-pengendalian-covid-19-di-sekolah---indonesian--march-2020.pdf?sfvrsn=5cdfa17_2)

Banyaknya informasi yang berkembang mengenai Covid 19 tidak dapat dipungkiri membawa berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Disatu sisi, masyarakat membutuhkan informasi tersebut, namun disisi lain terpaan media yang terus-menerus juga membawa dampak ancaman psikologis, seperti kecemasan. Sebuah survey yang

dilakukan Asosiasi Psikiatri Amerika (APA) pada 1000 responden dikemukakan bahwa hasil survey menunjukkan 40% responden merasa khawatir akan mengalami sakit atau meninggal karena Covid 19, sementara 60% responden merasa khawatir bahwa keluarga atau orang yang dicintai tertular Covid 19. (<https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/26/112749520/tingkat-kecemasan-akibat-wabah-virus-corona-meningkat>)

Bagi pasangan yang menjalani *long distance marriage*, pandemi Covid 19 dapat menyebabkan berbagai dampak (baik dampak positif maupun negatif). Dampak negatif dapat disebabkan karena rasa khawatir, stress, dan kecemasan yang terjadi pada masing-masing pihak. Selain adanya kekhawatiran tertular virus Covid 19, terdapat kekhawatiran tentang masalah finansial, pekerjaan, masa depan, atau keadaan pasca pandemi Covid 19. Namun demikian, menjalani *long distance marriage* dimasa pandemi Covid 19 dapat juga memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak. Keterbatasan untuk bertemu karena adanya larangan untuk bepergian keluar kota, atau adanya keharusan untuk melakukan *physical distancing* dapat membuat masing-masing pihak menghargai momen kebersamaan, meningkatkan komitmen pernikahan, meningkatkan *emotional bonding*, dan meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal pasangan tersebut.

Berbeda halnya dengan pasangan yang menjalani *proximal marriage* (pasangan yang tinggal dalam satu rumah), kebijakan *stay at home* justru bisa saja lebih menantang. Dalam situasi normal, salah satu atau kedua pasangan melakukan rutinitas kerja dan ketika pulang kerumah, akan melepaskan kepenatan dengan beristirahat. Ketika pandemi Covid 19, masing-masing pasangan hampir sepanjang waktu melakukan rutinitas di dalam rumah. Keadaan ini, seharusnya dapat memberikan keuntungan karena kedua pasangan dapat melakukan evaluasi pada hubungan pernikahannya, dan bisa melakukan berbagai kegiatan bersama-sama. Namun demikian, bagi pasangan yang tidak menemukan kecocokan lagi, yang terjadi bisa saja justru menimbulkan kejenuhan, memicu pertengkaran atau bahkan perceraian. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa kesibukan pekerjaan dan kurangnya waktu yang dilewatkan secara bersama justru merupakan penyangga bagi keberlangsungan pernikahan itu sendiri. (<https://tirto.id/benarkah-jumlah-perceraian-meningkat-selama-karantina-covid-19-eLNs>)

Merawat Cinta Jarak Jauh Melalui Komunikasi Interpersonal yang Efektif

Berdasarkan penelitian yang dikemukakan Sandow (2010) dalam Muliadi (2017) dikemukakan bahwa terdapat kecenderungan pasangan yang menjalani *long distance marriage* memiliki resiko perceraian 40% lebih tinggi dibanding pada pasangan *proximal marriage*. Namun demikian, bagi pasangan yang sudah menjalani pernikahan jarak jauh dalam rentang usia pernikahan lebih lama (diatas 10 tahun) resiko perceraian cenderung lebih kecil. Komunikasi akan memainkan peran yang sangat besar dalam pernikahan, khususnya pada kasus pasangan yang menjalani *long distance marriage*. Dalam konteks hubungan suami istri, bentuk komunikasi ini disebut sebagai komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal merupakan bentuk interaksi komunikasi dalam hubungan yang bersifat pribadi. Komunikasi merupakan indikator utama dalam hubungan interpersonal yang berkualitas. Dalam hal ini, komunikasi akan efektif jika pihak-pihak yang terlibat merasa bahagia, terciptanya *mutual understanding*, terbentuknya sikap dan perilaku yang positif, serta meningkatkan kualitas hubungan (Tubbs & Moss, 1979) dalam Kholishoh dan Astuti (2018). Kegagalan komunikasi dapat terjadi ketika Isi pesan komunikasi bisa saja dipahami oleh pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, namun hubungan interpersonal menjadi rusak.

Bagi pasangan yang menjalani *long distance marriage*, komunikasi bukan hanya diarahkan untuk keberlangsungan hubungan pernikahan semata, namun juga untuk meningkatkan kualitas hubungan interpersonal serta *emotional bonding* kedua belah pihak. Julia T. Wood (2007) dalam Muliadi (2017) mengemukakan beberapa dimensi dalam *Committed Romantic Relationship*:

a. Gairah

Dalam hubungan romantis, gairah bukan hanya berkenaan dengan perasaan seksual, namun juga berkenaan dengan perasaan bangga terhadap satu sama lain, perasaan luar biasa, ketertarikan intelektual dan spiritual. Gairah dapat menetap didalam hubungan, namun tidak dapat menjamin keberlangsungan hubungan itu sendiri. Dalam hal ini, diperlukan faktor pendukung lainnya untuk mempertahankan keberlangsungan hubungan. Dalam konteks *long distance marriage* di tengah pandemi Covid 19, gairah perlu terus diciptakan untuk memperkuat hubungan *emotional bonding*

bagi pasangan suami-istri. Komunikasi dapat dilakukan dengan meningkatkan intensitas komunikasi, baik melalui telepon, aplikasi *messenger*, atau *video call*. Informasi yang dibagi oleh masing-masing pasangan dapat berupa hal-hal sederhana sampai diskusi dengan tema yang “berat”, saling memuji pasangan, menggunakan kata-kata romantis seperti “*I love you*”; “*I miss you*”, atau membuat *romantic jokes* dan tertawa bersama pasangan

b. Komitmen

Komitmen merupakan niat untuk bertahan dan terus menjalankan hubungan. Komitmen dan cinta merupakan dua hal yang berbeda. Dalam pernikahan, keputusan untuk bertahan bukan hanya didasari oleh cinta semata, namun lebih kepada komitmen bersama. Secara ideal, kedua hal ini diharapkan bisa seimbang untuk bisa menghasilkan kepuasan dalam hubungan interpersonal suami-istri. Bagi pasangan *long distance marriage*, menjaga komitmen dapat dilakukan dengan saling memahami kebutuhan satu sama lain dan saling mengalah, melibatkan pasangan dalam berdiskusi dan membuat keputusan bersama yang berkaitan dengan masa depan.

c. Kedekatan

Kedekatan atau keintiman merupakan perasaan dekat antara dua orang yang tetap mengikat untuk bertahan dalam sebuah hubungan. Kedekatan ini dapat berupa kedekatan fisik, kedekatan emosi, dan keputusan yang diambil untuk berupaya mencapai kebahagiaan bersama pasangan. Kedekatan atau keintiman merupakan hal yang mendasari gairah dan komitmen. Kedekatan atau keintiman berkaitan dengan kualitas komunikasi pasangan suami-istri. Pasangan akan mampu berkomunikasi secara nyaman, jika masing-masing pihak merasa dekat. Bagi pasangan yang menjalani pernikahan jarak jauh, hal ini menjadi sebuah tantangan, oleh sebab itu menciptakan gairah dalam hubungan serta mempertahankan komitmen menjadi sebuah keharusan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kholishoh dan Astuti (2018) dikemukakan hasil bahwa dalam menjalani *long distance marriage* terdapat kebutuhan yang mendasar antara suami istri untuk memelihara keharmonisan hubungan. Bagi istri, komitmen pernikahan merupakan fondasi untuk membina dan memelihara pernikahan yang harmonis.

Selain itu istri juga memerlukan suami sebagai *support system*. Sementara itu, Suami membutuhkan cinta, pengabdian dan kesetiaan istri. Istri diharapkan dapat berperan sebagai pemberi saran, mitra diskusi yang menyenangkan, memastikan kebutuhan suami dan menjadi “rumah” yang memberi ketenangan, rasa aman, dan nyaman bagi suami.

Komunikasi antara suami-istri bersifat dinamis dan untuk menjaga keseimbangan dalam mempertahankan serta memelihara hubungan yang harmonis perlu adanya keakraban, kontrol, respon serta nada emosi yang tepat. (Kholishoh & Asuti, 2018) Bagi pasangan *long distance marriage* hal ini menjadi tantangan besar, terlebih lagi dalam situasi pandemi Covid 19 ini. Oleh sebab itu, menurut Devito dalam Kholishoh dan Astuti (2018) terdapat beberapa faktor yang perlu dilakukan untuk mengembangkan komunikasi interpersonal yang efektif bagi pasangan *long distance married* melalui keterbukaan (*openness*), empati (*Empathy*), Sikap Suportif (*Supportiveness*), Sikap Positif (*Positiveness*), dan Kesetaraan (*equality*).

Untuk memelihara hubungan yang harmonis dalam *long distance marriage* di tengah pandemi Covid 19, suami-istri harus berkomunikasi secara jujur dan terbuka. Dalam Hal ini, pasangan dapat membuka diri dan berkomunikasi secara jujur jika terdapat kepercayaan, perasaan nyaman serta aman. Dalam situasi pandemi Covid 19, masing-masing pihak bisa saja menyimpan perasaan cemas, stress, atau depresi. Untuk mencapai hubungan yang harmonis, suami-istri perlu mengungkapkan perasaannya (baik positif maupun negatif) kepada pasangannya.

Faktor kedua dalam komunikasi interpersonal yang efektif ditengah situasi pandemi Covid 19 adalah dengan sikap empati kepada pasangan. Sikap empati dapat dilakukan dengan menjadi pendengar yang baik, memberikan dukungan terhadap pengembangan karir atau rencana masa depan rumah tangga, memuji kerja keras atau usaha yang dilakukan masing-masing pasangan, dan saling mendoakan satu sama lain. Sikap suportif atau mendukung pasangan akan memberikan dampak psikologis yang luar biasa dan akan memperkuat hubungan interpersonal suami-istri.

Sikap positif dalam pengembangan hubungan interpersonal yang harmonis antara pasangan yang menjalani *long distance marriage* sangat perlu untuk dilakukan. Jarak geografis yang memisahkan pasangan dapat menjadi menyebabkan konflik dalam hubungan. Dalam situasi pandemi

Covid 19, World Health Organization (WHO) menganjurkan masyarakat diseluruh dunia untuk mengikuti protokol pencegahan penyebaran virus melalui *physical distancing*, sampai larangan bepergian ke daerah lain. Jika masing-masing pasangan tidak mengembangkan sikap positif, dikhawatirkan akan memicu konflik interpersonal dengan pasangan.

Faktor terakhir yang perlu dilakukan untuk mengembangkan komunikasi interpersonal yang efektif bagi pasangan *long distance marriage* adalah kesetaraan dalam berkomunikasi. Pasangan suami-istri memainkan peran yang sama dalam menjalankan tugas dan kewajiban dalam rumah tangga, termasuk untuk mengupayakan komunikasi yang harmonis. Perasaan setara dapat dilakukan ketika masing-masing pasangan tidak saling mendominasi proses komunikasi, saling memberikan *effort* secara seimbangan dalam berkomunikasi, dan memposisikan pasangan sebagai *equal partner*.

Kesimpulan

Long distance marriage bukan merupakan hal yang asing pada saat ini. Banyak pasangan menjalani kehidupan pernikahan jarak jauh karena faktor karir atau pendidikan. Dalam upaya untuk memelihara dan mempertahankan *long distance marriage* yang harmonis di tengah situasi pandemi Covid 19 ini, masing-masing pasangan perlu mempertahankan gairah, komitmen dan kedekatan. Komunikasi yang bersifat dinamis dilakukan untuk menjaga keseimbangan dalam upaya untuk memelihara dan mempertahankan hubungan yang dilakukan dengan keterbukaan, sikap empati, sikap positif, mendukung, dan terdapat kesetaraan.

Daftar Pustaka

Jurnal

- Jurkane-Hobein, Iveta. (2015). *"I Imagine You Here Now, Relationship Maintenance Strategies in Long Distance Intimate Relationships"*. Digital Comprehensive Summaries of Uppsala Dissertations from the Faculty of Social Sciences. Uppsala Universitet. ISSN 1652-9030 ISBN 978-91-554-9161-1 urn:nbn:se:uu:diva-242949 (<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-242949>)
- Kholishoh, Nur., dan Astuti., Diana. (2018). "Why do They "Commuter Marriage"? *Interpersonal Communication: The Commuter Marriage Couple Cases*". Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 260. International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018). Atlantic Press. P.15-19
- Muliadi, Gabriella Miapiastia., (2017). *"Relationship Maintenance dalam Committed Romantic Relationship Pasangan Suami Istri yang Menjalani Commuter Marriage"*. Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Petra Surabaya. Vol 5. No. 01 Tahun 2017. Page. 1-10
- Putra, Bramana Nanditya., & Afdal. (2020). *"Marital Satisfaction: An Analysis of Long Distance Marriage Couples"*. International Journal of Research in Counselling and Education. Volume 4 Number 01 2020. ISSN: Print 1412-9760 – Electronic 2541-5948 DOI: 10.24036/00287za0002 . Page 64-69
- Rachman, Ika Pratiwi., (2017). "Pemaknaan Seorang Istri Terhadap Pengalamannya Menjalani Pernikahan jarak jauh (Long Distance Marriage): Sebuah Life History". Jurnal Calyptra. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Volume 6 No. 2. Page. 1672-1679
- Suminar, Jenny Ratna., & Kaddi, Siti Murni. (2018). *"The Phenomenon of Marriage Couples with Long Distance Relationship"*. MIMBAR, Vol.34 No 1st (June) 2018. Print ISSN: 0215-8175; Online ISSN: 2303-2499. DOI: <http://dx.doi.org/10.29313/mimbar.v34i1.3183>. Page. 121-129

Media Online

- Ana, Luisa Kus., (2020). “Tingkat Kecemasan Akibat Wabah Virus Corona Meningkat”,<https://lifestyle.kompas.com/read/2020/03/26/112749520/tingkat-kecemasan-akibat-wabah-virus-corona-meningkat>. Diakses pada 06 Juni 2020 Pukul 14.47 Wita
- Hadi, Abdul., (2020). “Benarkah Jumlah Perceraian Meningkat Selama Karantina COVID-19?”.<https://tirto.id/benarkah-jumlah-perceraian-meningkat-selama-karantina-covid-19-eLNz>. Diakses pada 07 Juni 2020 Pukul 21.00 Wita
- Putri, Aditya Widya., (2019). “Menjaga Long Distance Marriage Agar Tak Ambyar”. <https://tirto.id/menjaga-long-distance-marriage-agar-tak-ambyar-dgmU>. Diakses pada tanggal 04 Juni 2020, Pukul 18.34 Wita.
- https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/pesan-dan-kegiatan-utama-pencegahan-dan-pengendalian-covid-19-di-sekolah---indonesian--march-2020.pdf?sfvrsn=5cdfea17_2. Diakses pada 06 Juni 2020 Pukul 14.00 Wita

NOSTALGIA DENGAN LDRs (*LONG DISTANCE RELATIONSHIP*) MODEL ERA NEW NORMAL

Saudah

Pendahuluan

Long Distance Relationship (LDRs), selalu mengajarkan kepada setiap insan untuk mengendalikan temperamen atau terjebak dalam kegaduhan batin (*an emotional delay*), sehingga secara positif melahirkan sikap rendah hati yang sangat dibutuhkan dalam mengatasi setiap persoalan. Tidak dapat dipungkiri kondisi ini mampu membawa setiap orang ke dalam situasi kebimbangan, goyah kepercayaan, hilang percaya diri, bahkan sampai timbulnya ketakutan akibat adanya mimpi buruk. Era 90-an menjadikan kalangan generasi muda yang merasakan LDRs, telah memasuki tahapan untuk menghadapi tantangan tersendiri, khususnya dalam menumbuhkan kepercayaan kepada pasangannya. Masa ke-emasan LDRs dari waktu ke waktu juga semakin memudar, bukan karena hilang tanpa jejak layaknya terbawa oleh angin, namun melebur seiring dengan hadirnya teknologi komunikasi yang dapat dipetik manfaatnya oleh pejuang-pejuang LDRs. Namun dengan kondisi yang sekarang menghantui dunia dengan mewabahnya Virus Corona (Covid-19), terasa seperti dalam berada cengkeraman bahaya yang sangat menggelisahkan. Terlebih lagi diberlakukannya aturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), dengan difokuskan kepada pembatasan jarak hubungan fisik maupun sosial, pada akhirnya tanpa terasa seluruh kehidupan kembali terjebak dalam nostalgia LDRs (hubungan jarak jauh akibat adanya kondisi tertentu).

LDRs yang begitu mendunia dengan segala tantangan yang ada sekarang ini, tidak terlepas dari situasi dan kondisi yang tengah dihadapi oleh setiap pasangan. Tidak hanya terhalang oleh tempat kerja yang mengharuskan perpisahan, namun justru semakin meluas dimana pandemi global Covid-19 juga berdampak pada pasangan yang tengah menjalin hubungan jarak jauh, dan dapat disinyalir kesehatan mental

mulai menunjukkan tanda-tanda telah terganggu pula. Keluarga lain bisa banyak bercerita tentang kedekatan yang tercipta akibat pandemi. Sedangkan yang sedang menjalani LDRs, semakin menggantungkan rasa kangen, khawatir, dan keinginan untuk terus berkomunikasi secara intens, karena aktivitas yang berkurang di tempat kerja yang mengharuskan *work from home* (WHF). Sejumlah pasangan atau keluarga akhirnya harus rela berpisah untuk jangka waktu tertentu akibat pandemi Covid-19. Tidak bisa saling bertemu untuk menghabiskan waktu bersama seperti biasanya. Kondisi ini yang pada akhirnya “memaksa” untuk beradaptasi dengan bentuk atau pola komunikasi yang mampu mengalihkan dari keinginan untuk berjumpa secara langsung.

Saat pandemi Covid-19 masih meresahkan, menyisihkan persoalan yang belum tuntas. Ketika semua aktivitas sehari-hari harus mematuhi serangkaian aturan untuk menjaga kesehatan. Penghujung bulan Mei 2020, pola kehidupan baru dikenalkan, dimana banyak yang menyebut sebagai *new normal* bisa dimaknai sebagai perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal, namun ditambah dengan protokol kesehatan yang bertujuan untuk mencegah terjadinya penularan Covid-19 (Fajar, 2020). Ini adalah sebuah transformasi untuk menata kehidupan dan perilaku yang baru.

Pada saatnya, pasangan LDRs juga semakin kuat dengan intensitas komunikasi menggunakan perangkat teknologi yang semakin menjamur, jika tadinya hanya mengandalkan SMS dan sambungan telp, sekarang semakin intens dengan menggunakan *whatsapp* dan *video call*. Tatap muka secara langsung yang dijembatani oleh aplikasi video bisa memotivasi serta menumbuhkan perasaan yang menyenangkan. Waktu yang cukup panjang pada saatnya terjawab dengan rutinitas berkomunikasi. Setidaknya dengan video call, bisa melihat tidak hanya wajah seseorang yang berada jauh di sana tetapi juga rutinitas yang dikerjakan atau tempat dimana sedang berada. Inilah salah satu bentuk komunikasi jarak jauh yang bisa dilakukan oleh pasangan atau keluarga yang sedang terpisah jarak.

Intensitas komunikasi yang tidak diharapkan atau seharusnya dihindari adalah munculnya pertengkaran. Ketika seseorang berpendapat, bahwa pertengkaran adalah bumbu pemanis dari hubungan yang ada, maka renungan terhadap takaran yang tepat harus seperti yang dikehendaki, sehingga hubungan tetap berada pada

kondisi yang nyaman. Jika pertengkaran bisa dihindari, mengapa harus mempertahankan adanya bumbu penyedap dari kaca mata orang lain. Untuk itu keyakinan terhadap pasangan harus tetap terjaga. Normalitas sebuah hubungan pada dasarnya mensyaratkan perjumpaan secara langsung. Medialah yang mampu menjembatani perjumpaan ini, sehingga perjumpaan secara langsung seakan tidak mengharuskan adanya komunikasi *face to face*. Berbagai media dapat menjadi perantara bagi terwujudnya komunikasi efektif. Kondisi seperti ini dinamakan *the new blended relationship*.

LDRs tidak hanya dialami oleh pasangan suami istri atau kekasih saja, namun juga terjadi pada keluarga dalam skala yang lebih besar. Pada kondisi pandemi ini, tentunya komunikasi menjadi aspek yang paling utama untuk sama-sama memberikan perhatian lebih sehingga mampu memunculkan kondisi hubungan yang sehat. Berkomunikasi bisa dilakukan kapan saja, dimana saja, melalui alat apa saja dan tidak wajib dilakukan dalam jangka waktu yang panjang atau menghabiskan waktu 24 jam. Yang paling penting adalah kualitas dari komunikasi yang dibangun. Adanya momen penting atau menciptakan sesuatu yang baru akan dapat memunculkan kehangatan, sehingga LDRs tidak dirasakan sebagai siksaan.

Terlepas dari tumbuhnya kecurigaan, banyak juga yang mampu menghadapi dan akhirnya menuai kebahagiaan melalui LDRs. Hubungan jarak jauh erat kaitannya dengan *trust* (kepercayaan), yang menekankan pada kepekaan terhadap relasi yang dibangun. Kepercayaan juga terwujud dengan adanya kesadaran terhadap diri sendiri atau kontrol emosional karena perilaku yang berubah saat menghadapi masa pandemi. Ruang lingkup yang terbatas dalam berinteraksi di ruang terbuka yang meminimalkan perjumpaan secara tatap muka langsung ternyata bisa membangun kepercayaan diri untuk memberikan penilaian positif kepada relasi atau pasangan yang sedang berjauhan. Intensitas melepaskan diri pada aktivitas yang melibatkan banyak orang juga semakin melemah, sehingga memunculkan sebuah pemikiran tentang “diri sendiri” dan juga “pasangan” dan kondisi ini semakin menguatkan diri, bahwa ada banyak sisi positif yang bisa direnungkan kembali di saat ruang pribadi lebih dominan.

Ruang pribadi dalam arti banyaknya porsi dimana seseorang lebih bisa mengevaluasi diri serta berpikir tidak hanya untuk menyelesaikan

rutinitas pekerjaan sebagaimana sebelum pandemi muncul. Ruang pribadi yang menjadi sebuah pintu bagi seseorang untuk mengasah kemampuan yang dimiliki serta berpikir tentang bagaimana mencari aktivitas baru, berpikir tentang bagaimana mengisi waktu di rumah bahkan memberikan ruang untuk memanjakan diri sendiri. Apakah hanya diri sendiri yang dipikirkan? Tentunya tidak, karena di ruang lain ada keluarga, teman, saudara, pasangan yang juga mengalami kondisi yang sama. Terpautnya jarak ini selama ini bisa saja tidak dirasakan, karena ada rutinitas sehari-hari. Ketika ada saat dimana orang lain juga mengalami hal yang sama, tentunya berpikir positif dengan mengambil cerita-cerita bahagia, adalah sebuah nostalgia yang muncul di saat pandemi. Saat seperti ini komunikasi kedua belah pihak juga semakin intens, untuk bisa mengisi waktu yang sebelumnya dihabiskan untuk bekerja, sekolah, atau juga melakukan aktivitas lainnya.

Kepercayaan

Turner dan Helms dalam Widiastuti (2012) mengatakan, hubungan jarak jauh adalah hubungan atau relasi diantara dua pihak yang memiliki komitmen tinggal secara terpisah dengan memperhitungkan waktu minimal sejauh tiga jam tempuh kendaraan darat dan meminimalisir tatap muka langsung atau tidak dapat bertemu ketika kedua belah pihak saling membutuhkan. Komitmen tinggal secara terpisah ini seakan tidak mampu ditolak karena berbagai alasan yang menyertainya. Komitmen yang kuat akan membawa pada upaya untuk menjaga kepercayaan, sehingga membawa dampak positif bagi hubungan. Kepercayaan yang muncul dengan tingkatan yang bervariasi dan terkadang terdapat beberapa kesamaan.

Sehubungan dengan itu, untuk mengemukakan standar sebuah kepercayaan yang harus dibangun oleh orang-orang yang terlibat dalam LDRS, baik itu karena kondisi pekerjaan, aktivitas belajar, berbeda kota asal, atau bahkan karena Covid-19. Terasa sulit memilih angka antara 1-10, karena masing-masing orang memiliki keunikan serta kebebasan dalam berpendapat. Kepercayaan yang dibangun setidaknya memperlihatkan, bahwa *non verbal communication* harus diperlihatkan dengan dukungan teknologi komunikasi. Berpikir positif, berpikir baik, menyeimbangkan rasionalitas berpikir dan tata kelola emosi, adalah kunci dalam membangun nostalgia LDRs. Terkait dengan emosi sendiri dapat dijelaskan, bahwa manusia pada dasarnya berkeinginan untuk

selalu mempertahankan konsistensi dan keseimbangan emosional dalam dirinya. Rasa kangen yang mendalam untuk bisa bertatap muka secara langsung dalam waktu yang lama terwakili oleh ekspresi kedua belah pihak. Ekspresi yang tadinya hanya bisa digambarkan diangan-angan saja, ternyata mampu dijembatani oleh medium komunikasi dengan didukung perangkat teknologi. Gambar dan video mampu mewakili keinginan untuk membagi informasi yang berdampak meningkatkan nilai kepercayaan. Berbagai bentuk informasi serta sumber yang mendukung saat ini terjangkau dan tidak ada kata sulit.

Aspek pengalaman masa sebelumnya dimana pandemi belum muncul, misalnya minimnya intensitas untuk bertemu, adanya dukungan dari keluarga, komitmen yang kuat, karakter atau sifat pasangan yang sudah sama-sama dipahami, akan dapat mempermudah terbentuknya keyakinan terhadap pasangan, dan tidak ada alasan untuk tidak percaya kepada pasangan. Bagaimana pengalaman masa lalu ini menjadi alasan untuk memegang kuat yang namanya “trust”? Perlu diingat adanya konsistensi yang telah terbentuk yang ditunjukkan oleh pasangan. Demikian pula dengan adanya durasi masa pisah, boleh dibilang LDRs-nya sudah lama, atau baru saja memulai yang namanya LDRs, juga dapat berpengaruh terhadap tingkatan kepercayaan itu sendiri. Selain berpijak pada diri sendiri dan pasangannya, juga tidak kalah penting adalah dukungan keluarga, teman atau lingkungan sekitar yang terkadang memiliki ketajaman dalam memberikan pemikiran atau informasi. Komunikasi erat kaitannya dengan *packaging* sebuah pesan untuk bisa menjadikan informasi tersebut menarik. Ketika seseorang memiliki rasa bimbang, maka akan mudah teralihkan. Namun jika situasi LDRs menjadi sesuatu yang menarik, luar biasa, dan dapat membawa suasana baru, maka upaya untuk membangun kepercayaan juga dapat dilakukan. Filterisasi terhadap informasi yang masuk dari lingkungan sekitar, adalah salah satu strategi untuk “bertahan” dari gempuran lingkungan yang dapat mengoyahkan seseorang.

Membangun sebuah kepercayaan akan berhadapan dengan tingkatan yang berbeda, karena kepercayaan tidak hanya sebatas keyakinan saja, namun juga ada kepedulian, tindakan, kemauan dan berani menghadapi resiko. Penilaian terhadap kepercayaan sendiri juga bervariasi karena melibatkan saling berbagi dan keterbukaan. Kepercayaan ini merupakan komponen penting dari sebuah hubungan. Masing-masing

pihak yang terlibat dapat mengemukakan, bahwa kepercayaan yang tertanam kuat, dapat menjadi landasan bagi menguatnya hubungan jarak jauh. Adanya harapan yang selalu tumbuh, bahwa pasangan atau juga keluarga yang terpisah akan berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan. Konsistensi terhadap keyakinan inilah yang pada akhirnya memperlihatkan, bahwa dalam situasi apapun LDRs tetaplah menjadi tantangan tersendiri untuk dapat menjamin sebuah relasi akan mampu bertahan dan berkembang. Bahkan sebaliknya LDRs bisa dijadikan alasan bagi hubungan yang rapuh atau putus di tengah jalan.

Kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosiopsikologis (Rakhmad, 2018). Terkait dengan munculnya keyakinan, bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman atau intuisi. Kepercayaan memberikan sudut pandang kepada manusia untuk memaknai sebuah kenyataan serta dapat memberikan dasar untuk pengambilan sebuah keputusan dan menentukan sikap. Sikap adalah kecenderungan untuk bertindak, berpikir, berpersepsi dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai (Sobur, 2003). Boleh digambarkan, bahwa sikap tidak hanya terbentuk dari pengalaman masa lalu namun juga berasal dari hasil belajar dan terkait dengan relasi terhadap sebuah objek.

Bernostalgia dengan konsep LDRs, artinya membuka cakrawala berpikir serta mendamaikan emosi yang mampu membawa perubahan untuk terbentuknya aspek psikologis serta mental seseorang. Bagaimanapun juga LDRs juga dapat memunculkan konflik, pertengkaran, pemutusan hubungan bahkan rusaknya hubungan. Kepercayaan apabila dapat dipupuk, akan memunculkan rasa cinta dan rasa nyaman dalam menjalani hubungan. Begitu pula pada tingkatan relasi yang menguat (dekat) akan selalu terjaga.

Tantangan

“Not every relationship is built to last” (Bell, 2008). Begitulah yang diungkapkan setiap orang, bahwa harapan setiap orang ketika dihadapkan dengan situasi yang mengakibatkan LDRs pastinya mencoba bertahan untuk bahagia dan meminimalkan pikiran yang ambigu. Tidaklah mengherankan apabila LDRs pada akhirnya merujuk pada “aku di sini”, dan “kamu di sana”, ada siapa di antara kita? Itulah yang seringkali terpikirkan. Jadikan ketidakmampuan untuk menjawab pertanyaan itu sebagai alasan

kuat, bahwa masing-masing pihak mampu mempertahankan relasi yang telah terbangun. Dengan berpikir hanya ada “kita”, maka romansa sebuah relasi dapat meminimalkan pengeroposan komitmen. Tindakan nyata merupakan respon dari tata kelola pikiran seseorang, sehingga relasi yang kuat tidak harus berjalan bersama dengan pembuktian dalam bentuk perjumpaan secara langsung.

Dinamika kehidupan penuh dengan warna. Bagaimana warna tersebut bisa terlihat indah seperti pelangi? Nampak dari jauh pelangi indah meskipun hanya beberapa warna, dan tidak setiap saat menunjukkan keindahannya kepada semua orang. Lengkungan yang serasi semakin menambah pesona bagi yang melihatnya. Begitu juga dengan bangunan sebuah hubungan antar manusia. Tidaklah harus menunjukkan kebahagiaan atau kesedihan setiap orang, tetapi setidaknya seseorang bisa belajar mengenai apa yang terlihat di luar kadangkala berbeda dengan realitas sebenarnya. Perlukah menyembunyikan kesedihan dalam jangka waktu yang lama? Tengoklah bahagia itu berhak dimiliki oleh semua orang. Jangan menjadi takut untuk meraihnya meskipun jalan yang dilalui penuh liku. Mungkin tidak hari ini atau besok bahagia itu ada di depan mata, namun yakin akan datang hari dimana bahagia itu menyentuh relung dalam diri setiap orang.

Realitas yang ada seakan menunjukkan, bahwa hubungan yang terpisahkan oleh jarak penuh dengan tantangan. Keyakinan akan diri sendiri dan pasangan serta kehadiran berbagai macam informasi yang hadir di telinga tidak mampu untuk ditolak. Memberi keyakinan pada diri sendiri adalah tantangan terberat, sehingga manajemen diri perlu dikelola dengan baik. Tidaklah menjadi sebuah persoalan ketika seseorang merasakan, bahwa tantangan tersebut adalah sebuah batu pijakan yang akan semakin menguatkan komitmen bersama. Adanya anggapan bahwa cinta mengalahkan jarak dan waktu. Masihkah ini perlu pembenaran? Adakalanya jarak malah menimbulkan masalah. Tantangannya adalah rasa cemburu, masalah komunikasi, rasa kepercayaan, godaan teman dekat, ekspektasi yang berbeda mengenai sebuah hubungan (Pandiangan, 2019).

Harapan yang terbersit saat ini adalah pandemi segera berlalu, sehingga romansa hubungan jarak jauh bisa lebih berwarna karena masing-masing sudah menemukan titik terang dalam membangun “rasa”. Jika hanya memunculkan sebuah harapan dan menyerah pada

suatu keadaan, maka dapat dikatakan kerapuhan telah menggerogoti jiwa. Tantangan yang harus dihadapi pejuang LDRs adalah bagaimana cara mengelola emosi, intuisi, logika, perasaan, kecurigaan serta apapun yang selalu menjadi bunga rampai bagi sebuah hubungan. Perhatian yang juga tidak kalah penting adalah bagaimana manusia dapat mengelola berbagai perbedaan yang muncul dalam sebuah hubungan sehingga dapat melanjutkan interaksi. Mikhail Bakhtin dalam Morissan (2013) memberikan argumentasi, bahwa suatu hubungan pada dasarnya mampu memadukan atau mengintegrasikan berbagai “suara” yaitu adanya pandangan yang berbeda dalam suatu hubungan. Logika berpikir dapat dimainkan dalam meresapi tingkatan keterpaduan yang menjadi komitmen bersama. *Support system* yang tercipta akan bisa dikendalikan dalam ranah kesadaran yang menyatu.

Dilematis

Adakalanya seseorang berpikir, bahwa niat untuk menjalin hubungan dengan orang lain tidak hanya semata untuk membangun relasi yang sifatnya pasif, namun relasi yang dibangun dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, dan hubungan personal ini dikatakan sebagai “*action oriented*” (Suranto, 2011). Relasi yang dibangun bertujuan untuk mengembangkan hasil yang lebih produktif, menyenangkan dan memuaskan. Di dalam relasi tersebut ada upaya untuk menjadi dekat satu sama lain, kemudian juga adanya perasaan saling memerlukan, keinginan untuk membangun kerjasama, bahkan relasi yang berorientasi pada saling keterbukaan. Secara normatif dapat dikatakan, bahwa relasi memiliki kadar atau kualitas yang kadangkala mengalami pasang surut. Dapat dimaknai munculnya in-konsistensi dalam perjalanan terlepas dari sikap atau perilaku, niatan yang tidak lagi menjadi pijakan dalam melangkah, dapat dipastikan hubungan bisa mengalami ketidakcocokan baik sifatnya *latent* atau tersembunyi maupun manifest atau nyata. Kadar dimana seseorang berkeinginan untuk memendam ketidakcocokan ini ada kalanya muncul dengan alasan untuk mempertahankan relasi yang ada atau untuk saling menghormati dengan dasar kasihan atau tidak tega. Di situlah muncul dilema yang pada akhirnya berdampak pada psikologis.

Menjalani LDRs? Susah-susah gampang, begitulah kira-kira jawabannya. LDRs telah melalui toleransi yang cukup tinggi, masing-masing telah berupaya untuk saling menghormati dan menghargai perasaan pihak lain. Ada juga upaya untuk memberikan kesempatan

yang berimbang (dalam relasi), ketika dihadapkan pada kesempatan untuk memperoleh kesempatan (peluang yang adil), maka berujung pada keinginan untuk mempertahankan kebersamaan. Namun apabila salah satu pihak merasa tertekan, maka akan dapat merusak relasi yang dibangun sejauh ini.

Bagaimana dengan dilema yang dirasakan ketika LDRs tidak lagi dapat ditolak? Beberapa kondisi yang hadir oleh karena LDRs antara lain: 1) “sedih” dan “ceria. Terkadang kesedihan tidak bisa ditinggalkan, bagaimanapun juga perasaan seseorang akan dihindangi perasaan sedih ketika harus jauh dari orang yang biasa diajak berdiskusi. Sedangkan keceriaan juga membuat hubungan jauh terasa menggembirakan karena mampu menemukan cerita indah dan menarik, akhirnya bisa menghibur dan membuat tertawa. Keceriaan yang mampu diungkap melalui bahasa non verbal salah satu bentuk aktualisasi diri; 2) “bebas dan “terbelenggu”, alangkah baiknya jika kedua belah pihak mampu menyikapi kebebasan berdasarkan kepercayaan, meninggalkan kata curiga sehingga tidak akan menjadi diri orang lain, atau merasa bahagia demi orang lain. Bebas dapat dimaknai seseorang bisa beraktivitas tanpa merasa bergantung. Bebas mengungkapkan perasaan salah satu alasan bagi pejuang LDRs untuk tetap mempertahankan relasi yang lebih bermakna. Namun selain kebebasan yang ada, terkadang memunculkan rasa terbelenggu. Seakan gerak-gerik kita diawasi dari jauh dan ketidakbebasan dalam menjalankan rutinitas. Terbelenggu untuk patuh terhadap aturan yang telah disepakati. Muncul juga perasaan, bahwa apa yang akan dilakukan dapat menimbulkan salah paham. Tidakkah mengherankan para pejuang LDRs merasa berada pada situasi yang tidak dapat dikendalikan oleh satu pihak saja; 3) “jenuh” dan “happy”. Merasa dunia ini tidak mendukung untuk mencari sesuatu yang sifatnya lebih menantang dan tidak biasa merupakan kata lain dari jenuh. Perasaan bosan dan mencoba memberontak atas apa yang dialami sehari-hari. Keinginan untuk bergerak atau meninggalkan zona nyaman pada akhirnya memerlukan sebuah pembuktian. Adanya durasi atau rentan waktu dalam menjalani LDRs bisa membawa seseorang merasa jenuh karena tidak mampu mensiasati situasi dan kondisi yang “kosong”. Begitu pula bagian lain, ada kelompok-kelompok yang bisa merasakan LDRs membawa kebahagiaan tersendiri, seakan warna-warni hidup terbentang luas dan menumbuhkan keceriaan tersendiri.

Harapan

Harapan terbesar dari pejuang-pejuang LDRs memperoleh kebahagiaan bersama. Membagi peran secara baik dan melatih mandiri tanpa berkeluh kesah. Tidak terkecuali bagi keluarga yang saat ini juga mengalami LDRs dikarenakan pandemi Covid-19. Perubahan terhadap tata perilaku sehari-hari seharusnya membawa kepada nuansa yang mewujudkan kemanfaatan bagi kedua belah pihak. Mandiri dalam arti mampu melakukan kegiatan sehari-hari dengan rasa percaya diri. Do'a dan harapan terbaik pastinya menjadi penggerak untuk memantapkan diri, bahwa LDRs selalu berbicara tentang romansa yang tidak menyenangkan. Terkadang apa yang ingin dikatakan sudah mencapai titik tertinggi, tetapi ketika difasilitasi oleh teknologi, berhadapan secara virtual sudah menghilangkan informasi yang ingin disampaikan. Hanya melalui bahasa verbal, pasangan LDRs ini sudah bisa menangkap makna yang terpendam oleh kedua belah pihak.

Hartwell (2020) menyampaikan salah satu cara agar hubungan jarak jauh tetap bertahan adalah adanya komitmen yang kuat diantara pasangan. Harapan besar yang selalu terucap oleh pasangan LDRs, muaranya hanya satu yaitu *take and give*. Perhatian yang sangat ketika masa pandemi telah dilewati dan bertemu dengan era new normal, maka harapan bersama untuk menata kembali atau menciptakan relasi yang positif harus dapat terwujud. Berjibaku dengan menata perasaan seakan sudah terlewatkan, yang tertinggal adalah cerita bahagia. Setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk meraih bahagia.

Ending

Yakilah semua bentuk hubungan itu pada akhirnya hanya ingin meraih sebuah tujuan yang sama. Menjadi pribadi yang baik bagi diri sendiri serta orang lain. Membawa bahagia bagi “aku yang di sini” dan “engkau yang di sana”. Menggapai asa bersama demi tujuan yang mulia karena relasi yang dibangun atas dasar kepercayaan. Keterpaduan dalam rangkaian sikap dan perilaku yang tidak mampu ditunjukkan secara langsung tidak akan mengikis lembar-lembar cerita yang telah ditorehkan. Kesemuanya itu dinyatakan, bahwa *silence fever of intimate communication* dinyatakan sebagai adanya kegandrungan (kesenangan tanpa batas) yang selalu terpendam dari komunikasi yang paling dalam (intim). Ketika perasaan untuk dekat dan terikat dengan pasangan muncul, dapat memanfaatkan

virtual communication. Ketika komitmen semakin mengakar kuat, maka kedua belah pihak telah menemukan strategi dalam berkomunikasi yang tidak terbatas jarak dan waktu. Artinya terpisah secara geografis tidak lagi menjadi alasan sulit untuk menjalin hubungan jarak jauh, karena perangkat teknologi mampu menjadi jembatan bagi tersampainya informasi kepada pejuang LDRs.

Dibalik kondisi yang membuat “resah” semua orang, patut terselip kebahagiaan dan membawa relasi kearah yang lebih berkualitas. Menjaga komunikasi jarak jauh bisa dilakukan dengan penggunaan perangkat teknologi terkait dengan *virtual interaction* semakin meningkat, karena ada *interest* yang terbaru. Bagi pejuang LDRs, umumnya lebih berusaha untuk memperjuangkan hubungan karena melalui dinamika yang menantang. Mewujudkan komunikasi yang baik dan menjaga keintiman bersama. Janganlah terpaku kepada *long distance relationship* yang ambigu, tetapi juga jangan berinisiatif akan melahirkan konsep baru tentang LDR yang bermakna sebaliknya yakni Lari Dari Realitas.

Berpikir LDRs yang awet apabila didukung oleh komunikasi yang memperioritaskan 1) intensitas (kedalaman); 2) sinerjitas (keterpaduan); 3) ikuitas (kesetaraan). Selain itu tekun untuk memunculkan strategi mereduksi ketidakpastian. Ketika komitmen yang disepakati bersama menemukan titik terang, maka bisa dipastikan tantangan atau keraguan mampu diatasi dengan baik. Strategi dalam mengatasi keraguan bisa dilakukan dengan bersikap aktif, pasif maupun menciptakan interaksi dan partisipasi kedua belah pihak. Hal ini dapat digunakan untuk menyelesaikan problematika dalam hubungan, sehingga bahagia dapat dirasakan oleh kedua belah pihak. Bahagia adalah keadaan nyaman serta menyenangkan, baik pada tatanan emosi yang positif hingga kepuasan yang diperoleh dalam hidup. Keterpuasan dalam sebuah relasi dapat digambarkan sebagai derajat penilaian baik positif maupun negatif sebagai upaya untuk menjaga komitmen bersama. Sering berkomunikasi, membuka diri terhadap pasangan, menjaga komitmen. Kunci sukses bernostalgia LDRs adalah komitmen yang dibangun bersama.

Daftar Pustaka

- Bell, Chris. Brauer-Bell, Kate. (2008). *The Long Distance Relationship*. Amerika. Ten Speed.
- Fajar WH. (2020). *Mengenal Konsep New Normal*. Indonesia.go.id. Diakses pada 14 Juni 2020.
- Hartwell, Marie. (2020). *The Challenge of Long Distance Relationship*. <https://psychcentral.com/lib/the-challenge-of-long-distance-relationships/>. Diakses pada 15 Juni 2020.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- Pandiangan, Ester. (2019). *Mengaku Siap LDR? Ketahui Dulu Berbagai tantangan Yang Kerap Dialami Para Pasangan LDR*. . <https://journal.sociolla.com/lifestyle/tantangan-yang-dihadapi-pasangan-ldr/>. Diakses pada 15 Juli 2020.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rakhmad, Jalaluddin. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Ramadhini, Safitri. Hendiani, Wiwin. (2015) *Gambaran Trust pada Wanita Dewasa Awal yang Sedang Menjalani Long Distance Marriage*. Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental Vol 4 Nomor 1 April 2015. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpkk869db9c43full.pdf>. Diakses pada 9 Juni 2020.
- Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Widiastuti, Tuti. (2012). *Communication Intensity And Relational Dialectics in Long Distance Relationship*. <http://portal.kopertis3.or.id/bitstream/123456789/976/1/Communication%20Intensity.pdf>. Diakses pada 9 Juni 2020.

PANDEMI DAN RETAKNYA KOMUNIKASI SOSIAL

Harry Fajar Maulana

Pendahuluan

Komunikasi mempunyai peran penting dalam pandemi covid-19, baik dari segi peran dan fungsi signifikan. Dalam masa pandemik banyak merubah tindakan sosial masyarakat dari gaya hidup, pola hidup hingga pendidikan, banyaknya prespi masyarakatpun timbul ditengah pandemik. Di tambah lagi saat semua maysarakat dalam posisi ketidak pastian dan ketidaknyamanan dalam informasi, sehingga pentingnya informasi menjadi tumpuan harapan bagi masyarakat. Komunikasi perlu diolah dengan baik sehingga komunikasi tidak dianggap sebagai sampingan dalam memberikan kepastian bagi masyarakat.

Pemerintah telah mencoba memberikan perhatian khusus bagi masyarakat, tapi itu tidak menjadi soslusi untuk membuat masyarakat menilai posistif pemerintah, masyarakat membutuhkan tindakan antisipasi yang kongkret. Setiap pemerintah baik itu pemerintah daerah, telah melakukan komunikasi publik kepada masyarakat untuk mendiseminasi sebuah informasi dan mengimplementasikan kebijakan dan program dalam mencegah penularan covid-19. Dalam setuasi yang di hadapi seluruh dunia, komunikasi publik perlu dibentuk dan dilakukan yang berbeda dan lebih spesifik, yaitu dengan komunikasi resiko.

Komunikasi resiko adalah dalam menangani mitigasi bencana pandemi Covid-19. Pola komunikasi merujuk pada komunikasi resiko pada pertukaran informasi, saran atau pertimbangan, dan opini secara *real-time* (World Health Organization, 2020). Tidak dapat dipungkiri bahawa pemerintah telah melakukan penyebaran informasi melalui media massa dan media online, sehingga masyarakat dapat menerima informasi tersebut. Semua perubahan dalam bidang komunikasi risiko yang didorong oleh ketersediaan dan aksesibilitas teknologi digital tadi turut mempengaruhi tingkat kepercayaan publik dalam penanggulangan pandemi.

Kini komunikasi risiko tidak bisa lagi dipandang sempit hanya sebagai diseminasi informasi tentang sebuah krisis kesehatan, tetapi juga meliputi seluruh kebijakan pemerintah yang dikeluarkan untuk sektor-sektor yang terdampak karena krisis tersebut. Mengkomunikasikan sebuah risiko kepada orang yang memiliki kepedulian terhadap suatu isu di waktu yang normal termasuk mudah, meskipun strategi komunikasinya bukan yang terbaik.

Sebaliknya, berkomunikasi di tengah keadaan bahaya, dalam waktu yang sempit, dengan audiens yang berada di bawah tekanan, dan alat komunikasi yang benar-benar harus terseleksi dengan baik, dengan data dan informasi yang masih harus terus diverifikasi dan tingkat kepercayaan yang rendah adalah pekerjaan yang menguras perhatian dan sumber daya. Inilah upaya yang perlu diperkuat lagi oleh pemerintah. Oleh karena itu, pandemi ini adalah kesempatan bagus untuk menulis catatan kunci dalam mempersiapkan diri menghadapi krisis-krisis berikutnya.

Kecepatan penyebaran COVID-19 berarti ada keharusan untuk mencoba dan mengembangkan komunikasi risiko, karena konteks dan komunitas yang berbeda memiliki kebutuhan komunikasi yang berbeda, sementara pengiriman pesan untuk beberapa aspek materi komunikasi risiko COVID-19 akan serupa di sebagian besar negara (yaitu cuci tangan), pedoman pencarian perawatan mungkin berbeda berdasarkan kapasitas dan struktur sistem kesehatan, serta penyakit lain yang lazim secara lokal.

Keterlibatan masyarakat adalah proses mendukung masyarakat untuk menganggap diri mereka sebagai mitra dalam respons wabah, dan memiliki kepemilikan dalam mengendalikan wabah. Ini adalah prinsip daripada serangkaian kegiatan yang ditentukan, dan pendekatan untuk ini bervariasi tergantung pada faktor-faktor seperti struktur sosial lokal, koherensi komunitas, metode komunikasi yang disukai, dan hubungan dengan otoritas. Komunikasi risiko tanpa keterlibatan masyarakat yang tepat membutuhkan pendekatan yang lebih 'top-down' dan risiko mengabaikan kebutuhan dan adat istiadat setempat, dan akibatnya menjadi kurang efektif. (Hana Rohan, 2020)

KOMUNIKASI KRISIS SOSIAL

Di era New Media dan Sosial Media pemerintah dapat mengoptimalkan potensi Praktik *Public Relations* di media sosial, pada era digital ini sosial media dapat dijadikan sebagai salah satu *toolkit* yang digunakan dalam strategi PR dalam berkomunikasi dengan publik.

Perkembangan teknologi komunikasi memperbesar potensi akan hadirnya krisis aka semakin besar. (Argenti, 2009). Dasar komunikasi krisis adalah memberikan respon dengan segera begitukrisis terjadi, dengan pesan yang terbuka dan jujur pada pemangku kepentingan (stakeholder) baik itu yang terpengaruh secara langsung atau tidak langsung.

Komunikator dalam krisis di era digital atau media baru harus bertarung dalam siklus informasi yang berlangsung selama 24 jam. Tindakan yang cepat dan efektif harus dilakukan oleh perusahaan ketika menghadapi problem.

Peran pemerintah masyarakat memberikan informasi sangat penting dalam masa pandemi. Ditambah lagi munculnya #IndonesiaTerserah menjadi perbincangan public di media sosial, *public* media sosial menggunakan media sosial sebagai penyaluran rasa frustrasi dan kekecewaan masyarakat terhadap penanganan wabah Covid-19 di Indonesia. Dalam aktivitas media sosial tagar ini menggambarkan ketidakpedulian masyarakat terhadap upaya pembatasan jarak dan kebijakan pemerintah yang tidak konsisten dalam penanganan pandemi

Berbagai media membritakan bahwa masyarakat masih saja berkumpul bahkan aktifitas penumpang pesawat maupun pasar tradisional masih terjadi jarak yang tak sesuai pemerintah anjurkan. Bahkan fenomena masyarakat yang tak mau di rapit test dan bahkan di rawat dirumah sakit bahkan sampai kabur dari rumah sakit. Pemerintah masih di angap kurang mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat yang masih saja mengabaikan protocol covid, masyarakat memiliki prespsi yang berbeda tentang rentangnya covid ini. pemerintah harus mampu memberikan prespsi bagi masyarakat terhadap kerentanan diri, bahaya penyakit. Keuntungan dari upaya pencegahan yang dilakukan.

Tidak dapat dipugkiri bahwa pemerintah telah memberikan upaya dalam mengedukasi masyarakat dari berbagai media sosial, pemerintah masih belum optimal dalam membangun kesadaran masyarakat, dalam

komunikasi terkait pandemic, pemerintah masih asaj mennggunakan istilah yang rumit dipahami masyarak, pejabat-pejabat pemerintah daerah memberikan pernyataan berbeda-beda sedangkan masyarakat membutuhkan komunikasi yang kmprehensif dan konsisten.

Dalam komunikasi krisis harus mempunyai perencanaan yang jelas. Pemrintah harus menemukan model komunikasi yang pas buat di terapkan ke masyarakat, salah satunya model komunikasi krisis adalah Crisis Emergency Risk Communcation. Model ini telah di lakukan oleh Amerika, model ini memiliki tahapan dalam strategi penyempaiannya mulai dari Pre Crisi(Sebelum Kirsis), Initial event (awal krisis) Manitenance (selama Krisis), Resolution (resolusi, dan Evaluation (Evaluasi).

Memasuki awal krisis, langkah yang dilakukan pemerintah ialah menyediakan informasi satu pintu. Diharapkan langkah ini dapat memudahkan sirkulasi dan mencegah kesimpangsiuran berita di lingkungan publik. Pemerintah perlu menyusun pesan yang akan ditargetkan kepada publik mengenai krisis yang terjadi, beberapa konsekuensi dan sikap antisipasi pemerintah. Fase initial crisis ini bertujuan supaya publik bersiaga terhadap langkah yang diambil pemerintah selanjutnya. Setelah melewati fase awal krisis yang baik, maka akan memudahkan pemerintah untuk melewati fase-fase berikutnya. Informasi yang dikonsumsi publik akan mengalami peningkatan kepada kepercayaan terhadap pemerintah. Pemerintah harus memaparkan metode penanggulangan keadaan darurat dan resolusi pemulihan setelah krisis.(Supramadani, 2020)

REALITAS SOSIAL

Realitas sosial terhadap pola prilaku informasi covid-19 merupakan hal yang tak diperkirakan leh pemerintah, banyaknya masyarakat yang tak mengikuti anjuran pemrintah. Peningkatan anggka positif tidak membuat lagi masyarakat resah, akan tetapi masyarakat masih saja tidak mengimplementasikan *Physical Distancing*. Sehingga Penerapan *New Normal* pun telah di lakuakan lebih dahulu oleh masyarakat itu sendiri. Pola kehidupan masyarakat di tengah pandemi mengubah pola atau bangunan sendi kehidupan masyarakat, sehingga dengan gamabaran perubaha sosial masyarakat.(Silalahi, 2020) Masyarakat kini terbiasa dengan kehidupan di tengah pandemi sehingga protokol komunikasi pandemi yang selama ini di informasikan oleh pemerintah tidak lagi

menjadi acuan oleh masyarakat, realitas ini di akibatkan dengan kebiasaan jarak komunikasi masyarakat tidak mengunagakan protokol Physical Distancing.

Pola komunikasi portokol Covid-19 telah di tetapkan dan menjadi pedoman untuk memberikan informasi bagi masyarakat, Portokol tersebut mempunyai tujuan komunikasi yakni:

1. Menciptakan masyarakat yang tenang, dan paham apa yang mereka harus lakukan bagi lingkungan terdekatnya;
2. Membangun persepsi masyarakat bahwa Negara hadir dan tanggap dalam mengendalikan situasi krisis yang terjadi (Kantor Staf Presiden, 2020)

Dari portokol komunikasi covid-29 jelas bahwa tujuan komunikasi bahwa komunikasi yang diinginkan pemerintah agar masyarakat bisa menembuhkan rasa kewaspadaan dan menghadapi pandemi sesuai dengan portokol covid. Dalam kenyataan yang terjadi bahwa sebagian masyarakat belum menerapkan apa yang di inginkan pemerintah saat ini. Dalam berbagai pemberitaan yang terjadi di beberapa opini media online bahwa masyarakat memiliki stigma tersendiri dalam pandemi covid-19. Dengan hadirnya informasi di media sosial, baik pesan grup WhatsApp, Facebook menghadirkan informasi yang sifatnya Hoax dan disinformasi masalah virus covid-19 adalah faktor-faktor berubahnya perilaku masyarakat dalam pandemi, tingkat informasi ini yang membuat masyarakat memiliki ketidak pastian dan bahkan tidak lagi mempercayai bahwa virus ini konspirasi sebagai konspirasi.

Perubahan dalam masyarakat sebagian besar disebabkan oleh bagaimana informasi ditransmisikan, dengan orang-orang yang selalu terhubung dan terus- menerus mendapat informasi tentang apa yang terjadi dalam kehidupan seseorang atau apa yang terjadi di seluruh dunia. Selain sistem tradisional yang mengandalkan diagnosa yang dilaporkan dari laboratorium, media sosial semakin diakui sebagai sumber terkait informasi dan peringatan kesehatan masyarakat. Selain itu, komunikasi semakin bergantung pada komunikasi online untuk bertukar informasi dan untuk mendukung koordinasi sumber daya termasuk peralatan kesehatan, pengelolaan kesehatan, personel kesehatan, dan informasi selama situasi krisis pandemi COVID-19.(Sampurno et al., 2020)

Pada 1950-an, beberapa psikolog sosial di Amerika Serikat (AS) mulai mengembangkan Health Belief Model (HBM) yang masih digunakan secara luas dalam riset perilaku kesehatan hingga kini. Model ini dikembangkan untuk mengeksplorasi berbagai perilaku kesehatan baik jangka panjang maupun jangka pendek. HBM terdiri atas enam komponen:

1. Persepsi kerentanan (*perceived susceptibility*), yaitu bagaimana seseorang memiliki persepsi atau melihat kerentanan dirinya terhadap penyakit. Persepsi keparahan (*perceived severity*), yaitu persepsi individu terhadap seberapa serius atau parah suatu penyakit. Persepsi manfaat (*perceived benefit*), yaitu persepsi individu akan keuntungan yang ia dapat jika melakukan upaya kesehatan.
2. Persepsi hambatan (*perceived barriers*), yaitu persepsi individu akan adanya hambatan dalam melakukan upaya kesehatan.
3. Petunjuk bertindak (*cues to action*), yaitu adanya kejadian atau dorongan untuk melakukan upaya kesehatan yang berasal dari kesadaran diri atau dorongan orang lain; misalnya iklan kesehatan atau nasihat dari orang lain.
4. Kemampuan diri (*self-efficacy*), yaitu persepsi individu tentang kemampuan yang dimilikinya. Seseorang yang menginginkan perubahan dalam kesehatannya dan merasa mampu, akan melakukan hal-hal yang diperlukan untuk mengubah perilaku kesehatannya; demikian pula sebaliknya. (Heni, 2020)

HBM menjelaskan kenapa masyarakat tidak patuh terhadap protokol kesehatan pandemi COVID-19. Di satu sisi, masyarakat kurang memiliki pemahaman seberapa rentan mereka tertular COVID-19, seberapa parah penyakit ini, apa manfaat melakukan pencegahan, dan kurangnya petunjuk untuk bertindak. Di sisi lain masyarakat menghadapi berbagai hambatan untuk mengakses pada fasilitas kesehatan.

Kelima faktor tersebut akhirnya menyebabkan terjadinya salah persepsi terkait *self-efficacy*: mereka tidak yakin akan kemampuan dan tindakannya. Jika masyarakat memiliki persepsi yang baik terhadap kerentanan diri, bahaya penyakit, keuntungan dari upaya pencegahan yang dilakukan dan mendapat petunjuk bertindak serta minimalnya hambatan, maka *self-efficacy* dapat dibangun. Keyakinan akan

kemampuan dan kesanggupan seseorang untuk dapat menjalankan protokol kesehatan dapat ditumbuhkan dengan cara melihat pencapaian kesehatan yang ia lakukan pada masa lalu; melihat keberhasilan orang lain (jika orang lain bisa, maka saya pun bisa); bersikap tegas dengan diri sendiri; dan menghilangkan sikap emosional dan menetapkan tujuan (Heni, 2020). Kepatuhan masyarakat menjadi semakin penting. Upaya membangun kesadaran masyarakat harus ditingkatkan dengan berbagai cara. Di antaranya dengan melakukan komunikasi yang lebih efektif hingga ke akar rumput, melalui berbagai media dan metode yang sesuai dengan keragaman usia, pendidikan dan budaya masyarakat/kearifan lokal.

Simpulan

Pada awal masuknya pandemi di Indonesia semua masyarakat di hadapi dengan perubahan sosial, baik dari segi kehidupan sehari-hari, pola hidup yang semakin di jaga. Sehingga banyak masyarakat juga sangat berhati bahkan takut dalam keluar rumah dan bergaul baik di keluarganya sendiri. Pada saat ini, manusia sebagai mahluk sosial mengalami perubahan akibat serangan wabah penyakit covid-19, yang memaksakan kondisi dan situasi menjadi berubah, sehingga manusia menjadi hidup dengan hidupnya sendiri dan menjaga jarak dengan manusia lainnya.

Perubahan ini terjadi sangat cepat sampai masyarakat mengalami banyak kejutan, dengan pembatasan fisik, pembatasan belanja, pembatasan bekerja dikantor masing-masing, dan harus WFH (*Work From Home*) melakukan segala pekerjaan dan tugas harian dari rumah, dengan mengandalkan teknologi. Interaksi yang dilakukan selama ini menggunakan interaksi komunikasi kontak sosial, dengan cepat menjadi masyarakat global dan pembentukan *cybercommunity*, yaitu *Community* masyarakat adalah kelompok orang yang menempati sebuah wilayah (territorial) tertentu, yang hidup secara relatif lama, saling berkomunikasi, memiliki simbol-simbol dan aturan tertentu serta sistem hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki sistem stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut serta relatif dapat menghidupi dirinya sendiri.

Dari perubahan masa pandemi Indonesia memasuki babak baru, yaitu babak New normal. Pada fase ini, semua pembatasan di longgarkan

sehingga masyarakat dapat beraktifitas Kembali sesuai dengan portokol yang di terapkan oleh pemerintah. Perubahan yang begitu cepat sehingga masyarakat harus lebih menyesuaikan pola perubahan yang terjadi di lingkungan sosialnya. Tentu banyak masyarakat belum mengetahui konsep kondisi new normal ini baik dari segi kebijakan yang di terapkan oleh pemerintah. Ditambah lagi ankgka-angka peningkatan kasus covid di Indonesia masih sangat massf sehingga perlu ada kebuijkan yang betul-betul mengatur tentang pola kehidupan new normal ini.

Daftar Pustaka

- Hana Rohan. (2020). *Risk communications and engagement*. Futurelearn. Com. <https://www.futurelearn.com/courses/covid19-novel-coronavirus/0/steps/74692>
- Heni, A. (2020). *Analisis: penyebab masyarakat tidak patuh pada protokol COVID-19*. <https://Theconversation.Com/>. <https://theconversation.com/analisis-penyebab-masyarakat-tidak-patuh-pada-protokol-covid-19-138311>
- Kantor Staf Presiden. (2020). Penanganan covid-19 protokol komunikasi publik. *Kantor Staf Presiden*. <http://ksp.go.id/wp-content/uploads/2020/03/Protokol-Komunikasi-COVID-19.pdf>
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210>
- Silalahi, A. (2020). PERUBAHAN POLA HIDUP PADA SITUASI COVID-19 ADAPTASI PADA POLA HIDUP NORMAL BARU. *Researchgate.Net*, May, 1–10. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10961.76646>
- Supramadani, D. (2020). *Komunikasi Krisis Pemerintah di Tengah Pandemi Covid-19*. <https://www.suara.com/yoursay/2020/06/08/092611/komunikasi-krisis-pemerintah-di-tengah-pandemi-covid-19>

TANGGUNG JAWAB SOSIAL DI MASA PANDEMI: RELEVAN, BERDAMPAK DAN BERKELANJUTAN

Dorien Kartikawangi

Pendahuluan

Data World Health Organization (WHO) pada 28 Juni 2020 menunjukkan bahwa belum terlihat adanya penurunan kasus pandemic Covid19 secara global. Dilaporkan pada tanggal tersebut terdapat 9,843,073 kasus terkonfirmasi, termasuk kematian sebanyak 495,760. Jumlah kasus tersebut sangat beragam di berbagai teritori dan negara, namun demikian dampak yang diakibatkan sama, yaitu masalah Kesehatan yang berdampak pada ekonomi dan sosial. Segala sesuatunya berubah dengan sangat cepat sejak kasus pertama diumumkan oleh pemerintah Cina secara resmi merebak di Wuhan pada 31 Desember 2019, meski penelusuran menunjukkan bahwa orang pertama terpapar virus pada 17 November 2019 (<https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/>) dan kemudian di Indonesia pada 2 Maret 2020. Perubahan yang terjadi dapat dikatakan serta merta dan harus berubah.

Krisis seringkali menyerang organisasi tanpa dapat dihindari. Sebagaimana diketahui, krisis dapat dianalogikan sebagai ular piton dan kobra. Krisis yang seperti ular piton adalah yang secara perlahan menyerang, sedangkan krisis yang seperti ular kobra adalah krisis yang menyerang dengan mendadak (Seymour & Moore, 2000). Krisis ada yang dapat diprediksikan maupun tidak. Dalam konteks organisasi, persoalan krisis dapat muncul karena masalah internal maupun eksternal organisasi. Pada pandemic Covid-19, krisis yang terjadi muncul dari eksternal organisasi, tetapi berdampak sangat kuat pada internal organisasi. Organisasi serta merta harus menyesuaikan diri dengan perubahan eksternal yang terjadi. Mengingat bahwa pandemik ini menyebar dari satu orang ke orang lain, maka peraturan untuk mencegah penularan adalah seminim mungkin terjadi interaksi langsung antara

satu orang dengan lainnya. Sementara itu berbagai aktivitas ekonomi dan sosial dapat berjalan jika ada pergerakan, pendorong aktivitas yang dilakukan oleh manusia. Peraturan bekerja dari rumah dan pembatasan sosial berskala besar mengubah aktivitas organisasi menjadi dominan secara daring ketimbang luring. Pembenahan untuk kesiapan internal menjadi focus organisasi dalam menyiapkan sumber dayanya. Meski demikian, apakah kemudian kegiatan tanggung jawab sosial kepada masyarakat harus terhenti? Berdasarkan situasi tersebut, tulisan ini bermaksud untuk berbagi tentang kegiatan tanggung jawab sosial organisasi kepada masyarakat di masa krisis dan ketidakpastian tinggi saat pandemik, khususnya yang dilakukan oleh institusi Pendidikan.

Strategi Tanggung Jawab Sosial

Dalam Menyusun strategi dan implementasi tanggung jawab sosial, kemampuan melakukan analisis situasi, organisasi dan public atau masyarakat menjadi sangat penting agar tanggung jawab sosial dapat tepat sasaran, relevan dan berdampak. Tahapan yang dikembangkan oleh Smith (2009) dapat digunakan sebagai panduan dalam Menyusun strategi dan implementasi tanggung jawab tersebut. Lima tahap tersebut dapat dilihat pada bagan 1 di bawah ini

Bagan 1. Sembilan (9) Tahap Perencanaan Program Komunikasi



Sumber: Smith, 2009

Dalam situasi pandemi, kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan juga perlu mempertimbangkan keselamatan sumber daya manusia yang terlibat dalam kegiatan tersebut, selain biaya, waktu dan jangkaun serta dampak. Dalam konteks ini, berbagai kegiatan tanggung jawab sosial dapat dilakukan sesuai dengan visi, misi, dan tujuan masing-masing organisasi yang mendasarkan pada hasil *formative research* yang dilakukan. *Formative research* tidak harus dilakukan sendiri, melainkan bisa menggunakan data sekunder dari riset yang telah dilakukan sebelumnya oleh organisasi maupun dilaku oleh pihak lain yang kredibel. Kotler dan Keller (2016) membahas mengenai jenis tanggung jawab sosial yang terdiri atas:

1. *Cause Promotion*. Kepedulian terhadap isu-isu / masalah sosial tertentu dengan tujuan menciptakan kesadaran dan perhatian.
2. *Cause Related Marketing*. Komitmen untuk memberikan kontribusi kepada masalah sosial dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan dari konsumen.
3. *Corporate Social Marketing*. Mendukung kampanye perubahan perilaku dengan teknik pemasaran barang dan jasa. Tujuannya untuk menciptakan perubahan dalam masyarakat.
4. *Corporate Philanthropy*. Memberikan kontribusi langsung kepada suatu masalah sosial.
5. *Corporate Volunteering*. Mendorong para pegawai / rekan bisnis untuk menyediakan waktu berkontribusi dalam kegiatan sosial.
6. *Social Responsible Bussiness Practices*. Menginvestasikan sumber daya organisasi untuk mendukung kegiatan sosial dan menjaga lingkungan.

Sementara Wibisono (2007) mengemukakan klasifikasi carapandang terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial ke dalam tiga kategori, yaitu sebagai faktor eksternal (*external driven*), sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*), sebagai faktor internal (*internal driven*). Lebih lanjut, kita pahami bahwa setiap organisasi memilih dan menerapkan strategi program tanggung jawab sosial yang berbeda beda. Strategi yang diambil biasanya berkaitan dengan kewajibannya kepada masyarakat, berkisar dari tingkatan terendah hingga tertinggi dalam praktek-praktek tanggung jawab sosial. Schermerhorn (2010), menjelaskan keempat strategi tersebut sebagai berikut:

1. *Strategi Obstruksionis*, yaitu sikap menghindar dari tanggung jawab sosial. Perusahaan hanya fokus kepada prioritas ekonomi.
2. *Strategi Defensif*, perusahaan hanya memenuhi syarat hukum minimum atas komitmen terhadap kelompok individu dan lingkungannya.
3. *Strategi Akomodatif*, perusahaan menerima dan melaksanakan program tanggung jawab sosial kepada masyarakat dengan memperhatikan aspek hukum dan kriteria yang etis.
4. *Strategi Proaktif*, perusahaan secara aktif mencari peluang untuk memberikan sumbangsih atau kontribusi positif pada kesejahteraan dan lingkungan sosial.

Dalam situasi pandemi Global Alliance, organisasi Public Relations internasional menyusun panduan bagaimana sebaiknya komunikasi dilakukan. Panduan tersebut mencakup 12 butir yang dinilai relevan untuk melakukan komunikasi yang bertanggung jawab tentang pandemi dan dampaknya pada koeksistensi sosial, ekonomi, dan secara umum hubungan antar manusia. Pedoman tersebut seperti dapat dilihat pada tabel 1. berikut:

Tabel 1. Panduan Komunikasi Pada Masa Pandemi

1	Before communicate, think about the impact of your message beyond your organization.
2	Do not hide the impact of the pandemic. Be realistic in your communications, based on facts.
3	Use straightforward, plain language to minimize dramatizing the situation.
4	Include hope in the spirit of the communications.
5	Spread good examples and practices.
6	Identify and legitimize people's emotions.
7	Give priority to messaging from official sources.
8	Avoid sharing fake news. Be critical of sources of information.
9	Don't saturate networks with messages.
10	Don't spend time criticizing public communication. Try to cooperate with them to improve.
11	Support the work of the media providing accurate information in the right moment.
12	Good humor is an antidote to crisis, as long as it is not frivolous

Sumber: Global Alliance, 2020

Implementasi Strategi Tanggung Jawab Sosial

Dalam konteks pandemi ini, seperti ditegaskan dalam analisis situasi, keselamatan dan kesehatan semua pihak yang terlibat menjadi perhatian utama dalam implementasi strategi. Pada situasi ini protokol yang ditetapkan harus dipatuhi, yaitu anjuran untuk di rumah saja. Jika terpaksa harus keluar rumah maka diwajibkan untuk menggunakan masker, menjaga jarak, menjaga kebersihan. Dengan demikian implementasi tanggung jawab sosial harus mengikuti protokol tersebut. Sebagai contoh implementasi, penulis akan memberikan contoh apa yang dilakukan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Unika Atma Jaya.

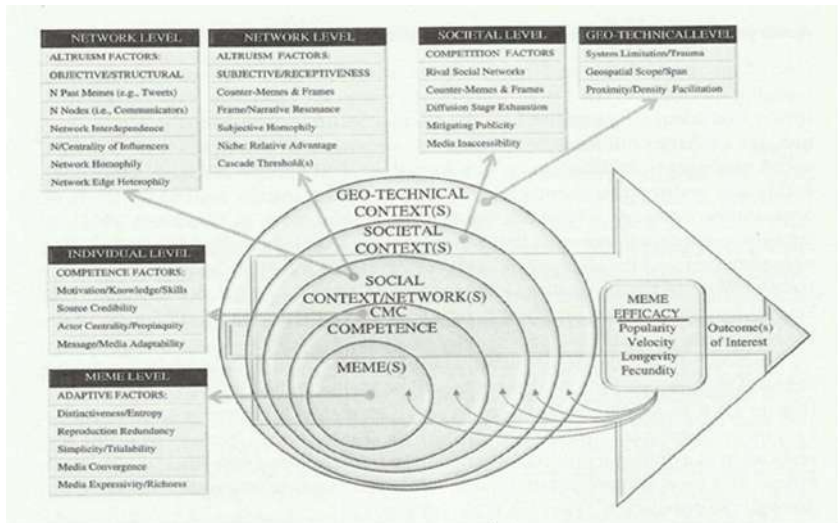
Strategi yang dipilih adalah strategi akomodatif dan proaktif, yaitu memperhatikan aspek hukum dan etis, serta mencari peluang

memberikan sumbangsih atau kontribusi positif pada kesejahteraan dan lingkungan sosial. Implementasi atau tactic yang ditetapkan adalah:

1. Melakukan kampanye sosial secara digital dengan melibatkan stakeholders, dalam hal ini dosen, mahasiswa dan alumni
2. Membuat masker kain untuk dibagikan kepada masyarakat yang membutuhkan
3. Melakukan edukasi kepada masyarakat melalui talks show dengan menggunakan platform digital

Kampanye sosial secara digital yang melibatkan stakeholders mendasarkan pada model yang dibangun oleh Spitzberg (2014), yaitu *multilevel model of meme diffusion* (M3D) seperti pada Bagan 2. berikut ini:

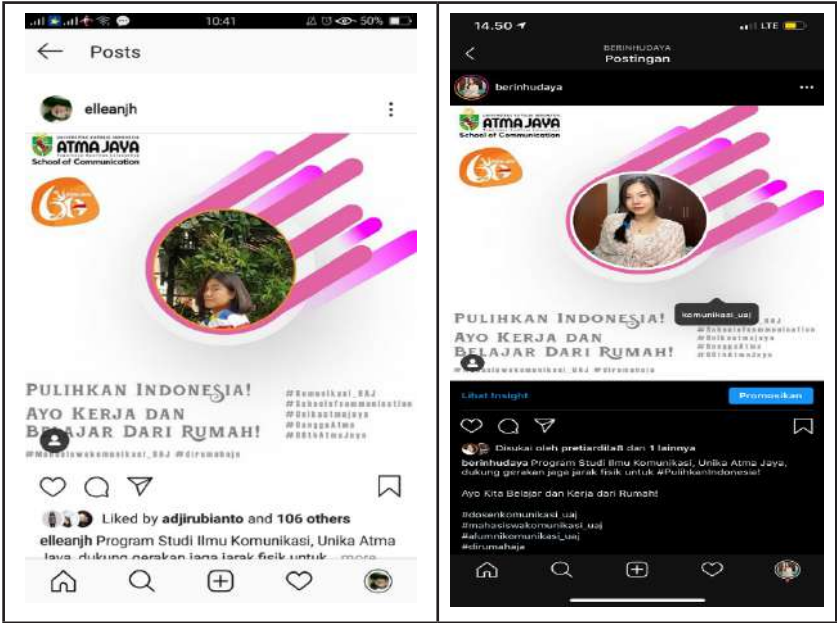
Bagan 2. *multilevel model of meme diffusion* (M3D)



Sumber: Spitzberg, 2014

Disamping itu, mendasarkan pada pemikiran Castells tentang network society yang menjelaskan perubahan bentuk masyarakat akibat masifnya penggunaan perangkat elektronik mikro : smart phone, tab, laptop dan lain sebagainya, membuat masyarakat terhubung satu sama lain membentuk jejaring, dengan informasi sebagai bahan bakunya. Dengan demikian, jejaring masyarakat sangat potensial untuk berperan secara signifikan. Berdasarkan kedua konsep tersebut dan mengikuti protokol yang ditetapkan, kampanye sosial yang dilakukan mendukung

pemerintah dan mengajak masyarakat untuk turut serta memulihkan Indonesia dengan di rumah saja dan memakai masker melalui meme yang di amplifikasi melalui media sosial resmi Prodi Ilmu Komunikasi serta dosen, mahasiswa dan alumni. Berikut ini adalah meme kampanye sosial tersebut:



Kegiatan kedua adalah pembuatan masker kain untuk dibagikan kepada yang membutuhkan. Tim pengelola kegiatan tanggung jawab sosial ini terdiri dari dosen dan mahasiswa yang tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Komunikasi (Himakom). Untuk memenuhi kebutuhan kain, Prodi Ilmu Komunikasi bekerjasama dengan Rumah Kartika Kusuma yang memiliki misi sama untuk berbagai kepada masyarakat, khususnya di masa pandemi. Rumah Kartika Kusuma memberikan hibah kain sebanyak 50 lembar. Untuk menjahit kain tersebut menjadi masker, mahasiswa mencari penjahit di perkampungan yang saat itu tidak banyak pekerjaan karena orang yang menjahitkan sangat berkurang, sehingga mereka membutuhkan pekerjaan. Diperoleh tiga penjahit yang membutuhkan pekerjaan dan bersedia menjahit masker dalam jumlah banyak. Masker tersebut kemudian dibagikan sesuai kebutuhan kepada masyarakat. Masyarakat yang mendapat bantuan masker seperti pada Tabel. 2 berikut ini:

Tabel 2. Alokasi Masker Kain

1.	Susteran Putri Kasih Cilincing	321 lembar	
2.	Breaking Silence Project	224 lembar	

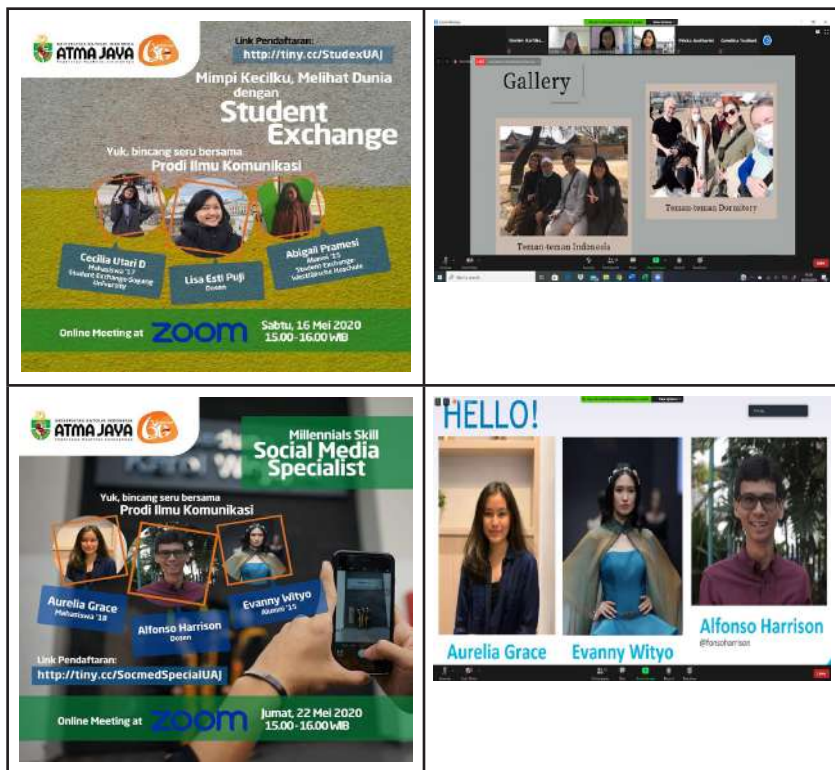
3.	Sekolah Kolong Tomang	118 lembar	
4.	Yayasan Sosial Soegijoprana, Semarang	300 lembar	 Selamat siang Ibu Dorien, paket masker sudah kami terima. Matur suwun. 🙏 2:42 PM 2:43 PM Puji Tuhan. Terima kasih infonya. Ada
5.	Fabian Tiurmaida (HIMAKOM)	15 lembar	
6.	Avony A. Olga (HIMAKOM)	10 lembar	
7.	Jessica (HIMAKOM)	10 lembar	

Kegiatan ketiga adalah edukasi masyarakat, khususnya remaja dan dewasa muda, melalui program communication talks series. Kegiatan yang dikemas dalam bentuk bincang-bincang ringan melalui platform digital Zoom ini melibatkan dosen, mahasiswa dan alumni. Topik yang diangkat dipilih yang dekat dengan usia masyarakat sasaran sebagai turunan dari payung besar media literasi, yang menjadi program berkesinambungan Prodi Ilmu Komunikasi. Bincang-bincang ini sudah diselenggarakan sebanyak lima kali. Pelaksanaan sesi pertama dipilih bulan Mei 2020, dimana mahasiswa dan siswa belajar dari rumah. Tujuannya adalah memberikan edukasi sekaligus memberikan hiburan di sela-sela belajar dari rumah agar tidak jenuh dan tetap dapat melakukan kegiatan waktu luang secara positif. Communication talks

series ini dilanjutkan lagi pada bulan Juli 2020 dengan pertimbangan mahasiswa dan siswa sudah selesai ujian akhir dan menerima hasil belajar mereka. Tujuan masih tetap untuk memberikan edukasi dan hiburan saat pandemi belum berakhir dan protokol untuk tetap beraktivitas di rumah masih diberlakukan. Rangkaian bincang-bincang tersebut dapat dilihat pada Tabel 3. di bawah ini.

Tabel 3. Communication Talks Series

Poster for "Content Creator" talk series. It features three speakers: Kinanthi Anindita (Mahasiswa 17), Stefanus Andriano (Dosen), and Bryant (Mahasiswa 19). The text includes "Jadi, apakah Content Creator Pilihan Karier Generasi Millenials?", "Yuk, bincang seru bersama Prodi Ilmu Komunikasi", and "Online Meeting at zoom Rabu, 13 Mei 2020 11.00-12.00 WIB". A registration link is provided: http://tiny.cc/ContentCreatorUAJ.	Screenshot of a Zoom meeting titled "Content Creator Pilihan Karier Generasi Millenials". The main screen shows a presentation slide with the same title. A grid of participants is visible on the right side of the screen.
Poster for "Diversity dalam film-film NETFLIX" talk series. It features three speakers: Ulviani Eka Putri (Mahasiswa 18), Andina Dwi Fatma (Dosen), and Olive Jazziel (Mahasiswa 18). The text includes "Yuk, bincang seru bersama Prodi Ilmu Komunikasi" and "Online Meeting at zoom Kamis, 14 Mei 2020 11.00-12.00 WIB". A registration link is provided: http://tiny.cc/NetflixUAJ.	Screenshot of a Zoom meeting titled "INDUSTRI FILM SUKA, WHITEWASHING". The main screen shows a presentation slide with movie stills and the text "INDUSTRI FILM SUKA, WHITEWASHING". A grid of participants is visible on the right side of the screen.
Poster for "Yay or Nay?" talk series. It features three speakers: Leony Priscilla (Mahasiswa 15), E1 Chris Natalia (Dosen), and Daniel Syahreza (Mahasiswa 18). The text includes "Yuk, bincang seru bersama Prodi Ilmu Komunikasi" and "Online Meeting at zoom Jumat, 15 Mei 2020 15.00-16.00 WIB". A registration link is provided: http://tiny.cc/TikTokUAJ.	Screenshot of a Zoom meeting titled "TIKTOK & GAGGALA COFFEE MAKING TUTORIAL BY DANIAL". The main screen shows a presentation slide with a coffee-making tutorial. A grid of participants is visible on the right side of the screen.



Ketiga kegiatan yang merupakan implementasi strategi dan tatik tanggung jawab sosial organisasi, dalam hal ini Prodi Ilmu Komunikasi, Unika Atma Jaya, yang tetap mengutamakan keselamatan dan kesehatan semua yang terlibat dalam kegiatan ini. Kolaborasi menjadi kata kunci dalam pelaksanaan kegiatan. Keterlibatan berbagai pihak yang disambut dengan antusias untuk bersama-sama berbagi menunjukkan bahwa nilai unggul dan peduli yang menjadi bagian dari visi dan misi organisasi terwujud melalui keterlibatan tersebut.

Keberlanjutan Program Tanggung Jawab Sosial

Program tanggung jawab sosial sepatutnya dijaga keberlanjutannya agar memberikan dampak positif yang lebih luas khususnya kegiatan yang relevan pada situasi pandemi. Sebagai contoh, saat ini Prodi Ilmu Komunikasi melanjutkan program communication talks series, masih dalam bentuk bincang-bincang melalui platform digital Zoom dan melibatkan dosen, mahasiswa dan alumni. Selain itu, pembuatan video

#pakaimasker yang melibatkan dosen empat prodi dalam Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Komunikasi dan berbagai rencana lainnya. Keberlanjutan program yang terutama adalah kampanye sosial untuk mendukung pemulihan Indonesia dari krisis yang disebabkan pandemi Covid-19 dengan kolaborasi dan tetap taat pada protokol Covid 19 untuk keselamatan semua pihak yang terlibat.

Daftar Pustaka

- Castells, Manuel and Cardoso, Gustavo (eds.), 2005. *The Network Society: From Knowledge to Policy*, Washington, DC: Johns Hopkins Center
- Kotler, Philip T. and Keller, Kevin L., 2016. *Marketing Management*, 15th ed, CA: Pearson
- Schermerhorn, 2010. *Introduction to Management*, 10th ed, Singapore: John Wiley and Sons (Asia)
- Seymour, Mike. And Moore, Simon, 200. *Effective Crisis Management: Worldwide Principles and Practice*, Massachusetts: Cassell
- Smith, Ronald D., 2017. *Strategic Planning for Public Relations*, 5th ed, New York: Imprint Routledge <https://doi.org/10.4324/9781315270876>
- Spitzberg, Brian H., 2014. Toward a Model of Meme Diffusion (M3D), *Communication Theory*, Volume 24, Issue 3, August 2014, Pages 311–339, <https://doi.org/10.1111/comt.12042>
- Wibisono, Yusuf, 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Jakarta: PT. Gramedia
- <https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/>
- <https://www.globalalliancepr.org/>

TUMPANG TINDIH KEBIJAKAN PENANGANAN COVID-19

Mohammad Nastain
Noviar Jamaal Kholit

Pendahuluan

Awal tahun 2020, dunia mendapat kado istimewa yang tidak seperti biasanya. Bukan layaknya kado ulang tahun yang membahagiakan, sebaliknya, hadiah ini menjadi musibah. Berawal dari Tiongkok, sebuah penyakit yang diberi nama Covid-19, terus menyebar ke seluruh dunia. Tak membutuhkan waktu lama, penyakit ini mulai menyerang negara-negara di Eropa, Amerika Serikat termasuk Asia Tenggara. Bahkan beberapa negara di Afrika dan Amerika Selatan, sempat terjadi kekacauan.

Para ilmuwan menduga, penyakit yang sempat melumpuhkan kota Wuhan, Tiongkok ini berasal dari kelelawar. Hal ini diketahui, setelah sejumlah ilmuwan dari Wuhan meneliti kelelawar dari gua-gua yang berada di Yunnan, yang berjarak 1000 mil dari kota Wuhan, yang kini dikenal sebagai pusat pandemi virus Corona. Meski para peneliti memungkinkan penyebab penyakit Covid-19 yakni virus SARS-CoV-2 adalah kelelawar, namun virus ini harus melewati hewan perantara sebelum menginfeksi manusia.

Meski kelelawar memiliki banyak virus zoonosis termasuk Ebola, HIV dan Rabies, beberapa ilmuwan masih meragukan hasil penelitian tersebut. Pasalnya, penelitian yang dilakukan oleh dokter dari Rumah Sakit Jinyintan, Wuhan, memiliki hasil yang kurang signifikan. Dari 41 pasien yang didiagnosis pertama terinfeksi virus corona, 13 pasien diantaranya tidak memiliki kontak dengan pasar hewan.

Virus yang memiliki gejala seperti penyakit flu ini, pertama kali menginfeksi manusia pada akhir tahun 2019 di sebuah pasar makanan laut di Huanan, Wuhan, provinsi Hubei, Tiongkok. Gejala awal yang dialami penderita Covid-19 ini diantaranya adalah, batuk kering, kelelahan dan beberapa gejala lain seperti hilangnya rasa dan bau serta masalah mulut. Namun pada banyak kasus, orang yang membawa penyakit ini tidak menunjukkan adanya gejala seperti diatas.

Diera modern, Covid-19 merupakan penyakit ketiga yang disebabkan oleh *coronavirus* yang menular ke manusia dari hewan. Sebelumnya, penyakit SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*) adalah penyakit pertama dari virus tersebut, yang menyebar pada tahun 2002-2003. Sekitar 10 tahun kemudian, penyakit MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*) mulai menyebar. Virus Corona kedua ditemukan yang berasal dari Arab Saudi ini, mulai menjangkiti manusia pada tahun 2012.

SARS, MERS dan Covid-19 memiliki kesamaan, yakni adanya infeksi pada penderita yang disebabkan oleh kelompok virus yang disebut virus Corona. Penderita juga mengalami gangguan pernapasan, yang akhirnya dapat menyebabkan penderita meninggal. Organisasi kesehatan dunia, WHO (*World Health Organization*) mendata, ada 8096 orang menderita infeksi akibat SARS dan 774 diantaranya meninggal dunia. Sedangkan MERS, menjangkiti 2494 orang sejak 12 September 2012. Meski memiliki jumlah penderita yang lebih sedikit dari SARS, namun jumlah penderita yang meninggal lebih banyak, yaitu 858 orang.

Meski baru diketahui akhir 2019, Virus Corona dilaporkan telah menjangkiti lebih dari 6,7 juta jiwa di seluruh dunia. Tersebar di 216 negara, virus yang diduga berasal dari binatang kelelawar ini telah membunuh lebih dari 400 ribu jiwa. Jumlah ini masih dapat bertambah mengingat belum ditemukannya vaksin untuk mengobati penyakit Covid-19. Dengan jumlah mencapai ratusan ribu jiwa, Covid-19 kemudian ditetapkan sebagai pandemi global oleh WHO. Status pandemi global ini diumumkan langsung oleh Direktur Jenderal WHO, Tedros Ghebreyesus di Jenewa, Swiss pada 11 Maret 2020, karena penyebaran virus Corona ini yang begitu cepat dan luas, meski wilayah tersebut jauh dari pusat wabah, Wuhan, Tiongkok.

Dalam menetapkan status pandemi global, WHO mensyaratkan 3 hal, yakni merupakan virus jenis baru, menginfeksi manusia dan menyebabkan penyakit berbahaya, serta penyakit tersebut dapat menyebar dengan mudah dan efisien. Sebelum Covid-19, WHO juga pernah menetapkan status pandemi global, pada saat wabah Flu Babi dan Flu Burung. Ketiga karakteristik telah dimiliki oleh wabah Influenza tersebut, baik yang disebabkan oleh virus H1N1 (Flu Babi) dan H5N1 (Flu Burung). Pandemi ini disikapi oleh pemerintah setiap negara dengan berbeda, meskipun sebagian besar merujuk pada protokol kesehatan yang dikeluarkan oleh WHO. Penanganan Covid-19 dapat dipotret berdasarkan produksi informasi di Media.

Melalui tulisan ini, penulis ingin menggambarkan bagaimana sebaiknya komunikasi yang dilakukan pemerintah baik pemerintah pusat dan daerah agar tidak terjadi tumpang tindih serta berubah-ubahnya peraturan agar tidak menimbulkan polemik, kebingungan serta untuk menjaga kepercayaan masyarakat.

Tinjauan Pustaka

Dalam pengelolaan institusi maupun organisasi, terdapat berbagai macam elemen yang seringkali bersinggungan. Termasuk dalam organisasi pemerintah, adanya perbedaan wewenang dan tanggung jawab seringkali memunculkan perbedaan yang bermuara pada tumpang tindihnya kebijakan. Tumpang tindihnya (*overlapping*) kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, memicu reaksi dari masyarakat baik berupa keluhan dan kritikan. Karenanya, diperlukan koordinasi antara kedua belah pihak yang memiliki wewenang dan tanggung jawab yang berbeda.

Koordinasi didefinisikan sebagai proses pemanduan sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan unit-unit (bagian-bagian atau bidang fungsional) yang terpisah pada sebuah organisasi secara efisien (Stoner, 1985: 380). Adapun menurut Hani Handoko (2003), koordinasi adalah proses pengintegrasian tujuan-tujuan dan kegiatan-kegiatan pada satuan-satuan yang terpisah (departemen atau bidang-bidang fungsional) suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien.

Adanya perbedaan dari masing-masing unit kerja, diperlukan adanya koordinasi agar iklim dalam organisasi serta sikap saling responsif terhadap masing-masing unit kerja tetap terjaga. Koordinasi menjadi sarana untuk mengintegrasikan serta menyelaraskan kegiatan pengelolaan agar dapat berjalan secara bersama dan simultan, sehingga tumpang tindih atau *overlapping* dalam sebuah kegiatan maupun wewenang dapat dihindarkan.

Hal ini sejalan dengan apa yang dijelaskan Tangkudung (1983: 107), koordinasi menghindarkan adanya kesimpangsiuran, konflik antara bagian-bagian atau unit-unit, adanya pekerjaan yang sama pada unit yang berbeda, ataupun timbulnya kekosongan kerja dan pencegahan kegiatan-kegiatan yang tak perlu guna mencapai tujuan yang dicita-citakan.

Dalam kegiatan pemerintahan, koordinasi dapat dituangkan ke dalam kebijakan yang ditujukan untuk publik. Dikutip Leo Agustino (2008: 7), Carl J. Federick mendefinisikan kebijakan sebagai

serangkaian tindakan/kegiatan yang diusulkan seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dimana terdapat hambatan-hambatan (kesulitan-kesulitan) dan kesempatan-kesempatan terhadap pelaksanaan usulan kebijaksanaan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Seperti disampaikan Solichin Abdul Wahab (2008), bahwa istilah kebijakan masih menjadi silang pendapat dan menjadi perdebatan oleh para ahli. Karenanya, Solichin Abdul Wahab memberikan pedoman kebijakan sebagai berikut:

1. Kebijakan harus dibedakan dari keputusan.
2. Kebijakan sebenarnya tidak serta merta dapat dibedakan dari administrasi.
3. Kebijakan mencakup perilaku dan harapan-harapan
4. Kebijakan mencakup ketiadaan tindakan ataupun adanya tindakan
5. Kebijakan biasanya mempunyai hasil akhir yang akan dicapai
6. Setiap kebijakan memiliki tujuan atau sasaran tertentu baik eksplisit maupun implisit
7. Kebijakan muncul dari suatu proses yang berlangsung sepanjang waktu
8. Kebijakan meliputi hubungan-hubungan yang bersifat antar-organisasi dan yang bersifat intra organisasi
9. Kebijakan publik meski tidak eksklusif menyangkut peran kunci lembaga-lembaga pemerintah
10. Kebijakan itu dirumuskan atau didefinisikan secara subyektif.

Terdapat dua elemen utama sebelum ditetapkan sebuah kebijakan. Dunn (2000) menyebutkan, perumusan dan implementasi menjadi satu bagian yang tidak dapat dipisahkan. Kebijakan tidak mempunyai arti apapun jika tidak dapat diimplementasikan. Oleh karena itu perlu dirumuskan secara tepat melalui proses penentuan kebijakan yang relevan dengan rencana implementasinya. Dunn menambahkan, kebijakan yang dikeluarkan pemerintah pusat maupun provinsi, menjadi isu utama dari sebuah peraturan.

Pembahasan

Satu bulan setelah WHO menetapkan Covid-19 sebagai pandemi global, Presiden RI, Joko Widodo, baru menetapkan penyakit akibat virus Corona sebagai bencana nasional. Penandatanganan Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) sebagai bencana nasional, dilakukan pada tanggal 13 April 2020. Sebelum ditetapkan menjadi bencana nasional, presiden telah mengeluarkan Keputusan Presiden Nomor 7 tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), dengan menunjuk Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana sebagai Ketua Pelaksana.

Belum lama dikeluarkan, Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 yang ditandatangani pada tanggal 13 Maret 2020 mengalami perubahan. Pada tanggal 20 Maret 2020, Presiden melakukan Perubahan Keputusan Presiden Nomor 7 tahun 2020, dengan mengeluarkan Keputusan Presiden Nomor 9 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Selain menjelaskan soal sumber dana pelaksanaan penanganan bencana Covid-19 di pusat dan daerah, pada Keppres No. 9 Tahun 2020 menyinergikan seluruh instansi dan lembaga pemerintah baik dipusat dan didaerah, Kementerian dan Nonkementerian.

Indonesia mengkonfirmasi kasus Covid-19 pertama pada tanggal 2 Maret 2020. Informasi ini disampaikan oleh Presiden Joko Widodo yang menyebutkan ada 2 orang perempuan positif terjangkit virus Corona yang tertular dari warga Jepang. Hingga minggu pertama bulan Juni, jumlah penderita yang terkonfirmasi positif Covid-19 sebanyak 31.186 kasus. Sebanyak 18.837 dirawat, 10.498 penderita Covid-19 dinyatakan sembuh dan 1.851 meninggal dunia. Namun angka kematian diperkirakan jauh lebih banyak, karena banyaknya kasus kematian dengan gejala Covid-19 yang belum dikonfirmasi ataupun dilakukan tes.

Pada tanggal 9 April, kasus Covid-19 mulai tersebar di 34 Provinsi. Dari 514 kabupaten dan kota di Indonesia, ada 422 kabupaten dan kota yang terkonfirmasi memiliki kasus Covid-19. Hingga minggu pertama bulan Juni, Provinsi DKI Jakarta masih menjadi daerah dengan kasus Covid-19 tertinggi, yakni mencapai 7.870 kasus. Berikutnya adalah Provinsi Jawa Timur dengan 5.835 kasus, Provinsi Jawa Barat dengan 2.376 Kasus.

Sebagai Ibu Kota Negara, Provinsi DKI Jakarta telah lebih dulu melakukan upaya preventif sebagai langkah awal penanggulangan penyakit Covid-19. Langkah ini ditunjukkan dengan dikeluarkannya surat edaran dari Dinas Kesehatan dengan nomor 18/SE/2020 tentang Kewaspadaan Terhadap Pneumonia Novel Coronavirus (nCoV). Melihat perkembangan kasus yang terus bertambah, Pemprov DKI Jakarta pun akhirnya mengajukan Surat Usulan agar di DKI Jakarta dilakukan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar.

Tarik ulur pemberlakuan PSBB pun mulai terjadi setelah Presiden Joko Widodo pada tanggal 1 April 2020 mengeluarkan peraturan pemerintah terkait pelaksanaan PSBB. Proposal pelaksanaan PSBB yang diajukan pemprov DKI Jakarta sempat dikembalikan oleh Menteri Kesehatan, dengan alasan agar pemerintah DKI Jakarta melengkapi proposal tersebut dengan sejumlah data, diantaranya peningkatan jumlah kasus, kejadian transmisi lokal serta kesiapan Pemprov DKI Jakarta dalam mencukupi kebutuhan dasar warganya.

Ditengah upaya pemerintah DKI Jakarta melengkapi persyaratan pengajuan PSBB, Menteri Kesehatan, Terawan, mengeluarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07.Menkes/239/2020 tentang PSSB di DKI Jakarta dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19. Dikutip dari Koran Tempo tanggal 8 April 2020, keputusan Menteri Kesehatan tersebut dikeluarkan, setelah mendapatkan desakan dari para peserta rapat yang diikuti Menteri Koordinator Pemberdayaan Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, Muhadjir Effendy, Menteri Kesehatan, Terawan, pakar kesehatan dan Badan Penanggulangan Bencana Nasional (BNPB).

Berdasarkan keputusan menteri tersebut, Gubernur DKI Jakarta kemudian melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar di Wilayah DKI Jakarta. PSSB yang diberlakukan mulai tanggal 10 April 2020 pukul 00.00 WIB tersebut, dituangkan dalam Peraturan Gubernur Nomor 33 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta, yang ditandatangani sehari sebelumnya.

Dengan dikeluarkannya pergub tersebut, pemerintah DKI membatasi sejumlah kegiatan di wilayahnya, baik kegiatan perekonomian, sosial, budaya, keagamaan dan pendidikan. Pembatasan kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memotong atau memangkas mata rantai Covid-19 dimana DKI Jakarta menjadi epicenter dari kasus Covid-19.

Pergub tentang PSBB di DKI Jakarta pun kemudian menjadi polemik, setelah Menteri Perhubungan mengeluarkan Peraturan Menteri Perhubungan No. 18 Tahun 2020. Karena dalam Permenhub tersebut, terdapat pasal yang memperbolehkan angkutan sepeda motor berbasis aplikasi mengangkut atau membawa penumpang. Permenhub tersebut berlawanan dengan Peraturan Kementerian Kesehatan (Permenkes) Nomor 9 Tahun 2020 tentang PSSB yang melarang ojek online untuk membawa penumpang.

Gubernur Anies Baswedan tidak sepakat dengan Permenhub No. 18 Tahun 2020 tersebut. Anies pun mengaku telah membicarakan hal tersebut dengan pihak operator, sebelum mengeluarkan Pergub tentang PSBB. Ketua Pelaksana Percepatan Penanganan Covid-19, Doni Monardo juga mengakui bahwa munculnya permenhub tersebut memang menjadi polemik. Meski demikian, pihak kementerian perhubungan mengakui bahwa permenhub tersebut sifatnya umum, bukan khusus DKI Jakarta saja.

Bukan sekali saja Kementerian Perhubungan mengeluarkan peraturan yang bertolak belakang terkait penanganan Covid-19. Setelah terkait pembatasan Ojol, Kementerian Perhubungan juga menolak menolak menghentikan operasional KRL. Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 di lima wilayah Jabodetabek kompak meminta KRL Commuter line menyetop operasi pada tanggal 15 - 28 April 2020. Kementerian Perhubungan hanya membatasi operasional KRL Commuter Line melalui Perdirjen No. Hk.205/A.107/DJKA/20, tentang Pedoman Pembatasan Jumlah Penumpang Di Sarana Perkeretaapian Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Saling sengkabut pendapat antar pejabat pemerintah juga terjadi pada saat penentuan kebijakan larangan mudik. Diawali dari perbedaan pandangan soal mudik dan pulang kampung antara pejabat pemerintah hingga berubah-ubahnya aturan terkait pelaksanaan larangan mudik. Pada tanggal 23 April 2020, Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) Nomor 25 Tahun 2020 tentang Pengendalian Transportasi Selama Musim Mudik Idul Fitri 1441 H dalam rangka Pencegahan Penyebaran Covid-19 dikeluarkan Menteri Perhubungan. Namun Permenhub ini tak berumur panjang, karena mendapatkan revisi pada tanggal 7 Mei 2020 yang melonggarkan aturan larangan mudik.

Tumpang tindih kebijakan yang dikeluarkan pemerintah pusat maupun daerah, diperlihatkan secara gamblang di media massa. Adanya inkonsistensi pemerintah dalam membuat kebijakan seolah memperlihatkan buruknya manajemen komunikasi pemerintah dalam percepatan penanganan Covid-19. Selain membuat masyarakat bingung, kebijakan tersebut juga dapat menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat kepada pemerintah. Yang paling dikorbankan dalam tumpang tindih kebijakan ini adalah masyarakat yang seharusnya mendapatkan kepastian penanganan wabah. Mereka membutuhkan kebijakan yang tepat, terukur dan dapat dipertanggung jawabkan sehingga mampu memberikan jaminan keamanan dan kepastian kesehatan. Pemerintah sebagai pemegang kebijakan dengan seluruh perangkatnya dari tingkat pusat sampai daerah seharusnya menjadi pemberi komando terdepan dalam perlawanan terhadap wabah Covid-19 ini. Masih segar dalam ingatan publik bagaimana perseteruan antara dua kepala daerah yaitu Bupati Lumajang Thoriqul Haq yang sempat bersilang pendapat dengan Bupati Bolaang Mongondow Timur Sehan Salim Landjar terkait dengan kebijakan Kementerian dalam koordinasi dengan daerah.

Jika mengacu pada tujuan dari kebijakan yakni pemuasan kepentingan publik, seharusnya para pemangku kebijakan menihilkan kepentingan-kepentingan pragmatis lainnya. Tidak sedikit publik mengkaitkan tumpang tindih kebijakan ini karena adanya rivalitas politik baik sebagai efek pilpres 2019 maupun sebagai persiapan kontestasi pilpres 2020. Perseteruan antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah DKI Jakarta disinyalir merupakan kontestasi dini ajang pilpres 2024 yang diyakini sosok Anis Baswedan akan menjadi salah satu kandidat yang bertarung dalam event politik tersebut. sehingga langkah-langkah dan kebijakan Pemerintah daerah DKI sering bertumbuk dengan Pemerintah pusat. Meskipun hal ini belum dapat dikatakan sebagai sebuah fakta tetapi rumor-rumor dalam politik dapat dikalkulasi dan biasanya merupakan embrio dari fakta yang belum menemukan waktunya. Jakarta yang menjadi episentrum utama wabah Covid-19 di Indonesia seharusnya mendapatkan penanganan yang cepat dan tepat tanpa harus ada drama tumpang tindih kebijakan. Tidak perlu mencari siapa yang salah dan siapa yang benar dalam hal ini, tetapi jika nurani para elite politik masih bekerja dengan baik maka mereka akan meniadakan ego sektoral dan berganti dengan

mengabdikan pada keselamatan masyarakat dan pengendalian wabah agar tidak menimbulkan episentrum-episentrum yang lainnya. Sekali lagi, keselamatan rakyat yang dipertaruhkan dalam pertarungan perebutan kekuasaan. Cukuplah adagium para nenek moyang menjadi pengingat, “gajah bertarung dengan gajah, pelanduk mati di tengah-tengah”.

Simpulan

Tumpang tindih kebijakan penanganan wabah Covid-19 yang dipertontonkan oleh pemerintah menunjukkan tingkat konsolidasi antara pemerintah pusat sebagai pemegang komando strategi dengan jajarannya di tingkat kementerian maupun daerah tidak berjalan dengan rapih. Ada persoalan komunikasi yang harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum mengeluarkan sebuah kebijakan. Masyarakat sebagai objek yang diatur oleh kebijakan tersebut akan kesulitan dalam memahami sehingga strategi penanganan wabah menjadi tidak efektif.

Daftar Pustaka

- Abdul Wahab, S. 2008. Analisis Kebijakan Dari Formulasi ke Implementasi kebijakan Negara. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Dunn, William N. 2000. Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Hanindita Graha Widya.
- Handoko, T. Hani. 2003. Manajemen Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit BPFE Yogyakarta.
- Stoner, James A.F. 1986. Manajemen. Jakarta: Erlangga
- Tangkudung R. S., 1996. Dasar-Dasar Kepemimpinan, Manado: Penerbit Unsrat
- Taufiqurakhman. 2014. Kebijakan Publik: Pendelegasian Tanggung Jawab Negara Kepada Presiden Selaku Penyelenggara Pemerintahan. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Moestopo Beragama (Pers).

Jurnal

- Eneas Mulugol, Arpi R. Rondonuwu, Ventje Kasenda. (2017). Implementasi Fungsi Koordinasi Pemerintahan Pada Kantor Distrik Alama Kabupaten Mimika. Jurnal Eksekutif, Volume 1 Nomor 1.
- Noviana Wahyu Prabandary. (2017). Koordinasi Antar Institusi Dalam Pengelolaan Benda Cagar Budaya Candi Borobudur. Jurnal Adinegara, Volume 6 Nomor 6. 570-581
- Sholih Muadi, Ismail MH, Ahmad Sofwani. 2016. Konsep Dan Kajian Teori Perumusan Kebijakan Publik. Jurnal Review Politik, Volume 06 Nomor 02. 195-224

Sumber Lain

- Berita Satu. (2020, 24 April). Ini Penjelasan Istana Soal Perbedaan Mudik dengan Pulang Kampung. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://www.beritasatu.com/politik/624833-ini-penjelasan-istana-soal-perbedaan-mudik-dengan-pulang-kampung>
- CNBC Indonesia. (2020, 10 April). PSBB Jakarta Mulai Berlaku, Ini yang Boleh & tak Boleh di DKI. Diakses pada 8 Juni 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200410064937-4-151040/psbb-jakarta-mulai-berlaku-ini-yang-boleh-tak-boleh-di-dki>

- CNBC Indonesia. (2020, 14 April). Polemik Ojol Bawa Penumpang: Luhut izinkan, Anies Larang. Diakses pada 8 Juni 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200414063212-37-151661/polemik-ojol-bawa-penumpang-luhut-izinkan-anies-larang>
- CNBC Indonesia. (2020, 17 April). Resmi! Kemenhub Tolak Hentikan Operasional KRL Jabodetabek. Diakses pada 8 Juni 2020, dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200417192707-4-152805/resmi-kemenhub-tolak-hentikan-operasional-krl-jabodetabek>
- Detik.com. (2020, 26 April). Kapan Sebenarnya Corona Pertama Kali Masuk RI?. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri>
- Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19. (2020, 7 Juni). Peta Sebaran Kasus Per Provinsi. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://covid19.go.id/peta-sebaran>
- Jakarta Tanggap Covid-19. (2020, 26 Mei). Linimasa Kebijakan Pemprov DKI Jakarta Terkait Penanganan COVID-19. Diakses pada 8 Juni 2020, dari <https://corona.jakarta.go.id/id/kebijakan>
- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Sekretariat Negara. (2020, 13 Maret). Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020 Tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus/Disease 2019 (Covid-19). Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://jdih.setneg.go.id/viewpdfperaturan/P18833/Salinan%20Keppres%20Nomor%207%20Tahun%202020>
- Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Kementerian Sekretariat Negara. (2020, 20 Maret). Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 Tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://jdih.setneg.go.id/viewpdfperaturan/P18836/Keppres%20Nomor%209%20Tahun%202020>
- Jaringan Dokumentasi Dan Informasi Hukum Kementerian Sekretariat Negara. (2020, 9 April). Keputusan Gubernur Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta Nomor 380 Tahun 2020 Tentang Pemberlakuan Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Di Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta
- Kedaulatan Rakyat. (2020, Mei 16). Aturan Mudik Berubah-ubah, Daerah Kebingungan. Diakses pada 8 Juni 2020, dari <https://www.krjogja.com/berita-lokal/diy/yogyakarta/aturan-mudik-berubah-ubah-daerah-kebingungan>

- Kompas.com. (2020, 13 April). Presiden Jokowi Teken Keppres Tetapkan Wabah Covid-19 Bencana Nasional. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://nasional.kompas.com/read/2020/04/13/18101841/presiden-jokowi-teken-keppres-tetapkan-wabah-covid-19-bencana-nasional>.
- Kompas TV. (2020, 12 Maret). WHO Tetapkan Wabah Virus Corona Sebagai Pandemi Global. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://www.kompas.tv/article/70893/who-tetapkan-wabah-virus-corona-sebagai-pandemi-global>
- Koran Tempo. (2020, 8 April). Tarik Ulur Sebelum Pembatasan Berskala Besar. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://koran.tempo.co/read/berita-utama/451656/tarik-ulur-sebelum-pembatasan-berskala-besar>
- Medcom.id. (2020, 14 Maret). Persamaan SARS, MERS, dan Covid-19. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://www.medcom.id/rona/kesehatan/GKdO3lWk-persamaan-sars-mers-dan-covid-19>
- Medcom.id. (2020, 11 Mei). Pemerintah Diminta Konsisten Terapkan Larangan Mudik Lebaran. Diakses pada 8 Juni 2020, dari <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/8N00xEYN-pemerintah-diminta-konsisten-terapkan-larangan-mudik-lebaran>
- Pikiran Rakyat. (2020, 14 April). Laboratorium Wuhan Teliti Kelelawar Dari Gua Yang Diduga Tempat Asal Covid-19. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-01364649/laboratorium-wuhan-teliti-kelelawar-dari-gua-yang-diduga-tempat-asal-covid-19>
- Suara.com. (2020, 12 April). Dari China Begini Cara Penyebaran Virus Corona ke Seluruh Dunia. Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://www.suara.com/health/2020/04/04/183648/dari-china-begini-cara-penyebaran-virus-corona-ke-seluruh-dunia>
- World Health Organization. (2004, 21 April). Summary of probable SARS cases with onset of illness from 1 November 2002 to 31 July 2003. Diakses pada 7 Juni 2020, dari https://www.who.int/csr/sars/country/table2004_04_21/en/
- World Health Organization. (2005, Juli). Influenza: are we ready?. Diakses 7 Juni 2020, dari <https://www.who.int/influenza/spotlight>
- World Health Organization. (2019, November). Middle East respiratory syndrome coronavirus (MERS-CoV). Diakses pada 7 Juni 2020, dari <https://www.who.int/emergencies/mers-cov/en/>

E-PUB SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMBELAJARAN DI PROGRAM STUDI PENERBITAN ERA *NEW NORMAL*

Bayu Dwi Nurwicaksono, Diah Amelia

PENDAHULUAN

Selama pandemi Covid-19, semua aktivitas pembelajaran dilakukan secara daring atau tatap muka maya, kehadiran perangkat komunikasi digital menjadi keniscayaan. Satu semester perkuliahan telah berjalan dengan adaptasi kebiasaan baru tersebut. Tahun akademik baru, yakni perkuliahan pada semester gasal tahun 2020/2021 juga akan dijalankan dengan sistem belajar dari rumah. Oleh karena itu, e-pub (penerbitan elektronik) varian baru yakni buku digital interaktif yang dapat diakses dari manapun dan kapanpun menjadi solusi alternatif media komunikasi pembelajaran di pendidikan tinggi.

Pemanfaatan buku digital untuk kepentingan pendidikan ini selaras dengan Global Agenda Council on the Future of Software and Society pada World Economic Forum 2015 yang menyebutkan bahwa 10% pembaca terhubung dengan internet, 80% orang melakukan aktivitas melalui internet, 90% orang menggunakan telepon pintar, dan 90% orang secara rutin mengakses internet (Schwab, 2017). Data itu relevan dengan yang dipaparkan Arifianto (2018: 31) yang menyebutkan bahwa kebiasaan membaca buku berubah dari bacaan cetak menjadi *e-book* dan *online*. Hal itu seperti yang terlihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1.1 Teknologi Baru dalam Tingkat Komunikasi Tradisional

No	Tingkat	Bentuk Tradisional	Penerapan Teknologi
1	Antarpersona	Tatap muka, surat, telepon	Telepon, hubungan kelompok pribadi, surat elektronik, voicegram
2	Kelompok	Tatap muka	Konferensi telepon, telekomunikasi komputer
3	Organisasional	Tatap muka, memo, intercom, telepon, pertemuan	Konferensi telepon, surat elektronik, manajemen dengan bantuan computer, sistem informasi, facsimile

4	Publik	Surat kabar, majalah, buku, televisi, radio, film	Videotape, video disk, TV kabel, TV satelit langsung, videoteks, teleteks, sistem informasi digital
---	--------	---	---

Sumber: Diadaptasi dari Frederick Williams, *The New Communication* edisi ke-2, hlm 133.

Berdasarkan tabel tersebut, komunikasi pembelajaran dengan menggunakan epub ini masuk pada tingkat organisasional yang pada zaman normal menggunakan tatap muka, memo, telepon, dan pertemuan kini pada zaman new normal menggunakan manajemen dengan bantuan komputer ataupun ponsel dan surat elektronik.

Inovasi revolusi digital di bidang teknologi epub dimulai oleh Tim Berners Lee dengan ditemukannya world wide web. Kemudian dikembangkan oleh Robert Cailliau dengan temuannya yakni web browser. Lalu Michael Hart mengembangkannya dengan pertama mengirimkan teks secara elektronik melalui jaringan. Berikut ini tonggak sejarah penerbitan digital selengkapnya.

Tabel 2.1 Digital Publishing Milestone

1971	First e-text sent across networks by Michael Hart
1971	Email invented by Ray Tomlinson
1976	Prototype word processor invented by Michael Shrayar
1976	Steve Wozniak and Steve Jobs invent the Apple computer
1978	Wordstar, the first successful commercial word processor invented by Seymour Rubenstein, Rob Barbany, Jim Fox
1981	IBM introduce the IBM personal computer
1985	Stewart Brand creates the WELL
1991	Tim Berners-Lee invents world wide web
1992	One million computers hooked up to the internet

Sumber: Richard Curtis, *How to Get Your Published E-Book*, hlm 16

Dengan adanya infrastruktur penerbitan digital itu, kemudian e-book berkembang menjadi tiga tipe, yakni *handheld readers*, *software ebook readers*, *print on demand books*. Handheld readers adalah buku yang dapat digenggam secara fisik. Software ebook readers adalah buku yang dapat dibaca melalui layar monitor dengan perangkat lunak. Print on demands books adalah buku yang dicetak sesuai permintaan pengguna (Curtis, 2002: 21).

Epub yang dimaksud pada judul makalah ini ialah yang tipe kedua yakni *software ebook readers*. Ada tiga format perangkat lunak yang

digunakan pada e-pub, yakni Microsoft Readers, Adobe eBook Reader, Any Web browser (HTML). Dalam hal ini yang digunakan ialah format yang ketiga, yakni HTML dengan aplikasi Sigil. Sigil ialah sebuah aplikasi editor eBook Open Source yang mudah digunakan, seperti halnya program Microsoft Office. Sigil dapat menerima berkas dalam format TXT, HTML, dan Epub. Sigil juga dapat mengirim berkas seperti Epub dan SGF (format asli Sigil).

Ebook dengan menggunakan Sigil dapat menjadi alternatif pembelajaran yang komunikatif dan interaktif. Hal itu didasarkan pada keunggulan Epub yakni dapat memuat materi ajar yang bersifat audio, visual, ataupun audiovisual disamping konten tekstual. Oleh karena itu, Epub sangat cocok untuk media komunikasi pembelajaran materi kalimat. Pemilihan materi ajar kalimat dilatarbelakangi pentingnya materi ini untuk membekali mahasiswa Program Studi Penerbitan dalam berkreasi membuat tulisan secara fungsional. Artinya mahasiswa Program Studi Penerbitan di Politeknik Negeri Media Kreatif tidak hanya belajar kalimat efektif untuk kepentingan menulis akademik seperti laporan Praktik Industri, laporan karya Tugas Akhir, tetapi juga belajar beragam jenis kalimat sesuai tujuan penulisannya. Hal ini penting diberikan agar mahasiswa siap memasuki dunia kerja ataupun dunia usaha dengan bekal keterampilan menulis.

Hal itu selaras dengan laporan World Economic Forum (2016) yang menyatakan bahwa ada 16 keterampilan yang harus dimiliki oleh peserta didik pada abad XXI. Secara garis besar, 16 keterampilan itu dipetakan menjadi tiga klaster yakni literasi dasar, keterampilan berpikir tingkat tinggi, dan karakter. Literasi dasar meliputi baca tulis, berhitung, sains, teknologi informasi komunikasi, keuangan, kebudayaan dan kewarganegaraan. Keterampilan tingkat tinggi meliputi berpikir kritis, berpikir kreatif, berkomunikasi, dan berkolaborasi. Karakter meliputi keingintahuan, inisiatif, kegigihan, adaptasi, kepemimpinan, dan keterampilan sosial budaya.

PEMBAHASAN

Komunikasi verbal yaitu suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan melalui penggunaan bahasa, seperti menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Komunikasi verbal juga sangat dibutuhkan pada saat pembelajaran khususnya keterampilan baca tulis mahasiswa.

Komunikasi verbal melalui tulisan dilakukan dengan secara tidak langsung antara komunikator dengan komunikan. Proses penyampaian informasi dilakukan dengan menggunakan media kertas, lukisan, gambar, grafik dan lain-lain. Secara teknis, materi kalimat diperlukan untuk mendukung keterampilan baca tulis mahasiswa. Lalu untuk mengasah keterampilan teknologi informasi komunikasi, mahasiswa dikenalkan dengan buku digital interaktif ini.

Keterampilan berpikir kritis dan kreatif mahasiswa dapat diasah dari pemahaman mahasiswa dalam membuat kalimat dengan pendekatan tata bahasa fungsional. Karakter mahasiswa dibentuk melalui materi ajar yang menimbulkan rasa ingin tahu, menjadikan mahasiswa berinisiatif, membiasakan gigih dalam belajar, mampu beradaptasi dengan berbagai kondisi, misalnya menugasi mahasiswa untuk menulis berbagai jenis kalimat sesuai situasi dan kondisi yang dimunculkan dalam soal latihan. Kepemimpinan dan keterampilan sosial budaya juga diasah melalui pembelajaran berbasis proyek pada materi ajar ini.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Karim (2014) yang berjudul “Tata Bahasa Fungsional: Landasan Pembelajaran Bahasa Indonesia yang Komunikatif” mengkritisi kurang sesuainya materi ajar dengan teori yang melandasi. Dalam penelitian itu disebutkan bahwa keterampilan berbahasa secara komunikatif tidak hanya diciptakan dari keterampilan verbal tetapi juga nonverbal, tidak hanya faktor segmental kebahasaan tetapi juga suprasegmental. Selanjutnya, dalam penelitian yang berjudul “Pembelajaran Teks Sastra dengan Pendekatan Linguistik Fungsional Sistemik” (Hendrastuti: 2018) menyatakan bahwa teks sastra dibentuk oleh penggunaan bahasa yang di dalamnya ada konteks situasi dan budaya. Di situlah pentingnya teks sastra sebagai sarana komunikasi antara penulis dan pembaca dalam menyampaikan amanat cerita, yang pada muaranya diharapkan dapat membentuk karakter bangsa.

Lebih lanjut dalam penelitiannya yang berjudul “Akses Gambar dalam Linguistik Sistemik Fungsional: Memanfaatkan Foto Galeri sebagai Media Pembelajaran Otentik” (Afriliani: 2017), menyimpulkan bahwa gambar dan bahasa bekerja bersama-sama dalam membangun teks. Teks berita harus bersifat objektif karena itu bentuk kalimatnya tegas dan menggambarkan kejadian secara apa adanya. Sepanjang penelusuran kajian pustaka yang terkait dengan tata bahasa fungsional, peneliti belum menemukan riset tentang pemanfaatan buku digital

dengan menggunakan aplikasi yang memuat materi ajar kalimat. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk mengembangkan media pembelajaran mata kuliah tata bahasa dengan menggunakan buku digital berbasis aplikasi, khususnya pada materi ajar kalimat dengan pendekatan tata bahasa fungsional.

Buku Digital

Dalam penelitian ini yang dimaksud buku digital ialah buku dengan format aplikasi sehingga bisa dibuka melalui komputer, ponsel, ataupun Ipad. Dengan asumsi menggunakan pendekatan tata bahasa fungsional, materi ajar kalimat akan terasa kontekstual untuk dipelajari. Lingkup penelitian ini, khususnya uji coba produk dibatasi hanya kepada mahasiswa Program Studi Penerbitan yang belajar pada mata kuliah Tata Bahasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method*, yakni kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Yaitu analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Penelitian diadakan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada Program Studi Penerbitan. Subjek penelitiannya ialah mahasiswa pada semester gasal tahun akademik 2020/2021. Variabel yang diamati adalah proses mengembangkan buku digital dan variabel yang diukur adalah efektivitas penggunaannya dalam menunjang pembelajaran daring.

Buku digital memiliki banyak format, mulai dari yang statis hingga dinamis. Yang statis berupa format file pdf. Yang dinamis berupa format file opf flipbook atau *open electronic book package* yang dapat menampilkan buku dalam format 3D sehingga ketika dibuka-buka terlihat tampak seperti lembar per lembar buku (*flipping*). Hal itu seperti yang diungkapkan Riyanto (2012). Sementara itu, Ramdania (2007) menyatakan bahwa penggunaan media flip book dalam pembelajaran dapat meningkatkan hasil belajar siswa. Hal itu disebabkan tampilannya yang lebih menarik daripada buku cetak. Gorghiu (2011) menyatakan bahwa hal ini menjadi peluang besar pemanfaatan buku digital dalam lingkungan pendidikan, terutama dalam konteks pendidikan jarak jauh (*distance learning*). Menurut Shidieqy dan Lestari (2010), hal-hal yang diperlu diperhatikan dalam pengembangan buku digital sebagai sumber belajar ialah pembelajar, fasilitas dan media belajar, fasilitator, dan alat evaluasi.

Menyambung empat hal yang perlu diperhatikan tersebut, buku digital yang akan dikembangkan ialah *e-book* yang dapat memuat teks,

gambar, audio, animasi, dan video. Hal itu dilakukan untuk mewujudkan faktor interaktivitas. Dengan demikian, buku digital ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran yang efektif. Untuk mengukur efektivitas dan kelayakan buku digital ini nantinya dikembangkan instrumen penilaian aspek rekayasa perangkat lunak dalam media pembelajaran yang akan diujikan kepada validator media dan validator materi serta tanggapan dosen dan mahasiswa terhadap buku digital ini.

Berikut ini kriteria penilaiannya yang dibagi menjadi dua, yakni:

1. Penilaian rekayasa perangkat lunak dan desain pembelajaran. Penilaian buku digital ini menggunakan instrumen penilaian berupa angket penilaian media dan angket penilaian materi yang dilengkapi dengan rubrik penilaian sebagai berikut:
 - a. Aspek rekayasa perangkat lunak, meliputi:
 - 1) Efektivitas, yaitu kesesuaian pengembangan dan penggunaan media pembelajaran.
 - 2) Reliabilitas, yaitu kehandalan program sehingga dapat berjalan dengan baik.
 - 3) Maintainabilitas, yaitu kemudahan media pembelajaran untuk dipelihara/dikelola.
 - 4) Usabilitas, yaitu kemudahan penggunaan dan sederhana pengoperasiannya.
 - 5) Efisiensi, yaitu ketepatan pemilihan jenis aplikasi/*software/tool* untuk pengembangan.
 - 6) Kompatibilitas, yaitu media pembelajaran dapat diinstalasi/dijalankan di berbagai *hardware/software* yang ada.
 - 7) Aplikasi, yaitu pemaketan program media pembelajaran terpadu dan mudah dalam eksekusi.
 - 8) Dokumentasi, yaitu media pembelajaran dilengkapi dengan petunjuk instalasi (jelas, singkat, lengkap), *trouble shooting* (jelas, terstruktur, antisipatif), desain program (jelas menggambarkan alur kerja program).
 - 9) Reusabilitas, yaitu sebagian atau seluruh program media pembelajaran dapat dimanfaatkan kembali untuk mengembangkan media pembelajaran lain.

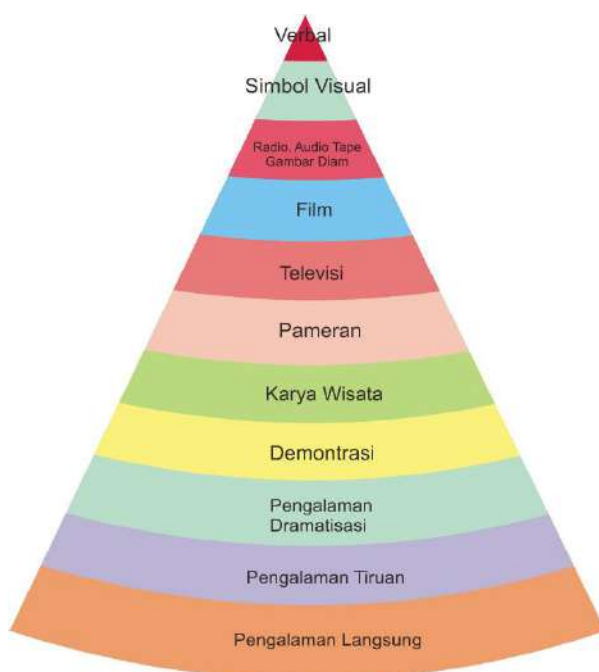
- b. Aspek desain pembelajaran, meliputi:
- 1) Kejelasan tujuan pembelajaran
 - 2) Relevansi tujuan pembelajaran dengan capaian pembelajaran/kurikulum.
 - 3) Cakupan dan kedalaman tujuan pembelajaran.
 - 4) Ketepatan penggunaan strategi pembelajaran.
 - 5) Interaktivitas menunjukkan pembelajaran yang berlangsung dua arah antara media dan pengguna.
 - 6) Pemberian motivasi belajar.
 - 7) Kontekstualitas dan aktualitas
 - 8) Kelengkapan dan kualitas bahan bantuan belajar.
 - 9) Kesesuaian materi dengan tujuan pembelajaran.
 - 10) Kedalaman materi.
 - 11) Kemudahan untuk dipahami.
 - 12) Sistematis, runut, alur logika jelas.
 - 13) Kejelasan uraian, pembahasan, contoh, simulasi, latihan.
 - 14) Konsistensi evaluasi dengan tujuan pembelajaran.
 - 15) Ketepatan dan ketetapan alat evaluasi.
 - 16) Pemberian umpan balik terhadap hasil evaluasi.
- c. Aspek komunikasi visual, meliputi:
- 1) Komunikatif, sesuai dengan pesan dan dapat diterima/ sejalan dengan keinginan sasaran.
 - 2) Kreatif dalam ide berikut penuangan gagasan.
 - 3) Sederhana dan memikat.
 - 4) Audio (narasi, *sound effect*, *background* musik).
 - 5) Visual (*layout design*, *typography*, warna).
 - 6) Media bergerak (animasi, movie).
 - 7) *Layout* interaktif (ikon navigasi)

Penggunaan angket tanggapan dibagi menjadi dua, yakni untuk dosen dan mahasiswa. Angket berisi tanggapan terhadap penggunaan buku digital pada materi kalimat. Uji coba skala Angket kecil menggunakan skala Guttman, yaitu jawaban positif diberi skor 1 sedangkan jawaban

negative diberi skor 0. Hal itu seperti yang dipaparkan Sugiyono (2009). Sementara itu, uji coba skala besar menggunakan skala Likert dengan menyediakan pilihan jawaban sangat setuju (SS) =4, setuju (S)=3, kurang setuju (KS)=2, dan tidak setuju (TS)=1.

Landasan Pedagogis

Pemilihan buku digital dengan format epub ini dilandasi atas kelebihan format e-book ini yang dapat memuat konten multimedia seperti video. Hal ini sejalan dengan teori yang pernah dipaparkan Dale (1964) dalam formulanya yang dikenal dengan Kerucut Pengalaman.



Gambar 1.1
Diagram Pengalaman Dale

Dale membuat diagram yang mengasosiasikan bentuk kerucut dengan filosofi pengalaman. Pertama, pengalaman yang diterima secara verbal (kata-kata dalam bentuk suara) hanya diingat dalam jangka waktu singkat. Artinya ketika kita mendengar ceramah, maka hanya intinya saja yang kita ingat. Kita tidak dapat mengingat kata per kata yang diucapkan oleh pembicara secara lengkap. Kedua, pengalaman yang diterima secara visual (kata-kata dalam bentuk tulisan) akan dibaca, diingat, dan

dilihat kembali jika lupa. Artinya pengalaman secara tertulis lebih abadi sifatnya daripada ingatan secara lisan.

Ketiga, pengalaman yang didapat dari mendengarkan radio ataupun gambar diam hanya dapat didengar ataupun dilihat dalam satu dimensi waktu itu. Radio hanya didengar pada saat siaran berlangsung dan hanya dengan media suara. Artinya pendengar perlu mengimajinasikan kata-kata dari penyiar. Gambar diam pun demikian, hanya dapat dilihat secara statis. Keempat, menonton film dan televisi menyuguhkan pengalaman yang lebih kompleks karena penonton disajikan rangkaian cerita secara audiovisual. Artinya suara dan gambar dapat dinikmati secara bersama sehingga menghadirkan konteks yang bisa ditangkap oleh penontonnya.

Kelima, pameran dan karyawisata memberikan pengalaman yang hampir sama dengan menonton film dan televisi. Namun, pameran dan karyawisata memberikan pengalaman yang lebih bermakna karena seseorang mengalami langsung kegiatan tersebut, meskipun hanya sebagai peserta pasif. Artinya, dalam kegiatan tersebut peserta bukanlah pelaku aktif kegiatan memamerkan.

Keenam, demonstrasi, dramatisasi, pengalaman tiruan merupakan jawaban atas kekurangan pengalaman dalam mengikuti pameran dan karyawisata. Dalam pengalaman ini, seseorang diajak untuk menjadi peserta aktif yang menampilkan atau menjalankan peran tertentu dalam konteks buatan. Artinya, seseorang akan mendapatkan pengalaman dengan menjadi peran tertentu, meskipun hanya dalam waktu tertentu pula. Ketujuh, pengalaman langsung yang dimaksud di sini adalah terjun secara langsung dalam kondisi riil yang bukan dibuat-buat. Artinya, seseorang akan mendapat pengalaman secara utuh atas kejadian atau peristiwa yang dialaminya.

Untuk memperkaya materi ajar dalam bentuk audiovisual, Gunawan (2017) menyatakan bahwa terdapat platform video online yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna secara legal tanpa melanggar hak cipta, yakni melalui Stockshot.ID. Platform ini merupakan portal marketplace konten footage video pendek dan berseri yang pertama di Indonesia.

Dalam proses pembelajaran, materi kalimat menjadi fokus utama pembelajaran selama satu semester di Program Studi Penerbitan. Tepatnya pada semester 3 pada jenjang Diploma III. Materi ini dianggap sepele oleh mahasiswa karena mereka menganggap telah dapat menulis kalimat sederhana. Padahal, dalam perkembangannya mereka harus

dapat menulis kalimat kompleks dan mampu menerapkan berbagai genre tulisan dalam bentuk kalimat yang sesuai dengan laras pemakaiannya.

Sebagai contoh, dalam tulisan populer yang biasa dipakai pada artikel opini ataupun berita di koran, esai, cerita pendek, dan novel Kuntarto (2013: 317) menyatakan bahwa terdapat seni dalam mencitarasakan kalimat. Setidaknya, ada lima kategori kalimat agar tulisannya menjadi enak dibaca dan terasa mengalir, yakni (1) kalimat berkompilasi, (2) kalimat bervariasi, (3) kalimat berurutan simpang, (4) kalimat berepetisi, (5) kalimat berkonstruksi idiomatik. Lima jenis kalimat ini merupakan pemodelan tata bahasa pada tataran kalimat yang gaya pemaparannya disesuaikan dengan media, pembaca sasaran, dan tujuan penulisannya.

Adapun secara struktur bahasa Indonesia, jenis-jenis kalimat menurut Syamsuddin (2007) dapat dilihat dari berbagai segi di antaranya ialah (a) isi atau amanat, (b) kelas kata predikatnya, (c) bentuk verba predikatnya, (d) susunan S dan P-nya, (e) kelengkapan fungsinya, (f) jumlah klausa pembentuknya, (g) hubungan antarklausanya. Yang pertama, dari segi isi atau amanatnya, kalimat dibagi menjadi (1) kalimat berita atau deklaratif, (2) kalimat tanya atau interogatif, (3) kalimat perintah atau imperatif, (4) kalimat seru atau eksklamasi.

Yang kedua, dari segi kelas kata predikatnya, kalimat dibagi menjadi (1) kalimat verbal, (2) kalimat nominal, (3) kalimat adjektival, (4) kalimat adverbial, (5) kalimat pronominal, (6) kalimat numeral, (7) kalimat frasa preposisional. Yang ketiga, dari segi bentuk verbanya, kalimat dibagi menjadi (1) kalimat aktif, (2) kalimat pasif. Sementara itu, yang keempat, dari segi susunan S dan P-nya, kalimat dibagi menjadi (1) kalimat biasa, (2) kalimat inversi.

Yang kelima, dari segi kelengkapan fungsinya, kalimat dibagi menjadi (1) kalimat minim, (2) kalimat mayor, (3) kalimat panjang. Selanjutnya, yang keenam dilihat dari segi jumlah klausanya, kalimat dibagi menjadi (1) kalimat tunggal, (2) kalimat majemuk. Sementara, yang ketujuh dilihat dari hubungan antarklausanya, kalimat dibagi menjadi (1) kalimat lesapan, (2) kalimat ingkar.

Dalam sudut pandang fungsional, Ridwan (2014) menjelaskan bahwa sintaksis satuan kalimat dapat dipahami dari perspektif fungsi. Ia membagi jenis kalimat berdasarkan empat fungsi, yakni (a) semantik, (b) sintaksis, (c) pragmatik, (d) eksternal kalimat. Jenis kalimat berdasarkan

fungsi semantik, ia bagi menjadi dua, yaitu (1) peran semantik khusus, (2) peran semantik makro. Jenis kalimat berdasarkan fungsi sintaksis, ia bagi menjadi tiga, yaitu (1) kalimat tunggal dan kalimat majemuk, (2) kalimat lengkap dan kalimat tidak lengkap, (3) kalimat inversi dan kalimat permutasi. Jenis kalimat berdasarkan fungsi pragmatik ia bagi menjadi tiga, yaitu (1) kalimat berfokus sebagian, (2) kalimat berfokus penuh, (3) kalimat berfokus kontras. Jenis kalimat berdasarkan fungsi eksternal kalimat ia bagi menjadi tujuh, yaitu (1) kalimat perintah, (2) kalimat pengingkaran, (3) kalimat berita, (4) kalimat interaksional, (5) kalimat interjeksi, (6) kalimat tanya, (7) kalimat imajinatif.

Pustaka rujukan yang terakhir dari Kurniawan (2013) yang menyatakan bahwa fitur fungsional yang penting dari kalimat tanya bertingkat adalah fitur fokus bertingkat, yang tidak ada dalam bahasa Indonesia. Tidak seperti bahasa Inggris, tidak ada struktur yang sama untuk kalimat tanya bertingkat dalam bahasa Indonesia karena pertanyaan dari “wh” dalam bahasa ini adalah instansiasi dari konstruksi fokus yang unik.

PENUTUP

Berdasarkan tiga tinjauan pustaka tersebut, materi kalimat disajikan dengan menggunakan pendekatan tata bahasa fungsional. Artinya, penggunaan materi teoretis jenis-jenis kalimat itu dipaparkan secara praktis dalam bentuk contoh-contoh penggunaannya dalam berbagai media atau platform penulisan, tujuan penulisan, dan pembaca sasaran buku ini. Pembaca sasaran buku ini adalah mahasiswa Program Studi Penerbitan, maka materi kalimat yang diberikan lengkap, baik dari sisi teoretis maupun praktis. Hal itu dikarenakan mahasiswa Program Studi Penerbitan harus memiliki kemampuan yang kuat dalam bidang penulisan dan penyuntingan bahasa untuk berbagai keperluan.

Daftar Pustaka

- Arifianto, S. (2018). *Praktik Budaya Media Digital dan Pengaruhnya*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Curtis, Richard. (2002). *How to Get Your E-book Published*. Ohio: Writers Digest Book.
- Dick, W., Carey, L., dan Carey, J.O. (2015). *The Systemic Design of Instruction*, 8th edition. Boston: Pearson.
- Gunawan, dkk. (2017) *Modul Sistem Platform Video Online*. Jakarta: Pusbang Perfilman Kemendikbud.
- Kurniawan, Eri. (2013). The Acquisition of English Multiple Interrogatives by Indonesian Speakers. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*. Vol 2, No 2, January 2013, 236—249.
- Kuntarto, Niknik M. (2013). *Cermat dalam Berbahasa, Teliti dalam Berpikir*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Ramdania, Sutarno H, Waslahudin. (2007). Penggunaan Media Flash Flip Book dalam Pembelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan* 1 (1), 1—6.
- Ridwan, Sakura dan Miftahul Khairah. (2014). *Sintaksis (Memahami Satuan Kalimat Perspektif Fungsi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riyanto, Lukman dan Subagyo. (2012). Pengembangan Digital Library Local Content Pekalongan dalam Format Buku 3 Dimensi. *Jurnal LIPI* 1 (1), 1—13.
- Schwab, Klaus. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Business.
- Shidiqy D.A., Lestari. (2010). *Pemanfaatan Buku Elektronik untuk Pembelajaran di Sekolah*. Jakarta: Depdiknas.
- Syamsuddin, A.R. (2007). *Modul Struktur Bahasa Indonesia*. Bandung: Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- William, Frederick. 1989. *The New Communication (edisi kedua)*. Belmont CA: Wadsworth.

LITERASI DIGITAL MAHASISWA MENGHADAPI KRISIS DISINFORMASI COVID-19 PADA SOSIAL MEDIA

Gushevinalti

Pendahuluan

Data yang mengejutkan mengenai penetrasi masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet terus menjadi isu sensasional. Data tayang di *ine.detik.com*, berdasarkan laporan terbaru *We Are Social*, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya. Persentase pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun yang memiliki masing-masing jenis perangkat, di antaranya *mobile phone* (96%), *smartphone* (94%), *non-smartphone mobile phone* (21%), *laptop* atau *komputer desktop* (66%), *table* (23%), *konsol game* (16%), hingga *virtual reality device* (5,1%). Dalam laporan ini juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang ponsel sebanyak 338,2 juta. Begitu juga data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial (*medsos*). Bila dibandingkan dengan 2019, maka pada tahun ini *We Are Social* menemukan ada peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di *medsos*. Adapun *medsos* yang paling banyak ‘ditongkrongi’ oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, Sina Weibo. Meskipun demikian APJII mencatat bahwa sekitar 38,4 persen penduduk Indonesia bukan merupakan pengguna internet, terutama warga masyarakat yang tinggal di pedesaan sebab mereka masih memiliki hambatan dalam menggunakan internet. Walaupun mayoritas pengguna internet di Indonesia yang mengakses dunia maya adalah warga masyarakat

dengan rentang usia 15 hingga 19 tahun, konten-konten yang beredar di internet harus lebih diawasi mengingat mudahnya peredaran informasi yang terkadang bermuatan negatif (Agus Tri Haryanto, 2020).

Beberapa survei telah dilakukan oleh sejumlah lembaga untuk menemukan data penting terkait dengan penggunaan media sosial di Indonesia, salah satunya adalah Daily Social Survey (2018) terhadap 2032 pengguna internet di Indonesia yang menunjukkan bahwa 81,25% responden menerima hoax melalui facebook, sekitar 56,55% melalui WhatsApp, sebanyak 29,48% melalui Instagram, dan tak kurang dari 32,97% responden menerima hoax di Telegram. Masih ada platform media sosial lainnya yang juga dibanjiri hoax, misalnya Twitter, namun jumlahnya di bawah 30%. Banyaknya pendistribusian hoax di facebook, WhatsApp, dan Instagram karena tiga aplikasi ini paling populer, paling banyak digunakan di Indonesia. Kominfo merilis, setiap minggu hampir 80 hoax yang beredar melalui berbagai platform dan terdapat 110 hoax yang sudah dilaporkan ke polisi. Kondisi ini diperparah dengan kondisi masyarakat Indonesia yang menyukai hoax dan senang menyebarkannya (Marlinda, 2020; Marsya, 2019)

Dengan makin berkembangnya media sosial sebagai alat komunikasi, informasi palsu, hoax, atau bahkan fitnah, dengan mudah dan tanpa sikap kritis disebarkan lewat berbagai platform media sosial seperti facebook, Twitter, Instagram, dan atau instant messaging WhatsApp. Semua ini mempermudah merebaknya hasutan kebencian (*hate provocation*) di tanah air. Hasutan kebencian digabungkan dengan ujaran kebencian (*hate speech*), yang sebelumnya sudah cukup merebak, oleh Cherian (dalam Manese, 2020) disebut “pelintiran kebencian” (*hate spin*), yakni “usaha-usaha sengaja oleh para pengobar kebencian untuk mengada-adakan atau merekayasa kebencian (yang sebenarnya tidak ada).” Bukan hanya penyebarannya yang dikhawatirkan namun hoax telah terbukti dapat membuat keadaan menjadi meruncing. Hanya dengan menggunakan gawai pintar (gadget), seseorang dengan mudah mendapatkan sekaligus membagikan informasi. Namun dari kemudahan itu muncul masalah baru, yakni tersebarnya hoax dengan mudah. Tidak sedikit kasus yang terdengar, diceritakan bahkan menjadi isu hangat tentang kasus kejahatan di media sosial. Untuk itulah, pentingnya literasi digital.

Salah satu tokoh terkenal, yakni Gilster (1997), mendefinisikan literasi digital sebagai suatu kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Jadi bukan hanya mencakup kemampuan membaca, namun dibutuhkan pula proses berpikir secara kritis untuk melakukan evaluasi terhadap informasi yang ditemukan melalui media digital. Sejumlah pihak akan dan telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan literasi digital di tengah masyarakat. Upaya yang sebenarnya telah dimulai bertahun-tahun silam itu dilakukan dengan menggunakan berbagai pendekatan guna menuntaskan berbagai isu terkait dengan permasalahan digital.

Upaya lain yang dapat dilakukan untuk menangkal penyebaran hoax adalah memakai pendekatan general dengan cara memberikan pembekalan literasi digital secara umum. Ada pula yang menggunakan pendekatan tematik, entah itu membidik konten tertentu seperti *anti-hoax*, *internet security*, atau berfokus pada *cohort* tertentu seperti remaja dan anak-anak, atau tertuju pada segmen tertentu seperti guru, dan ibu rumah tangga. Meningkatkan level literasi publik, atau membuat masyarakat menjadi melek digital, memang bukan tugas yang bisa diwujudkan melalui satu atau dua pendekatan saja, namun harus dilakukan melalui berbagai upaya.

Salah satu contoh penyebaran disinformasi di media sosial adalah berita mengenai virus corona yang menghebohkan masyarakat Indonesia, tak terkecuali di kalangan mahasiswa. Kekhawatiran mahasiswa semakin diperparah dengan kemunculan berita palsu atau hoax di berbagai media sosial. Setidaknya, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menemukan lebih dari 554 informasi hoax yang tersebar melalui media sosial dan *platform* pesan instan terkait corona virus (Covid-19). Data tersebut diperoleh berdasarkan pemantauan pada media sosial dan *platform online* hingga April 2020 (Bagus Putra Laksana, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan literasi digital mahasiswa yang dinilai sebagai kelompok terdidik dalam menyikapi disinformasi tentang Covid-19

Metode Riset

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisa narasi deskriptif. Informan penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu, informan merupakan pengguna aktif gadget.

Penentuan informan dilakukan secara insidental dengan pertimbangan bahwa dapat dilihat secara langsung sebagai pengguna gadget dengan aktivitas mengakses internet maupun media sosial khususnya tentang Covid 19. Data informan terlacak pada postingannya di sosial media dan instant messaging yang didalamnya peneliti juga terhubung. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan sebelum masa *Work From Home* (WFH) yang berlaku di Universitas Bengkulu. Jumlah informan sebanyak 20 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan angket terbuka dan wawancara mendalam melalui *instant messaging*. Analisis data dilakukan dengan mereduksi data, yaitu memilah-milah data yang tidak beraturan menjadi potongan-potongan (*chunks*) yang lebih teratur. Prosesnya dengan mengkode, menyusunnya menjadi kategori (*memoing*), dan merangkumnya menjadi pola dan susunan yang sederhana. Langkah selanjutnya adalah melakukan interpretasi data untuk mendapatkan makna dan pemahaman terhadap kata-kata dan tindakan para partisipan riset. Langkah terakhir adalah memunculkan konsep dan teori (atau teori berdasarkan generalisasi) untuk menjelaskan temuan penelitian, kemudian membuat simpulan.

Aspek penelitian yang digali pada angket terbuka adalah identitas informan dan data pemetaan aktivitas penggunaan gadget dan media habit pada media sosial. Selanjutnya dilakukan wawancara mendalam untuk mendapatkan data yang lebih terinci tentang aspek penelitian tersebut.

Hasil Penelitian dan Diskusi

Perkembangan teknologi di era serba canggih saat ini memungkinkan siapa saja memperoleh informasi dengan cepat dan mudah termasuk kalangan terdidik seperti mahasiswa. Namun di sisi lain, kemudahan informasi justru menimbulkan dampak lain bagi pengguna. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa pengguna media sosial yang aktif mengkonsumsi dan menyebarkan informasi tentang Covid 19. Dalam aktivitas interaksi di media sosial, sering sekali ditemukan bahwa informasi yang tidak benar tetapi selalu dikonsumsi khususnya tentang Covid 19. Salah satunya, penyebaran konten-konten yang tidak benar atau dikenal dengan istilah hoaks atau disinformasi. Disinformasi merupakan informasi palsu yang sengaja disebar untuk menipu atau merekayasa dengan motif tertentu. Disinformasi adalah bagian dari misinformasi yang sifatnya mengada-ada atau menciptakan sesuatu

yang benar-benar tidak ada sama sekali. Penelitian ini membatasi kajian pada literasi digital mahasiswa dalam menyikapi disinformasi yang tersebar melalui media gadget, khususnya disinformasi mengenai virus corona 19 (Covid 19).

Identitas Informan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan menggunakan gadget untuk mengakses media sosial di FISIP UNIB umumnya berjenis kelamin laki-laki sebanyak 12 orang dan perempuan sebanyak 8 orang. Usia mereka rata-rata 19 tahun, bahkan ada juga yang berusia 21 tahun, berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Vokasi Jurnalistik, dan Program studi Kesejahteraan Sosial serta Sosiologi. Umumnya mereka memiliki gadget sejak 3 tahun lalu dengan beragam merek gadget ternama. Lama waktu menggunakan internet rata-rata dihabiskan akumulasi setiap hari sekitar 4,5 jam, namun tidak menggunakan dalam waktu yang beruntun. Jika ada kesempatan menggunakan maka gadget mereka pakai untuk berbagai aktivitas.

Riset dari Alvara Research Center tentang Indonesia 2020: *The Urban Middle-Class Millennials* (Ali & Purwandi, 2016) mendeskripsikan soal karakter generasi milenial. Generasi milineal memiliki tiga ciri yaitu 3C (*Creative, Connected, Confidence*). *Creative* berkaitan dengan ciri generasi ini yang berpikir kreatif (*out of the box*), *connected* yang berarti pandai bersosialisasi khususnya di dunia maya, dan *confidence* yaitu berani mengemukakan pendapat di depan umum. Konsep ketiga yakni *confidence* sejalan dengan hak kebebasan berekspresi di dunia maya. Hak kebebasan berekspresi adalah hak yang dimiliki individu (Rejeki, 2019).

Akses Media Sosial

Berikut ini media sosial dan *instant messanging* yang paling banyak dimiliki oleh mahasiswa:

WhatsApp

Aplikasi WhatsApp merupakan instant messanging yang paling banyak digunakan oleh informan, semua informan mengakui bahwa mereka sangat nyaman berkomunikasi dengan menggunakan aplikasi ini. Pada gadget mereka, aplikasi ini sudah otomatis ada sehingga tidak banyak yang perlu dipelajari lagi dalam menggunakannya. Aktivitas berkomunikasi diakui informan sangat mudah dilakukan

dengan WhatsApp. Apalagi tergabungnya mereka dalam beberapa grup WhatsApp membuat kualitas komunikasi dengan orang lain semakin membaik, tetapi mereka juga merasa bahwa dengan mudahnya berinteraksi dengan aplikasi ini banyak sekali informasi yang terdapat di dalamnya bahkan mereka tidak pernah membaca sampai selesai, disebabkan bertubi-tubi pesan yang masuk.

Youtube

Para mahasiswa sangat familiar dengan youtube, bukan hanya sebagai pemilik akun tapi juga mengakses *content*-nya. Umumnya, mereka mengakses youtube karena telah menjadi *subscriber* beberapa akun yang disenanginya, misal *content* tentang film, *online shop*, review berbagai macam aktivitas dan hiburan lainnya. Di samping itu mereka juga mencari video yang sedang viral di media sosial. Hasil penelitian juga mendapatkan data bahwa mahasiswa tidak terlalu sering membuka Youtube mengingat keterbatasan kuota internet pada gadget mereka, kecuali mereka sedang berada di lingkungan kampus dengan menggunakan *hotspot* yang disediakan oleh universitas.

Instagram

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa sangat familiar dengan Instagram, hal itu dibuktikan bahwa semua mahasiswa semuanya memiliki akun Instagram. Mereka memiliki akun instagram karena banyak kebutuhan untuk membagi foto dan ingin mengetahui foto-foto terbaru dari akun yang mereka ikuti. Sebagian informan mengatakan bahwa aktivitas mengakses instagram sebagai hiburan baru, apalagi bermacam informasi bisa dicari dengan hanya mengetik kata kunci di fasilitas mesin pencari. Informan mengakui bahwa akun Instagram yang mereka ikuti umumnya adalah akun selebriti dan akun *online shop* bahkan di antara informan ada yang menjadi selebgram dengan pengikut lebih dari 5000 orang. Bagi mahasiswa, peluang ini bisa dijadikan media untuk mendapatkan uang jika mereka diminta menjadi *endorse* sebuah produk.

Facebook

Penelitian ini juga memberikan informasi bahwa tidak semua informan memiliki akun facebook. Menurut informan yang tidak lagi aktif menggunakan facebook, media sosial ini sudah ketinggalan zaman dan tidak cocok untuk kalangan mahasiswa yang butuh kecepatan dan

dinamika yang menarik dalam mendapatkan informasi dari media sosial. Facebook dianggap cocok untuk kalangan orang tua. Namun, sebanyak enam orang mengaku masih memiliki akun facebook meskipun tidak seaktif berselancar dengan media sosial lainnya. Melalui facebook mereka memperoleh informasi luas tentang peristiwa yang terjadi, baik tentang hiburan, politik bahkan tentang sosial ekonomi. Penggunaanya lebih bervariasi dari sisi usia dan isi postingannya.

Kompetensi Literasi Digital tentang Covid 19

Berkomunikasi lewat media sosial tampaknya menjadi candu bagi masyarakat Indonesia. Mahasiswa sebagai generasi milenial terkenal dengan sebutan generasi melek teknologi. Generasi ini menjadikan teknologi khususnya internet sebagai kebutuhan pokok sehingga pola pikir, nilai, serta perilaku banyak dipengaruhi oleh internet (Ali & Purwandi, 2016).

Fasilitas yang disediakan oleh media sosial memang menggairkan. Didukung paket data internet yang terjangkau, pengguna bisa berkomunikasi secara langsung dan interaktif dengan jarak tak terbatas. Mahasiswa dapat berkirim komentar secara langsung dengan berbagai bentuk *emoticon*-nya. *Video call* pun dapat dilakukan setiap saat hanya bermodal jaringan internet yang baik. Tak hanya itu, bila pengguna ingin mendokumentasikan aktivitas sehari-hari dengan video, media sosial seperti Instagram pun menawarkan Instastory.

Pencarian informasi pun mudah dilakukan di media sosial. Informasi berita misalnya, instansi sudah banyak menggunakan Youtube, Facebook, Instagram, hingga Line untuk menyebarkan berita. Umpan balik berupa tanggapan atas informasi pun langsung bisa terjadi. Selain informasi berita, informasi hiburan seperti kegiatan travelling, bisnis, dan lainnya pun dapat dengan mudah diperoleh di media sosial, termasuk informasi yang viral saat ini mengenai penyebaran Virus Corona 19.

Kominfo sebelumnya mencatat, persebaran hoaks terkait virus corona kini telah mencapai lebih dari 686 temuan. Jumlah itu meningkat dari awal Februari lalu. Kominfo memastikan telah bekerja sama dengan pelbagai platform, seperti facebook, Twitter, dan Instagram untuk menurunkan konten-konten yang mengandung berita bohong. Untuk mengantisipasi penyebarluasannya, Kominfo mengerahkan tim Cyber Drone Kominfo untuk melakukan patroli di dunia maya (kominfo.go.id, 2020).

Berkaitan dengan informasi virus corona, penelitian ini menemukan fakta bahwa di kalangan mahasiswa juga menjadi panik setelah Presiden Jokowi mengumumkan adanya 2 warga Indonesia terjangkit Covid 19. Informasi yang beredar beraneka ragam, namun banyak yang tidak benar atau termasuk disinformasi.

Hoax merupakan kekacauan informasi yang sering dipahami sebagai misinformasi dan disinformasi berupa potongan-potongan informasi yang mengandung narasi tertentu di baliknya. Narasi tersebut dapat dipahami secara mudah (eksplisit), namun terkadang sulit (implisit). Narasi ini dapat mempengaruhi cara pandang seseorang atau suatu kelompok. Disinformasi adalah informasi yang tidak benar dan orang yang menyebarkannya juga tahu kalau itu tidak benar. Informasi ini merupakan kebohongan yang sengaja disebar untuk menipu, mengancam, bahkan membahayakan pihak lain. Terdapat tujuh tipe atau bentuk disinformasi yaitu satire atau parodi, konten tiruan, konten yang menyesatkan, konten palsu koneksi yang salah, konten yang salah, dan konten yang dimanipulasi. Berikut adalah disinformasi yang diakses mahasiswa tentang Covid 19:

1. Sudah Masuk ke Indonesia, 136 Pasien Corona Dalam Pengawasan (disinformasi)
2. Terjebak Virus Corona, Pasangan Australia Memesan Anggur Menggunakan Drone (disinformasi)
3. Pelangi Muncul Saat Penyemprotan Disinfektan Virus Corona (disinformasi)
4. Pemakaman Massal Korban Virus Corona (disinformasi)
5. RSMH Palembang Merawat Satu Pasien Suspect Virus Corona (disinformasi)
6. Vitamin D Efektif dalam Mencegah Infeksi Virus Corona (disinformasi)
7. Corona Sudah Ada di Indonesia, Oleh Karena Itu Arab Saudi Stop Jamaah Umroh Indonesia (disinformasi)
8. Paus Fransiskus Positif Coronavirus (disinformasi)
9. Wanita di China Disuntik Mati Karena Virus Corona (disinformasi)

Pemahaman mahasiswa tentang Disinformasi Covid-19

Mahasiswa sebagai kelompok masyarakat yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi sering dianggap memiliki literasi yang baik dalam mengakses media. Hal ini disebabkan banyaknya pengetahuan dan keterampilan membedakan informasi/cek fakta sebelum menerima atau mempercayai sebuah informasi, namun kenyataannya tidaklah demikian, karena literasi seseorang tidak tergantung tingkat pendidikan namun lebih kepada keterampilannya untuk melakukan cek fakta pada informasi yang diaksesnya.

Mahasiswa yang terhubung dengan beberapa grup WhatsApp menjelaskan bahwa mereka setiap hari menerima informasi tentang Covid 19. Respon yang dilakukan mahasiswa sangat beragam, di antaranya adalah menyebarkan informasi yang didapat dengan maksud agar teman-temannya yang lain ikut juga waspada tentang bahaya virus ini. Artinya perilaku menyebarkan informasi tanpa mengecek kebenarannya sehingga menyebabkan disinformasi tersebut dengan cepat tersebar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa tidak mengetahui kebenaran informasi karena tidak tau cara cek fakta. Contoh informasi yang diterima dan dibagi kepada orang lain seperti bisa ditularkan melalui pandangan mata, melalui sinyal telepon, virus tidak bisa menular di daerah tropik. Faktanya virus corona bisa menular antar manusia melalui kontak langsung lewat percikan ludah atau batuk dan bersin. Contoh disinformasi lain bahwa minum alkohol bisa menyembuhkan infeksi virus corona juga tersebar di media sosial dan instant messaging, tetapi faktanya pada udara terbuka virus bisa mati dengan alkohol (bukan minum alkohol). Masa inkubasi 14 hari, jadi bisa saja gejala klinik virus muncul kemudian walau lolos thermal scanner, Tidak semua pasien dengan infeksi ini mengalami gagal napas dan meninggal. Umumnya, mahasiswa tidak memiliki keterampilan dalam cek fakta, namun lebih mempercayai informasi yang dikuatkan dengan gambar. Mahasiswa sudah cukup percaya jika informasinya dilengkapi jika informasi tersebut dikirim oleh seseorang yang punya kredibilitas. Padahal, tidak ada yang bisa menjamin suatu kelompok tertentu selalu benar dalam penyebaran informasi.

Beberapa mahasiswa juga mengakui belum bisa menilai atau membedakan clicbait pada sebuah judul berita tentang Covid 19, sehingga seringkali merasa terdapat kebohongan publik dalam sebuah

informasi. *Clickbait* yang mereka temui seringkali berbeda antara judul dan isi berita, karena mereka sangat terpengaruh dengan judul yang bombastis (punya daya tarik istilah yang digunakan), setelah di klik terdapat berita atau informasi yang tidak sesuai bahkan sering iklan produk yang ditemukan. Judul tersebut merangsang di pembaca untuk mengetahui lebih dalam lagi. Alhasil, mereka akan membaca artikel tersebut hingga habis. Bahkan terdapat pula yang langsung melakukan *share* pada artikel meskipun tidak tahu isi pasti nya.

Perilaku menyebarkan artikel tentang Covid 19 disadari mereka tidak lain adalah memberikan pemahaman dan informasi yang penting untuk orang lain walaupun sebenarnya belum tentu kebenaran dari informasi tersebut. Tujuan utamanya adalah ingin menjadi orang pertama sebagai pemberi informasi dan berharap informasinya bermanfaat bagi pembaca. Dengan demikian berharap dinilai sebagai orang yang melek terhadap isu kekinian.

Penelitian juga menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memahami cara menganalisis atau cek fakta tentang sebuah informasi. Beberapa mahasiswa mengaku mendapatkan pengetahuan dan keterampilan cek fakta dari beberapa matakuliah yang sering kali membahas tentang isu di new media. Aplikasi yang paling familiar dikalangan mahasiswa adalah *hoax buster tools* yang berisi tentang cek fakta dari *google*. Pada aplikasi tersebut, mahasiswa bisa menteksi apakah sebuah berita termasuk pada disinformasi atau bukan, dengan memasukkan judul berita ataupun gambar/foto. Uniknya, kelompok mahasiswa yang memiliki literasi yang baik ini jarang memberikan pencerahan kepada orang lain tetapi lebih cenderung konsumsi untuk diri sendiri. Namun begitu, mereka seringkali menjadi penengah atau orang yang mengingatkan akan sebuah informasi benar dengan menampilkan berita yang didapat dari cek fakta. Hal ini dilakukan jika menemukan informasi yang salah/ disinformasi pada postingan di sosial media ataupun grup WhatsApp yang mereka ikuti.

Kesimpulan

Media sosial adalah media komunikasi yang terbuka, interaktif, masif, dan cepat. Dengan karakternya tersebut, memungkinkan perilaku pengguna ketika menerima informasi akan segera meng-*copy-paste*, mengunggah ulang, dan menyebarkan ke kelompok lainnya. Hal ini tentu

berbahaya jika informasi tersebut hoaks, misinformasi dan disinformasi. Karena itu, klarifikasi dan menemukan fakta sebuah informasi menjadi salah satu kunci dari literasi publik agar tidak terlibat menyebarkan kebohongan dan ikut menyebarkan hasutan kebencian. Literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Penelitian ini mencatat bahwa walaupun mahasiswa sebagai kelompok terpelajar, namun banyak juga yang belum memahami bagaimana seharusnya bersikap ketika menerima informasi Covid-19 dari media sosial. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kompetensi literasi digital mahasiswa masih rendah (tingkat dasar), sehingga kecenderungan upaya melakukan cek fakta lebih mendalam untuk menemukan kebenaran informasi yang diterima tidak diutamakan. Kondisi ini diperparah dengan kepercayaan mahasiswa tentang informasi yang bagus disertai gambar, video atau foto pendukung justru informasinya dianggap valid. Namun begitu terdapat juga mahasiswa yang memiliki keterampilan yang baik dalam mengakses informasi dengan cara melihat URL terpercaya, judul yang tidak mengandung *clickbait* dan serta bisa melakukan cek fakta pada beberapa aplikasi tentang Covid 19.

Daftar Pustaka

- Ali, H. & Purwandi, L. (2016). *Indonesia 2020: The urban middle-class milinneals*, Jakarta: Alvara Research Center.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media a Critical Introduction*, Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Gane, N., & D. Beer (2008). *New Media: The Key Concepts*, New York: Berg.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*, New York: Wiley
- Griffin, E.M. (2012). *A First Look At Communication Theory*, 5th edition, New York: Mac Graw Hill.
- Pacey, Arnold (2000). *The Culture of Technology*, Massachussetts: The MIT Press Cambridge.
- Littlejohn, Stephen W, Foss, Karen A. (2008). *Theories of Human Communication*, Ninth Edition, Belmont California: Wadsworth Publishing Company.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, Kelly, K & Grant, I. (2003). *New Media: A Critical Introduction*, Madison Ave New York: Routledge.
- Manese, Rohit, M (2020). Kebebasan Beragama dan Berkeyakinan di Indonesia Dalam Kacamata Kebijakan Publik. *Journal of Governance Innovation*. Vol 2, No 1, Maret 2020. doi.org/10.36636/jogiv.v2i1.389
- Nasrullah, Rulli (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rejeki, M. N. Ninik Sri, dkk (2019). *Literasi Media & Informasi dan Citizenship*, Seri literasi digital Japelidi, Yogyakarta: Siberkreasi.
- Virginia, Maulita (2020). *Sudah Ada 179 Hoax Corona, Ayo Tahan Jarimu*, Detik.com.
- Sumber Internet
- Agus Tri Haryanto (2020). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. *Inet.detik.com*, 20 Februari. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. diakses 12 Juni 2020

- Bagus Putra Laksana (2020). Ada 554 Berita Hoax Terkait Corona di Media Sosial. *Detik.com*, 18 April. <https://news.detik.com/video/200418067/ada-554-berita-hoax-terkait-corona-di-media-sosial>. Diakses 14 Juni 2020
- Kominfo (2020). Laporan Isu Hoaks. *Kominfo.com*. 15 Mei. https://www.kominfo.go.id/content/all/laporan_isu_hoaks. diakses 20 Juni 2020
- Marlinda, Oktavia (2020). Kominfo: 110 Hoax Terkait Corona Sudah Dilaporkan ke Polisi. *DetikNews*, 21 Juni <https://news.detik.com/berita/d-5062489/kominfo-110-hoax-terkait-corona-sudah-dilaporkan-ke-polisi>. Diakses 22 Juni 2020
- Marsya Nabila (2019). Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 171,17 Juta Sepanjang 2018. *Dailysocial.id*, 16 Mei. <https://dailysocial.id/post/pengguna-internet-indonesia-2018>. Diakses 12 Juni 2020

PERUBAHAN PERILAKU DAN DETERMINISME TEKNOLOGI PADA MASA NORMAL BARU

Muhammad Rizal Ardiansah Putra

Pendahuluan

Pemanfaatan teknologi informasi komunikasi menghadirkan berbagai kemudahan bagi penggunanya. Media sosial, misalnya, memotong jarak komunikasi antara individu yang dulunya dianggap mustahil. Melalui media sosial, pengguna dapat berkomunikasi langsung dengan semua orang dan mengetahui apa yang sedang terjadi atau dibahas dengan hangat di berbagai belahan dunia. Seperti halnya dengan virus corona yang mulai menyebar di China pada akhir 2019 lalu. Banyak pihak tidak ingin ketinggalan dalam berbagi informasi terkait virus corona yang menyebabkan penyakit Covid-19 melalui saluran media sosial. Informasi cepat dan percakapan publik di media sosial dibuktikan dengan kata “virus corona” atau “Covid-19” yang sering menempati kata-kata populer di media sosial. Covid-19 di tengah pusaran media sosial Dibandingkan dengan sejumlah virus sebelumnya seperti SARS, Avian Influenza, MERS, dan Flu Babi yang sama-sama lazim di seluruh dunia, Virus corona muncul dengan dibayang-bayangi akan bahaya yang telah mengancam di kemudian hari, ketakutan yang disebar melalui media sosial hingga *instant messaging* dengan bantuan interaksi secara elektronik yang telah menjadi kebiasaan masyarakat pada umumnya dan di tengah jumlah pengguna aktif media sosial yang sangat tinggi, yaitu 3,6 miliar orang. Berdasarkan data dari staticca.com, pengguna media sosial aktif Facebook pada 2020 mencapai 2,4 miliar, Youtube 2 miliar, WhatsApp 1,6 miliar, Instagram 1 miliar, dan Twitter 340 juta. Dengan kondisi itu, muncul pertanyaan seberapa besar media sosial berpengaruh atas perubahan perilaku? terlebih dimasa pandemic covid-19 yang sedang menjamur di beberapa belahan dunia, dengan aturan *work from home* yang diterapkan oleh pemerintah, menjadikan teknologi sebagai prioritas utama yang wajib digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Tanpa disadari kita telah dikelilingi oleh perubahan-perubahan yang sangat signifikan, dilakukan secara serentak dan menjadi *habbit* baru dalam aktifitas yang kita lakukan sehari-hari. Mulai dari bekerja, belajar, belanja, bermain, nongkrong, hajatan, hingga proses doa bersama yang menjadi rutinitas kaum beragama, semua dilakukan secara dalam jaringan (daring). Dengan duduk manis atau sambil melakukan aktifitas rumah tangga semua hal diatas bisa dilakukan dengan bantuan teknologi informasi yang mendukung di era digital 4.0 saat ini. Saat bekerja dengan bantuan *teleconference* yang menjadi fitur unggul pada telepon pintar yang dimiliki, membuat beberapa pekerjaan yang tertunda dapat terselesaikan. Proses belajar mengajar pun demikian dengan dukungan beberapa fitur daring yang dengan mudah pelajaran dapat dikases, sama halnya dengan belanja. Walaupun belanja online telah lama digunakan dalam proses jual beli tidak bisa dipungkiri dengan iringan pandemi yang menyerang belahan masyarakat diseluruh dunia membuat beberapa situs *online shopping* kebanjiran konsumen. Di lansir dari cnbcindonesia.com sejak ada pembatasan sosial berskala besar (PSBB) belanja ritel online melonjak 400%.

Presiden Jokowi mengeluarkan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Percepatan Penangan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) akhir Maret 2020. Pasca kebijakan yang dikaitkan dengan istilah 'lockdown terbatas' ini memicu transaksi belanja ritel kebutuhan pokok meningkat tajam. Telunjuk.com sebagai E-Commerce Hub di Indonesia telah menghimpun data mengenai anomali penjualan Sembako di beberapa toko online di antaranya adalah Tokopedia, Shopee dan Bukalapak. Periode yang disurvei dalam rentang 2 Maret - 5 April 2020. Berdasarkan pernyataan resminya, Jumat (17/4), dari data yang diolah dapat diambil kesimpulan bahwa estimasi total transaksi di ke-3 E-Commerce selama pandemi Covid-19 ini berlangsung mencapai puncaknya pada saat setelah pengumuman kebijakan PSBB (31/03) yaitu sebesar 670.755 transaksi. Total estimasi penjualan selama periode ini pun cukup tinggi yaitu Rp 12,3 miliar.

Selain itu harga di produk-produk sembako juga mengalami kenaikan rata - rata hingga 18,82% di Tokopedia, Shopee dan Bukalapak sejak tanggal 16 Maret 2020 yaitu pengumuman Presiden mengenai Bekerja di Rumah, Belajar di Rumah dan Ibadah di Rumah atau biasa disebut "Work From Home" dan kembali lagi meroket harganya dengan puncak

kenaikannya setelah pengumuman PSBB (31/03) yaitu sebesar 30,96% dibandingkan harga eceran tertinggi. Hal tersebut membuat beberapa masyarakat dan pelaku-pelaku industri mau tidak mau merubah gaya dan cara mereka memasarkan jualan, mulai dari sembako hingga sayuran telah banyak kita jumpai di beberapa situs jual beli online.

Pada masa pandemi berlangsung, beberapa akun media sosial di Instagram telah banyak menjual beberapa sayur-sayuran yang segar dan dijamin sehat dikonsumsi oleh keluarga, seperti akun instagram @seladamakassar, @panenmart, @sayurtamks, @sayurbox dan beberapa akun yang lainnya. Dengan cepat mereka melakukan perubahan dan perilaku jual beli, yang dulunya hanya bisa dijual dipasar atau supermarket modern yang mempunyai ruangan beku, sekarang dengan bantuan teknologi informasi beberapa pedagang memilih inisiatif baru yang harus dilakukan dimasa pandemi.

Dengan dukungan pembayaran yang lebih *mobile* dan *instant* membuat interaksi secara elektronik menjadi bagian besar dalam hidup kita yang harus kita miliki, yang kita kenal dengan nama *e-banking* atau elektronik banking. *e-banking* dapat diartikan sebagai kegiatan perbankan di internet. Layanan ini memungkinkan pelanggan bank untuk melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui internet, terutama melalui web. Mirip dengan penggunaan mesin ATM, melalui fasilitas internet, pelanggan dapat melakukan aktivitas rekening giro, transfer dana antar rekening, hingga pembayaran tagihan bulanan rutin (listrik, telepon, dll) melalui rekening banknya. Tentunya ada banyak manfaat yang dapat diperoleh oleh pelanggan dengan memanfaatkan layanan ini, terutama jika dilihat dari waktu dan upaya yang dapat dihemat karena transaksi *e-banking* jelas bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja selama pelanggan dapat terhubung ke jaringan internet. Untuk dapat menggunakan layanan ini, pelanggan akan diberikan login dan kode akses ke situs web di mana fasilitas *e-banking* bank tersedia. Selanjutnya, pelanggan dapat masuk dan melakukan kegiatan perbankan melalui telepon pintar yang dimiliki.

Dilansir dari katadata.co.id BRI mencatat kenaikan transaksi digital melalui internet banking BRI, Mobile Banking BRI (BRImo) dan transaksi belanja di marketplace. Berdasarkan data 3 bulan terakhir, transaksi nasabah yang menggunakan Internet Banking maupun BRImo di bulan Maret meningkat 61% dibandingkan Januari 2020.

Adapun, lonjakan kenaikan transaksi mencatatkan sebanyak 32 juta kali transaksi dengan volume mencapai lebih dari Rp 20 triliun. Sedangkan, pertumbuhan transaksi BRI Mo pada Maret 2020 dibandingkan bulan sebelumnya tumbuh mencapai 28%. “Kenaikan transaksi digital juga terjadi pada transaksi belanja di marketplace online. Pada Maret 2020 transaksi ini meningkat sebesar 15% dibandingkan dengan posisi akhir Februari 2020,” ungkap Amam Sukriyanto, Corporate Secretary Bank BRI, di Jakarta, Selasa (5/5).

Tidak hanya fitur e-banking, fitur terbaru dengan nama e-channel pun meroket sejak dirilisnya pada tahun 2018 dan melonjak pada masa pandemi covid-19. transaksi e-channel berupa penarikan uang tunai di mesin ATM BRI juga mengalami kenaikan. Per hari rata-rata tercatat 3,1 juta kali transaksi di sepanjang bulan Maret. Angkanya lebih tinggi dibandingkan dengan bulan Januari dimana perhari rata rata terdapat 2,9 juta transaksi penarikan dan di Februari tercatat rata rata penarikan uang tunai sebanyak 3 juta kali transaksi per hari. Sejumlah kenaikan tersebut tidak terlepas dari pembatasan-pembatasan yang dilakukan selama pandemi Covid-19. Terlebih saat ini pemerintah telah menetapkan beberapa wilayah agar menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Sama halnya dengan beberapa kasus diatas nongkrong dan bermain yang sudah lama diterapkan oleh pengguna elektronik, seperti dengan menggunakan game online dan melakukan kegiatan main bersama (mabar), hajatan dan proses doa bersama pun melakukan hal yang serupa dengan menggunakan media elektronik guna membatasi interaksi yang terjadi secara langsung dengan menggantikannya melalui elektronik atau biasa disebut virtual. Adapun *trend* baru dan pertama kalinya ditemukan pada masa pandemi yaitu *virtual photo*, sejak dulu pemotretan dilakukan secara langsung atau dengan cara tatap muka antara objek yang ingin difoto dengan fotografer. Akan tetapi pada masa pandemi kita sadar akan kecanggihan teknologi yang diciptakan oleh manusia itu sendiri dan merubah perilaku kita dengan menggunakan semua fitur yang diciptakan.

Virtual photo atau foto yang dilakukan secara daring dan menggunakan fitur *teleconference*, yang dulunya kegiatan tersebut dilakukan secara langsung atau tatap muka, sekarang sama dengan beberapa kegiatan diatas yang berubah karena diterapkannya PSBB yang mengakibatkan

hilangnya beberapa mata pencarian dari pekerja dibidang industri kreatif terutama fotografer. Kareem Virgo Fotografer asal Florida Selatan itu pun terpaksa putar otak untuk membuat bisnisnya tetap lancar di tengah pandemi COVID-19. Dibantu sang istri, Sandy Virgo, Kareem akhirnya membuat ide untuk memotret kliennya lewat *virtual photoshoot*. Sebelum menemukan metode tersebut, dia mengaku kehilangan banyak pekerjaan, baik karena ditunda atau dibatalkan klien. “Tentu saja ini bukan peralatan fotografer normal yang saya gunakan, tetapi pengalaman itu sendiri lebih penting daripada pemotretan,” kata Kareem, dikutip dari *era.id*, Rabu (15/4/2020). Ide cemerlang ini bermula dari pembicaraanya dengan istrinya. Di mana keduanya harus tetap produktif di tengah pandemi. Maka muncul lah metode *virtual photoshoot* lewat FaceTime. Sandy juga membantu klien dalam mengarahkan gaya, cara memegang *handphone*, hingga pose yang harus dilakukan. Beberapa kasus yang kita lihat dan yang mungkin kita alami, semua telah merubah beberapa rutinitas kita secara nyata dan tak bisa dipungkiri kita pun terlarut dengan beberapa aktifitas baru, yang dulunya kita tolak, menjadi wajib dimasa pandemi covid-19 seperti saat ini.

Determinisme Teknologi

Pada dasarnya manusia adalah makhluk teknologi. Sejak awal adanya teknologi yang kita gunakan manusialah yang menciptakan dan memanfaatkannya sebagaimana mestinya. Jika teknologi diartikan sebagai perangkat yang mendukung manusia dalam aktifitasnya, maka individu itupula yang menentukan aktifitasnya. Inilah yang dinamakan manusia teknologi (Nurudin 2017). Dalam beberapa hal kita sadar bahwasanya beberapa perilaku dan kebiasaan kita berubah karna perkembangan teknologi yang begitu pesat, yang dulunya disaat bangun tidur kita disuguhkan dengan sarapan sambil membaca koran dan menikmati indahnya pagi, saat ini sebelum beranjak dari tempat tidur kita sudah disuguhkan oleh berita-berita terkini yang tidak sempat kita baca sebelum tidur dan beberapa contoh yang telah dijelaskan pada paragraf pertama. Menurut Marshall McLuhan dalam teori determinisme 1962, “*we create technology but technology change us*” manusia yang membuat teknologi tapi teknologi yang merubah manusia itu sendiri.

Determinisme teknologi adalah turunan dari determinisme. Secara umum, mereka yang menentang determinisme teknologi, secara

teori, dapat dikategorikan sebagai 'kendala sosial.' Mereka cenderung melihat teknologi dari sudut pandang material saja. Teknologi hanya dilihat sebagai alat atau mesin. Teknologi, bagi mereka, tidak lebih dari sebuah mesin yang penggunaannya ditentukan oleh manusia. Mereka menempatkan manusia sebagai aktor utama dalam perubahan sosial. Mereka cenderung percaya bahwa roda sejarah tidak digerakkan oleh mesin, tetapi digerakkan oleh orang-orang hebat, yang memiliki kharisma pengaruh besar pada masyarakat luas.

Di sisi lain, ada perspektif yang sama sekali berbeda, yaitu determinisme teknologi. Para pendukung determinisme teknologi percaya bahwa teknologi, baik secara langsung maupun tidak langsung, adalah pendorong utama roda perubahan sosial (Ratmanto, T. 2005). Disadari atau tidak, teknologi memiliki hubungan dekat dengan masyarakat. Secara teoritis, mereka yang percaya pada determinisme teknologi dapat dikelompokkan menjadi optimis dan pesimis.

Selain dua sudut pandang ini, (Feenberg, 1996) menyebutkan dua teori tentang teknologi, yaitu instrumental dan substantif. Teori instrumentory memiliki premis bahwa teknologi adalah 'alat' yang selalu siap melayani kepentingan penggunaanya, sedangkan teori substantif memiliki keyakinan bahwa teknologi itu dinamis dan mampu mengubah kehidupan sosial.

Penjelasan determinisme teknologi juga dikatakan Marshall McLuhan dalam *The Gutenberg Galaxy : The Making Of Typographic Man*. Perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi (cara berkomunikasi dipengaruhi oleh keberadaan teknologinya) akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu, bagaimana cara berpikir dan berperilaku dalam masyarakat, dan akhirnya mempengaruhi manusia untuk begeser dari teknologi yang lama ke teknologi yang baru, membuat masyarakat sadar akan pentingnya teknologi.

Sebelum covid-19 menjalar ke berbagai belahan dunia, beberapa hal tentang perubahan perilaku akan adanya pergeseran teknologi telah dirasakan, namun dengan adanya beberapa regulasi yang membuat kita tersadar betapa pentingnya teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan kita di masa pandemi covid-19. Mereka yang menentang determinisme teknologi secara tidak langsung merasakan hal yang ia tentang terjadi dalam hidup mereka.

Mereka yang menentang determinisme teknologi berpendapat bahwa teknologi adalah produk sosial dan budaya masyarakat, oleh karena itu teknologi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Tidak ada teknologi yang diciptakan secara tidak sengaja. Teknologi diciptakan dengan tujuan membuat hidup lebih mudah, lebih nyaman, dan lebih baik. Pada awal penciptaannya, teknologi dimulai dan dikembangkan oleh para genius seperti, Edison, bell, atau Marconi. Saat ini, teknologi dikembangkan oleh para peneliti di laboratorium (Ratmanto, 2005).

Pada dasarnya, penentang determinisme teknologi percaya bahwa teknologi adalah hasil dari pemalsuan masyarakat, oleh karena itu masyarakat adalah penentu teknologi. Komputer, misalnya, hanya kombinasi peralatan plastik, logam, dan elektronik. Tidak ada yang bisa dilakukan komputer. Tanpa perangkat lunak, komputer hanyalah perangkatanehyangterletakdiatasmeja diujungruangan. Pertanyaannya adalah siapa yang membuat komputer dan juga perangkat lunaknya. Intinya, masyarakat memiliki peran yang lebih dominan daripada teknologi. keluar dari debat kusir yang membenarkan dan menyalahkan yang mana yang berperan penting pada perubahan perilaku manusia. Dapat dilihat dan dirasakan dengan seksama determinisme teknologi telah terbukti ditengah-tengah pandemi yang sedang menjamur dan belum diketahui ujungnya. Berbagai proses dari gelombang pertama hingga penerapan PSBB dan diterbitkan nya aturan aturan normal baru yang sedang dirasakan oleh masyarakat saat ini, membuktikan peran teknologi atas perubahan perilaku sangat dirasakan.

Sejalan dengan pendapat McLuhan bahwa “media adalah pesan”. Media memiliki peran penting dalam mengubah masyarakat. berdampak pada seluruh proses penyebaran pengetahuan atau pesan. Setiap media memiliki bias terhadap ruang dan waktu. Media yang berbeda akan memiliki dampak yang berbeda pula. Ini karena, bukan hanya konten yang memiliki bias, tetapi juga media. Media ruang-terikat memunculkan masyarakat yang memiliki tradisi lisan. Salah satu ciri tradisi lisan adalah kehadiran sekelompok kecil orang yang memiliki hak istimewa menafsirkan pengetahuan. Di sisi lain, media yang terikat waktu berdampak pada munculnya masyarakat egaliter yang berakar pada budaya menulis. Dalam masyarakat ini, setiap orang memiliki hak yang sama untuk mengakses pengetahuan, sehingga dalam masyarakat

seperti ini, tidak akan ada lagi kelas sosial khusus yang memiliki hak untuk menjadi satu-satunya penafsir pengetahuan.

Teknologi dan atau media bukan lagi sekadar alat. Ini memiliki peran penting yang tidak dapat diabaikan. Keputusan untuk memilih media tertentu akan berdampak pada apa yang akan muncul. McLuhan benar ketika dia mengatakan ‘media adalah pesannya’. Bebasnya penyebaran pesan tentang covid-19 di media sosial secara tidak langsung dan tanpa sadar membuat perubahan perilaku mulai dari kecemasan hingga aktifitas yang kita lakukan tiap harinya. Beredarnya pesan-pesan yang kurang akurat, hingga tentang kecanggihan salah satu fitur terbaru yang mulai ditemukan ditengah-tengah berlangsungnya wabah covid-19, bisa menjadi salah satu penyebabnya, baik itu dari media sosial maupun dari website berita yang ada.

Baik mereka yang mendukung dan menentang determinisme teknologi benar ketika mereka percaya bahwa teknologi adalah produk masyarakat. Namun, mereka berbeda dalam hal sejauh mana teknologi terkait dengan masyarakat. Sekarang pertanyaannya adalah siapa yang lebih berpengaruh pada perubahan sosial, teknologi, atau masyarakat.

Huges (1995: 112) memberikan jawaban yang menarik untuk pertanyaan ini. Dia menawarkan konsep, ‘momentum teknologi’ di mana, ‘sistem teknologi dapat menjadi sebab dan akibat; itu dapat membentuk atau dibentuk oleh masyarakat. Ketika mereka tumbuh lebih besar dan lebih kompleks, sistem cenderung lebih membentuk masyarakat dan kurang dibentuk olehnya. Oleh karena itu, momentum sistem teknologi adalah sebuah konsep yang dapat ditempatkan di suatu tempat. Dalam hal ini kita bisa melihat dimana teknologi itu di tempatkan dan dapat mempunyai peran penting seperti yang kita alami dimasa normal baru.

Penutup

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dilihat bahwa wabah COVID-19 berdampak pada perubahan perilaku. Dalam jangka pendek untuk menghadapi ancaman COVID-19, protokol kesehatan dan kebijakan pemerintah berfungsi sebagai pedoman perubahan perilaku yang disiarkan melalui media.

Sebagai produk intelektual masyarakat, teknologi dibentuk oleh masyarakat, tetapi ketika teknologi telah berkembang, masyarakat

harus menyesuaikan diri dengan teknologi. Covid-19 bukan lah salah satu faktor besar penyebab perubahan perilaku dan berbagai interaksi yang terjadi secara elektronik. Akan tetapi regulasi yang di terapkan untuk meminimalkan penyebaran akibat covid-19 melalui teknologi dan media menjadi jembatan dan terjadinya beberapa aktifitas yang kita rasakan dimasa pandemi berlangsung. Tidak menutup kemungkinan perilaku yang telah terjadi akibat pandemi menjadi aktifitas normal baru yang telah kita alami saat ini.

Perilaku yang diharapkan, antara lain, sebagaimana disebutkan di atas berkaitan dengan perilaku hidup sehat, penggunaan teknologi, kebiasaan baru di sektor pendidikan, perilaku di media sosial, perilaku kerja, perilaku konsumen, dan perilaku sosial keagamaan akan berubah menjadi lebih baik dan lebih banyak lagi yang efisien. Perubahan perilaku untuk kenormalan baru, baik dalam jangka pendek dan jangka panjang, perlu dipertahankan, dikembangkan, dan dimodifikasi.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Harmawan. (2013). E-business & e-commerce. Yogyakarta, Percetakan ANDI.
- Hughes, Thomas P.(1995). “Technological Momen- tum,” in Smith, Merritt Roe and Marx, Leo (eds) *Does Technology Drive History: The Dilemma of Technological Determinism*, second printing, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Nurudin. (2017). Perkembangan Teknologi Komunikasi. Jakarta, RajaGrafinfo Persada.
- Ratmanto, T. (2005). Determinisme Teknologi dalam Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 43–50.
- Sahroji. (2020). “Virtual Photoshoot Solusi Pemotretan di Tengah Pandemi”. Era.id, 15 april. <<https://www.era.id/read/NQU89v-virtual-photoshoot-solusi-pemotretan-di-tengah-pandemi>> diakses 20 juni 2020.
- Sandi. (2020). “Sejak Ada Psbb Jokowi, Belanja Ritel Online Melonjak 400%”. Cnbcindonesia.com, 17 april. <<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200417171801-4-152773/sejak-ada-psbb-jokowi-belanja-ritel-online-melonjak-400>> diakses 23 juni 2020.
- Radit. (2020). “Transaksi Mobile Banking BRI Naik 61% di Masa Pandemic Covid-19”. Katadata.co.id, 5 juni. <<https://katadata.co.id/berita/2020/05/05/transaksi-mobile-banking-bri-naik-61-di-masa-pandemi-covid-19>> diakses 23 juni 2020.

VIRTUAL TOUR & CROWDFUNDING UNTUK PERUBAHAN GLOBAL KOMUNIKASI PARIWISATA AKIBAT PANDEMI COVID-19

Gayatri Atmadi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial & Ilmu Politik

Universitas Al Azhar Indonesia

E-mail : gayatriuai@gmail.com

Sektor Pariwisata Paling Pertama Terdampak Pandemi Covid-19

Sektor pariwisata Indonesia selama ini sering disebut-sebut sebagai sumber kontribusi devisa terbesar kedua di Indonesia setelah kelapa sawit (*crude palm oil*). Namun, pandemi *coronavirus disease 2019* yang disingkat covid-19 mengubah segala-galanya sejak masuk ke - Indonesia pada awal Maret 2020. Menteri Keuangan Sri Mulyani tidak menampik jika covid-19 menjadi beban bagi perekonomian di Indonesia karena prediksi pertumbuhan ekonomi di kuartal I-2020 hanya tumbuh sekitar 4,5% hingga 5,5% saja. Menteri Koordinator bidang Perekonomian Airlangga Hartarto menjelaskan kepada *Giri Hartomo* jurnalis okezone.com bahwa, “ Yang terparah sektor pariwisata dan resto, yang rata-rata sudah kena penurunan pendapatan 70% ”. Selanjutnya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menjelaskan bahwa perkiraan pendapatan negara dari devisa di sektor pariwisata akan anjlok hingga 50% akibat pandemi covid-19 yang menyerang seluruh dunia termasuk Indonesia. Menurut Menparekraf Wishnutama, turunnya devisa negara ini disebabkan anjloknya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Diperkirakan, wisatawan mancanegara yang datang berkunjung hanya 5 juta orang saja, padahal semula diperkirakan bisa mencapai sekitar 16 juta wisman akan datang berkunjung ke Indonesia.

Meski pun demikian, Wishnutama berpikir optimis jika pada tahun mendatang sektor pariwisata akan bangkit kembali. “Faktor utama justru pada hal-hal yang sangat mendasar, destinasi pariwisata bekerja sama dengan pemerintah daerah fokus pada hal-hal yang bersifat

higenitas, kebersihan *toilet*, keselamatan dan keamanan berwisata,” jelasnya. Untuk melakukan kegiatan promosi destinasi wisata di Indonesia, Kemenparekraf akan menjalin kerjasama dengan sejumlah industri pariwisata yang berkaitan dengan penyelenggaraan *event* dan akan melibatkan komunitas lokal dalam produksi *storytelling* terkait *event* yang akan diselenggarakan serta mendorong komunitas untuk mempromosikan pelaksanaan kegiatan tersebut.

Geliat Sektor Pariwisata Hadapi Krisis Kesehatan Masyarakat

Sebagai upaya untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang unggul dengan meningkatkan kapasitas profesional industri pariwisata di Indonesia, Kemenparekraf membekali pelatihan kompetensi melalui pelatihan daring. Ada beberapa macam pelatihan yang telah disiapkan untuk dilaksanakan, seperti pelatihan daring berbahasa Inggris yang dilakukan oleh Kemenparekraf bekerjasama dengan Cakap.com dalam memfasilitasi peningkatan keterampilan Bahasa Inggris bagi para pelaku wisata untuk meningkatkan daya saing melalui program *Pelatihan Online Bahasa Inggris*.

“Pelatihan dilaksanakan selama enam bulan, yakni sejak Mei hingga November 2020 dengan durasi 50 menit setiap pertemuan. Materi yang akan diberikan mulai dari percakapan bahasa Inggris dasar hingga mempromosikan daya tarik wisata,” jelas Wishnutama Menparekraf pada harianjogja.com

Selain itu, ada juga pelatihan daring untuk spa terapis madya gratis dan pelatihan daring berbasis kompetensi untuk pemandu wisata gunung Indonesia. Pelatihan ini ditujukan khusus bagi pekerja yang dirumahkan / PHK akibat pandemi covid-19. Para peserta dapat berasal dari berbagai daerah di seluruh Indonesia dan tidak ada pertemuan tatap muka sekali pun.

Salah satu keinginan banyak orang yang paling dirindukan masyarakat selama masa pandemi virus corona saat ini adalah bisa melakukan perjalanan wisata ke dalam dan ke luar negeri menjelajah berbagai destinasi wisata menarik. Namun, keinginan tersebut terhalang oleh adanya instruksi untuk melakukan *Pembatasan Sosial Berskala Besar* (PSBB) dan perintah *lockdown* di sejumlah negara di dunia. Akan tetapi, kini masyarakat dapat memenuhi kebutuhan wisata tersebut melalui program jalan-jalan di jagad maya atau *virtual tour*. Dengan

mengadopsi teknologi komunikasi dan informasi terkini, para pelaku industri pariwisata dapat menciptakan dan memanfaatkan peluang baru tersebut untuk melayani kebutuhan *travellers* yang ingin melakukan perjalanan wisata di tengah protokol kesehatan yang ketat dan kontrol sanitasi yang baru.

Beberapa Jenis *Virtual Tour* Untuk Promosi Destinasi Wisata Indonesia

Singkat kata, pengertian *virtual tour* bisa dipahami sebagai simulasi perjalanan wisata lewat konten media digital yang mengambil lokasi destinasi wisata tertentu melalui rangkaian media foto atau video yang telah dirancang secara sistematis sehingga bisa menghasilkan gerakan ke berbagai arah yang diinginkan seolah-olah kita sedang berada di suatu lokasi wisata. Didik Dwi Prasetya (2011) menjelaskan bahwa pengembangan aplikasi teknologi *virtual tour 360°* sebagai media promosi dan pemasaran pariwisata Indonesia merupakan langkah strategis untuk menarik minat kunjungan para wisatawan, baik domestik mau pun mancanegara. Aplikasi *virtual tour* menawarkan banyak kelebihan, diantaranya adalah : Visualisasi lebih komunikatif dan Interaktif. Tampilan *virtual tour* dengan dukungan panorama bergerak 360° menjadikan visualisasi lebih komunikatif dan berpotensi menggaet ketertarikan wisatawan. Selain itu, penggunaan gambar panorama memungkinkan diberikan navigasi dan kontrol untuk interaksi pengguna secara langsung. Menurut pendapat Fadli Umafagur dkk. (2016), *virtual tour* biasanya juga menggunakan elemen-elemen multimedia, seperti efek suara, musik, teks dan narasi.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, penggunaan *narrative theory* sangat membantu pemahaman orang terhadap penjelasan makna dari suatu destinasi wisata. Kriyantono (2014) menjelaskan bahwa secara umum, persuasi akan lebih efektif jika pesan-pesannya disusun secara deskriptif-naratif dalam bentuk cerita (*storytelling*) dengan lebih mengedepankan aspek emosional khalayak daripada aspek rasional. Dengan kata lain, upaya untuk membangun identitas atau citra destinasi wisata dapat dilakukan dengan cara membuat narasi yang efektif sehingga dapat memengaruhi opini publik bahwa destinasi wisata tersebut menarik perhatian banyak orang dan bermanfaat untuk dikunjungi.

Berdasarkan pada analisis isi yang penulis lakukan selama ini, ternyata ada empat jenis *virtual tour* yang beredar di masyarakat, yaitu ; (1). *Virtual Tour Tanpa Narasi*. (2). *Virtual Tour dengan Narasi Tanpa*

Bayar. (3). Virtual Tour dengan Narasi Berbayar. (4). Virtual Tour dengan Narasi dan Crowdfunding. Berikut ini, penjelasan lebih detail tentang beberapa contoh virtual tour menurut pemahaman masing-masing jenis, seperti:

Tabel 1. Virtual Tour Tanpa Narasi

Judul :	Jenis Media & Deskripsi :
Virtual Tour Museum Manusia Purba Sangiran	Media: youtube.com/embed/Shb5PTbuL20 / Durasi : 1:54 / <i>backsound</i> musik dan penyanyi wanita. Produksi: kebudayaan.kemendikbud.go.id/virtualmuseum/sangiran_ID/index.html  Deskripsi : Museum Manusia Purba Sangiran di Sragen, Jawa Tengah merupakan tempat menarik perhatian tua dan muda sebagai obyek wisata pendidikan. Di tempat tersebut bisa dilihat berbagai macam fosil mulai dari zaman manusia purba atau zaman pra sejarah lengkap dengan berbagai replika manusia purba, seperti ; <i>homo erectus</i> atau <i>pithrcanthropus</i>.

Virtual Tour jenis pertama ini tidak menampilkan narasi sama sekali, hanya tampilan beberapa foto atau video yang dapat bergerak 360^o dengan pergerakan ke berbagai penjuru ke kanan ke kiri ke depan dan ke belakang dan suara musik dengan penyanyi wanita melantunkan lagu Museum Sangiran. Dengan demikian, pemirsa *virtual tour* jenis ini tidak memperoleh pemahaman yang maksimal dan sayangnya banyak dijumpai di beberapa museum lainnya di Indonesia, seperti : Museum Nasional, Museum Maritim, Museum Sri Baduga, Museum Konferensi Asia Afrika dan Museum Kepresidenan RI Balai Kirti. Selanjutnya, bisa disimak penjelasan *virtual tour* jenis kedua dengan narasi tanpa bayar

alias gratis karena penjelasan destinasi wisata disampaikan langsung oleh seorang *content creator* yang bertindak sebagai pemandu wisata di suatu lokasi.

Tabel 2. *Virtual Tour* dengan Narasi Tanpa Bayar

Judul :	Jenis Media & Deskripsi :
Wisata Taman Nasional Baluran Keren! (Explore Wisata Banyuwangi)	Media: youtube <i>Fahmi catperku.com</i> / 29 September 2019 / Durasi : 31:59 dengan <i>backsound</i> musik instrumental. Produksi: <i>Catperku.com (Travel Blogger Indonesia)</i>  Deskripsi : Perjalanan ke Taman Nasional Baluran dari Banyuwangi bersama dua pria dengan berkendara sepeda motor. Untuk bisa menikmati keindahan matahari terbit / <i>sunrise</i> di Pantai Bama disarankan untuk berangkat jam 3.30 pagi dari Banyuwangi. Setelah puas menikmati suasana pantai, perjalanan dilanjutkan menuju Savana Bama dimana bisa kita menjumpai beberapa hewan liar hidup di sana, seperti : monyet, burung merak, dan rusa. Jangan lupa, ada larangan untuk memberi makanan / minuman untuk hewan disana dan jaga lah kebersihan pantai dan taman nasional. Ada <i>view point</i> yang menarik untuk tempat foto di sana, yaitu : Savana Bekol.

Pada virtual tour jenis kedua ini, ada unsur *storytelling* dari *travel blogger* Indonesia yang menyampaikan narasi tentang perjalanan menuju ke *Taman Nasional Baluran* disarankan untuk dimulai sejak pagi dini hari jam 3.30 agar bisa menikmati keindahan semesta alam Baluran yang terkenal dengan sebutan *Africa Van Java*. Namun, sayang sekali, tampilan youtube berdurasi hampir 32 menit ini seringkali diganggu dengan selipan potongan-potongan iklan dan ini lah yang menjadi kelemahan jenis *virtual tour* dengan narasi gratis buatan para *travel blogger* Indonesia.

Tabel 3. Virtual Tour dengan Narasi Berbayar

Judul :	Jenis Media & Deskripsi :
Virtual Tours de Lawang Sewu	Media: Zoom disiarkan secara <i>live streaming</i> melalui <i>video conference</i>. Produksi: Blibli.com  Deskripsi : Mengulik isi gedung kuno bersejarah peninggalan zaman Belanda <i>Lawang Sewu</i> di pusat kota Semarang. <i>Lawang Sewu</i> atau Seribu Pintu mulai dibangun Belanda pada 27 Februari 1904 dan rampung pada tahun 1907. Pada awalnya, gedung ini berfungsi sebagai Kantor Pusat Perusahaan Kereta Api swasta milik Belanda bernama <i>Nederlands Indische Spoorweg Maatschappij</i> atau NIS. Perusahaan ini lah yang pertama kali membangun jalur KA di Indonesia menghubungkan Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta. Jalur pertama yang dibangun adalah Semarang Temanggung pada tahun 1867. Namun, karena perkembangan sarana transportasi yang semakin pesat maka kantor NIS tidak lagi bisa memadai kebutuhan operasional saat itu hingga akhirnya gedung tersebut ditinggalkan dan berubah total fungsinya pada masa perjuangan kemerdekaan sebagai penjara tempat penyiksaan para tahanan sehingga tak sedikit yang meninggal dunia karena penderitaan yang tak tertahankan. Oleh karena itu, tak heran seringkali terdengar cerita mistis yang mengerikan di dalam gedung tersebut. Saat ini, pengelolaan <i>Lawang Sewu</i> kembali di tangan PT.Kereta Api Indonesia. (Sumber : sejarahlengkap.com)

Melalui *virtual tour* dengan narasi berbayar, “ platform *e-commerce* Blibli memungkinkan para pelaku industri pariwisata, khususnya para *travel agent* dan *tour guide* untuk menjalankan roda bisnis mereka meskipun di tengah pandemi covid-19. Selain itu, kami ingin mengobati kerinduan berwisata para pelanggan yang kini dapat dilakukan secara

remotely melalui wisata virtual,” ungkap *Theresia Magdalena*, VP of Blibli Tour & Travel Category pada *Johanes Randy Prakoso*, detik.com.

Dalam wisata virtual ini, para pemandu wisata akan berkeliling di sekitar Lawang Sewu dan perjalanan mereka disiarkan secara *live streaming* melalui *video conference*. Sambil berwisata virtual, para *tour guide* akan memberikan penjelasan mengenai sejarah dan keunikan destinasi wisata tersebut. Program *virtual tour* ini didukung oleh berbagai biro perjalanan ternama, termasuk ONTA (*Online Travel Assistance*), PT. Kereta Api Pariwisata dan KongkoWisata. Perjalanan virtual selama 60 menit via *video conference* ini dikenakan biaya yang sangat terjangkau, yaitu mulai dari Rp 25.000 - Rp 30.000 untuk perjalanan virtual domestik.

Tabel 4. *Virtual Tour* dengan Narasi dan Crowdfunding

Judul :	Jenis Media & Deskripsi :
Akhir Pekan Bersama #JelajahDariRumahKeSurakarta Menenal Jejak-Jejak Mangkunegara	Media: Zoom disiarkan secara <i>live streaming</i> melalui <i>video conference</i>. Produksi : natgeoindonesia  Deskripsi : Bersama pemandu wisata lokal di Solo bernama Agung dan penikmat budaya bernama Adit, peserta <i>virtual tour</i> diajak menyusuri kota Solo yang sarat dengan kisah perjuangan para raja di Jawa saat menentang penjajahan Belanda. Perjalanan diawali dari Stasiun Solo Balapan, kemudian menuju ke stasiun radio buatan Belanda : <i>Solosche Radio Vereniging</i> (SRV), Pasar Legi, Ponten, rumah awal Mangkunegara I hingga Pura Mangkunegaran atau <i>Legion de Mangkunegaran</i>. Di akhir acara, ada himbauan untuk berdonasi setulus hati mengumpulkan uang untuk dibagi-bagikan kepada para pelaku industri pariwisata yang terdampak covid-19 di Solo.

Virtual Tour produksi natgeoindonesia ini bisa dikatakan sebagai pilihan *virtual tour* terbaik saat ini karena bersifat menguntungkan kedua belah pihak. Bagi para peserta tur, mereka bisa memperoleh pemahaman deskriptif-naratif yang jelas dan memuaskan berdasarkan *storytelling* yang disampaikan pemandu wisata lokal bernama Agung dan penikmat budaya bernama Adit yang memandu peserta *avontour daring*. Beruntung sekali, penulis berkesempatan mengikuti secara langsung pada Minggu pagi, 21 Juni 2020 yang lalu melalui *zoom meeting* untuk *live streaming* acara *virtual tour* dari Stasiun Balapan Solo, *Solosche Radio Vereniging* (SRV), Pasar Legi, Ponten atau tempat pemandian umum di tengah kota Solo hingga Istana Mangkunegara. Sebelum sampai ke *Legion de Mangkunegaran* sebagai Istana Mangkunegara, para peserta tur juga berkesempatan singgah di suatu rumah bersejarah yang diyakini sebagai rumah awal Raden Mas Said sebagai Raja Mangkunegara I. Sedangkan bagi pihak natgeoindonesia, selain telah sukses menyelenggarakan acara ini juga berhasil meraup donasi setulus hati dari peserta tur untuk selanjutnya diserahkan kepada para pelaku wisata yang terkena dampak pandemi covid-19 di Solo, Jawa Tengah.

Simpulan

Hasil analisis isi singkat menunjukkan bahwa ada empat jenis *virtual tour* yang berkembang di masyarakat saat ini sebagai media promosi destinasi wisata Indonesia, yaitu : (1). *Virtual Tour* tanpa Narasi. (2). *Virtual Tour* dengan Narasi tanpa bayar. (3). *Virtual Tour* dengan Narasi berbayar. (4). *Virtual Tour* dengan Narasi dan *Crowdfunding*. Dalam kondisi keterbatasan gerak dan jangkauan akibat pandemi covid-19 yang tak berkesudahan, jenis program *Virtual Tour* dengan Narasi dan *Crowdfunding* merupakan solusi terbaik dalam menghadapi perubahan global cara berpromosi destinasi wisata Indonesia karena memiliki sikap empati dan kreatif bagi para pelaku industri pariwisata yang kehilangan pekerjaan akibat lesunya kondisi perekonomian di Indonesia. Selain itu, para pemirsa dapat ikut berdonasi / urun dana untuk membantu para korban covid-19 di bidang industri pariwisata di Solo. Dan yang terpenting, para pemirsa bisa memperoleh pengertian yang maksimal karena unsur deskriptif-naratif dalam *storytelling* yang terkandung di dalamnya sangat membantu para peserta tur dalam memahami kisah atau cerita dari suatu destinasi wisata dengan jelas. Disamping itu, ada kesempatan untuk berdialog secara langsung melalui fasilitas *zoom meeting* dengan beberapa nara sumber yang terpercaya dan menguasai bidangnya.

Referensi

- Hartomo,Giri.(2020).70% Bisnis Pariwisata dan Restoran Tergerus Virus Corona. Rabu 29 April 2020 20:04 WIB. Diakses pada: <https://economy.okezone.com/read/2020/04/29/320/2206869/70-bisnis-pariwisata-dan-restoran-tergerus-virus-corona>
- Hartomo,Giri.(2020). Sri Mulyani : Pertumbuhan Ekonomi Tahun Depan 4,5%-5,5%. Selasa,14 April 2020 14:17WIB. Diakses pada: economy.okezone.com/read/2020/04/14/20/2198948/sri-mulyani-pertumbuhan-ekonomi-tahun-depan-4-5-5-5
- Hartomo,Giri.(2020). Turis Asing Anjlok,50% Devisa Sektor Pariwisata Lenyap Akibat Virus Corona. Kamis 16 April 2020 16:47 WIB. Diakses pada: <https://economy.okezone.com/read/2020/04/16/320/2200241/turis-asing-anjlok-50-devisa-sektor-pariwisata-lenyap-akibat-virus-corona>.
- Kriyantono,Rachmat.(2014) Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group
- Prakoso, Johanes Randy. (2020). Keren! Startup Ini Beri Pelatihan Tur Virtual Gratis. Jumat, 01 Mei 2020 14:45 WIB. Diakses pada :<https://travel.detik.com/travel-news/d-4998680/keren-startup-ini-beri-pelatihan-tur-virtual-gratis>
- Prasetya, Didik Dwi. (2011). Aplikasi Virtual Tour Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pariwisata dalam Seminar On Electrical, Informatics, and Its Education 2011
- Suprobo, Hafit Yudi. (2020). Pelaku Wisata Diberikan Pelatihan Daring Bahasa Inggris. <https://ekbis.harianjogja.com/read/2020/05/15/502/1039324/pelaku-wisata-diberikan-pelatihan-daring-bahasa-inggris>
- Umafagur, Fadli. Steven R.Sentinuwo & Brave A.Sugiarso. (2016). Implementasi Virtual Tour Sebagai Media Informasi Daerah (Studi Kasus : Kota Manado). E-journal Teknik Informatika Volume 9, No.1 (2016).

KESIAPAN PERGURUAN TINGGI DI MASA COVID-19 UNTUK PEMBELAJARAN DARING

Rivga Augusta, Erik Hadi Saputra, Dwi Pela Agustina

Pendahuluan

Adanya pandemi Corona Virus Disease (Covid-19) di Indonesia menyebabkan aktivitas sosial masyarakat berubah. Perubahan secara signifikan terjadi pada pelaksanaan sistem pendidikan. Hal ini ditunjukkan dengan kebijakan penyelenggaraan pembelajaran pada tahun ajaran dan akademik baru tahun 2020 di masa pandemi Covid-19 berdasar keputusan bersama empat kementerian (Kemendikbud, Kemenag, Kemenkes dan Kemendagri). Prinsip dari kebijakannya adalah kesehatan dan keselamatan peserta didik, pendidik, tenaga kependidikan, keluarga dan masyarakat merupakan prioritas utama. Salah satu pola pembelajaran pendidikan tinggi di Tahun Akademik 2020/2021 menyebutkan bahwa Pembelajaran di perguruan tinggi pada semua zona wajib dilaksanakan secara daring (*online*) untuk mata kuliah teori dan sedapat mungkin juga untuk mata kuliah praktik.

Melihat kondisi yang seperti ini, maka dunia pendidikan harus sangat mempersiapkan diri dengan kuliah daring. Selama ini banyak yang sudah melakukannya namun masih ada yang menggunakan metode *asynchronous* yaitu pembelajaran dengan pemberian materi elektronik secara interaktif yang disertai penjelasan dan dokumen materi pendukung melalui media *online* (misalnya *Google Classroom* atau *WhatsApp*). Sebenarnya, seberapa siap kita dengan perkuliahan daring? Untuk itu, artikel ini membahas mengenai bagaimana kesiapan dan pelaksanaan perkuliahan daring oleh perguruan tinggi berbasis IT di kota Yogyakarta yang dikaji dari dinamika komunikasi antara perguruan tinggi dengan mahasiswa yang mengupas problematika efektivitas belajar daring, peran IT dalam pelaksanaan perkuliahan karak jauh di Universitas Amikom Yogyakarta, dan strategi kesiapan perkuliahan daring di perguruan tinggi.

Dinamika Komunikasi Daring: Sistem Komunikasi Pihak Perguruan Tinggi dengan Mahasiswa

Protokol pencegahan virus Covid-19 mengharuskan proses Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) dilakukan dari rumah. Situasi ini tentu saja menjadikan perguruan tinggi harus siap dan tanggap agar proses KBM tetap terlaksana dengan baik. Baik dari sisi Sumber Daya Manusia (SDM) maupun sarana dan prasarana. Pada awal masa wabah Covid-19, tentu saja semua komponen harus dituntut untuk adaptif terhadap perubahan pola. Pola KBM yang tadinya dilakukan secara luring, namun protokol pencegahan Covid-19 menuntut untuk melakukan pola secara daring. Tentu saja hal ini menimbulkan banyak keluhan karena semua harus siap terbiasa dengan penggunaan teknologi yang menggunakan jaringan internet. Beragam aplikasipun mendadak menjadi pilihan dalam melakukan komunikasi secara daring dengan mahasiswa. Tidak hanya antara dosen dan mahasiswa (proses KBM) saja, segala pelayanan administrasi juga dilakukan secara daring.

KBM Daring: Problematika Efektivitas Belajar Daring

Pembelajaran daring atau sering disebut sebagai Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) di Universitas Amikom Yogyakarta telah lama dilakukan, namun hal ini hanya diterapkan untuk Program Studi Teknik Informatika, program Magister, sedangkan semua program studi dengan strata satu dan Diploma belum menerapkan proses daring ini. Dengan demikian, situasi yang mengharuskan peralihan pola KBM ini memiliki problematika tersendiri. Baik bagi dosen maupun juga bagi mahasiswa. Ada terdapat beberapa permasalahan yang muncul di awal, *pertama*, kesiapan dosen beradaptasi dalam menyampaikan materi pembelajaran dan capaian pembelajaran yang awalnya sulit terukur. *Kedua*, pemilihan aplikasi software yang efektif untuk melakukan proses KBM. *Ketiga*, kesiapan mahasiswa dalam menerima materi pembelajaran. *Keempat*, jaringan internet yang tidak memadai di daerah masing-masing.

Keempat hal tersebut tentu saja tidak dapat dihindari, terlebih dosen dan mahasiswa yang memang tidak terbiasa adaptif dengan teknologi. Terutama untuk menyampaikan materi dan mengukur capaian pembelajaran. Maka tak heran jika pada awal proses pembelajaran daring, banyak mahasiswa yang mengeluh dengan banyaknya tugas *online*. Menanggapi hal tersebut, pihak Universitas AMIKOM Yogyakarta

tidak memberikan standar yang baku dalam proses KBM daring mengingat situasi ini merupakan situasi tanggap yang datang tiba-tiba. Sehingga Universitas memberikan kebebasan kepada dosen untuk menggunakan skema yang paling nyaman digunakan baik dari dosen maupun mahasiswa.

Pembelajaran daring memiliki dua metode, yaitu *asynchronous* dan *synchronous*. Metode *Asynchronous* (asinkron) adalah metode yang digunakan menggunakan aplikasi yang tidak melakukan tatap muka pada waktu yang bersamaan sebagaimana perkuliahan secara luring di dalam kelas. Metode ini biasanya hanya melakukan komunikasi secara tulisan melalui saluran *chat* di grup-grup berbagai aplikasi seperti Grup *Whatsapp*, *Google Classroom*, Grup *Telegram*, *Edmodo* dan sebagainya. Pembelajaran dapat berupa bacaan, animasi, simulasi, permainan edukatif, kuis dan pengumpulan yang secara waktu lebih fleksibel. Sementara itu metode *Synchronous* (Sinkron) ialah metode yang mengharuskan pengajar dan mahasiswa meluangkan waktu secara bersamaan. Dosen menggunakan aplikasi *teleconference* yang mewakili perkuliahan secara luring di dalam kelas dan memaparkan makalah atau *slide* presentasi kepada mahasiswa secara virtual. Metode ini disebut juga dengan istilah *teleconfrence* yaitu media komunikasi daring yang memfasilitasi pelaksanaan tatap muka jarak jauh. Komunikasi ini dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu namun begitu tetap saja hal ini tidak mampu memberikan interaksi yang tinggi antara para peserta (Suranto, 2018:19). Ini merupakan gambaran perkuliahan di dalam kelas yang nyata namun bersifat maya. Komunikasi yang digunakan ialah komunikasi lisan dan sangat memungkinkan terjadi komunikasi dua arah yang intens antara dosen dan mahasiswa seperti menggunakan aplikasi *Zoom*, *Googlemeet*, *WebEx Meet* dan lain lain.

Demi menunjang perkuliahan daring secara *asynchronous*, maka Universitas Amikom juga melanggankan aplikasi *Zoom* yang bersifat tiada batas (*unlimited*). Setiap dosen yang akan melakukan kuliah melalui *Zoom* bisa memesan terlebih dahulu kepada operator fakultas untuk *link* dan jadwalnya. Meskipun metode *teleconfrence* ini dianggap efektif dan dapat menggantikan kuliah luring, tentu saja hal ini tidak serta merta diterima oleh mahasiswa karena berbagai alasan terutama untuk *signal* dan juga penggunaan kuota *internet*. Oleh karenanya tak jarang mahasiswa meminta dosen juga dapat mengombinasikan skema

synchronous dengan *asynchronous*. Tentu saja universitas memberikan ruang kepada dosen untuk menyesuaikan dengan kondisi kelas dan mahasiswanya meskipun harapannya kuliah daring tetap dapat dilakukan secara *synchronous*.

Metode *asynchronous* tentu saja bukan menjadi metode yang paling efektif mengingat komunikasi dua arah yang cenderung rendah. Terlebih lagi apabila dosen hanya memberikan materi berupa tulisan/visual bukan audio visual yang tentu saja memiliki perbedaan penerimaan dari keduanya. Hasil wawancara terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta disimpulkan bahwa materi yang disampaikan dengan format *PPT* dan *Word* pada grup *WhatsApp* misalnya, kurang dapat dimengerti oleh mahasiswa, namun akan lebih mudah dipahami apabila ditambahkan audio penjelasan. Oleh karenanya metode *synchronous* tentu saja memungkinkan mahasiswa lebih mudah mengerti karena bersifat tatap muka (secara virtual) dan mahasiswa dapat mendengarkan penjelasan langsung dari dosen.

Proses KBM dengan komunikasi daring ini tentu saja sangat terbantu dengan adanya *smartphone*. *Smartphone* merupakan media komunikasi elektronik yang bergabung dengan teknologi internet. *Smartphone* memiliki kapasitas kerja untuk menyampaikan pesan suara, tulisan, gambar dan kombinasi ketiganya. (Suranto, 2018:201). Tentu saja tak heran perangkat keras inilah yang paling banyak berperan dalam kuliah daring yang dapat memungkinkan jalannya komunikasi daring antara dosen dan mahasiswa. Sementara *Personal Computer* (PC) juga menjadi alternatif untuk melakukan komunikasi daring dengan waktu dan tempat yang lebih terkonsep.

Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah, dkk, dalam tulisan yang berjudul Pendidikan Dalam masa Pandemi Covid-19 menyebutkan bahwa Universitas Terbuka Semarang tentu saja telah lama mempraktikkan perkuliahan secara daring yang disebut tutorial *online* (*tuton*) melalui *Video Conference* dan *Tutorial Web* (*Tuweb*). Namun demikian hal ini menjadi kendala bagi mahasiswa yang mengambil Tutorial Tatap Muka (TTM), sehingga diperlukan kesiapan mahasiswa dalam menerima modus Tutorial *online*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 18 % mahasiswa tidak siap mengikuti kelas tutorial *online* karena tidak percaya diri untuk mencoba hal baru dan menginginkan diberikan tugas saja selama pandemi. Sementara mahasiswa lainnya keberatan karena

tidak memiliki laptop/pc. Dalam hal ini, Universitas Terbuka Semarang tentu saja telah siap menghadapi perkuliahan daring bagi mahasiswa TTM karena selama ini telah berkerjasama dengan *Microsoft365*. Penelitian ini juga membuktikan bahwa 95 % mahasiswa termotivasi untuk mengikuti *tuweb* menggunakan aplikasi *Teams* dengan belajar mandiri lewat *google* dan bertanya kepada teman. Sementara kendala *signal* di daerah yang sulit dapat diatasi dengan aturan yang tidak terlalu kaku dari dosen atau mengizinkan mahasiswa yang berdekatan tempat tinggal untuk dapat menggunakan satu perangkat untuk 2-3 mahasiswa. (Jurnal Sinestesia, Vol. 10, No.1, April 2020)

Setyosari (2015: 7-8 dalam Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah dkk) menyebutkan bahwa pembelajaran melalui jaringan memiliki potensi-potensi, yaitu: kebermaknaan belajar, kemudahan mengakses, dan peningkatan hasil belajar. Belajar secara daring juga memungkinkan mahasiswa terhubung secara cepat dan langsung dengan teks gambar, suara, data dan video dua arah dengan bimbingan pengajar.

Hal ini selaras dengan temuan Firman dan Sari Rahayu Rahman pada Universitas Sulawesi Barat, Program Studi Pendidikan Biologi, FKIP. Mahasiswa merasa lebih nyaman untuk bertanya dan mengemukakan pendapat dalam forum perkuliahan yang dilaksanakan secara daring. Belajar dari rumah membuat mereka tidak merasakan tekanan sebaya yang biasa mereka rasakan di dalam kelas ketika belajar bersama dengan teman di dalam perkuliahan tatap muka. Menurut Sun, et. Al (2008) ketiadaan penghambat fisik serta batasan ruang dan waktu membuat mahasiswa lebih mudah berkomunikasi, selain itu pembelajaran secara daring menghilangkan perasaan canggung sehingga mahasiswa dapat mengekspresikan fikirannya dan bertanya secara bebas (Firman; Sari Rahayu Rahman, *Pembelajaran di Tengah Pandemi Covid-19*, Indonesian Journal of Educational Science (IJES))

Pemanfaatan teknologi memang sangat berperan dalam proses KBM daring di tengah pandemi Virus Covid-19. Pakpahan dan Fitriani dalam tulisannya yang berjudul "*Analisa pemanfaatan Teknologi informasi dalam pembelajaran Jarak Jauh di tengah Virus Corona Covid-19*" menyimpulkan bahwa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Salemba 22 Jakarta Pusat peranan teknologi informasi sangat membantu dalam proses pembelajaran jarak jauh di tengah pandemi virus covid-19 sehingga proses belajar mengajar dapat berjalan

dengan baik. Sehingga disamping dapat menekan laju perkembangan virus Covid-19, namun di sisi lain proses belajar mengajar bisa tetap dilakukan dan internet dapat menghubungkan dosen dan mahasiswa melalui laman e-learning menggunakan *Whatsapp*, *Google Classroom*, *Googlemet*, *Zoom* dan *Youtube*. (JISAMAR; Jurnal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research, Vol. 4 No. 2 Mei 2020)

Namun demikian, di Universitas AMIKOM, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, kendala mata kuliah praktik yang membutuhkan laboratorium membutuhkan strategi khusus bagi dosen. Hal ini harus disiasati dengan bijak oleh dosen pengampu mata kuliah praktikum mengingat tidak semua mahasiswa memiliki perangkat PC yang memenuhi standar. Solusi yang dilakukan ialah dengan mengubah pola praktikum yang memungkinkan untuk menggunakan aplikasi *software* yang dapat diakses melalui *smartphone*.

Oleh karena itu, dengan berbagai problematika yang ada dalam proses KBM maupun pelayanan administrasi tentu saja pemanfaatan berbagai aplikasi teknologi komunikasi daring dapat mengatasi kendala komunikasi antara Universitas dengan Mahasiswa selama masa pandemi Covid-19. Terlepas dari kekurangannya, media komunikasi tentu saja memberikan dampak positif di antaranya meningkatkan efisiensi dan produktivitas, memfasilitasi umpan balik dari mahasiswa, mempermudah pengiriman dan penerimaan informasi tanpa memakan waktu yang lama, mengurangi kesulitan struktur birokrasi dan memungkinkan terjadi desentralisasi pengambilan keputusan.

Peran IT Dalam Pendidikan Jarak Jauh

Universitas Amikom Yogyakarta jauh sebelum COVID-19 sudah terbiasa memberikan kuliah Pendidikan Jarak Jauh (PJJ) pada Program Studi Teknik Informatika, program Magister. PJJ S2 Teknik Informatika ini menjadi yang pertama di Indonesia dalam Pendidikan Jarak Jauh di Prodi S2 Informatika.

Penyerahan SK Menristekdikti No 488/KPT/I/2019 tentang Izin Pembukaan Prodi MTI Program PJJ, diserahkan langsung oleh Kepala LLDIKTI Wilayah V, Prof Didi Achjari kepada Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta Prof. M. Suyanto, di Gedung LLDIKTI Wilayah V Yogyakarta pada Jumat 19 Juli 2019.

Untuk mekanisme perkuliahannya yaitu: 1. Pendaftaran *online*; 2. Ujian masuk di USBJJ/AMIKOM/di mana saja yang bisa ada akses pengawasan *online* (pengawasan *cctv*); 3. Wawancara *online*; 4. Pembekalan mahasiswa (*online* atau sebelum pandemi COVID-19 di Universitas AMIKOM Yogyakarta); 5. Kuliah Daring; 6. UTS di USBJJ/AMIKOM/di mana saja yang bisa ada akses pengawasan *online*, UAS penugasan *online*. 7. Pembimbingan *online*; 8. Seminar Proposal dan ujian tesis di USBJJ/AMIKOM/*online*; 9. Yudisium *online*, dan; 10. Wisuda di AMIKOM.

Jauh Sebelum Pandemi COVID-19

Sejak 5 Agustus 2014, Universitas Amikom Yogyakarta sudah memiliki izin penyelenggaraan Jarak jauh untuk matakuliah. Penyelenggaraan ini juga didukung oleh Konsorsium Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer (APTIKOM)-AMIKOM. Pada Mulanya ada dua matakuliah yang diizinkan Dalam program tersebut dan akhirnya 7 Juni 2016 ada 13 Mata Kuliah Program S2 Teknik Informatika telah disetujui oleh KEMENRISTEKDIKTI untuk diselenggarakan secara daring. Pelaksanaan program ini menggunakan metode pembelajaran jarak jauh yang memanfaatkan teknologi komunikasi *Synchronous* dan *asynchronous*, *learning management system* dan konten multimedia. Konsorsium APTIKOM-AMIKOM berkomitmen membantu pemerintah dalam meningkatkan kualitas dan jumlah dosen berkualifikasi S2 di Indonesia. Diwujudkan dengan kerjasama antara APTIKOM dengan Universitas Amikom Yogyakarta (d/h STMIK Amikom Yogyakarta) dan Dirjen Dikti, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia membuka kesempatan bagi para dosen rumpun Ilmu Informatika dan Komputer yang masih berlatar belakang S1 untuk mengikuti PJJ S2 Konsorsium Aptikom-Amikom. Saat ini tidak hanya calon Dosen namun juga memberikan kesempatan kepada siapa saja yang kesulitan mengikuti kelas tatap muka langsung.

Acuan data yang dijadikan dasar pada saat itu adalah angka partisipasi kasar pendidikan tinggi di Indonesia masih relatif rendah, yaitu masih di bawah 30 persen. Kalau berkaca pada jumlah penduduk yang sangat tinggi dan *Human Development Index (HDI)* yang masih belum beranjak secara signifikan, tentu angka tersebut masih sangat perlu ditingkatkan. Dengan keluarnya Permen No. 109 Tahun 2013

tentang Penyelenggaraan Pendidikan Jarak Jauh pada Pendidikan Tinggi, pelaksanaan PJJ sudah dapat berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk melaksanakan kuliah secara *online* (kuliah dalam jaringan—kuliah daring).

Kuliah Online Now

Dalam pembelajaran daring yang diharapkan adalah pengajar bisa melakukan *Metode Synchronous*. Metode ini adalah Pemberian materi tatap muka secara interaktif dengan *video conference* dan/atau *audio conference* (misalnya dengan aplikasi *Zoom*, *WebEx*, *Google Meet*, *Skype*). Video dan audio *conference* dapat direkam dan dibagikan kepada mahasiswa dalam link google drive, bahkan pengajar bisa mengunggahnya ke *channel Youtube*, sekalian belajar sebagai *Youtuber* dengan konten-konten keilmuan, positif dan inspiratif. Jika hal itu dilakukan terus menerus maka pembelajaran daring akan semakin menarik dan asyik dengan konten videonya yang semakin banyak dan beragam. Sesuatu yang wajar dalam melakukan sesuatu yang baru terkadang kita memiliki kekhawatiran bagaimana hasilnya nanti. Namun kita juga tidak akan pernah tahu kalau tidak pernah mencobanya. Kalau yang dilakukan dirasa tidak maksimal, masih terdapat kekurangan maka fokusnya adalah memperbaikinya dan *sharing* dengan orang-orang yang terbiasa dan punya pengalaman. Apabila berhasil maka tentu muncul keoptimisan dan semua orang menjadi terbiasa dan semakin menikmatinya. Ketika seorang dosen merasa nyaman dengan perkuliahan daring dengan segenap perangkat yang digunakan maka mahasiswa pun tentu akan turut merasa nyaman karena semua bisa karena terbiasa.

Kesiapan Perguruan Tinggi

Dasar pelaksanaan perkuliahan daring di perguruan tinggi adalah aspek kesiapan. Kesiapan dalam mental dalam menghadapi kompleksitas baru dalam sistem perkuliahan daring dan kesiapan sarana prasarana perkuliahan daring yang juga menjadi kunci terselenggaranya perkuliahan daring. Aspek kesiapan ini akan dibahas berdasar pengalaman lapangan pengelola program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Pada masa ditetapkannya sistem perkuliahan secara daring oleh pimpinan Universitas Amikom Yogyakarta sebagai bentuk upaya

pemutusan rantai penularan Covid-19 di Indonesia dimulai pada pertengahan Maret 2020, seluruh level institusi didorong untuk segera beradaptasi. Adapun hal-hal yang diperhatikan oleh pengelola antara lain yaitu:

1. Memastikan Kesiapan Materi Dosen

Hal ini dilakukan dengan melakukan pemantauan terhadap setiap dosen koordinator mata kuliah dan para dosen mengenai kesiapan materi matakuliah teori dan juga matakuliah praktikum. Pada dasarnya, kesiapan materi matakuliah praktikum perlu mendapat perhatian khusus di saat pandemi Covid-19 ini. Perkuliahan praktikum idealnya dilakukan di laboratorium atau dengan melakukan produksi karya di lapangan. Sehingga pada perkuliahan daring, diperlukan penyesuaian dengan metode yang paling memungkinkan untuk dilaksanakan secara daring. Contohnya, penggantian skema tugas akhir matakuliah dengan berfokus pada proyek akhir sehingga tidak harus dilakukan setiap minggu dengan mengerjakan tugas praktik karena hal ini bersinggungan dengan poin no. 2 yakni fasilitas atau sarana prasarana mahasiswa maupun dosen untuk melakukan praktikum.

2. Fasilitas Mahasiswa dan Dosen

Fasilitas mahasiswa maupun dosen dalam perkuliahan daring terkait dengan kecukupan *bandwidth*/jaringan internet, biaya jaringan internet, dan juga perangkat keras seperti komputer atau laptop sebagai media pelaksanaan perkuliahan. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh pihak perguruan tinggi untuk dapat memastikan fasilitas pendukung perkuliahan daring yaitu dengan melakukan kolaborasi dengan perusahaan penyedia layanan internet untuk memberikan paket internet khusus dengan biaya terjangkau bagi mahasiswa maupun dosen.

3. Kesiapan Metode Perkuliahan

Salah satu hal yang sangat berubah dalam perkuliahan daring adalah metode perkuliahan yang diterapkan. Pihak kampus melakukan himbauan secara berstruktur mengenai metode yang akan diterapkan dalam perkuliahan baik itu dengan *Synchronous* atau *Asynchronous*.

Untuk mendukung pelaksanaan metode perkuliahan daring dengan Metode *Synchronous* maupun *Asynchronous*, kampus perlu melakukan pelatihan khusus bagi para dosen melalui *workshop online* dalam pengelolaan media-media tersebut. Melalui pelatihan, diharapkan para dosen dapat mengoptimalkan fitur-fitur yang tersedia secara *online* sehingga mahasiswa pun dapat menerima materi sebaik mungkin.

4. Pengadaan Program *Enrichment*

Dengan adanya Covid-19, tidak dapat dipungkiri bahwa terjadi defisiensi kompetensi mahasiswa di kampus-kampus seluruh dunia. Sehingga kampus perlu melakukan ekstra pengadaan program *enrichment* atau pengayaan mahasiswa dalam upaya pemenuhan kompetensi mahasiswa. Beberapa program *enrichment* dilakukan dengan menyelenggarakan seminar berbasis website atau yang dikenal dengan istilah *webinar* melalui aplikasi *Zoom*, kampus mengundang para *expert* untuk memberi perkuliahan secara *online*, diskusi *online* melalui aplikasi media sosial dengan mengangkat topik-topik terkini sesuai dengan bidang kompetensi di setiap program studi, dan juga berlangganan pembelajaran *online Coursera*.

5. Mempermudah administrasi akademik

Aktivitas kampus yang umumnya dilakukan dengan pertemuan fisik secara langsung seperti pelayanan administrasi akademik maupun kemahasiswaan dilayani secara *online*. Setiap direktorat terkait menggunakan *website* untuk mempublikasikan informasi-informasi terbaru bagi mahasiswa dan juga menyediakan layanan secara *online* melalui *hotline whatsapp* yang dapat dihubungi langsung oleh mahasiswa terkait.

6. Bantuan Bahan Pangan Bagi Mahasiswa Rantau

Tidak sedikit mahasiswa perantauan yang pada akhirnya harus menahan diri untuk tetap tinggal di kota Yogyakarta karena kondisi persebaran Covid-19 yang tidak menentu. Covid-19 juga menyebabkan mahasiswa rantau tidak dapat melakukan aktivitas hariannya seperti membeli makan secara leluasa dan bahkan ada yang kekurangan mendapatkan asupan pangan. Hal ini menjadi perhatian khusus pihak kampus. Melalui

pendataan Direktorat Kemahasiswaan, pihak kampus turut memberi bantuan bahan pangan yang dibagikan kepada mahasiswa rantau.

7. Protokol Kesehatan Untuk Aktivitas Kampus

Kampus menggunakan kuesioner online yang dapat diisi oleh masing-masing mahasiswa untuk melaporkan status kesehatan mereka. Selain itu, pihak kampus menyampaikan ketentuan-ketentuan bagi mahasiswa agar tidak melakukan aktivitas yang membahayakan kondisi Kesehatan pada masa Covid-19 ini. Meskipun perkuliahan secara garis besar dilakukan secara daring, namun kampus juga tetap mempersiapkan protoKol Kesehatan untuk aktivitas akademik lainnya yang memang harus dilakukan di kampus. Contohnya seperti pelaksanaan skripsi, bimbingan, dan penggunaan laboratorium dengan menerapkan protokol kesehatan yang lengkap.

8. Menyiapkan Rencana Semester Depan

Pelaksanaan perkuliahan di perguruan tinggi tentunya mengikuti perkembangan pandemi covid-19 dan juga kebijakan pemerintah. Beberapa di antaranya yang harus disiapkan adalah alternatif skenario kegiatan belajar mengajar di perguruan tinggi. Alternatif skenario antara lain skenario optimis bahwa covid-19 akan segera berakhir pada waktu dekat sehingga perkuliahan berjalan dengan biasa. Skenario medium atau pesimis-optimis yakni perkuliahan berjalan setengah semester berjalan daring, setengah semester berjalan seperti biasa. Skenario pesimis yakni perkuliahan dijalankan penuh secara daring sehingga diperlukan banyak penyesuaian baik dari rencana pembelajaran dan juga metode belajar yang paling ideal untuk memenuhi capaian pembelajaran.

Dari delapan poin yang dipaparkan, dapat diketahui beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mempersiapkan pelaksanaan perkuliahan daring. Delapan poin di sini merupakan hasil pengalaman lapangan pengelola proram studi Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta pada masa Covid-19. Adapun dalam penerapannya tidak selalu berjalan dengan lancar. KBM daring akan terlaksana dengan baik apabila seluruh elemen yang ada dalam sistem perguruan tinggi, baik

pihak pengelola, dosen, dan juga mahasiswa dapat bekerja sama secara optimis untuk mencapai kualitas sistem pembelajaran terbaik.

Kesimpulan

Pandemi Corona Virus Disease (Covid-19) yang masuk ke Indonesia menyebabkan perubahan besar dalam sektor pendidikan, khususnya sistem perkuliahan di perguruan tinggi. Beberapa hal menjadi tantangan tersendiri bagi perguruan tinggi dalam menjalankan kewajiban tridharma yang meliputi pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Terlebih pelaksanaan pendidikan atau perkuliahan yang selama ini dilakukan secara tatap muka dan pertemuan secara fisik di ruang kelas-kelas, diharuskan untuk ‘berpindah’ menggunakan sistem perkuliahan secara *online* atau dalam jaringan (daring) *internet*. Tentunya hal ini membutuhkan banyak kesiapan dalam pelaksanaannya, bahkan bagi perguruan tinggi yang memang unggul di bidang *Information Technology* (IT).

Pelaksanaan perkuliahan secara daring bukan tidak pernah dilaksanakan perguruan tinggi berbasis IT seperti Universitas Amikom Yogyakarta, seperti yang telah terlaksana di Program S2 Teknik Informatika. Meskipun demikian, dalam kondisi pandemi Covid-19 yang serba tidak direncanakan, pelaksanaan perkuliahan daring harus segera diterapkan seoptimal mungkin dalam waktu sesegera mungkin di setiap program studi. Universitas Amikom Yogyakarta menerapkan berbagai kebijakan terkait kesiapan perkuliahan daring. Kebijakan tersebut melingkupi beberapa aspek antara lain teknis pelaksanaan KMB, kesiapan dosen dan mahasiswa, hal-hal administratif, dan lainnya. Dengan kerjasama penuh antara pengelola perguruan tinggi, dosen dan juga mahasiswa, pelaksanaan sistem perkuliahan apapun dapat terlaksana dengan baik tak terkecuali sistem perkuliahan daring di masa Covid-19 ini.

Daftar Pustaka

- Aw, Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah, Hascaryo Pramudibyanto, Barokah Widuroyekti. (2020). Pendidikan Dalam masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinestesia*, Vol. 10, No.1, April 2020
- Firman; Sari Rahayu Rahman. (2020). Pembelajaran di Tengah Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Educational Science (IJES)* Vol.2 No.2 Maret 2020
- Pakpahan, Roida; Fitriani, Yuni. (2020). *Analisa Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pembelajaran Jarak Jauh Di Tengah Pandemi Virus Corona Covid-19*. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 30-36, may 2020. ISSN 2598-8719. Available at: <<http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/view/181>>. Date accessed: 20 june 2020.
- Saputra, Erik Hadi. (2020). “*Bisa Karena Terbiasa*”. Available at: <<https://lldikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/bisa-karena-terbiasa>> Date accessed: 25 June 2020.

PERAN DOSEN DALAM MENGAJAR KELOMPOK MAHASISWA DIGITAL NATIVE DIKALA PANDEMIK COVID 19

Indra Novianto Adibayu Pamungkas

Pendahuluan

Berdiskusi terkait mahasiswa *digital native* merupakan hal yang sangat dekat dengan para dosen dan bahkan hingga saat ini kelompok *digital native* generasi awal yaitu yang lahir pada tahun 1980 sudah ada yang berprofesi sebagai seorang dosen. Istilah *Digital Native* muncul dari seorang penulis dan pembicara bidang pendidikan, March Prensky melalui tulisannya yang berjudul “*Digital Native, Digital Immigrant*” dengan pernyataannya sebagai berikut:

“Our students have changed radically. Today’s students are no longer the people our educational system was designed to teach”
(Prensky, 2001a)

Pernyataan Prensky (2001) sempat menjadi perdebatan dan membawa kepanikan di dunia pendidikan karena masih dipertanyakan bukti secara empiris dan teoritis (Bennett, Maton, & Kervin, 2008) dan masih dipertanyakan mengenai bukti keberadaanya (Helsper & Eynon, 2010). Perkembangan penelitian dengan penggunaan istilah digital native mulai mengalami perkembangan melalui adanya wacana terkait digital native (Thornham & McFarlane, 2011), dekonstruksi digital native dikaitkan dengan orang-orang muda dan teknologi (Thomas, 2011) hingga bagaimana seorang educator mampu melakukan *engagement* dan belajar dari generasi muda melalui teknologi (Downes & Bishop, 2012).

Pada tahun 2014, sebuah penelitian hadir tentang keterkaitan akan kepercayaan secara *online* antara kelompok *digital native* dan *digital immigrant* (Hoffmann, Lutz, & Meckel, 2014). Perkembangan penelitian juga pernah membahas dari sisi penggunaan sosial media Twitter antara digital natives dan digital immigrants (Metallo & Agrifoglio, 2015), internet skill diantara pengguna facebook dikalangan digital

natives (Correa, 2015) dan metanaratif pergerakan keahlian di abad 21 (Greenlaw, 2015). Peneitian secara kualitatif pun mulai mewarnai tema generasi yang dikenal dengan Net- Generation ini (Uygarer, Uzunboylu, & Ozdamli, 2016).

Evaluasi kurikulum dengan hadirnya generasi digital native pernah dibahas dalam sebuah penelitian dari sisi mata kuliah akuntansi (Al-Htaybat, von Alberti-Alhtaybat, & Alhatabat, 2018), perangkat digital untuk mengajar kelompok ini (Warf, 2018), bagaimana teknologi membangun persepsi mahasiswa di Uni Emirat Arab (Ashour, 2019) hingga adanya penelitian mengenai transmedia skill dari digital native ke digital Apprentice (Masanet, Guerrero-Pico, & Establés, 2019).

Peneliti mendapatkan data dari literatur-literatur mengenai personality yang terbentuk dari kelompok *digital native* sebagai pribadi yang tumbuh besar dengan teknologi sehingga mereka merupakan generasi yang mampu beradaptasi dan memproses teknologi dan informasi dengan cepat (Prensky, 2001a, 2001b). Digital native memiliki harapan ketika berada di lingkungan pendidikan diantaranya kelompok ini lebih memilih belajar dengan permainan, lebih memilih grafis daripada teks dan kelompok ini merupakan kelompok yang dapat menemukan infomasi dengan cepat (Bilgic et.al, 2011 dalam Uygarer et al., 2016).

Generasi dan Revolusi Industri

Pada setiap generasi tentunya memiliki karakteristik masing-masing sehingga hal ini menimbulkan GAP antar generasi dalam dunia pendidikan. Dalam setiap revolusi industri juga melahirkan generasi-generasi pada jaman nya seperti yang terdapat dalam (tabel 1.1) berikut ini:

Tabel 1. Generasi dan Revolusi Industri

NO	Generasi	Tahun Lahir
1	Radio Babies atau Silent Generation	1930-1945
2.	Baby Boomers	1946-1964
3	Generation Xers (Generation Busters)	1965-1976
4	Generation Ys (generation Why)	1977-1990
5	Millenials	1990 atau lebih

Sumber : (Gravett, Linda; Trockmorton, 2007)

Berdasarkan telaah pustaka dan literatur-literatur yang peneliti dapatkan, peneliti melihat adanya gap antara kelompok mahasiswa

digital native dan *digital immigrant* yang terdiri dari pengajar. Bahkan gap ini juga terlihat antara dosen yang berasal dari kelompok *digital native* dengan mahasiswa *digital native* ketika memberlakukannya dalam kegiatan akademik. Penelitian mengenai pemberlakuan identitas ini dilakukan dengan berdasar pada *Communication Theory of Identity* dari Michael Hect dan identitas ini sudah diakui sebagai produk komunikasi (Jung & Hecht, 2004).

Jung & Hecht (2004) dengan melihat dari 4 (empat) layer komunikasi melalui identitas yaitu : ***Personal Identity*** atau identitas personal dimana hal ini menunjukkan konsep diri seseorang mahasiswa dari generasi digital yang juga merupakan konsep atau citra diri dari kelompok mahasiswa generasi saat ini. ***Enacted Identity*** merupakan cara bagaimana mahasiswa memberlakukan identitas, mengkomunikasikan konsep dirinya pada orang lain dalam bentuk pertunjukan keseharian (performed) atau ekspresi (expressed) sehingga mereka dapat saling bertukar identitas.

Relational Identity dari mahasiswa merupakan identitas yang dianggap berasal dari orang lain dan dikonseptualisasikan dalam suatu hubungan dan ***Communal identity*** adalah bagaimana mahasiswa kelompok digital dapat membangun identitasnya secara sosial di tingkat kelompok kolektif dan hal ini mencerminkan wacana sosial dan budaya (Bergquist, Soliz, Everhart, Braithwaite, & Kreimer, 2019; Jung & Hecht, 2004)

Sebelum hadirnya fenomena covid 19 ini peneliti melakukan pencarian data untuk mengetahui apa yang menjadi identitas kelompok *digital native* dan *digital immigrant* dalam hal proses pencarian informasi , pembelajaran, konfirmasi dan belajar dan mengajar (tabel 2) sehingga peneliti memiliki dasar untuk melakukan penyelidikan mengenai bagaimana pemberlakuan (*enacted*) identitas mahasiswa kelompok digital native ketika melaksanakan *study from home*.

Tabel 2. Perbedaan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*

<i>Digital Immigrant</i>	<i>Digital Native</i>
Proses Pencarian Informasi	
Kelompok ini belajar dari <i>immigrant</i> lainnya yang dianggap lebih baik. Kelompok ini juga belajar dari beradaptasi dengan lingkungan dan mempertahankan hubungan tersebut sampai batas waktu tertentu dan dilanjutkan mencari informasi ke internet.	Tumbuh berkembang bersama teknologi sehingga disebut sebagai “ <i>Native Speakers of digital language of computer, video games and internet</i> ”
Proses Pembelajaran	
Kelompok ini perlu di sosialisasikan ketika mempelajari sesuatu khususnya hal-hal baru.	Kelompok ini belajar mandiri melalui komputer, video game, pemutar musik digital, kamera video, ponsel, dan semua mainan dan alat lain dari era digital.
Proses Konfirmasi	
Mereka adalah kelompok generasi yang akan menegaskan kembali sesuatu yang dikirim dengan internet seperti “ <i>apakah kamu sudah membaca email saya?</i> ”	Generasi yang tidak membutuhkan penegasan kembali karena mereka dekat dengan gadget sehingga memudahkan mereka untuk check setiap saat.
Proses Belajar Mengajar	
Proses mengajar dilakukan secara perlahan-lahan, selangkah demi selangkah , satu hal pada satu waktu.	Banyak bahasa dari digital immigrant yang tidak dipahami oleh kelompok ini. Kelompok ini menerima informasi dengan sangat cepat. Mereka suka proses paralel dan multi-tugas. Mereka lebih suka grafis mereka daripada teks.
Kelompok ini tidak percaya bahwa siswa mereka dapat belajar dengan sukses saat menonton TV atau mendengarkan musik.	Kelompok ini mampu belajar mandiri melalui fitur fitur digital.
Guru akan menyalahkan apabila peserta didik mereka membuka laptop ketika berada di dalam kelas dan dianggap tidak memperhatikan ketika menjelaskan.	Bekerja dengan perangkat seperti laptop akan membuat kelompok ini mudah memahami materi karena Kelompok ini menerima informasi dengan sangat cepat.

Sumber : (Prensky, 2001c) diolah oleh peneliti (2019)

Peneliti melakukan wawancara pada masing-masing delapan orang dosen ilmu komunikasi dari kelompok *Digital Native* dan *Digital Immigrant* untuk mengkonfirmasi apa yang Prensky (2001) jelaskan mengenai *personal identity* mahasiswa dari kelompok *Digital Native*. Kedua kelompok dosen dari kedua kelompok sepakat bahwa mahasiswa kelompok *digital native* memang piawai dalam hal pencarian informasi namun mahasiswa masih lemah dalam hal konfirmasi sumber yang kredibel karena mengandalkan kata kunci.

Dari hasil wawancara dosen *digital immigrant* (lahir tahun 1980) mereka mengatakan bahwa pada jamannya, pencarian informasi membuat mereka harus bergerak ke perpustakaan untuk mencari sumber-sumber yang kredibel. Bagi dosen dari kelompok digital native awal (yang lahir pada tahun 1980-1986) kebanyakan mereka harus mencari ke perpustakaan dan internet karena generasi dari kelompok ini merupakan saksi hadirnya internet. (Ramsey, Knight, & Knight, 2019). Kedua kelompok dosen ini sepakat bahwa mahasiswa perlu diarahkan mengenai mana yang boleh dijadikan sumber yang kredible dan mana yang bukan. Kemudahan mesin pencarian memang sudah tersedia namun masih perlu arahan lebih lanjut untuk sumber-sumber yang dianggap kredibel untuk tulisan akademik.

Ketika dalam *Learnnig from Home* (LFH) semasa masa pendemi, peneliti mengamati mahasiswa generasi Z lebih senang untuk berkumpul dan memiliki sifat berkomunal. Hal ini masih menjadi pertanyaan peneliti, bagaimana *personality* yang dibawanya dan selama ini dianggap sebagai mahasiwa digital, lahir dengan kondisi *digital* namun ketika benar benar harus 100 persen melaksanakan kegiatan digital terlihat mahasiwa sudah tidak sabar untuk kembali ke lingkungan kampus dan memilih kuliah secara *offline* (Hasil observasi selama WFH mulai bulan Maret – Juni 2020). Peneliti melakukan observasi terhadap perilaku mahasiswa melalui instastory Instagram, tidak sedikit mahasiswa juga yang menunjukkan rasa kekesalan selama berada di rumah dengan saling berbagi konten diluar mata kuliah. Beberapa dari mahasiswa terlihat mengasah kreatifitas nya selama berada dirumah dengan melakukan kegiatan seperti berwirausaha makanan rumah atau kreasi dari hasil tangan mereka . Peneliti melihat bukan hanya pengetahuan ilmu komunikasi yang mereka dapatkan, namun cara mengkomunikasikan brand-brand ciptaan mereka seolah ada pengaplikasian pada saat mereka berada dalam kondisi social distancing yang mengharuskan mereka berada di rumah offline (Hasil observasi selama WFH mulai bulan Maret – Juni 2020).

Seorang mahasiswa terlihat mampu menerapkan ilmu komunikasi pemasaran selama masa pandemik ini. Peneliti memperhatikan kondisi pandemiki membuat mahasiswa ini mampu berkreasi sampai dalam hal pengelolaan pesan. Peneliti juga melihat bahwa adanya peluang dosen untuk memberikan tugas kepada mereka yang juga bisa mengaktifkan

mereka dalam mengatasi kebosanan mereka selama beraktifitas di rumah dan memberikan keuntungan bagi mereka untuk berkreasi. Berikut adalah salah satu pesan yang dibuat oleh mahasiswa peneliti (gambar 1).



Gambar 1. Aktivitas Pesan Mahasiswa dalam Mengelola Usaha Rumahan

Prensky (2010) menjelaskan sudah saatnya dosen tidak lagi berpikir bahwa materi yang diberikan hanya untuk tujuan menyelesaikan perkuliahan saja namun sudah barang tentu perlu dipikirkan untuk membuka pikiran mahasiswa untuk beberapa tahun kedepan. Namun dosen harus menganggap mahasiswa sebagai partner dalam kegiatan belajar. Pada awalnya tugas seorang dosen hanyalah melakukan *direct instruction* namun metode ini sudah tidak efektif lagi sehingga dosen saat ini bukan hanya sekedar mengajar, berbicara dan menjelaskan. Mahasiswa bertugas hanya mencatat, membaca text dan mengingat apa yang dipelajari. Hal yang perlu diketahui dosen saat ini adalah mahasiswa tidak lagi cukup hanya mendengarkan namun perlu dipahami melalui sebuah tindakan (Prensky, 2010).

Mahasiswa kini dapat melihat dan memberikan penghargaan pada dosen yang dianggap mereka sebagai dosen yang kreatif, berenergi dan mampu menghargai opini mereka. Mahasiswa saat ini berkomunikasi secara instan melalui permainan digital dan pada saat yang bersamaan mereka belajar mengenai sesuatu. Hal yang paling penting dilakukan oleh dosen adalah melakukan membantu mahasiswa dalam hal-hal berikut (Prensky, 2010):

1. Menemukan dan membuat mahasiswa mengembangkan passion mereka
2. Menggunakan berbagai macam teknologi yang tersedia
3. Melakukan riset dan menemukan informasi
4. Menjawab pertanyaan dan membangikan pengalaman kepada mahasiswa dan mengembangkan opini mereka.
5. Praktis dan memberikan motivasi
6. Membuat presentasi dan menggabungkan teks dan media

Simpulan

Setiap mahasiswa tentunya memiliki minat masing-masing dan didalam kelas tentunya dosen akan menghadapi beragam minat dari mahasiswanya bahkan hingga minat mahasiswa yang diuar dugaan. Passion mahasiswa biasanya terpendam dalam diri mereka dan dosen kini harus menggali apa passion mahasiswa nya dalam menciptakan pembelajaran individual sehingga akan melekat bagi mahasiswa ketika melakukan proses kemitraan dengan dosen nya. Kondisi ini bisa dibuat dan munculah istilah baru dalam dunia pendikan yaitu pembelajaran berbasis passion (Prensky, 2010).

Mahasiswa di era digital sangat bersemangat untuk menciptakan sesuatu namun masih minimnya kesempatan untuk mewujudkannya. Keinginan mahasiswa untuk menciptakan hal hal baru dikarenakan adanya akses teknologi. Mahasiswa banyak menciptakan sesuatu diluar kampus dan sedikit diantara mereka yang melakukannya di dalam konteks pembelajaran. Peran dosen dalam masa pandemik ini dapat berposisi sebagai mitra dengan memberikan kesempatan pada mahasiswa dengan membantu dan mendorong mereka untuk melakukan sebanyak mungkin ciptaan dan menjadikannya sebagai pembelajaran formal (Prensky, 2010)

Daftar Pustaka

- Al-Htaybat, K., von Alberti-Alhtaybat, L., & Alhatabat, Z. (2018). Educating digital natives for the future: accounting educators' evaluation of the accounting curriculum. *Accounting Education*, 27(4), 333–357. <https://doi.org/10.1080/09639284.2018.1437758>
- Ashour, S. (2019). How technology has shaped university students' perceptions and expectations around higher education: an exploratory study of the United Arab Emirates. *Studies in Higher Education*, 0(0), 1–13. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1617683>
- Bennett, S., Maton, K., & Kervin, L. (2008). The “digital natives” debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775–786. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x>
- Bergquist, G., Soliz, J., Everhart, K., Braithwaite, D. O., & Kreimer, L. (2019). Investigating Layers of Identity and Identity Gaps in Refugee Resettlement Experiences in the Midwestern United States. *Western Journal of Communication*, 83(3), 383–402. <https://doi.org/10.1080/10570314.2018.1552009>
- Correa, T. (2015). Digital skills and social media use: how Internet skills are related to different types of Facebook use among ‘digital natives.’ *Information Communication and Society*, 19(8), 1095–1107. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084023>
- Downes, J. M., & Bishop, P. (2012). Educators Engage Digital Natives and Learn from Their Experiences with Technology: Integrating Technology Engages Students in Their Learning. *Middle School Journal*, 43(5), 6–15. <https://doi.org/10.1080/00940771.2012.11461824>
- Gravett, Linda; Trockmorton, R. (2007). *Bridging the GAP Generations*. New Jersey: Career Press.
- Greenlaw, J. (2015). Deconstructing the Metanarrative of the 21st Century Skills Movement. *Educational Philosophy and Theory*, 47(9), 894–903. <https://doi.org/10.1080/00131857.2015.1035156>

- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>
- Hoffmann, C. P., Lutz, C., & Meckel, M. (2014). Digital Natives or Digital Immigrants? The Impact of User Characteristics on Online Trust. *Journal of Management Information Systems*, 31(3), 138–171. <https://doi.org/10.1080/07421222.2014.995538>
- Jung, E., & Hecht, M. L. (2004). Elaborating the communication theory of identity: Identity gaps and communication outcomes. *Communication Quarterly*, 52(3), 265–283. <https://doi.org/10.1080/01463370409370197>
- Masanet, M. J., Guerrero-Pico, M., & Establés, M. J. (2019). From digital native to digital apprentice. A case study of the transmedia skills and informal learning strategies of adolescents in Spain. *Learning, Media and Technology*, 00(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/17439884.2019.1641513>
- Metallo, C., & Agrifoglio, R. (2015). The effects of generational differences on use continuance of Twitter: An investigation of digital natives and digital immigrants. *Behaviour and Information Technology*, 34(9), 869–881. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2015.1046928>
- Prensky, M. (2001a). Digital Immigrants, Digital Natives. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Prensky, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. In *On the Horizon* (Vol. 9). <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Prensky, M. (2001c). Digital Natives, Digital Immigrants Part 2. *NCB University Press*, 9.
- Prensky, M. (2010). *Teaching Digital Natives*. United Kingdom: Corwin Press.
- Ramsey, M. C., Knight, R. A., & Knight, M. L. (2019). Student Identification and Communication Instruction: An Examination of Identity Gaps as Predictors of Communication Satisfaction and Teacher Apprehension. *Communication Studies*, 0(0), 1–13. <https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1650087>
- Thomas, M. (2011). Deconstructing digital natives: Young people, technology and the new literacies. *Journal of Children and Media*, 2798(June), 1–220. <https://doi.org/10.4324/9780203818848>

- Thornham, H., & McFarlane, A. (2011). Discourses of the digital native: Use, non-use, and perceptions of use in BBC Blast. *Information Communication and Society*, 14(2), 258–279. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2010.510199>
- Uygarer, R., Uzunboyu, H., & Ozdamli, F. (2016). A piece of qualitative study about digital natives. *Anthropologist*, 24(2), 623–629. <https://doi.org/10.1080/09720073.2016.11892057>
- Warf, B. (2018). Teaching Digital Divides. *Journal of Geography*, 118(2), 77–87. <https://doi.org/10.1080/00221341.2018.1518990>

PERAN SISTEM MANAJEMEN PEMBELAJARAN DAN PENDIDIKAN TINGGI ILMU KOMUNIKASI DALAM PEMBELAJARAN DARING YANG INKLUSIF

Albertus Magnus Prestianta,
Cendera Rizky Anugrah Bangun

Pendahuluan

Internet dan teknologi digital telah membawa perubahan besar di berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah aspek pendidikan. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang kian canggih memungkinkan penyelenggaraan pembelajaran daring. Pemanfaatan TIK makin relevan dengan situasi pandemi COVID-19 yang tidak memungkinkan orang berkumpul dalam jumlah banyak di satu ruang kelas. Sebagai respon atas meluasnya COVID-19 di Indonesia Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim mengeluarkan surat edaran tanggal 24 Maret 2020 yang mengatur tentang pelaksanaan pendidikan dalam situasi darurat. Akibatnya, kegiatan belajar yang semulanya tatap muka di sekolah berubah menjadi kegiatan belajar di rumah secara daring.

Praktik belajar dari rumah tentu tidak selalu berjalan mulus. Kesenjangan akses menjadi satu dari sekian banyak persoalan dari belajar daring. Tidak semua peserta didik maupun pendidik memiliki kesamaan kemampuan dalam mengakses pembelajaran daring secara optimal. Pengamat pendidikan dari Center of Education Regulations and Development Analysis (CERDAS) Indra Charismiadi (dikutip dari CNNIndonesia, 2020) menilai bahwa wabah corona menunjukkan kondisi dan kendala pendidikan daring di Indonesia yang sesungguhnya. Sangat jelas bahwa pembelajaran daring selama Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sangat bertumpu pada Internet. Agar proses pembelajaran berjalan lancar dan efektif dibutuhkan infrastruktur Internet kuat dan cepat. Namun pada realitanya infrastruktur internet di Indonesia tidak merata sehingga membuat pembelajaran menjadi

terhambat (Azzahra, 2020). Kondisi internet Indonesia yang lambat sebenarnya tidak mengagetkan. Speedtest Global Index (Khidhir, 2019) menyebutkan bahwa kecepatan internet di Indonesia sampai akhir 2019 masih terbilang lambat bila dibandingkan dengan negara-negara lain.

Kompetensi dan keterampilan guru dalam mengajar secara daring (Gandhawangi, 2020) juga menjadi persoalan yang menuntut jalan keluar. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa kemampuan guru dalam mengkoordinasikan jalannya pembelajaran daring selama pandemi belum optimal. Alhasil, banyak tenaga pengajar yang menggunakan aplikasi pesan instan agar komunikasi guru dan siswa tetap terjalin.

Bukan sesuatu yang aneh bila aplikasi pesan instan seperti Whatsapp digunakan untuk pembelajaran sebab aplikasi inilah yang mayoritas dipahami dan dikuasai oleh guru sebagai sarana komunikasi dalam pembelajaran (Listiarty dalam Julistian, 2020). Kendati demikian, penggunaan aplikasi seperti Whatsapp tidak sepenuhnya keliru, hanya saja dalam konteks pembelajaran daring yang terkelola aplikasi pesan instan punya banyak kelemahan. Penelitian menunjukkan bahwa aplikasi pesan instan lemah dalam hal sistem manajemen pembelajaran (*learning management system*) namun efektif dalam membangun dialog antara pengajar dan peserta ajar (Tang & Hew, 2017). Oleh karena itu dibutuhkan *learning management system* (LMS) sistem yang baik agar aktivitas pembelajaran secara daring terkelola secara baik.

Dalam rangka mempersiapkan tahun ajaran baru 2020/2021 Pemerintah menerbitkan Surat Keputusan Bersama (SKB) empat menteri yang mengatur tentang panduan penyelenggaraan pembelajaran di masa pandemi COVID-19 pada 15 Juni 2020. Kondisi ini relatif memberikan angin segar apabila dilihat dari aspek perlindungan kesehatan dan keselamatan warga satuan pendidikan. Namun, jika dilihat dari aspek teknis pendidikan daring, kondisi ini belum tentu menggembirakan. Artinya, dalam kondisi darurat pandemi warga satuan pendidikan yang didalamnya ada guru, siswa dan orang tua, masih akan kesulitan mengimplementasikan pembelajaran daring apabila tidak ada petunjuk teknis yang jelas. Apalagi dalam panduan tersebut tidak secara spesifik memberikan penjelasan mekanisme pembelajaran daring bagi sekolah luar biasa (SLB), guru dan siswa penyandang disabilitas.

Tantangan belajar bagi penyandang disabilitas di Indonesia

Undang-undang nomor 8 tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas menyatakan penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensori dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. Berdasarkan definisi itu, dimensi keterbatasan untuk penyandang disabilitas sangat luas. Artinya penyandang disabilitas tidak hanya memiliki keterbatasan fisik (penglihatan, pendengaran, motorik, dan lainnya), namun juga keterbatasan intelektual dan mental. Berdasarkan data Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 2015 yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penyandang disabilitas di Indonesia mencapai 2% dari total penduduk Indonesia.

Dalam lingkup pendidikan, sekitar lebih kurang terdapat 993.000 siswa penyandang disabilitas (DAPODIK, 2018) di Indonesia yang tersebar dari pendidikan dasar hingga menengah. Dalam hal kebijakan belajar di rumah semua sama di mata negara. Tidak ada perbedaan antara non disabilitas dengan penyandang disabilitas dan semua harus mengikuti aturan yang telah ditetapkan.

Belajar di rumah bagi penyandang disabilitas bukan perkara mudah. Hersinta, salah satu orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus autisme, menyebutkan bahwa perubahan dalam pola pembelajaran selama pandemi adalah keharusan, akan tetapi sulit implementasinya. Menurut Hersinta penggunaan teknologi sebagai alat pembelajaran di sekolah bagi anak berkebutuhan khusus masih minim. Lebih lanjut Hersinta menjelaskan bahwa pembelajaran daring bagi disabilitas, khususnya autisme, sangat kompleks. “Suasana hati mudah berubah sehingga anak (autisme) akan lebih mudah stress,” terang Hersinta. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang dapat menyeimbangkan antara penggunaan TIK untuk pembelajaran tetapi juga secara bersamaan memperhatikan kebutuhan anak.

Staf Ahli Bidang Hukum, Politik dan HAM dari Kantor Staf Khusus Presiden Sunarman Sukanto (dikutip dari Nilawaty, 2020) mengatakan bahwa siswa dengan disabilitas rentan dalam menghadapi perubahan situasi belajar dari luring menjadi daring. Struktur pembelajaran yang tadinya sudah mapan secara luring harus mengalami penyesuaian agar cocok untuk model daring.

Pembelajaran daring selama pandemi menunjukkan bahwa perlu adanya kerjasama dan perhatian lebih dari seluruh satuan warga pendidikan untuk menciptakan pendidikan yang lebih inklusif. Pendidikan inklusif artinya pendidikan yang menghargai keanekaragaman, tidak diskriminatif, serta ramah terhadap pembelajaran termasuk untuk siswa penyandang disabilitas (Herawati, 2012). Sejalan dengan Herawati, Sulistyadi (2014) menekankan bahwa penyelenggaraan layanan pendidikan yang inklusif perlu andil semua pihak dan memerlukan kebijakan berskala besar. Sebab menurut Sulistyadi, beragamnya disabilitas tentu perlu penanganan yang berbeda satu dengan yang lain dimana proses pembelajarannya tidak bisa disamaratakan.

Guglielman (dalam Kent, 2015) mengingatkan bahwa pembelajaran daring perlu melihat baik aspek teknis dan maupun akses pedagogis dari sisi aksesibilitas dan juga inklusi itu sendiri. Roberts, Crittenden dan Crittenden (2011) mengemukakan bahwa materi dan sistem pembelajaran harus dirancang agar dapat diakses sejak awal. Lebih lanjut ketiganya menyebutkan bahwa langkah-langkah teknis untuk memberikan akses ini perlu dilakukan bersamaan dengan pendekatan pedagogis terhadap rancangan pembelajaran daring yang inklusif untuk para penyandang disabilitas. Keuntungan materi pembelajaran yang tersedia secara daring adalah lebih banyak pilihan untuk dapat diakses daripada konten analog (Kent, 2015) dan sistem pembelajaran berbasis web yang terkelola sangat berharga bukan hanya untuk siswa penyandang disabilitas tetapi juga populasi siswa yang lebih luas (Williams & Fardon, 2005).

Pembelajaran Daring di SLB Pembina tingkat Nasional

SLB A Pembina Tingkat Nasional adalah salah satu sekolah luar biasa untuk disabilitas netra yang harus mengikuti program pemerintah belajar di rumah demi melindungi satuan warga pendidikan di sekolah itu agar terhindar dari COVID-19. SLB A Pembina Tingkat Nasional memiliki jumlah Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PTK) sebanyak 50 orang dengan Peserta didik (PD) sebanyak 92 siswa dari tingkatan sekolah dasar hingga sekolah menengah.

Ratmartini, Kepala Sekolah SLB A Pembina Tingkat Nasional, menjelaskan selama masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sekolah menerapkan pembelajaran daring dengan menggunakan aplikasi Whatsapp. Untuk siswa SMP dan SMA, guru membentuk grup Whatsapp

yang isinya guru dengan siswa kelas. Sedangkan untuk SD, guru membuat grup whatsapp dengan orang tua. Dalam proses pembelajarannya grup Whatsapp digunakan oleh guru untuk memberikan materi pelajaran dan tugas, sedangkan siswa menggunakan ruang virtual yang sama untuk berkomunikasi dan mengumpulkan tugas.



Gambar 1 aktivitas belajar dengan Whatsapp call di Sekolah Dasar SLB Pembina Tingkat Nasional

Pembelajaran dengan menggunakan Whatsapp memang tidak sepenuhnya keliru, namun dalam belajar digital perlu ada sistem dan mekanisme yang lebih mapan, tidak hanya sekedar berkomunikasi saja. Oleh karenanya dalam belajar daring bagi disabilitas perlu ada LMS sebagai alat pedagogis yang ramah akses untuk mereka. Tidak adanya sistem manajemen pembelajaran yang baik menyebabkan hilangnya

kesempatan siswa berkebutuhan khusus untuk memperoleh hak pendidikan (Babo & Azevedo, 2012). Untuk memberikan kesempatan yang sama bagi semua siswa, perlu untuk meningkatkan lingkungan belajar dengan menghilangkan semua hambatan untuk aksesibilitas.

Di sisi lain, peran orang tua atau pendamping dalam aktivitas belajar siswa berkebutuhan khusus sangatlah penting. Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum Cucu Nuraeni menjelaskan, orang tua atau pendamping berperan dalam menjelaskan dan membimbing siswa tentang hal yang dipelajari dalam kelas daring. Lebih lanjut Cucu menyebutkan tanpa peran orang tua atau pendamping maka tujuan belajar tidak tercapai. Namun, Cucu mengakui bahwa membangun dan menjaga komunikasi yang baik antara guru dengan orang tua atau pendamping tidaklah mudah.

Berdasarkan pengamatan langsung, diskusi dan wawancara dengan guru SLB A Pembina Tingkat Nasional dapat dipetakan urgensi permasalahan dalam pembelajaran daring di sekolah tersebut. Pertama, guru tidak memiliki bekal yang cukup untuk pembelajaran daring khususnya dalam mengelola kelas. Hal itu disebabkan karena, kedua, sekolah tidak memiliki LMS yang dapat menunjang pembelajaran daring. Ketiga, komunikasi guru dengan siswa dan komunikasi guru dengan orang tua atau pendamping siswa berkebutuhan khusus secara daring belum terbangun secara utuh, kokoh dan optimal.

Mencari jalan tengah

Sejumlah penelitian menunjukkan penggunaan LMS memberikan banyak manfaat dalam pembelajaran. LMS membantu kelas untuk beralih fokus dari pembelajaran yang mengutamakan konten menjadi pembelajaran yang mengutamakan proses (Vogel & Klassen, 2001). Keberadaan LMS membantu guru dan siswa untuk beralih dari model pembelajaran pasif menjadi model belajar aktif (Herse & Lee, 2005), sehingga kelas lebih hidup karena ada interaksi yang terjadi antara pengajar dengan peserta didik (Lonn & Teasley, 2009).

Namun, penelitian lainnya mengungkapkan bahwa umumnya sistem pembelajaran daring tidak dirancang dengan mempertimbangkan aksesibilitas (Roberts, Crittenden & Crittenden, 2011). Ini berarti bahwa siswa yang tidak mengungkapkan bahwa mereka memiliki kebutuhan khusus akan dirugikan karena tidak dapat mengakses sistem tersebut.

Untuk itu, dalam perspektif disabilitas, LMS dan konten pembelajaran haruslah ramah akses bagi mereka yang memiliki kebutuhan khusus. Dalam upaya membuat perangkat lunak yang sepenuhnya dapat diakses oleh semua jenis pengguna, harus diperhitungkan bahwa individu-individu tertentu memerlukan penggunaan teknologi bantu (*assistive technology*) seperti pembaca layar, layar Braille, kaca pembesar, keyboard yang dapat disesuaikan atau perangkat lunak pengenalan suara untuk melihat, mendengar, memindahkan atau berinteraksi dengan sistem dan kontennya (Moreno, Iglesias, Calvo, Delgado & Zaragoza, 2012). Oleh karena itu, untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut perlu untuk merancang dan mengembangkan LMS sesuai dengan standar yang memfasilitasi akses universal.

Namun, pengembangan LMS yang dapat diakses secara universal tidaklah sederhana. Berbagai LMS yang tersedia, seperti Moodle, Blackboard, Adobe Captivate Prime, memang menyediakan banyak pilihan fitur yang bisa dikembangkan sesuai kebutuhan. Akan tetapi besarnya biaya pengembangan yang dibebankan menjadi salah satu kendala. Untuk mengakomodasi siswa yang membutuhkan akses terhadap lingkungan belajar yang ramah maka diperlukan proses desain atau mendesain ulang sistem yang sudah ada dan konsekuensinya ada pada biaya (Kent, 2015) sehingga pada akhirnya tidak semua sekolah memiliki daya kemampuan untuk berlangganan secara terus menerus dalam tempo waktu yang lama (Wang, Woo, Quek, Yang & Liu, 2012).

Belum lagi soal transfer teknologi (ToT) dari instruktur atau administrator ke pendidik dan tenaga kependidikan. Butuh waktu penyesuaian dan tidak bisa dilakukan secara cepat seperti halnya dalam situasi pandemi. Tidak menutup kemungkinan LMS yang digunakan di sekolah pada masa yang akan datang berbeda dengan yang sedang digunakan. Pendidik dan tenaga pendidik harus beralih ke LMS baru dan penelitian membuktikan belajar sistem baru sering menjadi pengalaman yang tidak menyenangkan sehingga pada akhirnya menghambat pembelajaran (Black, Beck, Dawson, Jinks & DiPietro, 2007).

Seperti yang dialami oleh Hersinta, ibu dari anak penyandang autisme. Menurutny sekolah anaknya juga mengalami perubahan ke pembelajaran daring, tapi karena bentuknya lembaga belajar informal programnya sangat mengutamakan aspek kemampuan individu karena tujuan belajarnya adalah meningkatkan kemandirian. “Jadi, selama ini

pemberian tugasnya hanya melalui Instant Messaging seperti Whatsapp. Pelaksanaannya pun tergantung dari orang tua yang mendelegasikan ke anaknya,” jelas Hersinta. Hal itu juga yang menjadi sebab karena ia harus selalu mendampingi anak saat harus mengerjakan tugas yang diberikan.

Menyadari tantangan itu, maka diperlukan LMS yang mudah, murah dan ramah akses agar pembelajaran daring bagi siswa berkebutuhan khusus setidaknya tetap dapat terlaksana meski belum optimal. Penggunaan Google Classroom sebagai LMS untuk SLB bisa menjadi salah satu alternatif. Setidaknya Google classroom mudah digunakan baik bagi guru, siswa dan orang tua atau pendamping, karena mudah penggunaannya serta dapat diakses dengan laptop, *personal computer* (PC) atau *smartphone*. Hal yang terpenting fitur yang disediakan Google Classroom sudah ramah akses bagi penyandang disabilitas (google for education, n.d). Meski tentu ada keterbatasan, setidaknya penggunaan Google Classroom yang dikombinasikan dengan aplikasi pesan instan, seperti Whatsapp, bisa menjadi jalan tengah di antara tuntutan akan belajar daring yang inklusif dan situasi darurat pandemi COVID-19.

Peran Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi

Persoalan belajar dalam era digital saat ini bukan hanya pada penguasaan teknologi. Kemampuan dasar komunikasi (pengelolaan pesan dan cara penyampaian) dalam pendidikan sangatlah penting. Teknologi hanyalah penunjang aktivitas pembelajaran sedangkan kemampuan komunikasi guru dan orang tua sebagai agen utama dalam pendidikan anak adalah yang utama. Tentunya untuk mencapai tujuan belajar yang optimal, guru dan orang tua perlu memiliki bekal kemampuan berkomunikasi yang efektif agar materi pelajaran tersampaikan secara baik.

Pembagian peran pengajar yang semula hanya dipegang oleh guru, sekarang diberikan juga kepada orangtua. Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, tidak mudah bagi orangtua untuk menjalankan peran guru pelajaran bagi anaknya. Karena itu, perlu ada kerjasama dan komunikasi yang baik antara guru dan orangtua.

Dilihat dari sudut pandang komunikasi, perlu adanya komunikasi interaksional dan komunikasi transaksional yang dilakukan secara daring dalam proses pembelajaran. Komunikasi interaksional menekankan adanya pertukaran pesan yang terjadi antara guru dan

siswa serta adanya umpan balik. Dalam konteks pembelajaran daring, komunikasi interaksional penting sebab karakteristik pembelajaran daring bertumpu pada *student centered learning* (Chang & Chen, 2009) yang membutuhkan komunikasi aktif dua arah dan kooperatif (Tambak, 2017). Sedangkan konteks komunikasi transaksional dalam belajar daring lebih dinamis, terjadi pertukaran pesan terus menerus antara pengirim pesan dan penerima pesan. Bahkan penerima pesan juga bisa dianggap sebagai pengirim pesan, karena terjadi negosiasi makna, setiap pihak menafsirkan pesan yang dikirim maupun diterima sampai akhirnya mencapai suatu “mutual understanding”. Kedua model komunikasi ini bisa dilakukan dengan verbal maupun nonverbal.

Apabila melihat dalam pembelajaran daring ini, model komunikasi interaksional lebih cocok diterapkan antara guru dan siswa karena pembelajaran diharapkan terjadi dalam komunikasi dua arah. Setiap tugas yang diberikan oleh guru tidak bisa hanya bersifat linear (satu arah) karena pada dasarnya dalam pembelajaran daring, siswa diharapkan aktif dan mandiri untuk belajar. Sehingga ketika terjadi kegiatan belajar mengajar, ada proses timbal balik yang diberikan. Maka, komunikasi transaksional justru lebih sesuai diterapkan antara guru dan orangtua, hal ini karena dalam pembelajaran daring guru kerap kali melakukan pemberian tugas kepada siswa melalui orang tuanya, lalu orang tua akan memberikan tugas kepada anaknya, tentunya dengan tetap dipantau. Komunikasi yang terjadi di antara guru dan orang tua, sebaiknya bersifat transaksional, karena keduanya dianggap setara, kedua pihak bisa menjadi sumber pengirim pesan dan penerima pesan, serta sama-sama memiliki informasi yang penting untuk menunjang terjadinya pembelajaran daring yang efektif bagi siswa disabilitas.

Situasi yang dialami SLB A Pembina Tingkat Nasional mungkin juga dialami oleh sebagian besar sekolah di Indonesia, maka disinilah pendidikan tinggi, khususnya ilmu komunikasi, memiliki andil untuk ikut membantu menemukan jalan keluar agar teknologi informasi dan komunikasi dalam pendidikan bisa terintegrasi secara optimal dan berlaku secara universal. Mishra dan Koehler (2006) mengemukakan bahwa modal yang dibutuhkan dari guru adalah kemampuan mengintegrasikan tiga bentuk pengetahuan yakni *Content Knowledge* (CK), *Pedagogical Knowledge* (PK), dan *Technological Knowledge* (TK). Dengan mengintegrasikan ketiganya maka niscaya proses pembelajaran

bukanlah beban melainkan jalan keluar mengatasi problematika dalam pengajaran daring.

Pendidikan tinggi dianggap lebih mapan dalam hal mengintegrasikan ketiga bentuk pengetahuan. Maka, melalui program pengabdian kepada masyarakat (PKM) pendidikan tinggi ilmu komunikasi bisa menggelar pelatihan pembelajaran daring bagi guru dan orang tua. Pendidikan tinggi ilmu komunikasi bisa melatih guru sekolah dan orang tua untuk meningkatkan kemampuan komunikasi efektif dalam pembelajaran dengan menggunakan LMS dan aplikasi pesan instan yang tersedia bebas dan gratis seperti google classroom dan Whatsapp, sehingga pembelajaran di sekolah menjadi terstruktur, terukur dan inklusif.

Daftar Pustaka

Jurnal

- Azahari I.N.N.A., Wan Ahmad W.F., Hashim A.S., Jamaludin Z. (2017) User Experience of Autism Social-Aid Among Autistic Children: AUTISM Social Aid Application. In: Badioze Zaman H. et al. (eds) *Advances in Visual Informatics. IVIC 2017. Lecture Notes in Computer Science*, vol 10645. Springer, Cham.
- Black, E. W., Beck, D., Dawson, K., Jinks, S., & DiPietro, M. (2007). Considering implementation and use in the adoption of an LMS in on-line and blended learning environments. *TechTrends*, 51(2), 35-53.
- Chang, T. Y., & Chen, Y. T. (2009). Cooperative learning in E-learning: A peer assessment of student-centered using consistent fuzzy preference. *Expert Systems with Applications*, 36(4), 8342-8349.
- Griffiths, T., & Price, K. (2011). A proposed framework for decision-making for assistive communication technology support: many perspectives, but one common goal. *Journal of Assistive Technologies*. 5(4) 242 –248.
- Hendrayani, Y., Sari, S. N. E., & Priliantini, A. (2019). POLA KOMUNIKASI GURU KEPADA SISWA PENYANDANG DISABILITAS. *Jurnal Penelitian Komunikasi Vol*, 22(2), 181-194.
- Herawati, N. I. (2012). Pendidikan Inklusif. *Jurnal Pendidikan Dasar Kampus Cibiru*, 2(1).
- Herse, P., & Lee, A. (2005). Optometry and WebCT: a student survey of the value of web-based learning environments in optometric education. *Clinical and Experimental Optometry*, 88(1), 46-52.
- Kent, M. (2015). Disability and eLearning: Opportunities and Barriers. *Disability Studies Quarterly*, 35(1).
- Lonn, S., & Teasley, S. D. (2009). Saving time or innovating practice: Investigating perceptions and uses of Learning Management Systems. *Computers & education*, 53(3), 686-694.
- Mishra, P., & Koehler, M. J. (2006). Technological pedagogical content knowledge: A framework for teacher knowledge. *Teachers college record*, 108(6), 1017-1054.

- Moreno, L., Iglesias, A., Calvo, R., Delgado, S., & Zaragoza, L. (2012). Disability standards and guidelines for learning management systems: evaluating accessibility. In *Virtual Learning Environments: Concepts, Methodologies, Tools and Applications* (pp. 1530-1549). Igi Global.
- Roberts, J. B., Crittenden, L. A., & Crittenden, J. C. (2011). Students with disabilities and online learning: A cross-institutional study of perceived satisfaction with accessibility compliance and services. *The Internet and Higher Education*, 14(4), 242-250.
- Sulistiyadi, H. K. (2014). Implementasi kebijakan penyelenggaraan layanan pendidikan inklusif di Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 2(1), 1-14.
- Vogel, D., & Klassen, J. (2001). Technology-supported learning: status, issues and trends. *Journal of computer assisted learning*, 17(1), 104-114.
- Tambak, S. (2017). Metode Cooperative Learning dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 14(1), 1-17.
- Tang, Y., & Hew, K. F. (2017). Is mobile instant messaging (MIM) useful in education? Examining its technological, pedagogical, and social affordances. *Educational Research Review*, 21, 85-104.
- Wang, Q., Woo, H. L., Quek, C. L., Yang, Y., & Liu, M. (2012). Using the Facebook group as a learning management system: An exploratory study. *British journal of educational technology*, 43(3), 428-438.
- Wengrowicz, N. (2014). Teachers' pedagogical change mechanism—Pattern of structural relations between teachers' pedagogical characteristics and teachers' perceptions of transactional distance (TTD) in different teaching environments. *Computers & Education*, 76, 190-198.
- Wicaksono, V. D., & Rachmadyanti, P. (2017). Pembelajaran blended learning melalui google classroom di sekolah dasar.

Buku:

- Babo, R., & Azevedo, A. (2012). Higher education institutions and learning management systems: adoption and standardization. IGI Global.
- Ellis, K., & Kent, M. (Eds.). (2016). Disability and social media: Global perspectives. Taylor & Francis.

Sumber Internet

- Accessibility | Google for Education. (n.d.). Diakses 28 Juni 2020, dari https://edu.google.com/why-google/accessibility/?modal_active=none
- Nilawaty, C. (2020). “Kesulitan yang Dialami Siswa Difabel Selama Belajar dari Rumah.” Difabel.Tempo.co, 22 Mei. diakses 25 Juni 2020, dari <https://difabel.tempo.co/read/1345502/kesulitan-yang-dialami-tunanetra-saat-physical-distancing>
- Azzahra, N. F. (2020). Mengkaji Hambatan Pembelajaran Jarak Jauh di Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. Diakses 24 Juni 2020, dari <https://www.cips-indonesia.org/post/mengkaji-hambatan-pembelajaran-jarak-jauhdi-indonesia-di-masa-covid-19>
- CNNIndonesia. (2020). Corona Buktikan Pendidikan Indonesia Tak Siap Hadapi Abad 21. Diakses 24 Juni 2020, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200416074143-20-494007/corona-buktikan-pendidikan-indonesia-tak-siap-hadapi-abad-21>
- Gandhawangi, S. (2020). Benahi Pembelajaran Jarak Jauh, Pemerintah Perlu Gratiskan Internet. Diakses 24 Juni 2020, dari <https://kompas.id/baca/bebas-akses/2020/06/11/benahi-kendala-pembelajaran-jarak-jauh/>
- Julistian, U. (2020). Pembelajaran Jarak Jauh Masih Munculkan Kendala Besar: Milenial. Diakses 24 Juni 2020, dari <https://www.gatra.com/detail/news/477162/milenial/pembelajaran-jarak-jauh-masih-munculkan-kendala-besar>
- Khidhir, S. (2019). Indonesia is too slow! Diakses 24 Juni 2020, dari <https://theaseanpost.com/article/indonesia-too-slow>

- KumparanNEWS. (2020). Kemdikbud: Selama Corona, Banyak Guru-Siswa Pakai Teknologi saat Belajar Online. Diakses 27 Juni 2020, from <https://kumparan.com/kumparannews/kemdikbud-selama-corona-banyak-guru-siswa-pakai-teknologi-saat-belajar-online-1tfzNfu6acx>
- Republika. (2020). Pendidikan Anak Autis Selama Masa Pandemi Covid-19. Diakses 27 Juni 2020 dari <https://republika.co.id/berita/qbkxp327/pendidikan-anak-autis-selama-masa-pandemi-covid19>

STRATEGI PENGUATAN KOMPETENSI BELAJAR DALAM PERKULIAHAN DARING DI ERA PANDEMI

Enden Darjatul Ulya

Pendahuluan

Dunia saat ini tengah menghadapi wabah covid 19 (corona virus disease 2019), yaitu penyakit yang sebaran penularannya terjadi dengan cepat secara global (pandemi) yang disebabkan oleh virus corona. Pandemi covid 19 yang bermula dari kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019, kini telah mencapai 9.653.048 kasus yang tersebar di 216 negara (covid19.go.id per 27 Juni 2020). Di Indonesia sendiri, covid 19 mulai mewabah sejak bulan Maret 2020. Semenjak ditemukannya dua pasien positif covid 19, hingga kini kasus positif covid 19 di Indonesia mencapai 52.812 pasien (data covid19.go.id per 27 Juni 2020). Bahkan jumlah kasus covid 19 di Indonesia pernah disebut sebagai yang tertinggi di ASEAN, yaitu berjumlah 41.431 kasus pada tanggal 19 Juni 2020 (kompas.com). Hal ini membuat pemerintah harus mengambil sikap tegas dalam rangka memutus mata rantai penularan virus corona.

Sesuai dengan anjuran dari World Health Organization (WHO), banyak upaya dilakukan pemerintah demi melindungi warganya. Mulai dari sosialisasi protokol kesehatan di era pandemi, diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB), hingga pemberlakuan program bekerja dari rumah (work from home) dan belajar dari rumah (study from home), sehingga kampanye dengan tanda pagar (tagar) #DiRumahAja menjadi topik pembicaraan yang massif. Inti dari seluruh program ini adalah agar seluruh masyarakat senantiasa menjaga kebersihan serta berdiam diri di rumah, tidak berkerumun, atau melakukan interaksi secara fisik dengan sesama agar tidak tertular atau menularkan virus corona.

Keberhasilan seluruh program yang digalakkan demi memutus mata rantai penularan virus corona ini bisa dicapai melalui kerjasama berbagai pihak, baik pemerintah, lembaga terkait, hingga masyarakat

luas. Hal ini diimplementasikan dengan dibentuknya Gugus Tugas Covid 19 yang hadir atas Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 7 Tahun 2020 dalam rangka percepatan penanganan covid 19 secara fokus, terpadu, dan sinergis antara Kementerian kesehatan dan pemerintah daerah. Tidak hanya itu, sektor pendidikan juga menjadi permasalahan tersendiri yang tidak luput dari perhatian pemerintah. Atas instruksi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), selama pandemi, pembelajaran dilakukan secara jarak jauh, menggunakan teknologi dalam jaringan (daring) atau *online*. Bagi pendidikan usia dini dan hingga pendidikan menengah, Kemendikbud membuat beberapa program belajar dari rumah di TVRI dan RRI untuk mendukung proses belajar.

Berbeda dengan pendidikan pada tingkat dasar maupun menengah, pembelajaran pada tingkat pendidikan Tinggi atau perguruan tinggi di masa pandemik cenderung menyesuaikan dan mengikuti sistem pembelajaran yang diatur secara lokal atau perguruan tinggi yang bersangkutan. Umumnya setiap perguruan tinggi memiliki sistem pembelajaran sendiri sendiri yang lazim disebut sebagai LMS atau *Learning Management system* sendiri sendiri. Ini berarti terdapat dua kata kunci dalam keberhasilannya, yaitu pembelajaran itu sendiri yang terkait dengan kualitas dan *learning outcome* (LO) setiap mata kuliah, dan penguasaan secara teknis dalam penggunaan teknologi daring sebagai sarannya.

Akan tetapi, beberapa fakta yang terjadi selama perkuliahan daring menunjukkan bahwa masih banyak pihak pihak yang menganggap bahwa perkuliahan daring tidaklah sama dengan pembelajaran di dalam kelas, tidak nyaman, dan pemahaman mahasiswa menurun. Mahasiswa, bahkan pihak pendidikpun masih banyak yang merasa “keteteran” dalam penggunaan aplikasi atau teknologi yang dipilih dalam pembelajaran daring. Walaupun tahun 2000 disebut sebagai era millennial, tetapi pada kenyataannya, situasi pandemi yang mendesak diberlakukannya perkuliahan daring tidak berjalan secara mulus.

Padahal teknologi daring bukanlah sesuatu yang baru bagi masyarakat Indonesia. Sejak kemunculannya pada tahun 1990 saat terbangunnya aplikasi *world wide web* (www) teknologi internet menjadi sebuah teknologi yang marak digunakan (Nurudin, 2017: 71). Bukan hanya sebagai akses pencarian informasi melalui mesin pencari (*search*

engine) seperti google atau bing, dan penggunaan layanan *electronic mail* (e-mail) akan tetapi diikuti pula dengan *trend* penggunaan media sosial yang digandrungi para millennials. Hingga saat ini penggunaan teknologi daring sudah berkembang menjadi berbagai layanan yang diperuntukkan secara luas bagi masyarakat demi memenuhi kebutuhan hidup yang serba mudah dan praktis.

Penggunaan teknologi dalam Perkuliahan Daring

Meskipun mahasiswa yang kini harus menjalani perkuliahan secara daring merupakan kelompok atau kaum millennials yaitu mereka yang akrab dengan teknologi, akan tetapi, nyatanya mereka harus tetap melakukan adaptasi terhadap penggunaan teknologi atau aplikasi yang digunakan dalam perkuliahan daring. Pihak institusi perguruan tinggi beserta mahasiswanya harus sepakat terhadap aplikasi atau *platform* yang digunakan. Tentu saja pemilihan *platform* yang digunakan tidak bisa sembarangan, atau hanya pertimbangan dari satu pihak saja. Perlu disesuaikan dengan kondisi mahasiswa, baik itu secara geografis maupun finansial. Termasuk di dalamnya keterjangkauan sinyal dan unsur kemudahan atau akrab tidaknya dengan mahasiswa. Misalkan, sebelum dilanda pandemi kampus yang bersangkutan sudah menggunakan teknologi daring yaitu aplikasi Google Classroom dalam pengumpulan tugas, atau penggunaan Google Form, dll. Maka pemilihan Google Classroom sebagai media pengumpulan tugas saat perkuliahan daring di era pandemi bisa sangat memudahkan. Media pengumpulan tugas lain yang dapat digunakan adalah media sosial dengan konten audio visual seperti Facebook, ataupun Youtube.

Dalam perkuliahan daring, penggunaan aplikasi *teleconference* juga memungkinkan terjadinya kegiatan tatap maya antara pengajar dengan mahasiswa, dalam menyampaikan materi perkuliahan seperti penggunaan Zoom, Google meet, skype, WhatsApp, dan lainnya tergantung kebutuhan, pertimbangan finansial dan jumlah peserta pertemuan daring. Selain media pengumpulan tugas, menyampaikan materi kuliah, pengajar juga perlu mempertimbangkan penggunaan media untuk berkomunikasi, misalnya untuk keperluan diskusi, tanya jawab untuk pendalaman materi dan lainnya. Beberapa aplikasi media sosial berbasis *messenger* yang dapat digunakan antara lain adalah WhatsApp, dan telegram.

Selain aplikasi yang bisa digunakan yang tersedia secara umum, perkuliahan daring bisa menggunakan layanan pembelajaran terpusat pada masing-masing institusi perguruan tinggi atau sejenis *learning management system* (LMS) yang telah disinggung di atas. Tujuannya adalah memudahkan kontrol pihak institusi terhadap keberlangsungan perkuliahan daring, selain memberikan kemudahan bagi dosen dalam penyelenggaraan perkuliahan hingga evaluasi. LMS juga bisa berfungsi sebagai bank data terkait keseluruhan dokumentasi perkuliahan daring. Akan tetapi, pada kenyataannya penggunaan LMS inipun memerlukan adaptasi bagi semua pihak selaku pengguna. Baik itu dosen, maupun mahasiswa.

Proses adaptasi yang dilakukan mungkin akan selesai seiring tingkat pembiasaan atau seiring waktu penyelenggaraan perkuliahan daring. Bagaimana dosen dapat memilih *platform* yang pas sesuai dengan materi yang erlu disampaikan. Akan tetapi proses penyelenggaraan perkuliahan daring tidak sebatas bagaimana secara teknis dapat terselenggara, akan tetapi bagaimana membangun proses pembelajaran hingga bisa tercapai tujuan umum dan tujuan instruksional mata kuliah, bagaimana membangun pembelajaran yang memotivasi dan menyenangkan bagi peserta didik.

Fenomena perkuliahan daring menunjukkan bahwa walaupun teknologi daring bukanlah sesuatu yang baru, akan tetapi penguasaan teknologi daring bukanlah satu-satunya prasyarat keberhasilan. Ini karena pembelajaran daring pada hakikatnya melibatkan banyak pihak dan komponen yang perlu untuk bersinergi. Mulai dari pihak institusi atau lembaga Pendidikan, para dosen pengampu mata kuliah, infrastruktur, hingga para mahasiswa itu sendiri. Pembelajaran daring yang banyak mengandalkan infrastruktur yang tidak lain adalah teknologi pembelajaran yang dalam beberapa hal tampak terseok seok membuktikan bahwa dalam era millennial, masih banyak pihak pihak yang berperan hanya sebagai “penonton” dalam perkembangan teknologi komunikasi.

Kompetensi belajar Mahasiswa

Berkaca dari fenomena ini, maka ada beberapa hal yang perlu dievaluasi selama perkuliahan daring diselenggarakan secara serempak. Hal ini juga patut menjadi perhatian setelah menteri Pendidikan dan Kebudayaan bersama empat kementerian lainnya, mengumumkan bahwa

program *study from home* akan dilanjutkan hingga bulan Januari. Ini berarti mahasiswa dan para pelajar pada tingkat pendidikan di bawahnya masih akan melanjutkan belajar jarak jauh selama beberapa bulan ke depan. Jika ingin program ini berjalan sesuai dengan tujuan yang telah diterapkan dalam rencana pembelajaran yang sudah ditetapkan dan sesuai dengan semangat belajar yang merdeka, maka harus dipastikan bahwa penyelenggaraannya memberikan hasil yang efektif dan maksimal dengan meningkatkan semangat serta motivasi belajar siswa yang jauh lebih baik. Permasalahan permasalahan yang perlu mendapatkan perhatian serius dalam perkuliahan daring diantaranya adalah terkait dengan adalah mengenai strategi pembelajaran. Hal ini terkait dengan kompetensi belajar yang harus dimiliki mahasiswa dalam mengikuti perkuliahan daring.

Bersedia Menjalankan Proses Adaptasi

Dalam perkuliahan daring syarat utamanya adalah ketersediaan jaringan internet. Menurut Moore, Dickson-Deane, & Galyen (2011) dalam Firman dan Rahman (2020: 83) pembelajaran *online* atau daring merupakan pembelajaran yang menggunakan jaringan internet dengan aksesibilitas, konektivitas, fleksibilitas, dan kemampuan untuk memunculkan berbagai jenis interaksi pembelajaran. Dalam hal ini pengajar harus mampu memilih aplikasi atau teknologi yang tepat dalam menyelenggarakan pembelajaran. Pertimbangannya adalah disesuaikan dengan kegiatan pembelajaran yang dilakukan atau disesuaikan dengan jenis materi yang disampaikan. Apakah menggunakan aplikasi video konferensi (tatap muka), menggunakan video, menggunakan aplikasi seperti Google Classroom dalam pengumpulan tugas, penyelenggaraan *quiz*, atau berdiskusi dengan aplikasi *instant messenger*. Termasuk juga penggunaan LMS yang dibuat khusus di masing-masing perguruan tinggi. Hal ini akan berimplikasi pada efektivitas pembelajaran, selain juga akan berkaitan dengan ketersediaan layanan atau sinyal internet, dimana kita ketahui di beberapa daerah di tanah air, masih ditemukan layanan internet yang buruk. Selain itu, pemilihan media atau teknologi ini akan berimplikasi pada biaya yang harus dikeluarkan oleh siswa. Menurut Firman dan Rahman (2020: 83) dalam perkuliahan daring, mahasiswa harus mengeluarkan biaya lebih untuk membeli kuota data internet terlebih dalam pembelajaran yang dilaksanakan dalam bentuk konferensi video yang menghabiskan kuota yang sangat

banyak, sementara diskusi daring melalui aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan telegram, tidak membutuhkan banyak kuota.

Hal yang terpenting dalam penggunaan teknologi atau aplikasi untuk perkuliahan adalah bahwa semua pihak harus mau sama sama belajar dalam efektifitas penggunaannya. Beberapa hal yang dilakukan adalah dengan mencari tahu tata cara penggunaan, mengenali fitur fitur yang ada, bahkan mengeksplorasinya agar kemanfaatan aplikasi yang digunkan menjadi maksimal. Karena penggunaan teknologi adalah sebuah keniscayaan, manusia modern tidak bisa lari dari teknologi.

Perkuliahan daring dengan perkuliahan tatap muka memiliki beberapa perbedaan. Kebiasaan pembelajaran di kelas yang menghadirkan dosen dan mahasiswa memang memiliki beberapa kelebihan. Hal ini terkait dengan keuntungan pembelajaran tatap muka, dimana terdapat interaksi langsung antara pengajar dan peserta didik sehingga pengajar dapat secara langsung melihat respon peserta didik. Pengajar dengan mudah dapat menentukan kondisi peserta didik tentang keahaman peserta didik atas materi yang disampaikan melalui Bahasa verbal dan non verbal sekaligus. Dalam interaksi tatap muka pengajar bisa memberikan penjelasan lebih mendalam, mengulang materi jika secara non verbal peserta didiknya memperlihatkan ketidakpahaman, melalui ekspresi wajahnya atau bahasa tubuh yang lain. Begitu pula dari sisi peserta didik, mahasiswa dapat langsung mengajukan pertanyaan atau meminta penjelasan kembali jika kurang paham degan yang disampaikan dosen. Dalam pembelajaran tatap muka, secara otomatis kesempatan berdiskusi atau tanya jawab antara pengejar dan peserta didik terbuka secara luas.

Mungkin tidak mudah bagi mahasiswa yang terbiasa dalam perkuliahan tatap muka kemudian menjalankan perkuliahan daring. Banyak mahasiswa merasa kesulitan dalam memahami materi kuliah yang diberikan secara *online*. Terutama jika materi yang diberikan hanya berupa teks atau bahan bacaan. Mahasiswa beranggapan bahwa membaca materi dan mengerjakan tugas saja tidak cukup, mereka membutuhkan penjelasan langsung secara verbal dari dosen mengenai beberapa materi yang sifatnya kompleks. Komunikasi dengan dosen melalui aplikasi pesan instan ataupun pada kolom diskusi yang disediakan oleh aplikasi kelas-kelas virtual tidak mampu memberikan penjelasan menyeluruh mengenai materi yang sedang dibahas (Firman dan Rahman, 2020: 5).

Kondisi peralihan kebiasaan ini sebenarnya akan mampu dijalani melalui proses adaptasi . Untuk sampai pada kondisi terbiasa dan nyaman dalam perkuliahan daring, dosen dan mahasiswa harus bersedia melakukan adaptasi. Karena penggunaan teknologi adalah sebuah keniscayaan, maka kita barangkali bisa meminjam istilah yang disampaikan Darwin mengenai teori adaptasi, bahwa mereka yang mampu beradaptasilah yang akan tetap bertahan hidup. Sehingga proses adaptasi dalam perkuliahan daring yang terkait engan penggunaan teknologi dan suasana belajar yang berbeda menjadi salah satu kompetensi yang harus dimiliki mahasiswa.

Kemauan Untuk Belajar Secara Mandiri

Kondisi pembelajaran daring dimana keberadaan pengajar dan mahasiswa terpisah sebenarnya memberikan peluang kepada peserta didik untuk dapat belajar secara mandiri. Hal ini mendukung Paradigma *learner centered* yang merupakan salah satu paradigma yang dianut dalam proses pembelajaran untuk menciptakan aktivitas siswa dalam kelas. Siswa yang secara aktif tersebut dalam proses pembelajaran dicirikan oleh dua aktivitas, yakni aktif dalam berpikir (*minds-on*) dan aktif dalam berbuat. Kedua bentuk aktif ini saling terkait. Dengan cara ini siswa dapat mengembangkan pemahaman bahkan mengubah pemahaman sebelumnya menjadi makin baik (ilmiah). Pemahaman baru ini, yang melalui pengolahan dan refleksi, dapat melahirkan tindakan yang sebagai perwujudan keingintahuannya. Dengan demikian, proses siswa aktif merupakan proses yang tiada henti (Ramadhani, 2019: 37)

Belajar tanpa pengawasan langsung dari dosen seharusnya membuat peserta didik lebih aktif mencari referensi sebagai tambahan informasi, melalui sumber informasi berbasis teknologi, dengan melakukan penelusuran terhadap jurnal, baik nasional ataupun internasional, maupun sumber informasi lainnya yang mudah diakses menggunakan internet. Selain itu dapat mendorong mahasiswa untuk mengembangkan komunikasi dengan teman sebaya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pembelajaran melalui aplikasi pesan instan yang memang sudah akrab dengan mahasiswa.

Menjalin Proses Komunikasi dan Membangun Partisipasi

Komunikasi sebagai alat dalam proses pembelajaran, yaitu penyampaian pengetahuan dari pengajar kepada peserta didik

merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan. Menurut Ramadhani (2019: 33), keberhasilan komunikasi dalam proses belajar mengajar tidak hanya ditentukan oleh pihak pengajar (guru) tetapi juga kondisi kesiapan mental anak dalam proses komunikasi belajar-mengajar. Kemampuan berkomunikasi siswa baik verbal maupun non-verbal merupakan sarana agar terjadi pemahaman yang benar (yang baik dan punya kadar keilmuan), dari hasil proses berpikir dan berbuat, terhadap gagasan siswa yang ditemukan dan ingin dikembangkan. Komunikasi sangat vital perannya dalam interaksi belajar mengajar. Tanpa ada komunikasi yang baik antara guru dan siswa, siswa dengan siswa, siswa dengan lingkungan belajar, dan siswa dengan sumber belajar, maka proses interaksi belajar mengajar tidak akan berlangsung dengan baik. Hal ini karena kemampuan berkomunikasi siswa juga dapat berperan sebagai sebuah sarana penyelesaian masalah atau *problem solving* (Ramadhani, 2019: 37-38).

Dalam perkuliahan daring, pada kenyataannya tidak semua mahasiswa mampu memanfaatkan saluran komunikasi yang disediakan dosen untuk berdiskusi atau menyampaikan kesulitannya selama perkuliahan. Hal ini perlu diatasi oleh pengajar dengan cara menunjukkan kehadiran secara sosial. Dosen bisa saja menyediakan saluran komunikasi khusus untuk berdiskusi atau melakukan tanya jawab seperti melalui grup WhatsApp atau telegram dengan memberikan kesempatan bertanya melalui bahasa informal yang lebih akrab, menyapa mahasiswa di awal perkuliahan atau jika perlu menginisiasi komunikasi partisipatif. Sehingga mahasiswa tidak merasa canggung dan berjarak dengan pengajar. Hal ini perlu dilakukan mengingat kehadiran secara virtual berbeda dengan pertemuan tatap muka seperti yang telah dijelaskan di atas. Relevan dengan fungsi komunikasi instrumental menurut Rahmat (2008: 33) yaitu komunikasi dalam perkuliahan daring bukan saja untuk menginformasikan, mengajar, akan tetapi juga untuk mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau mengerjakan tindakan.

Membangun Motivasi

Dalam kegiatan belajar, maka motivasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak di dalam diri siswa yang menimbulkan kegiatan belajar, menjamin kelangsungan dari kegiatan belajar dan memberikan arah pada kegiatan belajar, sehingga tujuan yang

dikehendaki oleh subjek belajar itu dapat tercapai (Sudarma dan Sakdiyah, 2007: 2). Meskipun motivasi internal memiliki andil besar, akan tetapi pengajar harus bisa membangun motivasi mahasiswa demi efektifitas pembelajaran. Pengajar bisa membangun motivasi mahasiswa dengan memberikan perkuliahan yang menyenangkan, dan menggunakan teknologi yang tepat.

Menurut Sardiman (2006: 21) dalam Emda (2017: 181-182), ciri-ciri siswa yang memiliki motivasi belajar dapat dilihat dalam beberapa perilaku diantaranya 1) Tekun menghadapi tugas (dapat bekerja terus menerus dalam waktu yang lama, tidak pernah berhenti sebelum selesai); 2) Ulet menghadapi kesulitan (tidak lekas putus asa). 3) Tidak memerlukan dorongan luar untuk berprestasi sebaik mungkin (tidak lekas puas dengan prestasi yang telah dicapainya; 4) Lebih senang bekerja; 5) dan senang mencari dan memecahkan masalah soal-soal. Ciri-ciri ini bisa menjadi ukuran keberhasilan siswa dalam mengikuti pembelajaran daring.

Bersikap Disiplin

Kompetensi lainnya yang harus dimiliki mahasiswa dalam menjalankan perkuliahan daring adalah dengan bersikap disiplin. Dalam perkuliahan daring, dosen tidak dapat mengawasi mahasiswa secara langsung, sehingga diperlukan teknik lain untuk menegakkan kedisiplinan dalam perkuliahan daring. Terutama untuk kegiatan perkuliahan praktik, dosen tidak mungkin tetap *online* menggunakan aplikasi video konferensi dengan durasi waktu yang panjang. Pengajar dapat membentuk sikap disiplin mahasiswa dengan beberapa cara, misalnya dengan menetapkan jam presensi secara ketat, menetapkan waktu pengumpulan tugas dengan jelas, dan seperangkat aturan lainnya yang bisa mengikat komitmen mahasiswa selama perkuliahan.

Penutup

Era pandemik yang melanda dunia saat ini mau tidak mau mendesak pembelajaran daring sebagai satu satunya alternatif pembelajaran yang dapat dilaksanakan, demi para pelajar, generasi muda kita, tetap mendapatkan pendidikan yang layak. Segala kendala yang dihadapi sudah seyogyanya menjadi masukan masukan dan dapat dicarikan jalan keluarnya bersama secara gotong royong berdasarkan tujuan mulia pendidikan. Dalam kondisi saat ini, seharusnya juga

membuat kita bersyukur bahwa teknologi daring yang sudah amat luas ini menjadi “penolong” kita di masa sulit, saat interaksi dengan sesama harus diberi jarak, demi kemashlahatan bersama. Walaupun kita sadari permasalahan pendidikan bukanlah satu satunya sektor yang terimbas karena kehadiran virus corona yang merajalela.

Pembelajaran daring juga mengajarkan pada sebagian kita yang masih seringkali menutup diri terhadap teknologi menjadi tersadarkan, bahwa sejatinya teknologi hadir di tengah-tengah kita sebagai suatu kemudahan dan mendukung efisiensi dalam kehidupan sehari-hari, agar sebagai manusia kita dapat berbuat sesuatu yang bermanfaat lebih banyak lagi. Setelah terbiasa dengan perangkat teknologi pembelajaran daring, semoga lambat laun muncul semangat seiring dengan bertambahnya pengalaman baru, baik bagi mahasiswa maupun di kalangan para pendidik.

Daftar Pustaka

- Emda, Amna. Kedudukan Motivasi Belajar Siswa Dalam Pembelajaran. *Lantanida Journal*, Vol. 5 No. 2 (2017,) 93-196
- Firman, dan Rahman, Sari R. 2020. Pembelajaran Online di Tengah Pandemi Covid-19 . *Indonesian Journal of Educational Science (IJES)*. Volume 02, No 02 Maret 2020, 5, 81, 83,
- Kompas.com. Kasus covid-19 Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara, Pemerintah: Patuhi Protokol Kesehatan! Jumat 19 Juni 2020 08;04 WIB. Diakses tanggal 28 Juni 2020.
- Nurudin. 2017. Perkembangan Teknologi Komunikasi. Cetakan ke satu. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Rakhmat, J. 2008. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhani, Emilia. 2019. Komunikasi Efektif Antara Guru dan Murid Di Era Millenial Untuk Menciptakan Kemampuan Regulasi Diri Murid dalam Belajar. Buku Komunikasi dalam Dunia Digital. 2019. Yogyakarta. Buku Litera.
- Sudarma, K dan Sakdiyah Eva M. 2007. Pengaruh Motivasi, Disiplin, dan Partisipasi Siswa Dalam Pembelajaran Terhadap Prestasi Belajar Akuntansi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol 2 No 2, Juli, 2.
- Timdetikcom-detiknews. 26 April 2020 07.38. Kapan Sebenarnya corona Pertama Kali Masuk RI? <https://news.de/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri>. Diakses tanggal 28 Juni 2020.
- Tim Gugus Tugas Covid 19. Data Sebaran. <https://covid19.go.id>. Diakses tanggal 28 Juni 2020.

BAURAN PEMASARAN KELAS ZUMBA VIRTUAL SELAMA PANDEMI COVID-19: STUDI KASUS PADA INSTRUKTUR DI JAKARTA

Melisa Indriana Putri

I. PENDAHULUAN

Berita mengenai pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia oleh Jokowi muncul pertama kali pada 2 Maret 2020. Sejak saat itu, muncul pula berbagai berita di media online maupun konvensional yang mengangkat dinamika dalam masyarakat terdampak di berbagai sektor. Isu penimbunan masker dan antiseptik hingga penyerbuan ke tempat perbelanjaan oleh masyarakat turut diberitakan sejak pekan awal pengumuman Covid-19 di Indonesia. Media semakin fokus memberitakan situasi masyarakat di tengah beberapa kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait jaga jarak melalui *social distancing* maupun *physical distancing*. Kedua hal tersebut sama-sama bertujuan untuk mereduksi kemungkinan penularan langsung virus Covid-19 antar manusia melalui penerapan jarak aman ketika berinteraksi.

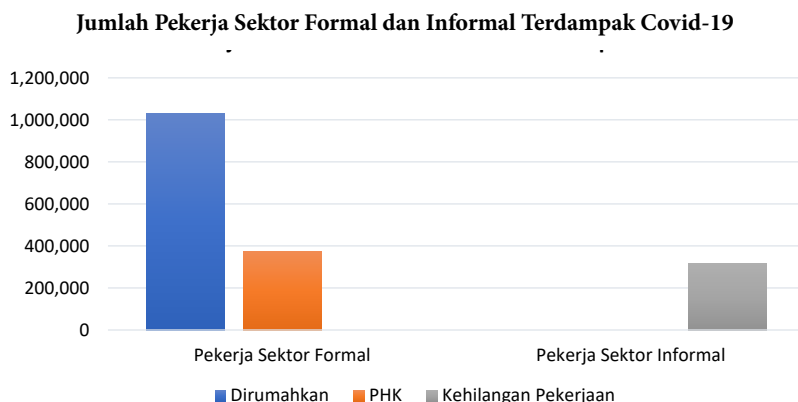
Himbauan jaga jarak tersebut diikuti dengan langkah-langkah lain di beberapa sektor, seperti digantikannya kegiatan belajar mengajar di sektor pendidikan menjadi Belajar dari Rumah. Sektor formal pun menerapkan hal yang sama dengan memberlakukan pengurangan jam kerja serta jam operasional. Beberapa perusahaan di Jakarta juga menjalankan *Work from Home* (WFH) agar para karyawan dapat bekerja dari tempat tinggal masing-masing. Sebagian yang lainnya memberlakukan sistem bekerja secara piket bergantian (Gusman, 2020).

Memasuki bulan ke-2, penerapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) turut diberitakan. Peraturan Pemerintah No. 21 tahun 2020, Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 tahun 2020, dan Peraturan Gubernur Nomor 33 tahun 2020 pun turut mengantarkan Jakarta memasuki fase PSBB sejak 10 April 2020. Seluruh kegiatan di Jakarta, seperti kegiatan perekonomian, sosial, budaya, keagamaan,

pendidikan, kesehatan, dan kegiatan lainnya perlu melakukan penyesuaian selama masa PSBB berlangsung.

Salah satu pengaturan kegiatan selama masa PSBB di Jakarta adalah pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Masyarakat dilarang berkerumun lebih dari lima orang di tempat umum pada aktivitas apapun. Hal ini berlaku pada hampir segala aktivitas, termasuk aktivitas dalam pemenuhan pelayanan kesehatan ataupun pemenuhan kebutuhan lainnya terkait kesehatan, termasuk aktivitas berolahraga. Kegiatan olahraga berkelompok pun harus dihentikan (Carina, 2020; Galih, 2020).

PSBB pun berdampak pada sektor ekonomi yang beririsan dengan kesehatan (Gusman, 2020). Sektor formal dan informal pun terkena imbas. Kementerian Ketenagakerjaan pada 1 Mei 2020 merilis data status ketenagakerjaan yang menyebutkan bahwa pekerja yang berasal dari sektor formal dan informal yang dirumahkan karena terdampak pandemi Covid-19 cukup besar. Hal tersebut dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 1. Grafik Jumlah Pekerja pada Sektor Formal dan Informal Terdampak Covid-19. Sumber: Hasil olah peneliti berdasarkan Data Kementerian Ketenagakerjaan per 1 Mei 2020.

Grafik tersebut menunjukkan bahwa terdapat 1.722.958 pekerja dari sektor formal dan informal yang terdampak Covid-19. Sebanyak 1.032.960 pekerja sektor formal dirumahkan dan sebanyak 375.165 pekerja mengalami Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Adapun sebanyak 314.833 pekerja dari sektor informal turut kehilangan pekerjaan akibat pembatasan aktivitas. Data tersebut hanya menunjukkan jumlah yang telah terverifikasi dan tervalidasi hingga 1 Mei 2020. Sementara masih terdapat 1,2 juta pekerja yang datanya masih dalam proses

verifikasi dan validasi. Pada kurun waktu tersebut, telah terdapat sekitar 3 juta pekerja yang terdampak pandemi (Biro Humas Kemnaker, 2020).

Di antara sejumlah angka tersebut, terdapat pula pelatih kebugaran atau instruktur olahraga yang bekerja pada sektor informal pun kehilangan pekerjaan mereka. Hal ini terjadi karena tempat kebugaran ditutup dan aktivitas olahraga berkelompok dilarang. Instruktur olahraga tergolong sebagai pekerja lepas yang tidak hanya bekerja di satu tempat kebugaran, namun kebanyakan bekerja pada beberapa tempat kebugaran yang berbeda, atau bahkan di lapangan.

Aktivitas pekerjaan para instruktur olahraga sebagai pekerja lepas diasumsikan dapat memiliki risiko kesehatan selama pandemi. Situasi tersebut kian dilematis, karena jika mereka harus tetap memiliki aktivitas berolahraga secara berkelompok maka dapat terpapar beberapa risiko kesehatan tertentu. Dalam kondisi demikian, usaha di bidang olahraga dan kebugaran yang berada di sektor informal turut menyumbangkan peningkatan angka pengangguran selama pandemi (Elena, 2020; *International Labour Organization* 2020: 2; Pulungan, 2020).

Wilayah DKI Jakarta disebut mengalami dampak paling parah atas situasi tersebut, khususnya tempat kebugaran dan aktivitas olahraga berkelompok. Sebagian masyarakat urban di Jakarta memiliki gaya hidup berolahraga dengan mendatangi tempat latihan kebugaran dan kelas-kelas olah raga berkelompok di tengah kesibukan mereka. Beberapa pilihan olahraga masyarakat Jakarta adalah *Bootcamp*, *Cross training*, *Zumba*, *Pound Fit*, *Yoga*, *Muay Thai*, *Pilates*, *Barre*, dan beberapa nama lainnya (Cahyu, 2017; Elena, 2020; Syahrianto, 2019).

Zumba menjadi salah satu olahraga yang digemari di Jakarta. Cantika Felder, salah satu ZIN (Instruktur Zumba) di Jakarta, mengatakan bahwa Zumba tengah menjadi tren olahraga di Jakarta yang kecenderungannya dilakukan dalam kelompok yang besar. Kelas Zumba yang memiliki banyak peserta dan berolahraga secara bersama-sama maka dapat menciptakan rasa semangat bagi para peserta sehingga mereka memperoleh manfaat kesehatan dan fisik dan mental yang baik (Hidayat dan Indardi, 2015; Rachmayanti, 2019; Syahrianto, 2019).

Data resmi dari halaman web resmi Zumba menyebutkan setidaknya terdapat 500 instruktur Zumba tersertifikasi resmi melalui *Zumba® Instructor Licensing Program* dan disebut dengan *Zumba Instructor Network* (ZIN). Selain itu, dalam waktu satu pekan dapat

terdapat setidaknya 64 kelas Zumba yang tersebar di berbagai wilayah di Jakarta. Data tersebut menunjukkan betapa Zumba telah menjadi olahraga urban dengan jumlah kelas dan sumber daya pelatih yang berlimpah di Jakarta (Zumba Fitness, n.d.).

Ketika PSBB diberlakukan di Jakarta, kelas-kelas Zumba dan berbagai olahraga berkelompok lainnya di Jakarta pun diliburkan. Selain itu terdapat pula pergeseran kebutuhan atau prioritas masyarakat selama pandemi. Nielsen mengungkapkan bahwa masyarakat di memiliki tiga prioritas konsumsi kesehatan selama pandemi, yakni yang berkaitan dengan (1) konsumsi kesehatan proaktif, (2) pengelolaan kesehatan reaktif, dan (3) pemenuhan makanan sehat (McKenzie, 2020).

Konsumsi kesehatan proaktif berkaitan dengan pembelian produk yang berfungsi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan, misalnya konsumsi suplemen makanan. Prioritas pengelolaan kesehatan reaktif mengarah pada konsumsi produk-produk untuk pencegahan dan menghindari penularan virus, seperti masker, *hand sanitizer*, dan produk sejenisnya. Sedangkan pemenuhan makanan sehat ditandai dengan aktivitas masyarakat yang mengubah aktivitas membeli makanan dari luar rumah dengan memasaknya sendiri. Hal ini diikuti dengan prioritas konsumsi bahan baku makanan sehat (McKenzie, 2020).

Data tersebut tidak menunjukkan bagaimana masyarakat memprioritaskan aktivitas berolahraga sebagai salah satu prioritas dalam menjaga kesehatan di masa pandemi. Olahraga belum menjadi kegiatan prioritas penunjang kesehatan bagi masyarakat Indonesia sejak lama, termasuk di saat pandemi. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa hanya terdapat 27,61% masyarakat Indonesia yang rutin berolahraga di tahun 2015. Prosentase tersebut menunjukkan bahwa hanya terdapat 28 orang yang berolahraga dari 100 orang yang ada (Fikri, 2018).

Pada masa pandemi, situasi ini justru menurun. Hasil penelitian yang juga menunjukkan bahwa aktivitas olahraga yang dilakukan orang Indonesia di masa pandemi mengalami pengurangan. Jumlah Langkah harian menurun hingga 12% pada bulan April 2020 jika dibandingkan dengan jumlah pada setahun sebelumnya. Langkah harian tersebut mencerminkan setiap aktivitas fisik manusia. Fakta ini semakin mengungkap pada akhirnya ZIN di Jakarta kehilangan kesempatan untuk menjadi instruktur dalam kelas Zumba di masa pandemi (Krisiandi, 2020; Rintani, 2020).

Di sisi lainnya, aktivitas olahraga termasuk ke dalam prioritas kesehatan yang disarankan untuk tetap dilakukan bahkan di masa pandemi. Stacy Hunter, peneliti dari Texas State University, mengatakan bahwa beberapa olahraga perlu untuk tetap dilakukan selama pandemi. *World Health Organization* (WHO) menghimbau agar olahraga yang dilakukan berintensitas ringan hingga sedang. Jenis olahraga yang aman dilakukan adalah yang bersifat sederhana, namun masih dapat digunakan untuk pembakaran kalori secara aktif. Zumba menjadi salah satu kegiatan yang masih direkomendasikan dalam beberapa referensi agar tetap dilakukan saat pandemi karena sifatnya yang mampu memberikan rasa menyenangkan pelakunya dan tetap memberikan manfaat kesehatan fisik dan mental (Krisiandi, 2020; Mutiah, 2020).

Kelas Zumba dirancang sebagai kelas olahraga secara berkelompok dengan konsep latihan yang menggabungkan intensitas rendah hingga intensitas tinggi. Latihan dengan konsep *dance fitness party* ini tetap menargetkan pembakaran kalori namun dengan cara yang menyenangkan. Kebersamaan peserta saat mengikuti kelas Zumba secara bersama-sama menjadi salah satu kunci untuk menimbulkan efek menyenangkan bagi peserta kelas dan bermanfaat bagi kesehatan mental. Hasil riset *American College of Sports Medicine* turut menguatkan fakta tersebut. Aktivitas berkelompok dalam olahraga dapat meningkatkan kehidupan sosial (Dinisari, 2018; Kelly, 2018; Rachmayanti, 2019; Syahrianto, 2019; Zumba Fitness, n.d.).

Namun, WHO telah menghimbau agar olahraga ringan hingga menengah termasuk Zumba pun juga harus memperhatikan prinsip jaga jarak aman. Olahraga di masa pandemi sebaiknya tidak dilakukan di luar rumah dan dilakukan secara individu dan tidak berkerumun. Oleh karenanya, kelas Zumba sebagai produk industri olahraga turut mengalami kemunduran dan ditinggalkan audiens-nya di masa pandemi (Krisiandi, 2020).

Sekalipun demikian, secara keseluruhan sektor kesehatan mengalami peningkatan konsumsi di masa pandemi. Hal ini dibersamai pula dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di berbagai bidang. Misalnya, penggunaan berbagai aplikasi *video streaming* untuk menggantikan berbagai aktivitas yang sebelum pandemi dapat dilakukan secara tatap muka langsung. Kebijakan WFH dan Belajar dari Rumah bukan hanya yang mengalami migrasi

ke platform digital. Aktivitas olahraga berkelompok termasuk Zumba pun mengalami situasi serupa. Platform konvensional cenderung ditinggalkan. Bahkan, terdapat penurunan angka *television engagement* pada 25 negara selama pandemi, termasuk Indonesia (O'Grady 2020: 5; Ramadhani, 2020).

Menteri Ketenagakerjaan (Menaker) Ida Fauziyah menyebutkan bahwa salah satu cara bertahan di tengah pandemi dan krisis yang ditimbulkannya adalah dengan memanfaatkan teknologi yang diimbangi dengan kemampuan adaptasi, kreasi, dan inovasi. Sejalan dengan kemampuan tersebut, terdapat perubahan pada cara menggelar kelas Zumba oleh beberapa instruktur di Jakarta. Sebagian kelas Zumba yang sebelumnya diselenggarakan dalam sebuah ruangan dan dilakukan secara berkelompok berubah menjadi kelas virtual yang dapat diikuti oleh para peserta dari rumah (Biro Humas Kemnaker, 2020; Putri, 2020).

Ketika kelas Zumba dengan peserta berkelompok diubah menjadi aktivitas olahraga mandiri tentunya menghilangkan beberapa manfaat yang dapat ditimbulkan saat aktivitas ini dilakukan dalam kelas berkelompok. Keunikan kelas Zumba adalah selalu dilakukan secara berkelompok dan memerlukan sosok instruktur yang disebut sebagai ZIN. Sehingga kelas Zumba bukanlah produk yang menarik ketika dikemas untuk olahraga mandiri, terlebih di dalam rumah dan menghilangkan kesempatan antar peserta untuk saling bertemu dan merasakan kebersamaan saat ber-Zumba. Sehingga keunikan fenomena ini dapat dieksplorasi, terutama dari sudut pandang strategi komunikasi pemasaran.

Seperti halnya produk komunikasi lainnya, olahraga beserta prosesnya juga memerlukan strategi bauran pemasaran tertentu untuk mampu mencapai target yang ditentukan oleh para aktor-nya. Penelitian ini hendak melihat bagaimana para instruktur Zumba yang membuka kelas virtual menggunakan berbagai strategi bauran pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan peserta kelas Zumba virtual.

II. METODE

Penelitian deskriptif dapat digunakan untuk mendeskripsikan suatu fenomena atau situasi tertentu. Hal tersebut serupa dengan tujuan penelitian ini sehingga tipe penelitian deskriptif kualitatif sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, fenomena komunikasi yang hendak dikupas melibatkan serangkaian fenomena unik yang idealnya

dapat dikaji dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini secara umum sesuai untuk digunakan dalam setiap penelitian kualitatif selama fenomena yang ditelisik memenuhi kriteria studi kasus (Babbie 2011: 95,96; Creswell 2007: 73).

Kriteria fenomena komunikasi yang disyaratkan oleh pendekatan studi kasus berupa *bounded system* (sistem yang saling terikat) melalui *setting* atau konteks melintas waktu dan melibatkan detail-detail peristiwa. *Bounded system* dalam fenomena studi kasus seperti halnya dalam penelitian ini memiliki kekompleksan yang idealnya ditinjau secara holistik (Creswell 2007: 73; Johansson, n.d.; Stake, 2008).

Pertama, kompleksitas kasus dapat terlihat dari variasi dan dinamika strategi bauran pemasaran yang diaplikasikan oleh antar ZIN. Kedua, fokus lain analisa kasus juga tertuju pada keragaman sosok ZIN yang mampu menerapkan kelas Zumba virtual, mengingat tidak semua ZIN berkesempatan menyelenggarakan kelas virtual. Ketiga, kasus juga dilihat dari bagaimana preferensi platform yang digunakan selama kelas Zumba virtual dan sekaligus pada aktivitas bauran pemasaran yang dilakukan oleh para ZIN.

Keempat, kasus kelas Zumba virtual memiliki keunikan pada nilai produk komunikasi yang ditawarkan pada peserta kelas. Hal ini terjadi karena kelas Zumba yang sebelumnya memiliki *value* sebagai olahraga *dance fitness party* yang sebelumnya mampu menghadirkan gempita musik dan kebersamaan bagi para pesertanya dalam satu tempat yang sama telah berubah menjadi format kelas virtual sehingga menghilangkan beberapa nilai produk sebelumnya.

Keunikan lain kasus ini terletak pada bagaimana tidak semua jenis olahraga, khususnya olahraga berkelompok mengalami transformasi menjadi kelas virtual. Pegiat olahraga berkelompok seperti jenis olahraga basket, bersepeda secara berkelompok, sepak bola, voli, futsal, dan yang lainnya tidak memungkinkan untuk ditransformasikan menjadi olahraga virtual.

Kelima, kasus ini dapat didekati melalui konteks naturalnya karena fenomenanya masih dapat berlanjut hingga pandemi Covid-19 selesai. Hal ini menuntun pada kriteria selanjutnya, yakni periode penelitian yang sebetulnya terjadi dalam durasi yang tidak dapat diprediksi namun peneliti dapat menentukan secara mandiri batas pengamatannya.

Penelitian ini termasuk ke dalam tipe *intrinsic case study* yang memfokuskan pada ciri khas dan keunikan serangkaian kasus terkait dalam suatu fenomena. Pemilihan tipe tersebut berdasarkan pada keistimewaan kasus itu sendiri dan rasa ketertarikan peneliti terhadap fenomena yang diamati (Baxter dan Jack, 2008; Creswell 2007: 74; Stake, 2008).

Prosedur atau fase penelitian studi kasus meliputi pengumpulan data dari *multiple sources of information* seperti melalui observasi, wawancara, dokumen, dan materi audio visual. Data primer yang berupa hasil penggalian data langsung peneliti adalah kalimat-kalimat, tindakan, dan tulisan dari para subjek penelitian yang didapatkan melalui wawancara, aktivitas di media sosial, dan platform digital lainnya yang berkaitan dengan konteks penelitian (Creswell 2007: 73,75; Sugiyono 2008: 37,82).

Observasi pada penelitian ini dilakukan secara online dengan melihat berbagai platform yang digunakan selama kelas virtual dan aktivitas bauran pemasaran oleh para ZIN penyedia kelas virtual di Jakarta. Oleh karenanya, informan yang menjadi subjek penelitian ini hanya ZIN tertentu yang mampu menyelenggarakan kelas Zumba virtual sejak bulan Maret hingga Juni 2020.

Prosedur selanjutnya seperti yang dijelaskan oleh Yin adalah proses analisa kasus dengan mengaitkannya pada aspek-aspek kedalaman kasus, seperti kronologi peristiwa yang terjadi, serta bagaimana dinamikanya. Peneliti pun selanjutnya dapat melakukan tahapan interpretasi final yang menurut Lincoln dan Guba dapat digunakan untuk mengambil pembelajaran (Creswell 2007: 75).

Teknik analisis data pada pada studi kasus di antaranya adalah *pattern matching* dan *time series analysis*. *Pattern matching* sesuai untuk digunakan dalam penyusunan logika penelitian pada tipe deskriptif. Trochim menyebutkan bahwa teknik ini dengan menemukan pola-pola empiris (Yin 2003: 116). Louise Kidder (1981) menyatakan bahwa teknik *time series analysis* diterapkan dalam penelitian kualitatif untuk mempermudah analisa dinamika suatu rangkaian fenomena yang berlangsung selama kurun waktu tertentu (Yin 2003: 122-123).

III. PEMBAHASAN

Konsep Bauran Pemasaran pada Komunikasi Olahraga melalui Media Digital

Komunikasi olahraga merupakan variasi dalam studi komunikasi yang fokus membahas olahraga dalam suatu proses komunikasi dan melibatkan elemen-elemen komunikasi. Pada level dasar, komunikasi olahraga dapat didefinisikan sebagai pertukaran atas informasi ataupun informasi olahraga melalui olahraga. Oleh karenanya, terkadang muncul pernyataan bahwa olahraga dapat menjadi bentuk atas pertukaran pesan itu sendiri. Definisi komunikasi olahraga cukup luas sehingga berkembang pula tentang bagaimana hal ini dikaitkan dengan proses yang dialami manusia dalam olahraga maupun setting olahraga yang kemudian bertukar simbol dan menciptakan makna atas proses tersebut (Billings, Butterworth, dan Turman 2011: 30; Pedersen, Miloch, dan Laucella 2007: 69,76).

Rangkaian proses komunikasi olahraga dan strateginya tertuang dalam *Strategic Sport Communication Model* (SSCM) atau Model Strategi Komunikasi Olahraga. SSCM membahas keseluruhan proses komunikasi olahraga yang berkaitan dengan aspek-aspek komunikasi di dalam industri olahraga. Proses tersebut dikelompokkan ke dalam tiga komponen besar dalam suatu model yang menunjukkan area makro komunikasi olahraga (Pedersen, Miloch, dan Laucella 2007: 69).

Komponen I meliputi Komunikasi Personal dan Komunikasi Organisasi dalam Olahraga. Komponen ini mnejelaskan tentang aktivitas-aktivitas komunikasi personal dalam olahraga, seperti komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok. Selain itu, Komponen I juga membahas bagaimana proses komunikasi olahraga pada antar organisasi olahraga ataupun antara irganisasi olahraga dengan audiens (Pedersen, Miloch, dan Laucella 2007: 70).

Komponen II fokus pada Media Massa dan Olahraga, misalnya bagaimana pemberitaan tentang suatu pertandingan olahraga. Contoh lainnya adalah bagaimana media massa mengkomunikasikan pesan pada audiens mengenai industri olahraga yang seringkali merefleksikan organisasi olahraga. Media massa pada komunikasi olahraga digolongkan ke dalam tiga segmen, yakni: (1) percetakan dan penerbitan komunikasi olahraga, (2) media elektronik, dan (3) media baru komunikasi olahraga yang melibatkan internet. Komponen III mencakup Layanan

dan Dukungan Komunikasi Olahraga. Hal ini melibatkan tiga segmen seperti (1) periklanan olahraga yang juga membahas *sponsorships* dan *endorsements*, (2) public relations dan komunikasi krisis dalam olahraga, dan (3) riset pada komunikasi olahraga (Pedersen, Miloch, dan Laucella 2007: 70-71).

SSCM sangat dipengaruhi oleh area yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran menghubungkan antara perusahaan dengan berbagai macam audiens-nya dalam berbagai macam situasi interaksi di antara keduanya. Oleh karenanya, area ini menjadi area yang menuntut inovasi dan kreativitas para aktornya. Tidak ada trik baku yang dapat dipastikan berhasil pada situasi yang sama. Aktivitas ini menyasar audiens yang menjadi target kegiatan dengan menggunakan strategi tertentu untuk mencapai target khusus. Namun hal tersebut turut menentukan keberhasilan atau kegagalan perusahaan (Pedersen, Miloch, dan Laucella 2007: 85-86; Pickton dan Broderick 2011: 4; Shimp 2007: 4).

Berbagai bentuk strategi komunikasi pemasaran telah banyak diaplikasikan, seperti dengan melakukan aktivitas periklanan, promosi, public relations, event, dan aktivitas serupa lainnya. Secara umum, berbagai aktivitas tersebut tergolong pada *tools* yang secara tradisional diistilahkan sebagai komponen dari *marketing mix* atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah serangkaian aktivitas komunikasi pemasaran yang melibatkan *tools* tertentu untuk memperoleh respon audiens sesuai dengan tujuan komunikasi pemasaran (Pickton dan Broderick 2011: 4; Shimp 2007: 4).

Bauran pemasaran terdiri dari serangkaian *tools* yang dapat digunakan secara bersamaan yang bertujuan untuk meraih target penjualan. Bauran pemasaran terdiri dari *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion* (4P). Produk adalah apapun yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dikonsumsi. Hal ini mencakup aspek fisik, manusia, ide, maupun organisasinya. *Price* atau harga adalah besaran yang dibelanjakan oleh konsumen untuk mendapatkan nilai yang setara untuk konsumsi produk. *Place* adalah segala aktivitas perusahaan yang berperan dalam sampainya produk pada konsumen. *Promotion* (promosi) adalah serangkaian aktivitas komunikasi terkait produk yang bertujuan untuk mempersuasi konsumen agar mengkonsumsinya (Kotler, Amstrong, Saunders, dan Wong 1999: 109-111).

Kelas Zumba Virtual sebagai Produk Komunikasi Olahraga Berbasis Kesehatan Mental

ZIN yang berada di Jakarta pertama kali membuka kelas Zumba virtual pada Maret 2020. Selain karena motif ekonomi, kelas virtual ini dibuka agar sesama peserta dan instruktur tetap dapat melakukan olahraga dan menerapkan hidup sehat meskipun tidak bisa bertemu secara langsung. Mayoritas kelas virtual diselenggarakan melalui Zoom. Peserta kelas saling bertukar pendapat mereka setelah usai kelas tentang betapa lamanya mereka tidak mengikuti kelas Zumba dan akhirnya dapat melakukan aktivitas tersebut meskipun tidak saling bertatap langsung dalam satu ruangan yang sama.

Pertukaran pesan antar sesama peserta maupun antara peserta dengan instruktur tersebut menciptakan rasa kebersamaan dan semangat baru bahwa mereka mampu tetap menjaga kesehatan meskipun tidak harus beraktivitas fisik dalam ruang kelas yang sama. Pertukaran pesan tidak hanya terjadi pada platform Zoom, namun juga pada Grup WhatsApp yang dibuat oleh masing-masing instruktur. ZIN Zendhi pada 27 Maret 2020 membuat Grup WhatsApp bernama Z4 (Zin Zend Zumba Zoom) yang berisi para peserta kelas Zumba virtualnya. Tujuan awal pembuatan grup WhatsApp tersebut hanyalah sebagai sarana pengingat jadwal kelas dan berbagi kode akses Zoom.

Namun, pada akhirnya pertukaran pesan yang terjadi antar anggota grup yang kini tengah mencapai jumlah 109 tersebut menjadi semakin bervariasi. Pada akhirnya, keberadaan Grup WhatsApp Z4 (Zin Zend Zumba Zoom) menjadi strategi yang digunakan ZIN Zendhi untuk mempersuasi para anggota grup agar tetap rajin mengikuti kelas Zumba Virtual setiap hari Senin dan Jumat setiap pekannya.

Motivasi dan Pendekatan Personal oleh ZIN atau Instruktur pada Peserta Kelas Zumba Virtual

Olahraga berkelompok terkadang memerlukan seorang pelatih atau pemimpin yang mampu memberikan motivasi bagi dan kekuatan psikologis bagi keseluruhan peserta. Zumba juga memerlukan keberadaan ZIN selama berlangsungnya kelas, termasuk kelas virtual. Pada hakikatnya, ZIN memiliki peranan penting dalam membangun motivasi serta mengembangkan pengalaman dalam kelas melalui beberapa inovasi, seperti pemilihan lagu baru, pemberian gerakan baru,

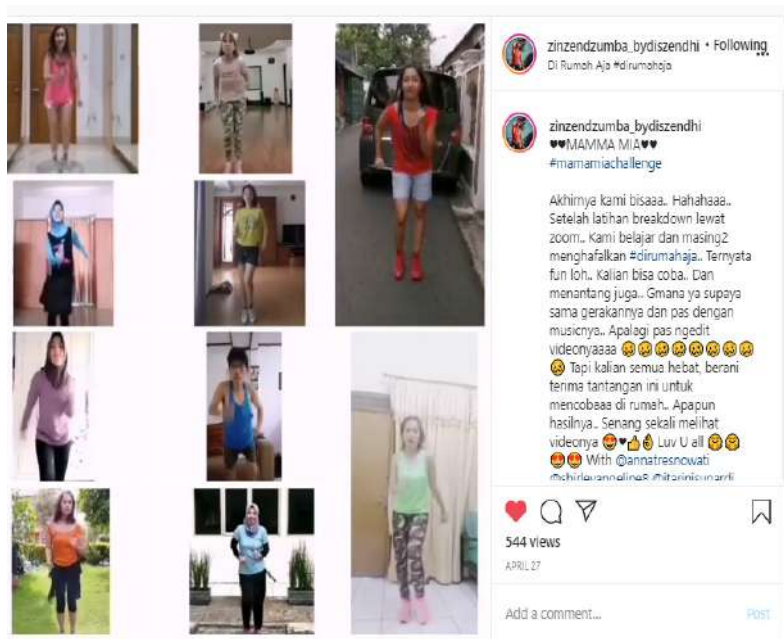
atau bahkan bentuk interaksi tambahan lainnya (Kennedy, Carol A., dan Yoke, 2020: 5-6,90).

ZIN Zendhi dalam beberapa kesempatan tidak hanya berkirim pesan di grup Z4 tetapi juga mendekati secara personal dengan berkirim obrolan pribadi pada para peserta kelasnya. Misalnya, ZIN Zendhi akan menginfokan pada calon peserta kelas bahwa pada jadwal tersebut dia akan membawakan lagu yang disukai oleh calon peserta tersebut. ZIN Zendhi mengetahui bahwa masing-masing peserta memiliki lagu favorit tersendiri sehingga lagu-lagu tersebut menjadi daya tarik khusus yang membuat calon peserta kelasnya akhirnya betul-betul hadir dalam kelas Zumba virtual.

Dalam kajian komunikasi olahraga, platform digital dipandang memiliki kemampuan dalam menampilkan sosok sesungguhnya olahragawan yang dalam hal ini adalah para pelatih olahraga (Beck dan Bosshart, 2003). Namun, pada kelas Zumba virtual platform digital seperti Zoom maupun WhatsApp akhirnya semakin menonjolkan sosok pelatih yang dalam hal ini adalah ZIN Zendhi untuk menunjukkan sikap empati dan siap membimbing para peserta kelas agar mampu memiliki semangat dan performa yang baik.

Pembuatan Video *Challenge* sebagai Inovasi Nilai pada Kelas Zumba Virtual

ZIN Zendhi juga memberikan tantangan bagi para peserta kelasnya berupa pembuatan video dengan tema yang bervariasi pada setiap waktunya. Peserta kelas diingatkan untuk hadir ke kelas virtual karena pada jadwal tertentu akan terdapat pelatihan khusus atas satu lagu tertentu. Selanjutnya, peserta diminta untuk merekam dirinya sendiri sedang menari atau mempraktekkan gerakan melalui sebuah video. Video tersebut dikirimkan pada Grup WhatsApp Z4 dan selanjutnya dikolase dalam satu video yang sama oleh ZIN Zendhi sehingga terdapat kesan bahwa mereka sedang melakukan gerakan bersama-sama.



Gambar 2. Konten *Video Challenge* dengan Menggunakan Lagu *Mammamia*.
Sumber: Instagram ZIN Zendhi.



Gambar 3. Konten *Video Challenge* dengan Menggunakan Lagu *Bailalo* dan Menandai Edward Sanchez sebagai Pemilik dan Pencipta Lagu.
Sumber: Instagram ZIN Zendhi.

Video challenge yang pernah mereka selenggarakan adalah pembuatan kolase video menari dan berolahraga Zumba dengan menggunakan lagu seperti *Mammamia*, *Mamacita*, *Bailalo*, dan *Love Mi Ladies*. Inovasi lain dari pembuatan video challenge ini adalah dengan

menandai pemilik lagu asli yang berada di luar negeri, seperti yang dilakukan pada *Bailalo Video Challenge*. Hal ini membuat peserta kelas lebih bersemangat untuk mengikuti kelas virtual karena setelah mereka mengikutinya maka dapat menghafal gerakan dan merekamnya sendiri untuk selanjutnya dibuat *challenge* bagi grup mereka.

Strategi Pemberian Kelas Gratis Hingga Barter dengan Produk Makanan dan Minuman Sehat

Nielsen menemukan bahwa situasi tidak menentu selama pandemi membawa beberapa perubahan dan ketidakpastian dalam aktivitas komunikasi pemasaran. Sekalipun demikian, setiap produk komunikasi idealnya tetap bertahan bahkan meningkatkan aktivitas komunikasi pemasaran agar tidak dilupakan oleh audiens (Lovett 2018: 4).

Pemanfaat *platform* digital dalam aktivitas komunikasi pemasaran kelas Zumba virtual telah sejalan dengan perubahan konsumsi pengguna media yang 70% lebih banyak menggunakan ponsel mereka di masa pandemi. Kecenderungan akses internet meningkat sehingga konsumsi pada platform digital pun meningkat pula (Billings, Butterworth, dan Turman 2011: 24; Busignani, 2020; Lovett 2018: 4).



Gambar 4. Pembelian Produk Makanan dan Minuman Sehat dengan Manfaat Kelas Zumba Virtual Secara Gratis.
Sumber: Instagram ZIN Imam.

ZIN Zendhi dan beberapa ZIN lainnya memberikan kelas secara gratis. ZIN Imam menggunakan cara berbeda untuk mendapatkan peserta kelas virtual. Pada saat pandemi, masyarakat juga sedang mencari produk makanan sehat, seperti sayur, buah, dan jamu. ZIN Imam mempergunakan strategi dengan menjual jus jambu, jamu, dan beberapa makanan sehat lainnya. Setiap pembelian produk makanan sehat sebesar sekian rupiah makan konsumen berhak mengikuti kelas virtual miliknya. Hal tersebut diunggah melalui beberapa media sosialnya dan akan direplikasi saat terdapat konsumen yang melakukan transaksi.

Sponsorship dan Partnership dengan Berbagai Produk Kesehatan

Sponsorship melibatkan hubungan timbal balik yang menguntungkan antara dua belah pihak yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu dalam komunikasi pemasaran. *Sponsorship* banyak yang membaur bersama dengan *partnership* sehingga terkadang dianggap sebagai hal yang sama. *Partnership* memungkinkan pihak-pihak yang bekerja sama untuk dapat (1) saling memahami *values* masing-masing *brand*; (2) saling bertukar data atau informasi yang menyangkut masing-masing konsumen; (3) saling mempergunakan aset atau sumber daya perusahaan; dan (4) mendukung rekanan untuk memproduksi konten yang memikat (Lovett 2018: 10).

Tentunya, *partnership* sebaiknya dilakukan antar pihak yang memiliki keselarasan *brand* sehingga target audiens sasaran mereka pun berkarakteristik serupa dan dapat dimaksimalkan untuk mencapai tujuan komunikasi pemasaran keduanya (Lovett 2018: 10). Kegiatan *partnership* yang Kelompok ZIN ini lakukan adalah bekerja sama dengan beberapa produk kebugaran dan makanan. Olahraga memiliki kedekatan dengan makanan sehat maupun vitamin dan produk kebugaran lainnya. Selanjutnya, data para peserta yang hadir pada kelas virtual tersebut dipertukarkan kepada seluruh pihak yang bekerja sama agar masing-masing target penjualan terpenuhi.



Gambar 5. Sponsorship dan Partnership untuk Menyelenggarakan Kelas Zumba Virtual Gratis.
Sumber: Instagram ZIN Freddy.

Sponsorship pada bidang olahraga memiliki keunikan tersendiri. Fokus *sponsorship* pada komunikasi olahraga cenderung diarahkan pada kebermanfaatan produk yang ditampilkan dan apa kaitannya dengan olahraga yang sedang dijalani (Lovett 2018: 12). Zumba adalah salah satu olahraga yang bertujuan untuk membakar kalori dan membantu pesertanya mencapai berat badan sehat yang ideal. Salah satu sponsor yang bekerja sama dengan Grup Launching ZIN 87 tersebut adalah makan sehat yang dikatakan mampu mendukung program diet para peserta kelas virtual tersebut.

Penutup

Bauran pemasaran pada kelas Zumba virtual semasa pandemi tergantung pada teknologi digital, baik itu grup WhatsApp, Zoom, maupun Instagram. Berbagai strategi dan *tools* komunikasi pemasaran dipergunakan oleh sejumlah ZIN di Jakarta untuk dapat mendapatkan peserta kelas virtual mereka. Masing-masing strategi tersebut menciptakan kekuatan tersendiri dalam menarik perhatian para calon peserta kelas hingga akhirnya mereka hadir pada kelas virtual, baik secara gratis atau membayar seharga yang telah ditentukan oleh instruktur kelas Zumba virtual.

Daftar Pustaka

- Babbie, Earl. (2011). *The basics of Social Research, Fifth Edition*. Belmont: Wadsworth.
- Baxter, Pamela, dan Jack, Susan. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*. 13 (4), 544-559.
- Beck, D., dan Bosshart, Louis. (2013). Sports and Media. *A Quarterly Review of Communication Research*, 22 (4).
- Billings, A. C., Butterworth, M. L., dan Turman, Paul D. (2011). *Communication and Sport: Surveying the Field*. California: SAGE Publications.
- Biro Hukum dan Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Kesehatan. (2020). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Jakarta: Biro Hukum dan Organisasi Sekretariat Jenderal Kementerian Kesehatan.
- Biro Hukum Sekretariat Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. (2020). *Peraturan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 33 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Provinsi Daerah Khusus Ibukota (DKI)*. Jakarta: Biro Hukum Sekretariat Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
- Biro Humas Kemnaker. (2020). *Menaker: Adaptasi, Kreasi dan Inovasi Kunci Hadapi Krisis Pandemi Covid-19*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://kemnaker.go.id/news/detail/menaker-adaptasi-kreasi-dan-inovasi-kunci-hadapi-krisis-pandemi-covid-19>.
- Biro Humas Kemnaker. (2020). *Menaker Beri Bantuan Bagi Korban PHK dan Dirumahkan*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://kemnaker.go.id/news/detail/menaker-beri-bantuan-bagi-korban-phk-dan-dirumahkan>.
- Busignani, Lana. (2020). *Become the Brand that People Remember: How to Increase Share of Market in Uncertain Times*. Diakses pada 10 Juni 2020 melalui <https://www.nielsen.com/id/en/insights/article/2020/become-the-brand-that-people-remember-how-to-increase-share-of-market-in-uncertain-times/>.

- Cahyu. (2017). *Jadi Gaya Hidup, Ini Olahraga Favorit Para Kaum Urban*. Diakses pada 10 Juni 2020 melalui <https://www.liputan6.com/news/read/3126462/jadi-gaya-hidup-ini-olahraga-favorit-para-kaum-urban>.
- Carina, Jessi. (2020). *Anies Terbitkan Pergub soal PSBB di DKI Jakarta, Diterapkan Jumat 10 April*. Diakses pada 10 Juni 2020 melalui <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/09/22340801/anies-terbitkan-pergub-soal-psbb-di-dki-jakarta-diterapkan-jumat-10-april?page=all>.
- Creswell, John W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches, Second Edition*. California: Sage.
- Dinisari, Mia Chitra. (2018). *Mengenal Olahraga Zumba dan Jenisnya yang Sesuai dengan Kebutuhan*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://lifestyle.bisnis.com/read/20180310/220/748262/mengenal-olahraga-zumba-dan-jenisnya-yang-sesuai-dengan-kebutuhan>.
- Elena, Maria. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19, Ini Sektor-sektor yang Rentan Kena PHK*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200415/9/1227629/dampak-pandemi-covid-19-ini-sektor-sektor-yang-rentan-kena-phk>.
- Fikri, Dimas Andhika. (2018). *Hasil Survei Buktikan Penduduk Indonesia Masih Malas Berolahraga Rutin*. Diakses pada 10 Juni 2020 melalui <https://lifestyle.okezone.com/read/2018/04/17/481/1887827/hasil-survei-buktikan-penduduk-indonesia-masih-malas-berolahraga-rutin>.
- Galih, Bayu. (2020). *Berlaku Sabtu Ini, Berikut 7 Larangan Selama PSBB di Tangerang Raya*. Diakses pada 10 Juni 2020 melalui <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/18/09064081/berlaku-sabtu-ini-berikut-7-larangan-selama-psbb-di-tangerang-raya?page=all>.
- Gusman, Hanif. (2020). *Ketika Pandemi COVID-19 Berdampak pada Nasib Jutaan Pekerja RI*. Diakses pada 3 Juni 2020 melalui <https://tirto.id/ketika-pandemi-covid-19-berdampak-pada-nasib-jutaan-pekerja-ri-fDai>.
- Hidayat, A., dan Indardi, N. (2015). *Survei Perkembangan Olahraga Rekreasi Gateball di Kabupaten Semarang*. *Journal of Sport Sciences and Fitness*, 4 (4), 49-53.

- International Labour Organization. (2020). *Risalah ILO - Krisis COVID-19 dan sektor informal: Respons langsung dan tantangan kebijakan*. Diakses pada 20 Mei 2020 melalui https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms_744424.pdf.
- Johansson, Rolf. (n.d.). *Case Study Methodology*. Diakses pada 26 Mei 2015, dari http://www.psyking.net/htmlobj-3839/case_study_methodology-rolf_johansson_ver_2.pdf.
- Kelly, Erin. (2018). *The Surprising Health Benefits of Zumba*. Diakses pada 10 Juni 2020 melalui <https://www.healthline.com/health/fitness-exercise/benefits-of-zumba#1>.
- Kennedy, Carol A., dan Yoke, Mary M. (2020). *Methods of Group Exercise Instruction, Third Edition*. Champaign, Illinois: Human Kinetics.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., dan Wong, V. (1999). *Principles of Marketing, Second European Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Krisiandi. (2020). *Ini Olahraga yang Disarankan Gugus Tugas Selama Pandemi*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://nasional.kompas.com/read/2020/06/17/18074651/ini-olahraga-yang-disarankan-gugus-tugas-selama-pandemi-covid-19>.
- Lovett, Glenn. (2018). *Top 5 Global Sports Industry Trends 2018*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://niensensports.com/reports/commercial-trends-sports-2018/>.
- McKenzie, Scott. (2020). *COVID-19 Forces Recalibration of Priorities as World Embraces New Habits*. Diakses pada 28 Mei 2020 melalui <https://www.researchworld.com/covid-19-forces-recalibration-of-priorities-as-world-embraces-new-habits/>.
- Mutiah, Dinny. (2020). *6 Macam Olahraga yang Bisa Dilakukan di Rumah Saat Pandemi Corona Covid-19*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://www.liputan6.com/bola/read/4207290/6-macam-olahraga-yang-bisa-dilakukan-di-rumah-saat-pandemi-corona-covid-19>.
- O'Grady, Matt. (2020). *Covid-19: Key Questions All Marketers Should be Asking*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://www.nielsen.com/id/en/insights/article/2020/covid-19-key-questions-all-marketers-should-be-asking/>.
- Pedersen, P. M., Miloch, K. S., dan Laucella, Pamela C. (2007). *Strategic Sport Communication*. Champaign, Illinois: Human Kinetics.

- Pickton, David, dan Broderick, Amanda. (2011). *Integrated marketing communications, Second edition*. London: Pearson Education Limited.
- Pulungan, Abdul. (2020). *Darurat Sektor Informal*. Diakses pada 3 Juni 2020 melalui <https://news.detik.com/kolom/d-4994263/darurat-sektor-informal>.
- Putri, Anisha Saktian. (2020). *Menjaga Kesehatan di Tengah Virus Corona, Lewat Kelas Daring Zumba*. Diakses pada 30 Mei 2020 melalui <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/4221287/menjaga-kesehatan-di-tengah-virus-corona-lewat-kelas-daring-zumba>.
- Rachmayanti, Novie. (2019). *Macam-macam Senam ini Bisa Bikin Hidup Sehat dan Tampil Lebih Percaya Diri*. Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://www.bola.com/ragam/read/4081334/macam-macam-senam-ini-bisa-bikin-hidup-sehat-dan-tampil-lebih-percaya-diri>.
- Ramadhani, Pipit Ika. (2020). *Headline: Nasib Dunia Usaha di Tengah Pandemi Corona, Siapa Bertahan, Tertekan atau Justru Tumbuh?* Diakses 20 Juni 2020 melalui <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4228742/headline-nasib-dunia-usaha-di-tengah-pandemi-corona-siapa-bertahan-tertekan-atau-justru-tumbuh>.
- Rintani, Dionysia Mayang. (2020). *Data Garmin: Penurunan Aktivitas Fisik Selama Pandemi Covid-19 Turun Signifikan*. Diakses pada 3 Juni 2020 melalui <https://nova.grid.id/read/052200794/data-garmin-penurunan-aktivitas-fisik-selama-pandemi-covid-19-turun-signifikan?page=all>.
- Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. Jakarta: Sekretariat Kabinet Republik Indonesia.
- Shimp, Terence A. (2007). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications, Seventh Edition*. Mason, Ohio: Thomson South-Western.
- Stake, Robert E. (2008). *Qualitative Case Studies*. Dalam Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln (Eds.). *Strategies of Qualitative Inquiry*, Third Edition (119,120,125). California: Sage.

- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif, cetakan ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrianto, Muhammad. (2019). *Senam Zumba Digemari Milenial Jakarta, Kenapa?* Diakses pada 20 Juni 2020 melalui <https://www.wartaekonomi.co.id/read244043/senam-zumba-digemari-milenial-jakarta-kenapa>.
- Yin, Robert K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods, Third Edition*. California: Sage.
- Zumba Fitness. (n.d.). *Temukan Instruktur*. Diakses pada 2 Juni 2020 melalui <https://www.zumba.com/id-ID/>.
- Zumba Fitness. (n.d.). *Temukan Kelas*. Diakses pada 2 Juni 2020 melalui <https://www.zumba.com/id-ID/>.
- Zumba Fitness. (n.d.). *Classes: Dance Fitness Classes that are Fun, Energetic, and Make You Feel Amazing*. Diakses pada 2 Juni 2020 melalui <https://www.zumba.com/en-US/class#>.

BERKAH JAMU DI MASA PANDEMI COVID-19 (PENGALAMAN KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN PENJUAL JAMU DI KOTA MEDAN)

Mazdalifah

Pendahuluan

Pemberdayaan menjadi aspek penting dalam pembangunan, agar masyarakat mencapai taraf hidup lebih baik. Pemberdayaan meliputi banyak aspek, misalnya aspek ekonomi, sosial, politik dan budaya. Pemberdayaan masyarakat dalam implementasinya membutuhkan waktu, bisa dalam hitungan tahun bahkan puluhan tahun untuk mencapai tujuan. Peningkatan pendapatan dan kemandirian masyarakat, umumnya menjadi tujuan pemberdayaan agar masyarakat maju dan sejahtera.

Pemberdayaan merupakan suatu proses untuk memberikan daya atau kekuatan/kemampuan kepada pihak yang tidak/kurang berdaya dengan tujuan agar kekuatan atau keberdayaan/kemampuannya itu yang bersangkutan dapat meningkatkan kesejahteraan atau mampu hidup secara mandiri. Ada dua sasaran: pertama terlepas dari belenggu kemiskinan dan keterbelakangan; kedua semakin kuat posisinya baik dalam struktur sosial dan kekuasaan (Chabib Soleh, 2014). Sen dan Grown menganggap pemberdayaan sebagai alat untuk mencapai tujuan (Rehia K.I. Barus, 2015).

Pemberdayaan masyarakat dalam satu negara, seharusnya menjadi tanggung jawab penuh pemerintah berkuasa. Namun kenyataannya menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak bisa dilakukan oleh pihak pemerintah saja, harus dibantu oleh lembaga/organisasi lain. Hal ini disebabkan pemerintah mempunyai banyak program kerja yang harus diwujudkan, sehingga dalam penanganannya memerlukan bantuan pihak lain. Upaya pemberdayaan masyarakat memerlukan dukungan pihak luar, seperti: organisasi masyarakat, LSM/NGO dan lain sebagainya (Mazdalifah & Yovita Sabarina Sitepu, 2017).

Yayasan untuk Perempuan Perkotaan Medan atau YP2M merupakan salah satu lembaga yang melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat di Kota Medan. Yayasan ini telah membantu ibu-ibu penjual jamu di

Kota Medan sejak tahun 2000. Krisis moneter yang menimpa Indonesia mengakibatkan kota-kota besar di Indonesia, termasuk kota Medan, terkena dampak yang sangat besar khususnya bagi kehidupan ekonomi masyarakat. Harga-harga bahan pokok mengalami peningkatan sehingga masyarakat kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini juga dialami oleh para ibu-ibu penjual jamu, dimana kenaikan harga bahan pokok turut mengakibatkan kenaikan bahan dasar pembuatan jamu hingga dua kali lipat. Kondisi menjadi semakin sulit mengingat pasca krisis moneter, daya beli masyarakat mengalami penurunan. Hal ini mengakibatkan banyak ibu-ibu penjual jamu mengalami kesulitan keuangan dalam keluarga. YP2M berinisiatif membantu ibu-ibu penjual jamu dengan memberikan modal usaha dana bergulir bagi mereka yang membutuhkan. Selama kurun waktu lebih kurang 20 tahun program ini masih berjalan di beberapa kelompok dampingan.

YP2M melakukan kegiatan pemberdayaan yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi. Upaya pemberdayaan mendapat dukungan kuat komunikasi (langsung maupun melalui media) sehingga pemberdayaan sudah berlangsung selama 20 tahun. Masa Pandemi Covid-19 telah memberi warna tersendiri, dimana ibu-ibu penjual jamu bisa bangkit dan berjuang menjadi penyokong ekonomi keluarga. Saat usaha suami mereka mengalami penurunan, ibu-ibu penjual jamu muncul menjadi penyelamat ekonomi keluarga. Hal ini mengingat ketika pandemi Covid-19 permintaan akan jamu di masyarakat mengalami peningkatan. Jamu dipercaya menjadi salah satu alternatif dalam membangun daya tahan tubuh menjadi kuat melawan Covid-19.

YP2M menerapkan komunikasi secara langsung dalam menyelesaikan beberapa persoalan yang muncul di kelompok, melakukan motivasi agar tetap berjuang di tengah Pandemi Covid-19 dan mendorong ibu-ibu penjual jamu memanfaatkan media sosial memasarkan jamunya. Komunikasi menjadi sarana ampuh dalam menyelesaikan berbagai persoalan tersebut. Berbagai pengalaman dapat menjadi inspirasi dan membangkitkan semangat dalam upaya terus memajukan masyarakat Indonesia khususnya kaum perempuan. Komunikasi menjadi aspek penting dalam menjaga keberlangsungan pendampingan ini. Apa dan bagaimana pengalaman komunikasi dalam memberdayakan ibu-ibu penjual jamu tersebut? Tulisan ini menggambarkan sebagian kecil perjalanan pendampingan ibu-ibu penjual jamu, yang telah berlangsung selama lebih kurang 20 tahun.

Penjual Jamu sebagai Penyokong Ekonomi Keluarga

Ibu-ibu penjual Jamu YP2M tersebar di empat kelompok dampingan yaitu: 1) Kelompok Karyawisata,; 2) Karya Tani; 3) Halat; dan 4) Pasar Tujuh Padang Bulan. Nama kelompok diambil dari nama wilayah mereka bermukim. Mereka berjumlah 55 orang, masing-masing kelompok mempunyai pengurus yang terdiri dari ketua, sekretaris dan bendahara. Kelompok dampingan YP2M ini rutin melakukan pertemuan satu kali dalam sebulan. Pertemuan biasanya dimulai dengan membayar cicilan, kemudian arisan, dan mendengarkan materi yang telah disiapkan oleh YP2M. Materi yang mereka terima beraneka ragam, disesuaikan dengan kebutuhan. Biasanya mereka mengusulkan materi agama, pendidikan dan kesehatan. Pihak YP2M berusaha memenuhi dengan mencari narasumber sesuai permintaan mereka.

Sebagian besar anggota kelompok adalah perempuan yang berasal dari Pulau Jawa. Mereka merantau ke Medan dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Daerah asal mereka kebanyakan dari wilayah Solo, Yogyakarta, Sragen. Keterampilan membuat jamu didapatkan melalui keluarga secara turun temurun. Keterampilan ini yang mereka manfaatkan dalam upaya menambah ekonomi keluarga. Keberadaan mereka amat membantu sebagai penyokong ekonomi keluarga.



Gambar 1 Pertemuan Kelompok YP2M Sumber: Dokumen pribadi 2019.

Pemberdayaan perempuan pada dasarnya memberikan dampak positif bagi diri perempuan, terutama dalam mengembangkan potensi yang dimilikinya. Besarnya perhatian terhadap pemberdayaan perempuan sejalan dengan semakin besarnya peran perempuan dalam pembangunan. Pentingnya melibatkan perempuan dalam

pemberdayaan mendapat perhatian oleh Rehia K.I. Barus dalam tulisannya yang menyatakan: “Pemberdayaan perempuan mendapat banyak perhatian, tujuannya adalah membentuk kesadaran, partisipasi, kekuasaan dan pengawasan yang lebih besar dalam diri perempuan, agar terdapat persamaan derajat dengan pihak laki-laki”. (Rehia, K.I. Barus, 2015:104-210). Rehia menyoroti persamaan derajat antara laki-laki dan perempuan, dan pentingnya membangun kesadaran dan partisipasi. Bahwa laki-laki dan perempuan mempunyai hak dan perlakuan yang sama dalam setiap program pembangunan. Perempuan tidak boleh mendapatkan perlakuan yang berbeda dari laki-laki. Perempuan juga mendapatkan hak untuk berpartisipasi, tidak ada larangan untuk ikut serta dalam program pembangunan, bahwa partisipasi perempuan sama pentingnya dengan partisipasi laki-laki. Perempuan juga perlu diberi kesadaran bahwa mereka harus terlibat dalam semua program, dimana akhirnya diharapkan mereka mempunyai kesadaran untuk memberikan pendapatnya, menentukan sikap dan perilakunya.

Persoalan pentingnya melibatkan perempuan dalam pemberdayaan disoroti pula oleh Sahrul Mauludi, M Subhi Ibrahim, Aan Rukmana dalam seminar dari kota ke kota tentang Perempuan, Ruang Publik & Islam, yang menyatakan: “Perempuan terlibat dalam pemberdayaan masyarakat adalah penting, karena posisinya yang strategis dalam kehidupan domestik dan publik, serta membuat perempuan mandiri secara ekonomi dan mampu memberi kontribusi, bagi diri, keluarga dan masyarakat” (Sahrul Mauludi, M. Subhi Ibrahim, Aan Rukmana, 2014 : 64).

Penekanan terhadap peran mandiri dan kontribusi ekonomi perempuan dalam keluarga, sejalan dengan apa yang terlihat pada kehidupan masyarakat saat ini. Perempuan bukan saja terlibat di sektor domestik melainkan juga di sektor publik, dimana sebagian besar bekerja untuk mencari nafkah guna memenuhi kebutuhan keluarga. Atnike Nova Sigirowa memaparkan bahwa peran Laki-laki sebagai pencari nafkah pelan-pelan bergeser dan mengalami perubahan, karena masuknya perempuan di sektor ekonomi. Kondisi ekonomi yang sulit membuat perempuan harus menjalani peran ekonomi, bekerja untuk membantu ekonomi keluarga (Atnike Nova Sigirowa, 2012).

Fenomena perempuan sebagai pencari nafkah dan penyokong ekonomi keluarga dapat dilihat dari banyaknya Tenaga Kerja Wanita (TKW) Indonesia ke luar negeri. Perempuan merelakan dirinya untuk “

menghilang dari kehidupan rumah tangga “ demi mencari nafkah dan menghidupi keluarga. Berbagai masalah yang dihadapi TKW sebagai pekerja, merupakan pengorbanan dan kerelaan besar demi menghidupi keluarga (Harmona Daulay, 2001)

Hasil kajian di atas telah menunjukkan bahwa perempuan secara utuh ataupun sebagian telah berperan sebagai penyokong ekonomi keluarga. Keterlibatan perempuan membantu ekonomi keluarga adalah hal yang nyata adanya. Hal yang sama terjadi juga dalam kehidupan keluarga ibu-ibu penjual jamu dampingan YP2M, dimana suami sebagai kepala rumah tangga bekerja sebagai penjual bakso atau mainan anak-anak. Terbatasnya penghasilan suami dalam mencukupi kebutuhan keluarga inilah yang mendorong para istri membantu menambah penghasilan keluarga dengan cara bekerja berjualan jamu.

Peran sebagai penyokong ekonomi keluarga semakin besar manakala di masa pandemi Covid-19. Pada satu sisi, pendapatan suami menurun drastis akibat pembatasan aktivitas masyarakat untuk berkegiatan di luar rumah sehingga terjadi penurunan pembeli. Sementara di sisi lainnya, pendapatan Ibu-ibu penjual jamu mengalami peningkatan. Penjualan jamu mendapatkan keuntungan karena terjadi peningkatan permintaan jamu, yang dianggap mampu menambah kekebalan tubuh untuk mencegah penularan virus Covid-19. Jamu menjadi berkah dan penyelamat ekonomi keluarga di masa Pandemi Covid-19.

Pemanfaatan Komunikasi dalam Pemberdayaan Penjual Jamu

Aktivitas pemberdayaan ibu-ibu penjual jamu bertujuan meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga dan membangun kesadaran pentingnya meningkatkan kapasitas diri sebagai ibu dan pelaku usaha. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan memanfaatkan komunikasi sebagai alat yang menyambungkan antara YP2M dengan ibu-ibu penjual jamu. YP2M berusaha membangun komunikasi intens dengan melakukan pertemuan rutin satu bulan sekali di tiap-tiap kelompok dampingan. Pertemuan kelompok dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan bersama, biasanya dilakukan di rumah salah satu anggota kelompok. Selama pertemuan berlangsung, pihak YP2M berusaha menjalin komunikasi dengan bertanya mengenai perkembangan usaha dan keluarga. Meskipun masih ada kendala rasa kurang percaya diri dalam diri ibu-ibu penjual jamu, tetapi pihak YP2M berusaha membesarkan hati mereka dengan menyatakan bahwa

pertemuan kelompok adalah milik bersama. Tidak ada pihak yang merasa berkuasa atau merasa lebih, semua posisinya sama saling belajar dan saling membantu. Situasi seperti ini mengharuskan YP2M sebagai komunikator harus mempunyai pengetahuan dan ketrampilan dalam menyebarluaskan pesan. Tujuannya adalah agar dapat mengubah pendapat, sikap dan perilaku perempuan penjual jamu. Hal ini dikuatkan dari hasil kajian Cut Alma dalam kasus peran masyarakat sebagai komunikator peduli lingkungan. Bahwa dalam mengajak masyarakat peduli terhadap lingkungan, maka komunikator harus mampu memberi inspirasi, semangat, rangsangan, inisiatif, energi dan motivasi. (Cut Alma Nurafiah, 2019).

Komunikasi membawa manfaat dalam penyelesaian masalah kelompok. Contoh kasus terkini adalah keluhan ibu-ibu penjual jamu terhadap situasi pandemi Covid-19, memberi dampak terhadap penurunan pendapatan keluarga. Oleh sebab itu, para ibu-ibu penjual jamu memohon keringanan penangguhan pembayaran cicilan selama 2 bulan. Keterbukaan komunikasi dalam menyampaikan keluhan secara langsung kepada pihak YP2M (komunikator), merupakan indikator terjadinya komunikasi yang efektif. YP2M memanfaatkan situasi memberi motivasi bahwa ibu-ibu penjual jamu pasti bisa melewati situasi sulit ini dan meyakinkan mereka bahwa situasi sulitnya ekonomi juga dihadapi oleh semua orang. YP2M memberi semangat bahwa ibu-ibu penjual jamu adalah pribadi yang tangguh, kuat dan bisa mengatasi dan mencari jalan keluarnya. Pihak YP2M memberikan inspirasi agar mereka memanfaatkan media sosial (Facebook dan Instagram) sebagai jalan keluar dari kesulitan ekonomi yang dihadapi.

Pemanfaatan teknologi komunikasi dalam pemberdayaan perempuan

Pemanfaatan internet dalam aspek kehidupan dari hari ke hari semakin meluas, misalnya untuk membayar pajak, pendidikan, pemesanan tiket perjalanan, belanja, pelayanan publik, kampanye partai politik dan lain sebagainya. Internet dianggap membantu karena informasi menjadi cepat diterima, mudah dan meluas. Seluruh lapisan masyarakat dari kalangan anak-anak sampai orang tua sudah tidak asing lagi dalam memanfaatkan internet, khususnya masyarakat di perkotaan.

Secara lebih khusus lagi perempuan di negara berkembang termasuk Indonesia banyak memanfaatkan ponsel pintar dengan kapasitas

internet dibandingkan menggunakan komputer karena beberapa alasan. Pertama, privasi: ponsel pintar lebih terjamin privasinya karena tidak perlu pergi ke warnet (warung internet) yang sifatnya publik. Kedua, fleksibilitas karena dengan ponsel pintar penggunaannya sesuai kebutuhan, tidak dibatasi oleh internet kalau di kantor, sekolah, atau warnet. Ketiga, biaya aplikasi ponsel pintar lebih murah daripada komputer biasa. (Deva Rachma, 2013).

Hal ini sejalan dengan apa yang ditemukan pada kelompok dampingan YP2M, beberapa ibu-ibu sudah memanfaatkan ponsel pintar dalam kesehariannya. Adanya media memudahkan mereka dalam berjualan, pesanan jamu bisa disampaikan baik itu melalui telepon atau pesan singkat sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga. Penggunaan ponsel pintar juga membantu bagi pembeli karena dapat menghemat waktu, tenaga, dan praktis. Utamanya bagi pembeli yang memiliki kesibukan kerja, digunakannya ponsel pintar oleh para ibu-ibu jamu amat membantu mereka. Meskipun media banyak membantu, namun tetap tidak semua memanfaatkannya. Pembicaraan langsung pada pertemuan kelompok Halat menemukan bahwa keterbatasan dana menjadi penyebab mereka belum memiliki media ini. Ibu-ibu penjual jamu membeli ponsel pintar untuk anaknya terlebih dahulu dibandingkan dirinya.

Pemanfaatan teknologi komunikasi dalam pemberdayaan bukanlah sesuatu yang asing. Banyak organisasi memanfaatkan teknologi komunikasi untuk membuat pemberdayaan semakin maju dan berkembang. Hasil pengamatan Rehia K.I. Barus pada organisasi Hapsari Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial berperan dalam menyampaikan pesan dan gagasan menunjukkan hasil yang baik, dimana teknologi komunikasi khususnya internet memberi banyak keuntungan bagi penggunanya. Pihak Hapsari dapat menginformasikan kegiatan yang dilakukan, menghimpun opini dan menggerakkan pemangku kepentingan. Pendapat ini sejalan pula dengan apa yang dinyatakan oleh Sukmi bahwa internet dianggap sebagai media yang mampu memfasilitasi perempuan untuk mengkomunikasikan aspirasi.

(Sih Natalia Sukmi, 2016). Hapsari menyalurkan aspirasinya tentang perjuangan perempuan melalui unggahan media sosial di akun Facebook.

YP2M sebagai sebuah lembaga yang melakukan pemberdayaan terhadap kaum perempuan, memanfaatkan teknologi komunikasi internet khususnya ponsel pintar dan media sosial, dalam rangka meningkatkan kapasitas organisasi dan anggota kelompok. Aplikasi WhatsApp menjadi pilihan untuk meningkatkan kapasitas organisasi YP2M. Pemberitahuan tentang rapat organisasi, perkembangan kelompok, penyampaian aspirasi bisa dilakukan melalui media ini. Media WhatsApp membantu koordinasi kerja antara pengurus harian, tenaga pendamping lapangan dan kelompok dampingan. Selain itu YP2M juga mendorong pemanfaatan teknologi komunikasi kepada ibu-ibu penjual jamu. Upayanya melakukan pelatihan bersama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara YP2M. Judul pelatihan adalah pengemasan dan penjualan produk di media sosial dan telah dilaksanakan tahun 2018. Materi pelatihan tentang memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan usaha dan mengemas penampilan jamu menjadi menarik. Pelatihan ini mampu memberi pencerahan bagi para ibu-ibu penjual jamu dan beberapa dari mereka sudah mulai menerapkannya. Pihak YP2M dalam hal ini melakukan pendampingan sampai akhirnya mereka bisa mandiri.



Gambar 2 Salah Satu Unggahan Produk Kelompok YP2M Hasil Pelatihan Pengemasan Produk
Sumber: Dokumen pribadi 2019.

Semangat menularkan penjualan jamu melalui media daring seperti Facebook dan WhatsApp, akhirnya membawa berkah di masa pandemi Covid-19 ini. Berkah tersebut berupa meningkatnya pesanan jamu dan berdampak terhadap peningkatan pendapatan. Banyak pembeli tertarik membeli jamu melalui media. Instruksi pemerintah agar masyarakat wajib di rumah saja mendorong pembelian jamu melalui daring semakin meningkat. Pembeli tidak bersusah payah keluar rumah, cukup memesan melalui media sosial dan diantar ke rumah masing-masing.

Hasil bincang-bincang informal dengan Ibu Wagiyem dari kelompok Karyawisata menyatakan: “Saya sibuk sekali *covid-covid* ini sampai *gak* sempat balas pesan ibu. Alhamdulillah banyak pesanan jamu. Sekarang dibantu Siti anakku jualan di medsos. Jadi yang pesan makin tambah banyak. Alhamdulillah rezekinya ada bu”. Demikian pula dengan Ibu Suminah dari kelompok Halat mengatakan: “Sejak promosi di Facebook dan WhatsApp saya banyak pesanan. Apalagi *covid* ini bu, Alhamdulillah ada saja pesanan. Jadi saya tidak jualan *ngider* lagi, tapi melayani pesanan lewat online saja”. Pendapat yang sama juga diberikan oleh Ibu Parti dari kelompok Halat: “Saya memang *gak* pakai medsos bu, *gak pinter* soalnya. Lagipula *hp* saya model *jadul*. Tapi saya terima pesanan lewat jualan langsung dan *hp* (ponsel). Lumayanlah bu, *covid* ini jualan jamunya jadi laku”.

Testimoni beberapa orang ibu penjual jamu di atas memberikan gambaran bahwa teknologi komunikasi berperan besar dalam meningkatkan usaha ibu-ibu penjual jamu. Hal senada disampaikan pula oleh Marcelle yang menyatakan bahwa ICT (*information, computer dan technology*) memiliki banyak potensi untuk memberi keuntungan bagi perempuan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup. (Meike Lusye Karolus & Istfy Afiani, 2016).

Pengalaman yang dialami ibu-ibu penjual jamu di masa Covid 19 , dapat menjadi contoh yang bisa diterapkan di wilayah lain. Pemanfaatan teknologi komunikasi dalam pemberdayaan khususnya pemberdayaan perempuan telah memberi keuntungan bagi ibu-ibu penjual jamu, dimana terjadi peningkatan kualitas hidup yaitu meningkatnya pendapatan keluarga mereka.

Kesimpulan

Pemanfaatan komunikasi khususnya teknologi komunikasi internet sangat berguna dalam melancarkan dan menyukkseskan pemberdayaan masyarakat oleh YP2M. Pemanfaatan teknologi komunikasi di era pandemi Covid-19 oleh ibu-ibu penjual jamu meningkatkan penjualan jamu dan pada akhirnya membantu pendapatan keluarga. Penguatan kapasitas ibu-ibu penjual jamu dalam hal kemampuan penggunaan internet perlu mendapat perhatian di masa yang akan datang. YP2M perlu melakukan penguatan dengan cara membekali mereka dengan pengetahuan dan keterampilan tentang ICT (*information, technology and communication*).

Daftar Pustaka

Jurnal

- Karolus, Meike Lusye & Afiani, Istfy. (2016). Yes We Can! Perempuan sebagai Pengambil Alih dan Pengguna ICT. *Jurnal Perempuan* 91, Volume 21. 39 – 58.
- Nova Sigiyo, Atnike. (2012). Perempuan dan Kesejahteraan Keluarga Indonesia (Kritik atas Model Keluarga “Lelaki sebagai Pencari Nafkah Utama”). *Jurnal Perempuan* Volume 73.
- Nuraflah, Cut Alma. (2019). Peran Masyarakat sebagai Komunikator Peduli Lingkungan. *Jurnal Simbolika*, Volume 5 Nomor 2. 96 - 106.
- Rachma, Deva. (2013). Women and The Web: Bagaimana Meningkatkan Akses, Kompetensi dan Keterampilan Perempuan melalui Internet. *Jurnal Perempuan* 78, Volume 18 No.3. 25-41.
- Rehia K.I. Barus. (2015). Pemberdayaan Perempuan melalui Media Sosial. *Jurnal Simbolika*, Volume 1 Nomor 2. 113-123.
- Sukmi, Sih Natalia. (2016). Transformasi Komunikasi Gerakan perempuan dalam Media Baru: Upaya Pencarian Keadilan Gender Surakarta dan Yogyakarta. *Jurnal Perempuan* 91, Volume 21, No. 4. 95 - 109.

Buku

- Daulay, Harmona. (2001). Pergeseran Pola Relasi Gender, di Keluarga Migran, (Studi Kasus di Kecamatan Rawamarta. Kabupaten Karawang Jawa Barat, Galang, Yogyakarta, 2001)
- Mazdalifah & Sitepu, Yovita Sabarina. “Model Pemberdayaan Literasi Media Internet Berbasis Komunitas” dalam Fajar Junaedi (Ed.). (2017). *Mediamorfosa: Transformasi media komunikasi di Indonesia*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Sahrul Mauludi, M. Subhi Ibrahim, Aan rukmana. (2014). *Perempuan, Ruang Publik & Islam (Pengalaman Seminar dari Kota ke Kota)*. Jakarta: Universitas Paramadina.

INSTRUMENTASI IDENTITAS KOMPETITIF MEREK LIFEBUOY MELALUI RAGAM FILANTROPI DI MASA PANDEMI

Rustono Farady Marta, Angelia Sampurna

Lifebuoy merupakan salah satu merek produk dari Unilever, difokuskan pada bidang personal care (Chatherine et al., 2020). Di momen-momen tertentu PT. Unilever Indonesia, Tbk. (UNVR) juga memberikan program menarik, agar senantiasa memiliki citra baik di mata konsumennya (Pertiwi et al., 2019). Lifebuoy Royal Disinfectant soap pertama kali diluncurkan pada tahun 1984 di Inggris oleh Lover Brothers. Lifebuoy berawal dari sabun berbahan dasar karbol yang mengandung fanol yang populer di Amerika. Setelah peluncurannya, sabun Lifebuoy tersebar ke seluruh dunia (Tidwell et al., 2019). Di Indonesia produk Lifebuoy sangat terkenal, salah satunya produk sabun cuci tangan. Sabun cuci tangan yang di produksi oleh Lifebuoy, sering mendukung dan memasyarakatkan tentang pentingnya mencuci tangan memakai sabun. “Gerakan Cuci Tangan pakai Sabun” (CTPS) diciptakan Lifebuoy kepada masyarakat Indonesia, dimana melalui Gerakan CTPS Lifebuoy mendorong masyarakat untuk lebih menjaga kebersihan tangan dari kuman penyakit.

Inspirasi Filantropi di Masa Pandemi

Pada masa pandemi seperti sekarang ini, Unilever Indonesia secara aktif memberikan bantuan kepada beberapa rumah sakit rujukan perawatan virus corona melalui salah satu merek sabun cuci tangan unggulannya, yaitu Lifebuoy. Selain meningkatkan kewaspadaan terutama kepada delapan rumah sakit yang menjadi garda terdepan yang tersebar di wilayah Jakarta tahun (Nursastri, 2020) Lifebuoy aktif mengkampanyekan kebersihan untuk 100.000 masjid melalui Gerakan Masjid Bersih selama beberapa tahun (Liputan6.com, 2020). Lifebuoy selalu melakukan kampanye pentingnya menjaga kebersihan diri, adapun berbagai kampanye tersebut diharapkan membantu rumah sakit dalam mengurangi beban petugas Kesehatan dalam penanganan Pasien COVID-19. (Nilasari, 2020)

Strategi kegiatan layanan publik dilakukan Marketing Public Relation (MPR) juga biasa disebut dengan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan instrumentasi dari investasi bisnis, sehingga melalui CSR yang benar, perusahaan dapat meningkatkan harga saham (Hardhiyanti & Rasyid, 2018). Kampanye berbasis filantropi yang Lifebuoy lakukan ini dapat dilihat melalui teori Instrumental yang dicetuskan oleh Garriga & Melé tahun 2004, dimana teori Instrumental ini banyak digunakan oleh berbagai perusahaan di seluruh dunia dalam menjalankan kegiatan CSR mereka.

Konsep utama teori instrumental bahwa korporasi merupakan instrumen untuk menciptakan kekayaan melalui tanggung jawab sosial, berupa interaksi bisnis dengan pertimbangan utama pada kepentingan masyarakat. Sebuah korporat melakukan kegiatan sosial yang seharusnya diterima, jika konsisten bertujuan akhir pada capaiannya. Hal ini ditegaskan teori instrumental yang memahami CSR sebagai sarana yang berorientasi pada keuntungan (Garriga & Melé, 2013).

Bantuan berupa sabun untuk rumah sakit rujukan yang dilakukan oleh Lifebuoy ini dapat kita lihat sebagai salah satu upaya pencapaian tujuan perusahaan melalui beberapa pendekatan, yaitu maksimalisasi nilai shareholder, strategi untuk keuntungan kompetitif, dan caused-related marketing (CRM) yang berujung pada kegiatan filantropi. Hal ini sejalan dengan upaya integrasi dan sinkronisasi antara tujuan korporasi yang membangun identitas korporasi serta memelihara reputasi perusahaan dengan tujuan MPR. Perusahaan akan mengenalkan, membentuk persepsi, mendorong preferensi, hingga menjaga loyalitas pelanggan terhadap suatu merek tertentu. (Maryam, 2017)

Instrumentasi pada Nilai Investasi

Unilever memaksimalkan nilai shareholder yang dimilikinya guna investasi nilai jangka panjang. Shareholder merupakan semua pihak terkait, baik internal maupun eksternal yang merupakan pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan, lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Dalam hal ini jauh sebelum pandemi COVID-19 terjadi, Lifebuoy secara aktif telah memiliki pendekatan dengan berbagai pihak. Target utama dari Lifebuoy adalah ibu rumah tangga dimana Lifebuoy turut

serta mengedukasi para ibu posyandu berupa penyuluhan dan pelatihan edukasi CTPS di Posyandu kepada ibu hamil, ibu menyusui, dan ibu yang mempunyai anak di bawah 5 tahun. Lifebuoy juga aktif melakukan pendekatan melalui sekolah melalui koordinasi dengan Kementerian Kesehatan serta Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, bekerjasama dengan Puskesmas dan sekolah-sekolah dasar dalam upaya revitalisasi Unit Kesehatan Sekolah (UKS) untuk memperkuat peranan dokter kecil sebagai peer educator. (Persi.or.id, 2020a)

Semasa pandemi, melalui Pilar Rumah Sakit, Lifebuoy bekerjasama dengan Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI) mengedukasi tenaga kesehatan di rumah sakit terpilih yang tersebar di Indonesia. Salah satunya melalui seminar akan pentingnya CTPS bagi tenaga kesehatan untuk membantu memastikan lingkungan rumah sakit yang bersih dan sehat bagi pasien dan lingkungan sekitar (Unilever Indonesia, 2020). Selain itu, Unilever juga bekerjasama dengan PMI melalui bantuan dalam bentuk paket Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS). Pada Gambar 1 juga terlihat kerjasama kolaborasi antara PMI dan Unilever dalam penanggulangan pandemi COVID-19 yang sejalan dengan semangat #MariBerbagiPeran dalam upaya #CegahCovid19 pada tanggung jawab sosial berdasarkan company value yang Unilever miliki (Pressrelease.id, 2020).



Gambar 1. Kolaborasi Unilever dengan PERSI dan Dinkes serta CTPS Lifebuoy untuk PHBS
Sumber: (Persi.or.id, 2020b) (BeritaSatu.com, 2020)

Unilever melalui CTPS Lifebuoy di Gambar 1 berusaha mengedukasi masyarakat luas agar menggunakan air bersih mengalir sebelum dan sesudah melakukan aktivitas untuk menghindari berbagai macam penyakit. Gerakan CTPS Lifebuoy merupakan jawaban dari tuntutan sosial guna meningkatkan nilai para investor di mata masyarakat,

karena ini adalah salah satu bentuk komitmen selaku shareholder mendukung program PHBS yang dicanangkan pemerintah di tingkat nasional (Liem et al., 2019). Sejalan dengan komitmen selama 86 tahun, Lifebuoy mengambil peran yang besar dalam memastikan masyarakat dapat menjaga kebersihan tangan di mana pun mereka berada melalui rangkaian produknya yang berkualitas (Dwiputra, 2020).

Gerakan CTPS Lifebuoy terus diselenggarakan secara aktif tiap tahunnya, dengan tujuan value-seeking atau long-term values maximization. Pada saat bersamaan, program yang sudah dirancang dan dipersiapkan dengan matang ini digunakan sebagai kriteria dalam transaksi penting antara pemangku hubungan perusahaan Lifebuoy, yaitu investor dan pemerintahan. Melalui pilar-pilar tersebut, Lifebuoy bukan hanya memberikan kontribusi secara sosial, tetapi juga menjaga hubungan dengan masyarakat khususnya target pasar maupun shareholdersnya. Kegiatan ini sesuai dengan konsep komunikasi pemasaran terpadu dalam rangka menjaga hubungan jangka panjang. Melalui pola regionalisasi terhadap penjualan dan promosi secara tidak langsung, Unilever melalui Lifebuoy juga bersaing dengan strategi yang kompetitif.

Efektif Mengukir Identitas Kompetitif

Dari Gerakan CTPS, Lifebuoy konsisten melakukan kampanye program Corporate Social Responsibility (CSR) yang dicanangkan oleh Unilever untuk masyarakat (Majid, 2017). Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberikan manfaat yang terbaik bagi stakeholders dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan kebijakan. Sebagian besar program CSR ini mengenai isu-isu lingkungan dengan tujuan berkelanjutan. Melalui CSR, perusahaan dapat menciptakan nilai, meningkatkan kebahagiaan, dan menciptakan perubahan yang inovatif yang sesuai dengan tujuan perusahaan (Wijanarko, 2019). Melalui pemilihan tujuan, suatu perusahaan dapat dengan mantap membuat strategi demi mencapai tujuan yang ingin diraih. Menurut Nindita (Budiarti & Raharjo, 2014) melalui CSR, perusahaan terbukti dapat menghasilkan perubahan sosial positif yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pendekatan CSR harus dilakukan secara holistik, yaitu tidak seharusnya dimaksudkan hanya sebagai kegiatan bisnis tetapi juga sebagai gerakan dari tanggung jawab sosial yang ditekankan dalam

pengembangan masyarakat yang berkelanjutan (Widyarty, 2005). Intinya adalah membantu masyarakat untuk mengembangkan kemampuan berkelanjutan mereka sendiri di bidang ekonomi, sosial budaya dan lingkungan, sehingga perusahaan akan dapat terus tumbuh dengan masyarakat yang mendukung. Dalam konteks ini, tanggung jawab sosial digambarkan sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan (Situmeang, 2017).

Undang-undang Dasar 1945 Republik Indonesia pasal 33 menyebutkan bahwa kesejahteraan masyarakat Indonesia merupakan tanggung jawab semua yang berkepentingan (stakeholders). Pengusaha yang ikut menikmati kekayaan negara Republik Indonesia, bertanggung jawab pada masyarakat atau bentuknya yang dikenal dengan istilah CSR (Wargianti & Budhisulistyawati, 2018). CSR menekankan aspek etis dan sosial dari perilaku korporasi, seperti etika bisnis, kepatuhan pada hukum, pencegahan penyalahgunaan kekuasaan dan pencaplokan hak milik masyarakat, praktik tenaga kerja yang manusiawi, hak asasi manusia, keamanan dan kesehatan, perlindungan konsumen, sumbangan sosial, standar-standar pelimpahan kerja dan barang, serta operasi antar negara (Wargianti & Budhisulistyawati, 2018). Sebuah tantangan tersendiri bagi perusahaan sabun sejenis untuk bersaing, karena Lifebuoy aktif mengedukasi berbagai lapisan masyarakat selama bertahun-tahun. Setiap perusahaan berusaha memperbaiki diri guna menghadapi persaingan, dimana ada beberapa faktor yang memengaruhi perkembangan konsep dari IMC, termasuk dari merek sebagai identitas korporat. (Sampurna et al., 2020)

Integrasi Kampanye Berbasis Filantropi

Gerakan CTPS Lifebuoy merupakan bentuk investasi sosial berbasis filantropi dalam konteks kompetitif dimana Lifebuoy secara langsung turut mempromosikan identitas mereknya kepada khalayak luas. Dengan meningkatkan product awareness yang Lifebuoy lakukan, hal ini akan mempengaruhi keuntungan kompetitif. Selain itu, kegiatan CTPS ini merupakan instrumentasi dari strategi pandangan sumber alam dari perusahaan dan dinamika kapabilitas perusahaan. Upaya Lifebuoy ini memenuhi dua dari empat model atau pola CSR yang berupa keterlibatan langsung untuk CTPS dan bermitra dengan dua kementerian serta PERSI untuk bantuan kepada delapan rumah sakit nasional (Widharta & Sugiharto, 2013). Cara lainnya adalah melalui

yayasan atau organisasi sosial perusahaan dan mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium untuk tujuan sosial tertentu.

Dinamika kapabilitas yang dimiliki Lifebuoy berupa kumpulan sumber daya yang menampilkan tugas atau aktivitas secara integratif, mengoptimalkan sumber daya untuk memenuhi hasil yang dikehendaki oleh organisasi berupa brand awareness ataupun brand image yang baik melalui program CSR. Manajemen strategik dalam adaptasi yang tepat, integrasi dan rekonfigurasi internal serta skill organisasional, sumber daya dan kompetensi fungsional, menciptakan kesesuaian dengan perubahan lingkungan dalam menjawab secara tidak langsung isu sosial yang dikumandangkan oleh pemerintah dimana Lifebuoy sebagai produsen sabun top-of-mind yang digunakan sebagai pembersih anggota tubuh melalui kegiatan lingkungannya. Selain itu, dalam melakukan strategi untuk mencapai keuntungan kompetitif, Lifebuoy berpijak pada Piramida CSR yang dicetuskan oleh Archie B. Carroll.



Gambar 2. Pyramid of Corporate Social Responsibility
Sumber: Managing Business Ethics (Agung et al., 2019)

Gagasan utama Carroll Pyramid of CSR untuk memastikan perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial guna mencapai tujuan ekonomi pada tingkat pertama, agar mencapai keberlanjutan dan profitabilitas (Brin & Nehme, 2019). Hanya dengan proses tersebut, dapat bergerak ke tahap berikutnya sebagai komitmen untuk mengakui hukum dan kewajiban regional dan internasional. Di sisi lain juga ditujukan untuk mempertahankan posisinya, perusahaan dituntut mampu menjawab kebutuhan masyarakat melalui komitmen terhadap standar etika. Di tingkat terakhir perusahaan diminta berkontribusi

pada tanggung jawab filantropis yang dibutuhkan oleh masyarakat dan lingkungan (Nalband & Kelabi, 2014). Melalui piramida tersebut, dapat dilihat jika economic responsibilities adalah dasar dari piramida ekonomi ini. Tanggung jawab ekonomi merupakan kewajiban organisasi bisnis untuk menghasilkan uang. Carroll menempatkan kewajiban ekonomi di dasar Piramida CSR karena sangat penting untuk bisnis bertahan hidup (Sagitaningrum & Frisko, 2016). Selain itu, keuntungan harus diinvestasikan kembali untuk mempertahankan pertumbuhan bisnis. Lifebuoy menggunakan kegiatan CSR-nya yaitu kampanye cuci tangan pakai sabunya untuk memperoleh keuntungan atas efisiensi dan efektifitas dari kegiatan marketing secara tidak langsungnya.

Tanggung jawab secara hukum dimaksudkan sebagai harapan agar perusahaan dapat menjalankan bisnisnya sesuai aturan main yang berlaku. Perusahaan harus menghormati hukum dan peraturan dimana sebuah korporasi berada, salah satunya melaksanakan aturan bisnis yang adil. Lifebuoy mengikuti prosedur hukum yang berlaku di Indonesia, salah satunya dengan mendukung komitmen program pemerintah melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) kepada sejumlah rumah sakit, laboratorium, dan fasilitas kesehatan di seluruh Indonesia berupa bantuan alat tes Polymerase Chain Reaction (PCR) kepada Gugus Tugas Percepatan Penanganan (GTPP) COVID-19 seperti pada Gambar 3. Bertumpu pada komitmen yang sudah dibangun, Lifebuoy senantiasa mendukung berbagai upaya pemerintah dalam mengatasi krisis yang terjadi.



Gambar 3. CSR Unilever melalui GTPP COVID-19 dan Laznas Yatim Mandiri
Sumber: (covid.19.go.id, 2020) (forumzakat, 2020)

Baik dari segi hukum maupun ekonomi, merupakan tanggung jawab paling mendasar bagi perusahaan sejalan dengan kewajiban etika dalam menjalankan usahanya. Lifebuoy ingin mencapai kebaikan bersama

bagi seluruh pemangku kepentingan, sesuai dengan visi dan misi Unilever pada program kehidupan yang berkelanjutan. CSR menjadi instrumentasi korporat dalam menciptakan kesejahteraan bersama bagi sebagian besar orang sebagai bentuk langkah etis perusahaan (Sagitaningrum & Frisko, 2016).

Perusahaan perlu meneguhkan semangat hukum berkeadilan, dimana cara yang ditempuh Unilever melakukan CSR untuk membantu masyarakat terdampak di masa pandemi. Pada Gambar 3 menunjukkan 5000 paket peralatan mandi, termasuk Lifebuoy di dalamnya dihibahkan kepada Laznas Yatim Mandiri. Carroll menyebutkan bahwa korporasi harus responsif terhadap semangat hukum, bukan hanya pada surat hukum. Dengan kata lain, tanggung jawab etis mencakup kegiatan yang adil yang dilakukan oleh perusahaan dan diharapkan oleh masyarakat. Masyarakat sipil dan asosiasi memainkan peran penting dalam menentukan kontrol etis perusahaan sampai kontrol ini menjadi undang-undang resmi (Brin & Nehme, 2019).

Pada piramida Carroll terdapat tanggung jawab kebijaksanaan level tertinggi atau dengan kata lain disebut filantropi. Nilai di balik kegiatan filantropis adalah untuk mengungkapkan citra kewarganegaraan yang baik dari perusahaan dan meningkatkan reputasinya. Perusahaan, pada level ini, menjalankan CSR bukan lagi pada kepentingan etika namun untuk kepentingan masyarakat dan lingkungan. Dengan tujuan meningkatkan taraf kualitas kehidupan, Lifebuoy sudah secara langsung maupun tidak langsung menjalankan tanggung jawabnya sebagai bagian dari masyarakat, melalui komitmen Lifebuoy untuk menjadi mitra pemerintah dalam mencapai Sustainable Development Goals (SDGs) point ke 3 tentang kesehatan (Sunaryo, 2015).

Melalui kegiatan-kegiatan yang Lifebuoy lakukan berupa strategi dan investasi, digunakan sebagai instrumentasi guna menyaingi para kompetitornya. Pemilihan segmen yang spesifik, dan menjawab kebutuhan pasar menjadi kekuatan tersendiri bagi Lifebuoy dalam mencapai sasarannya. Pencapaian Lifebuoy pun sudah mendapat banyak apresiasi seperti pada tahun 2017 pada kategori Best Managed Companies ini diantaranya adalah keseluruhan manajemen, tata kelola perusahaan, hubungan investor, serta tanggung jawab sosial perusahaan (Unilever Indonesia, 2017). Pencapaian-pencapaian lainnya juga dapat dilihat melalui pendekatan CRM. Strategi pemasaran yang berbasis pada

CRM dilakukan demi pencapaian penjualan yang ditempuh dengan cara sebagian dari hasil penjualannya pada periode waktu tertentu akan didonasikan kepada salah satu kegiatan sosial (Nurbaiti et al., 2020). Hal ini dilakukan Unilever dengan menyalurkan bantuannya kepada organisasi-organisasi amal yang mempunyai kegiatan sosial spesifik.

Simpulan

Isu sosial yang dikampanyekan dalam program CTPS menunjukkan bahwa perusahaan peduli pada masyarakat, dan hal ini akan dilihat calon konsumen sebagai nilai tambah bagi reputasi Unilever. Kepedulian akan berdampak pada kredibilitas perusahaan. Kredibilitas perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen, kampanye periklanan untuk reputasi merek atau identitas serta citra perusahaan, dan niat beli. (Prakosa, 2018)

Salah satu aset terpenting bagi perusahaan adalah merek sebagai identitas atau citra korporat. identitas perusahaan akan mendapatkan penilaian baik di mata konsumen, jika merek tersebut juga mempedulikan isu-isu sosial dan akibat dampak yang ditimbulkan dari bisnis mereka (Kim et al., 2005). Apabila perusahaan terlihat bertanggungjawab pada lingkungan dan masyarakat, penilaian konsumen akan baik dan berdampak pada citra merek. Hal ini karena kepercayaan konsumen pada merek tersebut (Heidarian & Bijandi, 2015). Saat seseorang merasakan bahwa tingkat kredibilitas perusahaan yang mereka lihat pada kampanye program CRM itu tinggi, maka dapat dikatakan semakin positif sikap mereka pada program CRM.

Berbagai kegiatan filantropi yang Lifebuoy sekaligus Unilever terapkan, secara tidak langsung menyampaikan tentang prinsip bisnis yang dijalankan oleh Lifebuoy melalui strategi komunikasi produk, dan pengetahuan akan produk (product knowledge). Semua kegiatan ini menjadi instrumen pemasaran jangka panjang yang dilakukan Lifebuoy dengan para shareholder-nya. Proses dan kegiatan CSR yang baik berkorelasi pada komunikasi pemasaran terpadu dengan salah satunya membentuk identitas kompetitif Lifebuoy itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Agung, A., Prihandari, I., & Danadharta, I. (2019). Keberlanjutan Jurnalistik Sehat di Era Konvergensi Daring Suarasurabaya.Net dengan Pendekatan Engagement Pyramid. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 177–194. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/view/1855/1556>
- BeritaSatu.com. (2020). Unilever dan PMI Distribusikan 1,3 Juta Produk untuk Masyarakat. <https://www.beritasatu.com/kesehatan/630583-unilever-dan-pmi-distribusikan-13-juta-produk-untuk-masyarakat>
- Brin, P., & Nehme, M. N. (2019). Corporate Social Responsibility: Analysis of Theories and Models. *EUREKA: Social and Humanities*, 5(5), 22–30. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2019.001007>
- Budiarti, M., & Raharjo, S. T. (2014). Corporate Social Responsibility (CSR) dari Sudut Pandang Perusahaan. *Share : Social Work Journal*, 4(1), 13–29. <https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13045>
- Chatherine, Mulyadi, D. W., & Phinesa, N. A. (2020). Logika Orkestrasi pada Rangkaian Komunikasi Pemasaran Logic of Orcestration on Integrated Marketing Communication Concatenation Through Lifebuoy ' S Healthy Sharing. *MEDIALOG : Jurnal Ilmu Komunikasi*, III(I), 120–138. <https://www.jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/download/547/427/>
- covid19.go.id. (2020). Unilever Indonesia Distribusikan Lebih dari 40.000 Alat Tes PCR Melalui Gugus Tugas Nasional. <https://covid19.go.id/p/berita/unilever-indonesia-distribusikan-lebih-dari-40000-alat-tes-pcr-melalui-gugus-tugas-nasional>
- Dwiputra, K. D. (2020). Cuci Tangan, Cara Paling Ampuh dan Mudah Perangi COVID-19. *Klikdokter.Com*. <https://www.klikdokter.com/info-sehat/read/3640071/cuci-tangan-cara-paling-ampuh-dan-mudah-perangi-covid-19>
- forumzakat. (2020). Unilever Sumbang Bantuan Penanganan Covid-19 melalui Yatim Mandiri. <https://forumzakat.org/unilever-sumbang-bantuan-penanganan-covid-19-melalui-yatim-mandiri/>

- Garriga, E., & Melé, D. (2013). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Citation Classics from The Journal of Business Ethics: Celebrating the First Thirty Years of Publication*, 69–96. https://doi.org/10.1007/978-94-007-4126-3_4
- Hardhiyanti, Y., & Rasyid, U. N. (2018). Komunikasi Bisnis Berbasis Etika Lingkungan sebagai CSR the Body Shop Indonesia. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 3(02), 103–117. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v3i02.925>
- Heidarian, E., & Bijandi, M. (2015). The Role of Cause-related Marketing on Brand Image Perception in the Garment Industry. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(6), 416–422. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v5-i6/1696>
- Kim, H. J., Kim, J.-I., & Han, W. H. (2005). The Effects of Cause-Related Marketing on Company and Brand Attitudes. *Seoul Journal of Business*, 11(2), 83–117. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.136.4007&rep=rep1&type=pdf>
- Liem, S., Marta, D. R. F., & Panggabean, P. D. phil. H. (2019). Sanitation Behavior and Risk of Stunting: Understanding the Discourse of a Public Service Announcement. *Jurnal The Messenger*, 11(2), 168. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v11i2.1317>
- Liputan6.com. (2020). Inisiasi Gerakan Masjid Bersih yang Tak Seperti Tahun-Tahun Sebelumnya. <https://www.liputan6.com/ramadan/read/4235704/inisiasi-gerakan-masjid-bersih-yang-tak-seperti-tahun-tahun-sebelumnya>
- Majid, A. (2017). Eksplorasi Nilai Komunikasi Public Relation dalam Aktivitas Corporate Social Responsibility PT. Bank Mandiri (persero) TBK dalam Peningkatan Indeks Pembangunan Manusia. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 134–148.
- Maryam. (2017). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *Jom Fisip*, 4, 1–19.
- Nalband, N. A., & Kelabi, S. Al. (2014). Redesigning Carroll's CSR Pyramid Model. *Journal of Advanced Management Science*, 2(3), 236–239. <https://doi.org/10.12720/joams.2.3.236-239>

- Nilasari, A. (2020). Unilever Ambil Peran dalam Melindungi Masyarakat Indonesia dari Pandemi COVID-19. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2020/unilever-ambil-peran-dalam-melindungi-masyarakat-indonesia-dari-pandemi-covid-19.html>
- Nurbaiti, A., Ihsani, I., Raharjo, S. T., & Humaedi, S. (2020). Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Melalui Program Berbagi Sehat Oleh Pt Unilever. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 238. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26212>
- Nursastri, S. A. (2020). Ketua PERSI: Rumah Sakit Harus Perketat Program Pengendalian Infeksi. *Kompas.Com*. <https://www.liputan6.com/ramadan/read/4235704/inisiasi-gerakan-masjid-bersih-yang-tak-seperti-tahun-tahun-sebelumnya>
- Persi.or.id. (2020a). Dukung Implementasi Pencegahan dan Pengendalian Infeksi RS, Unilever Salurkan Sabun pada 8 RS Rujukan Covid-19. <https://www.persi.or.id/78-berita/berita-persi/1312-dukung-implementasi-pencegahan-dan-pengendalian-infeksi-rs-unilever-salurkan-sabun-pada-8-rs-rujukan-covid-19>
- Persi.or.id. (2020b). Unilever Kolaborasi dengan PERSI dan Dinkes Salurkan Masker N95. <https://www.persi.or.id/78-berita/berita-persi/1439-unilever-kolaborasi-dengan-persi-dan-dinkes-salurkan-masker-n95>
- Pertiwi, A., Jusnita, R. A. E., & Maela, N. F. S. (2019). Ramadan dan Promosional: Strategi Komunikasi Pemasaran PT Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.25139/jkp.v3i1.1699>
- Prakosa, A. (2018). Pengaruh Program Cause Related Marketing pada Sikap Konsumen. 117, 1–32.
- Pressrelease.id. (2020). Unilever Indonesia dan Palang Merah Indonesia Distribusikan Lebih dari Satu Juta Produk untuk Masyarakat. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/unilever-indonesia-dan-palang-merah-indonesia-distribusikan-lebih-dari-satu-juta-produk-untuk-masyarakat>
- Sagitaningrum, D., & Frisko, D. (2016). Corporate Social Responsibility: Keterkaitan Letak Geografis Terhadap Desain Program dan Pelaporan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(3), 43. <https://doi.org/10.24914/jeb.v18i3.283>

- Sampurna, A., Tandian, M., Huang, V., Simanjuntak, R. F., & Marta, R. F. (2020). Implementasi Total Branding dalam Perspektif Semiotika Pemasaran. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 59–73. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1384>
- Situmeang, I. V. O. (2017). Corporate Social Responsibility in Favor of Improving Education in Society (Case of Pt Pertamina Refinery Unit Vi Balongan). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 3(01), 43–53. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v3i01.845>
- Sunaryo. (2015). Rekoneptualisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Rangka Mewujudkan Keadilan Sosial. 1–54.
- Tidwell, J. B., Gopalakrishnan, A., Lovelady, S., Sheth, E., Unni, A., Wright, R., Ghosh, S., & Sidibe, M. (2019). Effect of Two Complementary Mass-Scale Media Interventions on Handwashing with Soap among Mothers. *Journal of Health Communication*, 24(2), 203–215. <https://doi.org/10.1080/10810730.2019.1593554>
- Unilever Indonesia. (2017). Konsisten Berinovasi, Unilever Indonesia Menerima Sejumlah Penghargaan. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2017/penghargaan-2017.html>
- Unilever Indonesia. (2020). PERSI dan Unilever Indonesia Diskusikan Kewaspadaan Rumah Sakit dalam Hadapi COVID-19. <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2020/persi-dan-unilever-indonesia-diskusikan-kewaspadaan-rumah-sakit-dalam-hadapi-covid-19.html>
- Wargianti, P., & Budhisulistiyawati, A. (2018). Studi tentang CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) di PT Madubaru Yogyakarta. 5(1), 86–96. <https://doi.org/10.1016/j.ijmachtools.2009.09.004>
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.
- Widyarty, S. (2005). Strategi Pengelolaan Laboratorium Biologi. Bahan Pelatihan Manajemen Laboratorium, Biologi UN.
- Wijanarko, T. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan Sabun Mandi Lifebuoy terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS PT. GRAB INDONESIA DALAM MENGHADAPI KRISIS PANDEMI CORONA

Sa'diyah El Adawiyah & Dian Handayani

Pendahuluan

Virus Corona yang berasal Wuhan salah satu kota di China telah mempengaruhi perekonomian dunia termasuk Indonesia. Dampak virus tersebut sangat berpengaruh besar bagi masyarakat berpenghasilan harian. Salah satu yang paling terdampak adalah driver ojek online. Perusahaan transportasi online juga terkena imbas penyebaran corona akibat dari kebijakan pemerintah kerja dari rumah (*Work From Home/WFH*). Lembaga *Statqo Analytics* yang mengkaji kondisi dua perusahaan transportasi online yaitu Grab dan Gojek, pengguna aktif transportasi online mengalami penurunan sejak pertengahan Maret 2020 lalu. Tepatnya setelah pemberlakuan himbauan *Work From Home* (WFH) sebagai upaya mencegah penyebaran virus corona. Menurut analisis lembaga tersebut sejak 13 Maret 2020, pengguna Gojek dan Grab mengalami penurunan jumlah pengguna aktif secara harian. Rata-rata jumlah pengguna harian kedua moda transportasi itu diperkirakan menurun hingga 17% selama 1 bulan terakhir (di unduh dari <https://goodmoney.id/statqo-dampak-corona-transportasi-online-turun-drastis/> pada Tanggal 30 April 2020).

Selama masa pandemic corona para *driver ojek online* menjadi bagian yang sangat terdampak covid secara ekonomi. Penghasilan mereka menurun drastis akibat kebijakan PSPB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Bahkan ada driver yang pulang ke rumah tidak membawa penumpang sama sekali. Driver ojek *online* juga mendapatkan masalah cicilan motor yang tidak terbayar karena pendapatan mereka menurun drastis. Ditambah lagi masalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang sulit mereka dapatkan. Grab Indonesia mengeluarkan beberapa kebijakan yang dikomunikasikan melalui media-media diantaranya website perusahaan, news, media social, aplikasi pengemudi dan aplikasi

penumpang. Dalam tulisan ini akan dianalisa bagaimana komunikasi bisnis dari Grab Indonesia, baik kepada costumers, mitra maupun rekanan yang bekerjasama dengan Grab serta bagaimana komunikasi bisnis mereka selama masa pandemic corona.

Komunikasi Bisnis

Dalam kegiatan komunikasi bisnis biasanya melibatkan pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis. Komunikasi bisnis juga berkaitan dengan penyampaian pesan bisnis. Pesan bisnis yang disampaikan pasti memiliki tujuan. Tujuan dalam penyampaian pesan yang dicapai adalah tujuan bisnis. Djoko Purwanto (2011:5) mengatakan bahwa komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi baik komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal untuk mencapai tujuan tertentu. Tentu tujuan yang dimaksud adalah tujuan bisnis. Tujuan bisnis itu tidak lain adalah mencapai keuntungan. Aktivitas atau tindakan yang diarahkan mencapai tujuan itu dikenal sebagai *purposive rational action*, tindakan rasional bertujuan demikian Max Weber. Keuntungan menjadi sasaran utama melakukan kegiatan bisnis.

Rosenblatt, et al., (1977: 3) mendefinisikan komunikasi bisnis sebagai “pertukaran gagasan, pendapat, informasi, instruksi dan sebagainya yang memiliki tujuan tertentu yang disajikan secara personal atau impersonal melalui simbol-simbol atau sinyal-sinyal untuk mencapai tujuan organisasi”. Dalam definisi tersebut, bila kita perhatikan secara seksama, mengandung 6 unsur pokok komunikasi bisnis, yaitu 1) bertujuan, berarti komunikasi bisnis harus memiliki tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya sejalan dengan pencapaian tujuan organisasi/lembaga. Bisa saja tujuan komunikasi tersebut bersifat formal atau informal, tapi tidak bersifat sosial kecuali yang sejalan dengan tujuan utama organisasi/lembaga; 2) pertukaran, kegiatan ini melibatkan paling tidak dua orang atau lebih yakni komunikator dan komunikan; 3) gagasan, opini, informasi, instruksi merupakan isi dari pesan yang bentuknya beragam bergantung tujuan, situasi dan kondisinya; 4) saluran personal atau impersonal yang mungkin bersifat tatap muka atau melalui siaran televisi yang menjangkau jutaan orang secara bersamaan; 5) simbol atau sinyal yang merupakan alat atau metode yang dapat dimengerti untuk menyampaikan atau mempertukarkan pesan. Simbol bisa bersifat positif atau abstrak; sinyal bisa berbentuk verbal atau nonverbal. Tapi yang

terpenting adalah bagaimana pesan yang disampaikan bisa dimengerti dengan baik; 6) pencapaian tujuan organisasi.

Rosenblatt, et al. (1977: 16) menguraikan variabel-variabel komunikasi bisnis dengan memberi tambahan variabel yaitu variabel konteks sebagai berikut :Sumber/Komunikator, Pesan,Penerima/Komunikan, Konteks, Saluran,Efek. Sedangkan Murphy dan Hildebrandt (1991: 78), merumuskan ada 7 prinsip yang harus dipegang saat melakukan komunikasi bisnis. Ketujuh prinsip tersebut dirangkum dalam akronim 7C. Prinsip tersebut adalah: 1). *Completness*, memberikan informasi selengkap mungkin kepada pihak yang membutuhkan. Karena informasi yang lengkap bisa membangun kepercayaan dan kepastian pada diri penerima informasi; 2) *Conciseness*, komunikasi dikemas dengan menggunakan kata-kata jelas, singkat dan padat; 3) *Concretness*, pesan disusun secara spesifik dan konkret, bukan abstrak; 4) *Consideration*, pesan yang disampaikan mesti mempertimbangkan situasi penerima/komunikan; 5) *Clarity*, pesan disusun dalam kalimat yang mudah dipahami komunikan; 6) *Courtesy*, sopan santun dan tata karma; 7) *Correctness*, pesan dibuat secara cermat. Untuk pesan tertulis misalnya dibuat dengan memperhatikan tata bahasa dan untuk pesan lisan disampaikan dengan memperhatikan komunikan

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana dalam tulisan ini akan mendeskripsikan dan mengamati suatu fenomena yang terjadi dilapangan. Pendekatan ini diambil untuk mendapatkan data secara menyeluruh terkait komunikasi bisnis. Pendekatan kualitatif adalah sebuah metode yang di gunakan untukmendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna sendiri merupakan data yang sebenarnya, data yang pasti, merupakan suatu nilai di balik data yang tampak (Sugiyono, 2012:3).

Secara metodologis penelitian ini dilakukan lewat kajian pustaka yang disari dari buku-buku, tulisan di jurnal, *news* dan tulisan dalam website yang terkait dengan masalah komunikasi bisnis yang dilakukan PT. Grab Indonesia selama pandemi corona. Jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dengan menentukan kasus yang diteliti, terarah pada satu karakteristik, dilakukan pada satu sasaran atau lokasi atau subyek, yaitu tentang komunikasi bisnis yang dilakukan PT. Grab Indonesia kepada khalayak baik costumer, mitra Grab maupun pemerintah dan perusahaan lain yang berkerja sama dengannya.

Pembahasan

Analisis Komunikasi Bisnis Melalui Wawancara News pada Detik.com

Dalam dalam wawancara 7 April 2020, pihak Grab yang diwakili Neneng Goenadi yang merupakan Managing Director Grab Indonesia dalam keterangan resmi pada detik.com menjelaskan tentang skema kebijakan keuangan. Dalam wawancara tersebut Grab bersama perusahaan rental kendaraan, PT. Teknologi Pengangkutan Indonesia (TPI) akan meluncurkan program penundaan biaya rental mobil hingga 2 Juni 2020 serta pemberian dana tunai sebagai bagian dari program loyalitas mitra yang tergabung dalam TPI.

Saat ini Grab sedang membantu Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI) yang difasilitasi oleh OJK mendata debitur *leasing* pengajuan restrukturisasi dari pinjaman para mitra dapat diajukan secara kolektif oleh Grab kepada APPI yang nantinya akan disampaikan kepada perusahaan *leasing* yang menjadi anggota mereka. Dari komunikasi bisnis yang disampaikan Managing Director Grab Indonesia dapat dilihat pesan yang disampaikan kepada mitra Grab yang bermasalah dengan pembiayaan cicilan dapat lebih menenangkan dalam menjalani masa-masa sulit karena Grab sebagai perusahaan tempat mereka berlindung dapat memfasilitasi permasalahan yang dialami oleh mitra Grab.

Komunikasi bisnis yang dilakukan pihak Grab sangat melindungi mitra hingga timbul rasa kepercayaan untuk tetap bermitra dengan Grab karena merasa telah dilindungi. Pesan yang disampaikan juga singkat, padat dan jelas hingga tidak menimbulkan pertanyaan. Dalam 7 prinsip komunikasi bisnis Murphy dan Hildebrandt (1991: 78) prinsip *consideration*, yang berarti pesan yang disampaikan mesti mempertimbangkan situasi penerima/komunikan dalam hal ini sangat dipertimbangkan. Kondisi penerima pesan saat terjadi pandemi corona dalam keadaan tidak stabil, pesan bisnis yang disampaikan sangat menenangkan komunikan.

Selasa, 07 Apr 2020 10:36 WIB

Imbas Corona, Grab Siapkan Skema Keuangan buat Driver

Ridwan Arifin - detikOto



Grab Indonesia Foto: Istimedia

Jakarta - Pekerja informal seperti driver ojek online (ojol) dan taksi online (taksol) menjadi salah satu profesi yang terdampak work from home di tengah pandemi corona. Grab Indonesia mengaku tengah menyiapkan skema untuk mengurangi masalah keuangan yang dihadapi mitranya.

"Grab bersama perusahaan rental kendaraan, PT Teknologi Pengangkutan Indonesia (TPI) akan meluncurkan program yang diharapkan dapat membantu keberlangsungan pendapatan mitra pengemudi melalui dukungan pihak Perbankan," ujar Neneng Goenadi, Managing Director Grab Indonesia dalam keterangan resmi yang diterima detikcom.



Gambar 1 Tampilan News Detik.Com

Sumber: <https://oto.detik.com/berita/d-4967927/imbis-corona-grab-siapkan-skema-keuangan-buat-driver> diakses 1 Mei 2020

Analisis Komunikasi Bisnis melalui Website Grab



Gambar 2; Tampilan Website Grab Indonesia

Sumber : <https://www.grab.com/id/safety/covid-19/> diakses 1 Mei 2020

Gambar di atas adalah tampilan depan website Grab Indonesia dalam masa pandemi corona. Grab secara khusus melakukan komunikasi bisnis terhadap 3 segmen, pertama untuk pelanggan,

Pada halaman utama website “Bersama kita hadapi covid-19, ketahui info terbaru tentang upaya kami untuk pastikan semua aman”. Selanjutnya Grab menyapa khalayak dengan tulisan “Komunitas Grab yang terhormat, Kami memahami bahwa virus Corona (COVID-19) berdampak besar pada hidup Anda. Kami melakukan segalanya di seluruh Asia Tenggara untuk berjuang melawan pandemi global ini bersama Anda”. Dalam tulisan tersebut terlihat kepedulian dan keprihatinan Grab terhadap situasi dan kondisi saat pandemi corona.

c. Kepada Merchant

Apa yang harus dilakukan Mitra Merchant Makanan:

- Siapkan tempat pengambilan makanan tanpa kontak untuk bantu Mitra Pengantaran mengambil makanan dengan jarak aman terhadap staf restoran Anda.
- Gunakan Masker Anlidi Lendit untuk menjaga jarak.
- Ingatkan Mitra Pengantaran untuk gunakan GrabChat untuk memastikan titik pengambilan tanpa kontak yang aman dengan pelanggan sehingga mengurangi kontak fisik.
- Periksa suhu tubuh staf dan Mitra Pengantaran secara rutin. Dengan adanya Kartu Keterangan Pengiriman, Anda harus mengisi kartu tersebut dengan waktu pemberian makanan, tanggal dengan nama dan suhu tubuh staf yang menyajikan makanan.
- Cuci tangan dengan air dan sabun setelah memasak.
- Cuci peralatan memasak dan bersihkan dapur secara rutin.
- Jangan gunakan makanan terbuka lagi-rupa.
- Jaga makanan pada suhu yang aman.
- Rempas semua makanan dalam kantong lalu singkir agar tidak terkontaminasi.
- Pastikan seluruh area dapur, meja, highline terutama area yang sering disentuh, tetap dibersihkan setiap 4 jam sekali.
- Pastikan staf yang berhubungan dengan makanan menggunakan masker, sarung tangan plastik, dan hair cap.
- Cetak Kartu Keterangan Pengiriman & letakkan box di luar kantong pesanan sehingga mitra pengantar dapat mengambil foto scan.
- Menghindari seluruh staf untuk tidak meminum air, minum, dan makan.
- Bersihkan secara menyeluruh semua bagian setelah seperti lantai, dapur, ruang, dan yang lainnya.
- PENTING! Jangan gunakan hewan yang mati karena penyakit sebagai bahan makanan.
- Bedakan penggunaan alat untuk masak (talenan & pisau) untuk makanan mentah & yang sudah dimasak.
- Simpankan persediaan bahan sesuai dengan kebutuhan saat 10 atau lebih hari untuk stok bahan.

Apa yang harus dilakukan oleh Merchant non-food:

- Bersihkan area tempat Anda menyimpan barang-barang.
- Ingatkan Mitra Pengantaran untuk gunakan GrabChat untuk memastikan titik pengambilan tanpa kontak yang aman dengan pelanggan sehingga mengurangi kontak fisik.
- Periksa suhu tubuh staf dan Mitra Pengantaran secara rutin.
- Cuci tangan dengan air dan sabun sebelum menangani barang.
- Cuci tangan sebelum dan sesudah memberikan barang kepada Mitra Pengantaran atau Pelanggan.

Gambar 5; Informasi untuk Pengemudi dan Mitra Pengantaran
Sumber : <https://www.grab.com/id/safety/covid-19/> diakses 1 Mei 2020

GrabIndonesia dalam memberikan informasi sangat mempersiapkan kemungkinan-kemungkinan di masa pandemi corona melalui website. Komunikasi tersebut di tujukan pada penerima pesan yang berbeda-beda dengan informasi yang berbeda pula. Misalnya saat berkomunikasi kepada pelanggan setia, Grab meyakinkan kepada pelanggannya bahwa Grab akan meningkatkan standar keamanan dan higienitas untuk penumpang dan pelanggan dengan cara-cara yang di tulis secara rinci pada websitenya. Seperti menjaga kontak langsung, membayar dengan ovo, menyediakan masker dan hand sanitizer, menyediakan kartu keterangan bagi pelanggan grabfood dan masih banyak lagi komunikasi bisnis yang tujuannya adalah meyakinkan pelanggan untuk jangan khawatir dan dan pelanggan tetap setia menggunakan Grab.

Sedangkan pesan yang ditujukan kepada mitra Grab berupa tindakan preventif dari Grab terhadap mitra berupa ketersediaan masker dan sanitizer di beberapa titik, diskon vitamin pembersih jaket dan helm sebagai program GrabBenefits, perlindungan pendapatan bagi mitra Grab yang didiagnosa covid-19 berupa uang tunai Rp 1.500.000 bagi mitra GrabBike dan Rp 3.000.000 bagi mitra GrabCar. Selain program kebijakan yang di jelaskan dalam pesan website Grab juga memberikan informasi bagaimana caranya agar tetap aman seperti periksa suhu tubuh, bersihkan tangan setelah menyentuh uang tunai dan lain sebagainya.

Komunikasi yang disampaikan oleh pihak Grab cukup menenangkan bagi para mitranya. Informasi disampaikan dengan jelas dan tujuannya adalah supaya mitra tetap setia dan merasa terlindungi. Karena antara pihak Grab dan mitra memiliki hubungan yang saling menguntungkan, Grab tidak akan bias berjalan tanpa adanya mitra maka dalam pesan yang disampaikan pihak Grab menjaga hubungan baik dengan mitranya agak tetap loyal. Pesan yang disampaikan kepada mitra mengandung unsur *clarity*, yang berarti pesan yang dikomunikasikan disusun dalam kalimat yang mudah dipahami oleh mitra. Prinsip *correctness*, yang berarti pesan yang dikomunikasikan dibuat secara cermat dengan menggunakan tata bahasa yang baik dan memperhatikan posisi mitra.

Yang terakhir dalam website Grab adalah komunikasi yang ditujukan kepada *merchant* yang bekerja sama dengan pihak Grab baik mitra yang berkaitan dengan food dan non food. Dalam pesan yang disampaikan walaupun ditujukan terhadap *merchant*, akan tetapi efek dari pembaca yang juga merupakan pelanggan Grab memberikan efek bahwa Grab telah melakukan standar untuk menjaga kualitas makanan atau barang yang dibeli pelanggan.

Analisis Komunikasi Bisnis melalui Media Sosial



Gambar 6 Media Instagram Grab Indonesia
Sumber : [Akun Instagram Grab Indonesia](#) diakses 1 Mei 2020



Gambar 7; Media Instagram Grab Indonesia
 Sumber : [Akun Instagram Grab Indonesia](#) diakses 1 Mei 2020

Dalam akun Instagram Grab Indonesia terlihat secara visual dukungan perusahaan terhadap kondisi saat corona. Mulai dari driver yang menggunakan masker, aplikasi GrabHealth dengan tim medis menggunakan APD, pembagian sembako kepada driver sampai tulisan kita vs corona. Walaupun dalam akun Instagram tersebut terdapat penjelasan dalam bentuk tulisan, pembaca akan lebih dominan melihat pesan secara visual yang merupakan komunikasi non verbal menurut Effendi (1993: 53).

Dalam pesan non verbal yang berupa visual baik gambar maupun video tersirat pesan dari perusahaan Grab Indonesia sebagai perusahaan yang peduli terhadap pelanggan dan mitra dalam menghadapi pandemi corona saat ini. Pesan ini bukan tidak memiliki tujuan, secara tidak langsung perusahaan memiliki tujuan jangka panjang dalam menjaga image perusahaan agar pelanggan dan mitra akan tetap menggunakan aplikasi Grab. Hal ini sejalan dengan pendapat Djoko Purwanto (2011:5) mengatakan bahwa komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi baik komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal untuk mencapai tujuan tertentu.

Pesan yang disampaikan pada akun Instagram Grab Indonesia memiliki prinsip *consideration*, yang berarti pesan yang disampaikan dalam kondisi dan situasi dalam masa pandemi corona dan sangat mempertimbangkan situasi pelanggan dan mitra Grab.

Analisis Komunikasi Bisnis melalui Aplikasi Penumpang



Gambar 7; Pesan Grab Indonesia kepada Pelanggan
Sumber : Dokumentasi pribadi dalam aplikasi Grab

Grab Indonesia merupakan perusahaan yang sering menyapa pelanggannya dalam aplikasinya. Hampir setiap hari mengirimkan pesan bisnis melalui inbox pelanggan dan mitranya. Isi pesan berupa informasi diskon, informasi bagi pelanggan dan mitra dan informasi apa saja mengenai layanan yang disediakan oleh Grab. Tentu pesan yang dikirim memiliki tujuan, yaitu supaya pelanggan dan mitra loyal terhadap aplikasi tersebut.

Selama masa pandemi corona, Grab Indonesia pun mengirimkan pesan dalam aplikasinya. Dalam tulisan ini ada beberapa contoh pesan pada gambar 7 yang merupakan adalah pesan yang mendukung kegiatan di rumah saja bagi para pelanggannya. Grab mendukung kegiatan PSPB di wilayah Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bogor untuk tidak menyediakan aplikasi GrabBike dengan pesan “Tunda dulu kita jalan berdua ya?”. Di dalam pesan tersebut berisi informasi tentang meniadakan layanan GrabBike karena alasan tertentu.

Contoh pesan kedua berisi diskon GrabFood yang menginformasikan kepada pelanggan untuk diam di rumah saja untuk pemesanan makanan melalui GrabFood dan cara-cara bagaimana mendapatkan diskon. Contoh pesan ketiga adalah informasi kirim-kirim barang melalui aplikasi GrabSent. Dan contoh pesan keempat adalah informasi mengajak pelanggan untuk berdonasi dengan judul “Sebar kebaikan bagi garda depan”. Keempat contoh pesan yang disampaikan oleh Grab memiliki juga memiliki tujuan sama seperti pesan-pesan yang dikirimkan di media sosial, news dan website perusahaan. Tujuan tersebut adalah membuat pelanggan dan mitra loyal terhadap aplikasi Grab.

Simpulan

Dalam mengkomunikasikan pesan bisnis yang dilakukan oleh Grab Indonesia baik melalui website perusahaan, news, media sosial maupun aplikasi pelanggan dan mitra, jika dianalisa menggunakan teori dari Murphy dan Hildebrandt (1991: 78) tentang 7 prinsip yang harus dipegang saat melakukan komunikasi bisnis yaitu *completness, conciseness, concretness, consideration, clarity, courtesy, correctness* semua prinsip telah dilakukan. Selama masa pandemi corona pesan yang disampaikan juga mendukung kegiatan Pemerintah dalam memutus mata rantai penyebaran virus corona. Dukungan dan simpati terhadap keadaan saat ini juga terlihat dari pesan-pesan yang disampaikan. Disinilah yang nantinya akan tercipta kepercayaan pelanggan dan mitra sebagai ujung tombak bagi keberlasungan bisnis Grab Indonesai.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Murphy, H. A. dan Herbert, W. H. (1991). *Effective Business Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Novian, Anggi. (2020). *Statqo: Dampak Corona, Transportasi Online Turun Drastis*, di unduh dari <https://goodmoney.id/statqo-dampak-corona-transportasi-online-turun-drastis/> pada TANGGAL 30 April 2020
- Purwanto, Djoko (2011). *Komunikasi Bisnis*, Erlangga, Jakarta
- Rosenblatt, S. et al. (1977). *Business Communication*. Englewood Cliff, N.J.: Prentice Hall.
- Sugiyono (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Internet:

<https://www.grab.com/id/safety/covid-19/> diakses 1 Mei 2020

MELIBATKAN PERUSAHAAN DALAM MASALAH PUBLIK: TANGGAPAN PADA PANDEMI COVID19

Nia Sarinastiti

Pengantar

Dalam kondisi krisis suatu wilayah atau pada situasi yang disebut sebagai bencana, perusahaan seringkali tidak hanya berdiam diri menunggu selesainya krisis atau bencana tersebut. Pasti kita melihat banyak perusahaan menyumbang dana ataupun secara *in-kind* dengan produk yang mereka hasilkan. Foto-foto sumbangan perusahaan bertebar di Banyak media – konvensional maupun berbasis teknologi.

Contoh sederhana adalah pada saat Jakarta mengalami banjir hebat di awal tahun 2020, perusahaan-perusahaan berbondong-bondong memberi bantuan, dari memberikan makanan, air bersih, susu, popok, pembersih tubuh, hingga tenda dan perahu karet. Ketua Umum Badan Pengurus Pusat (BPP) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi), Mardani H Maming bersama Hipmi Peduli juga turun ke lokasi dan langsung bergerak mengirimkan bantuan di beberapa titik Jabodetabek (Kunjana, 2020). Kegiatan serupa juga dilakukan oleh Yayasan-yayasan di bawah bendera perusahaan seperti Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih (YPP) merupakan bentukan manajemen Grup Elang Mahkota Teknologi (EMTEK) dengan program Pundi Amal di SCTV dan Peduli Kasih di Indosiar (ypp.co.id).

Saat ini, seluruh penjuru dunia sedang menghadapi pandemi Covid-19. Virus yang mulai menyebar dari Cina, dan hanya diperkirakan merupakan wabah lokal, ternyata mendunia. Lagi-lagi, para perusahaan turun tangan dengan memberikan sumbangan. Salah satu kelompok industri yang menyalurkan bantuan adalah Ikatan Nasional Konsultan Indonesia (*Inkindo*) DKI Jakarta yang menyalurkan bantuan untuk penanganan darurat wabah Covid-19 melalui Gugus Tugas Covid-19 Pemprov DKI Jakarta.

Ketua DPP Inkindo DKI Jakarta, Imam Hartawan, mengatakan bahwa bantuan tersebut sebagai bentuk kepedulian pihaknya untuk mendukung Pemprov DKI Jakarta dalam mengatasi wabah Covid-19, khususnya di Jakarta. “Sumbangan tersebut adalah hasil penghimpunan dana sumbangan dari anggota Inkindo DKI Jakarta dan kas DPP Inkindo DKI Jakarta,” kata Hartawan (Siregar, 2020). Menurut Hartawan, bantuan yang disalurkan di antaranya berupa 1500 lt bahan disinfektan, dua ton beras, 80 pack Indomie, 96 pack telur ayam negeri, dan 150 pack gula pasir. Di samping itu, Inkindo DKI Jakarta juga menyumbangkan 1500 lt disinfektan dalam kemasan jerigen @5 lt kepada para anggota Inkindo DKI Jakarta, lingkungan sekitar seperti masjid-masjid dan RT/RW.

Setelah menyumbang, para pebisnis kemudian akan memberi usulan kepada pemerintah. Pada saat tersebut, DPP Inkindo DKI Jakarta mengusulkan kepada pemerintah pusat dan Pemprov DKI Jakarta untuk menerbitkan kebijakan-kebijakan antara lain: adanya jaminan keberlanjutan dan kepastian pelaksanaan pekerjaan-pekerjaan yang melibatkan jasa konsultasi, yang proses pekerjaannya bisa dilakukan di rumah; penyederhanaan mekanisme seleksi konsultan, misalnya, dengan menggunakan sistem *online* dalam proses pembuktian karena banyak kendala jika harus melakukan tatap muka, akibat kendala sarana transportasi maupun adanya beberapa daerah yang telah menerapkan karantina wilayah. Kedua hal tersebut akhirnya menunjukkan bahwa sumbangan dikaitkan ke bisnis. Seperti yang diungkapkan oleh Hartawan berikut ini:

“Kebijakan-kebijakan tersebut diharapkan dapat membuat usaha jasa konsultasi tetap *survive* melewati masa krisis akibat darurat Covid-19,» (Siregar, 2020).

Namun di lain pihak, para pengusaha justru ada yang mengulurkan tangan untuk dapat membantu. Contohnya adalah Presiden Direktur PT Adaro Energy Tbk, Garibaldi Thohir yang menganggap bahwa pada 23 Maret kondisi pandemi semakin serius. Dirinya berharap swasta bisa ikut mengambil peran untuk membantu pemerintah. Thohir menyatakan bahwa swasta yang lain bisa membantu pemerintah, bisa membantu BNPB. Ia menyatakan:

“kita dalam kondisi peperangan melawan COVID-19. Ini lah waktunya swasta untuk bergerak mendukung pemerintah dan

inilah waktunya kita bersama-sama solid, bersatu. Kita jangan saling berwacana saja tapi inilah saatnya kita action.” (Sugianto, 2020)

Yayasan dari korporasi juga turun tangan, antara lain Yayasan Orang Tua Grup Peduli (YOTGP) menyalurkan bantuan kemanusiaan terkait wabah Covid 19 dengan menggandeng Mayapada Group dan Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia (Dinisari, 2020).

Terlepas dari permintaan insentif atau berperan dalam membantu pemerintah, upaya menyumbang apakah sudah cukup? Bagaimana agar para perusahaan ini dapat terlibat dengan lebih mendalam, memberi makna, dan menunjukkan kepedulian pada situasi yang dihadapi. Dalam mendukung mengatasi suatu situasi bencana, apakah program Corporate Social Responsibility mencukupi? Pertanyaan-pertanyaan ini dikupas di bawah ini.

Konsep Pemikiran

Konsep dari sumbangan-sumbangan yang diberikan oleh perusahaan seringkali dikaitkan dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Namun sebenarnya CSR sendiri tidak hanya berkaitan dengan sumbangan, tapi lebih melihat bagaimana perusahaan mengelola hubungan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Moon (2014) merangkum definisi CSR dengan merinci karakteristik sebagai berikut: (i) bisnis yang bertanggung jawab terhadap masyarakat (*accountable*), (ii) bisnis yang bertanggung jawab untuk masyarakat (*contributing*); (iii) bisnis yang bertanggung jawab atas tindak-tanduknya (*conduct*); (iv) bisnis yang bertanggung jawab terhadap dan bagi kepentingan umum (termasuk lingkungan hidup); dan (v) pengelolaan oleh manajemen terhadap hubungannya dengan masyarakat.

Karakteristik dari Moon (2014), merupakan inti dari konsep *Good Works*, di mana pada prinsipnya para pelaku bisnis harus memasukan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam kebijakan bisnis, yang akhirnya menganggap bahwa keberlanjutan merupakan aset strategis. Hal ini juga menjadi ulasan dari Kotler, Hesekiel, dan Lee (2016) bahwa para pebisnis yang mencampurkan niat baik (*good cause*) dan bisnis sering digambarkan sebagai “cause-washers” di mana perusahaan oportunistik yang secara sinis mengeksploitasi organisasi nirlaba, atau wirausahawan sosial visioner yang melakukan perdagangan menunjukkan ‘kejahatan’ dalam upaya mereka menciptakan dunia yang

lebih baik. Inisiatif pemasaran dan sosial perusahaan memerlukan tindakan penyeimbangan yang rumit antara menghasilkan dividen keuangan dan sosial.

Seharusnya, *Doing Good Works* (Kotler, Hesekiel, dan Lee, 2016) adalah merupakan bagian dari pembangun bisnis, bukan hanya risalah CSR, yang diwujudkan dalam sumbangan dan permintaan insentif. Bagi para kapitalis yang memiliki hati dan kecerdasan, akan mampu untuk menghasilkan dampak sosial yang positif dan bottom-line dari bisnis.

Dengan demikian sebetulnya prinsip CSR sangat terkait erat dengan keberlanjutan, sebagaimana disampaikan oleh Gao & Zhang (2006) sebagai berikut:

“businesses should integrate sustainability principles into corporate strategic policies and business processes. The rationale for this integration is that sustainability affects the triple-bottom line and long-term profitability of a business and should, therefore, be treated as strategic assets of the business.”

Analisis Pengamatan

Berakar pada prinsip-prinsip *Good Works*, contoh-contoh pada pengantar di atas bukanlah CSR yang sesungguhnya karena terdapat unsur mencampuradukkan niat baik (*good cause*) dan bisnis. Maka, perusahaan manakah yang telah memiliki karakteristik *Good Works*. Berdasarkan pengamatan secara virtual atau menggunakan data jaringan, ulasan ini berusaha memahami upaya sektor swasta dalam menunjukkan niat baik. Bukan hanya menunjukkan jumlah atau nilai dalam menyumbang.

Beberapa contoh dari perusahaan yang melakukan *Good Works* pada masa pandemic Covid-19 ini antara lain dapat digambarkan berikut ini (urut abjad):

- *Accenture*

Perusahaan konsultan skala global ini tidak mempunyai produk. Sebagai konsultan, asset utamanya adalah manusia. Program apakah yang dilakukan? Sebagaimana bisnis yang bertanggung jawab untuk masyarakat, Accenture menggalang dana dari para karyawannya untuk mendukung pembelian alat pelindung diri (APD) melalui kerjasama dengan Wahana Visi Indonesia. Selain itu Accenture untuk kepentingan umum, juga menyumbangkan dana perusahaan untuk disalurkan ke

UNICEF sebagai upaya memberikan perangkat untuk anak-anak dapat sekolah secara daring di pelosok.

Dalam memberikan kontribusi lain, adalah mendukung program Indonesia Business Links, dengan mengerjakan salah satu desa untuk membuat masker dari kain-kain karya para pemuda-pemudi di desa Juwono, Mojokerto. Kain-kain jumputan dari didikan Organisasi Warlami sedianya akan diikutsertakan dalam pameran kerajinan di Jakarta. Namun dengan adanya pandemic, maka akhirnya para pengusaha pemula diberi pelatihan menjahit dan pemasaran daring melalui Instagram.



Gambar 1: Masker Karya @JuwanaJuwono , binaan Indonesia Business Links
Sumber: JuwanaJuwono

Dan terakhir adalah menciptakan pesan yang compassionate untuk menunjukan hubungan dengan masyarakat, dalam hal ini dengan para tenaga medis.



Gambar 2: Mendukung Nurses, #InternationalNursesDay and #ThankYouNurses
Sumber: YouTube

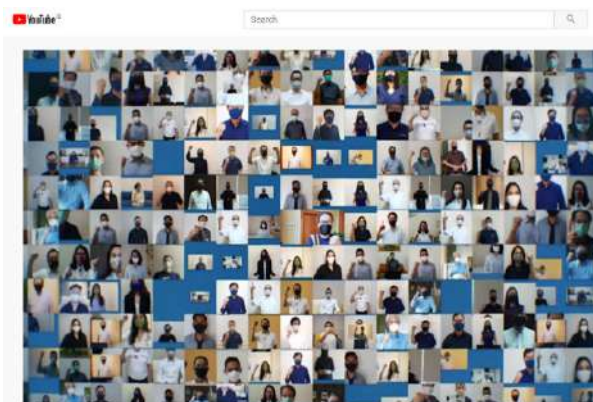
- Astra International

Sebagai salah satu perusahaan nasional terbesar di Indonesia dan sudah ‘go-public’ maka perusahaan ini harus bertanggung jawab atas tindak tanduknya (*conduct*) dan juga akuntabel terhadap penggunaan dananya. Untuk merangkum Good Works -nya, Astra menggunakan YouTube sebagai platform dengan melibatkan karyawan dan direksi dalam menyampaikan pesan Semangat Astra Cegah Covid 19.

Dalam video tersebut menggambarkan bagaimana para karyawan di rumah masing-masing, menyampaikan pesan agar semua masyarakat agar tetap berada di rumah, bagaimana peranan Astra di masa Pandemi dan ajakan dari direksi untuk bahu membahu.



Gambar 3 Pernyataan Presiden Direktur Astra – Semangat Astra Cegah Covid 19
Sumber: Youtube



Gambar 4 Partisipasi Karyawan– Semangat Astra Cegah Covid 19
Sumber: Youtube

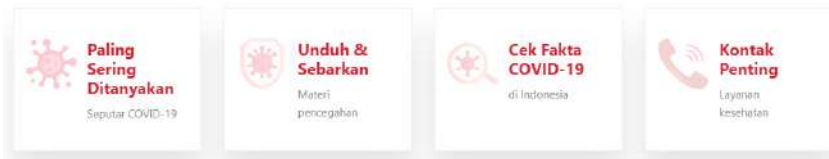
- Telkom

Upaya Telkom dalam berkontribusi tidak berupa sumbangan dana atau sembako, namun berupa sumbangan edukasi dengan diat untuk berbagi bagi kepentingan umum. Sebagai salah satu penyedia jasa yang di saat Pandemi sangat dibutuhkan, yaitu akses komunikasi dan internet, Telkomsel mendukung agar informasi dan edukasi tersampaikan secara merata.

Gambar 5 menunjukkan berbagai layanan informasi terkait Covid-19, yang dapat diakses dengan satu klik.

Indonesia Atasi COVID-19

Dunia, juga Indonesia sedang bersatu mengatasi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19). Siapapun kita bisa berkontribusi: Selalu update dengan informasi yang benar; serta jaga diri, keluarga, dan komunitas agar terhindar dari penyebaran wabah ini. Bersama, kita pasti bisa.



Gambar 5 Dashboard Informasi Covid19
Sumber: Telkom.co.id

Selain itu Telkom membuat pesan-pesan yang dapat dibagikan dengan mengunduh, Pesan-pesan tersebut antara lain Etika Batuk & Bersin, apa yang dimaksud dengan social distancing dan bagaimana prosedur dalam memasuki gedung Telkom Group yang dapat direplikasi.

Unduh & Sebar Materi Pencegahan



Gambar 6 Materi Pencegahan Covid-19
Sumber: Telkom.co.id

Program lain dari Telkom, melalui anak perusahaannya Telkomsel, adalah pengembangan aplikasi *PeduliLindungi*. *PeduliLindungi* adalah aplikasi yang dikembangkan untuk membantu instansi pemerintah terkait usaha melakukan pelacakan untuk menghentikan penyebaran COVID-19. Aplikasi ini mengandalkan partisipasi masyarakat untuk saling membagikan data lokasinya saat bepergian agar penelusuran riwayat kontak dengan penderita COVID-19 dapat dilakukan. Aplikasi ini menunjukan sebagai bisnis yang bertanggung jawab terhadap dan bagi kepentingan umum.

Penutup

Konsep *Doing good* dan *be good*, merupakan dasar dari *Good Works*, yang diharapkan dapat menunjukan bagaimana perusahaan bertanggung jawab pada diri, pada masyarakat, pada tindakannya, dan untuk kepentingan bersama, serta keterlibatan seluruh anggota bisnis.

Good Works seharusnya tidak saja dapat dilakukan saat Pandemi Covid-19, namun berlaku untuk situasi krisis, maupun normal.

Daftar Pustaka

- Astra Internasional (2020), Semangat Astra Cegah COVID-19. 21 Mei 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=u33EVLTA58&feature=youtu.be>. Diunduh 22 Mei 2020
- Dinisari, M.C. (2020) “Yayasan Orang Tua Group Salurkan Sumbangan untuk Virus Corona”. 27 Maret 2020, 16:19 WIB. <https://kabar24.bisnis.com/read/20200327/79/1218818/yayasan-orang-tua-group-salurkan-sumbangan-untuk-virus-corona>. Diunduh 2 Juni 2020
- Gao, S.S, Zhang, J.J (2006) “Stakeholder engagement, social auditing and corporate sustainability”. Business Process Management Journal Vol. 12 No. 6, 2006 pp. 722-740. Emerald Group Publishing Limited 1463-7154. DOI 10.1108/14637150610710891
- Kotler, P., Hessekiel, D, Lee, N.R. (2012) Good Works, New Jersey: John Wiley and Sons.
- Kunjana, G. (2020) “Peduli Korban Banjir, BPP Hipmi Bergerak Kirim Bantuan”, Investor.ID. <https://investor.id/national/peduli-korban-banjir-bpp-hipmi-bergerak-kirim-bantuan>. Diunduh 2 Juni 2020
- Moon, J. (2014) Corporate Social Responsibility: A Very Short Introduction. Oxford: Oxford University Press
- Pedulilindungi (2020) <https://pedulilindungi.id/#tentang>
- Sugianto, D. (2020). “RI Darurat Corona, Boy Thohir: Saatnya Swasta Bergerak!”. detikFinance. Senin, 23 Mar 2020 14:02 WIB <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4949927/ri-darurat-corona-boy-thohir-saatnya-swasta-bergerak>. Diunduh 2 Juni 2020
- Siregar, B.P. (2020) “Inkindo DKI Jakarta Salurkan Bantuan untuk Penanganan Covid-19”. Jum’at, 03 April 2020 15:16 WIB <https://www.wartaekonomi.co.id/read279537/inkindo-dki-jakarta-salurkan-bantuan-untuk-penanganan-covid-19>. Diunduh 2 Juni 2020

TRANSFORMASI DI BALIK PANDEMI: CERITA PEDAGANG KECIL TENTANG COVID-19

Prima Ayu Rizqi Mahanani

Wabah Covid-19 memberikan efek yang luar biasa di semua lini kehidupan masyarakat Indonesia. Dampak yang diakibatkan virus tersebut tidak memandang usia, gender, agama, etnis, lokasi, ekonomi, kelas sosial, profesi, atau posisi sosial seseorang. Kita semua diajak merasakan akibat dari makhluk ini. Persoalan ekonomi menjadi kendala yang paling dirasakan oleh kalangan bawah, terutama pedagang kecil di lingkungan Kelurahan Pojok Kota Kediri. Mereka yang setiap hari menggantungkan hidup dengan berjualan makanan dan minuman mengaku kalau mata pencahariannya *seret* (tidak lancar), penghasilan menurun drastis, tidak punya pendapatan lebih, bahkan tidak ada pemasukan karena sepi dari pembeli. Informan merasa kekurangan untuk memenuhi semua kebutuhan hidup keluarga yang dirasakan tidak seimbang antara pemasukan dan pengeluarannya. Uang menjadi problem utama di masa pandemi yang dampaknya sangat berpengaruh di dalam kehidupan mereka, seperti ungkapan P berikut: “Ada virus ini jadi *ngenes* dan batin tersiksa. Saya merasa tertekan karena sulit dapat uang. Korona bikin takut dan stres saja” (Wawancara Informan, 2020).

Kedahsyatan keberadaan virus Korona membuat lima informan dalam penelitian ini dibayangi ketakutan karena hidup dalam ketidakpastian. Para pedagang kecil mengeluhkan kalau kegiatan sehari-hari yang dilakukan menjadi terhambat dan penuh keterbatasan. Mereka merasa kegiatan ekonomi yang macet sangat berefek pada usaha yang dijalankan. Rasa tidak nyaman karena kehadiran virus Korona diungkapkan oleh P: “Saya ini pekerja serabutan, selain jualan bubur setiap pagi. Kerjaan di *laundry* jadi sepi karena tidak dipanggil untuk seterika”. Hal yang sama dikatakan oleh H: “Musibah Korona ini sangat merugikan karena kebutuhan hidup terus berjalan sedangkan penghasilan makin menipis. Terganggu segala kegiatan kita, ekonomi jadi tidak stabil”. Informan W juga sependapat dengan P dan H bahwa apa saja menjadi sulit karena tersendatnya roda perekonomian, terutama bagi kalangan pedagang harian.

Ungkapan informan tersebut menjelaskan kalau kehidupan normal tidak bisa lagi dirasakan oleh mereka. Kebijakan pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk tinggal di rumah, bekerja dari rumah (*work from home*), dan melakukan jaga jarak fisik (*physical distancing*) menjadi tantangan tersendiri bagi para pedagang kecil dalam menjemput rezeki. Adanya peraturan tersebut berimbas pada semua akses jalan masuk ke setiap kampung, pemukiman penduduk, dan perumahan --tempat mereka menjajakan jualan--yang ditutup karena penerapan sistem kunciian (*lockdown*). Pedagang yang berjualan di tempat pun merasakan hal yang sama. Konsumen yang biasanya hilir mudik datang untuk membeli dagangan menjadi tertahan di dalam rumah dan memilih menghindari kerumunan. Penularan Covid-19 yang sangat cepat membuat orang dipaksa untuk mematuhi protokol kesehatan dan segala apapun yang mendatangkan keramaian dilarang.

Situasi dan kondisi demikian sangat dimaklumi oleh para pedagang kecil. Masyarakat tentu saja lebih mempertimbangkan keselamatan diri agar terhindar dari bahaya kematian. Informan pun menyikapi larangan tersebut dengan kooperatif seperti yang dituturkan oleh U berikut “Adanya larangan dari pemerintah untuk mencegah penularan Korona dan warga harus menaati agar selamat. Makanya tetap mematuhi semua aturan yang dibuat pemerintah supaya kita tidak terjangkau virus Korona ini” (Wawancara Informan, 2020). Dengan demikian, ada proses pendisiplinan diri --meminjam konsep Michel Foucault--yang dilakukan oleh informan. Para pedagang kecil rela menjalani semua protokol kesehatan penanganan Covid-19 untuk keselamatan diri sendiri dan orang lain. Pada konteks ini, pandemi telah mengubah pengalaman hidup pedagang es campur, gorengan, jenang, cilok, dan mie ayam yang menjadi informan penelitian kecil ini. Kenormalan baru yang didengungkan pemerintah memaksa mereka untuk menyesuaikan diri. Alhasil, ada banyak transformasi yang dialami warga yang salah satunya adalah memilih berdamai dengan Korona.

Novri Susan --Sosiolog Universitas Airlangga Surabaya dalam *UGM Talks #3*, 2020--membaca fakta pembuatan protokol kesehatan oleh pemerintah bertujuan untuk menciptakan kesadaran masyarakat. Proses transformasi yang diupayakan bersama akan membentuk kenormalan baru. *New normal* merupakan suatu proses konstruksi sosial yang mau tidak mau harus dilakukan oleh kita semua. Ada perubahan norma

(umum dan khusus) dalam hidup, baik di konteks bermasyarakat, berbangsa, dan level pemerintah. Semua norma yang ada bekerja di dalam arena yang berbeda-beda, yaitu di ranah pemerintah, industri, keluarga, dan kependidikan. Menurutnya, dialektika antara masyarakat sipil dan negara terwujud akibat pandemi ini.

Informasi tentang gejala virus Korona, penyebaran, dan pencegahannya diketahui oleh informan dari banyak pintu. Para pedagang kecil mendapatkan pengetahuan dari pemberitaan di media televisi, media cetak, internet, dan media sosial seperti penjelasan P: “Segala sesuatu jadi terbatas dan menakutkan terlebih dengan berita-berita yang beredar di televisi dan internet” (Wawancara Informan, 2020). Oleh sebab itu, ada wacana yang berkembang terkait Korona di kalangan kelompok bawah (pedagang kecil), antara lain: virus Korona dipahami sebagai penyakit yang membingungkan karena tanda-tandanya tidak jelas, diartikan membahayakan karena penularannya terkadang tanpa gejala, dimaknai menakutkan karena memberikan berbagai efek samping yang mengerikan, dan dikatakan memprihatinkan karena setiap orang yang sakit atau meninggal dicurigai terinfeksi Korona. Bahkan, pasien harus menerima perlakuan diasingkan dan pemakaman korban Korona ditolak warga (Wawancara dengan Informan, 2020). Gencarnya pemberitaan Korona di media konvensional maupun media baru dirasakan oleh para pedagang kecil seperti berada dalam situasi yang gawat, panik, dan heboh. Di sisi lain, kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin akrab dengan media dan teknologi komunikasi.

Irwan Abdullah (2020) memperjelas fakta tersebut bahwa *new normal* harus didefinisikan secara seksama. Beliau mengartikan *new normal* dengan *new (up) normality*. Artinya, normalitas yang *upstream* tidak lagi *mainstream* karena hidup kita terinstrumentalisasi. Normal yang dimaksudkan adalah kenormalan yang lebih meningkat. Kehidupan yang dijalani masyarakat berada di atas kenormalan dengan kesiapan-kesiapan baru. Akan ada upaya-upaya untuk mengubah situasi krisis dari *looser* ke *winner* yang membutuhkan energi nasional. Masyarakat akan menjadi lebih maju dan ikatan sosial tertantang agar lebih kuat. Oleh karena itu, entitas ini harus berdampingan dengan kekuatan negara dalam rangka membangun kekuatan masyarakat di masa pandemi yang membutuhkan pemahaman-pemahaman. Wabah Covid-19 bisa menjadi ukuran seberapa kuat daya tahan warga negara Indonesia yang pondasinya adalah kebudayaan.

Najib Azca (dalam *UGM Talks #3*, 2020) menambahkan bahwa krisis Covid-19 merupakan momentum transformasi besar dengan syarat-syarat yang ketat. Krisis selalu menghasilkan problem dan tantangan baru serta kesempatan untuk melakukan transformasi besar dengan membangun budaya baru dan disiplin baru. Kenormalan kita tereduksi sehingga menghasilkan yang baru. Kita semua sedang diuji oleh Tuhan dan alam untuk menjadi lebih besar dan maju. Ada kedisiplinan dalam membangun budaya baru. Melalui Covid-19, kita dipaksa oleh realitas sosial untuk beradaptasi. Normal baru yang terjadi di level masyarakat atau warga membuat mereka harus menyesuaikan, merespon, dan mengubah tata cara hidup dengan situasi pandemi yang tentu berbeda-beda situasi dan kondisinya di masing-masing tempat. Oleh karena itu, kolaborasi menjadi kata kunci penting karena kondisinya sangat bervariasi di level masing-masing.

Pada kasus ini, para pedagang kecil sepakat bahwa Korona adalah suatu bentuk ujian bagi manusia yang hidup untuk mengingatkan umat agar selalu menjaga kebersihan, tidak kufur, rajin berdoa, dan memohon pertolongan-Nya (Wawancara Informan, 2020). Dari segala kerugian yang diterima, ada hal-hal positif yang juga didapatkan dan membawa keberkahan tersendiri bagi “pejuang uang recehan”. Pandemi tidak harus diratapi dengan kesedihan dan keduakaan yang berlarut-larut. Semangat mereka melawan virus dengan kemampuan yang dimiliki menjadi energi untuk bertahan hidup di masa pandemi. Cerita yang penuh inspirasi dari informan bisa dijadikan pelajaran dan renungan bagi kita yang masih diberikan nikmat dan kemudahan dalam menjalani kehidupan di tengah badai Covid-19. Selanjutnya, penulis akan menjelaskan tiga bentuk transformasi yang terjadi, yaitu ranah pengetahuan, tata nilai, dan pola perilaku.

Perubahan Kebudayaan dalam Tataran Pengetahuan

Novrie Susan (dalam *UGM Talks #3*, 2020) mengatakan bahwa ketaatan terhadap norma --dalam studi fenomenologi--dimulai dari struktur pengetahuan dan struktur kesadaran yang mana ketaatan bisa menciptakan keselamatan. Pandemi Covid-19 membawa para pedagang kecil pada perubahan pengetahuannya. Mereka yang sebelumnya tidak begitu peduli dengan masalah kesehatan dan kebersihan menjadi sangat perhatian. Artinya, ada perubahan kesadaran menghadapi hal-hal yang baru. Budaya baru yang dimaksudkan sudah pasti berhubungan

dengan kebijakan dalam bidang kesehatan serta teknologi informasi dan komunikasi.

Informan juga mengakui bahwa ada kesadaran untuk selalu mematuhi aturan yang ditetapkan pemerintah dengan penuh tanggungjawab. Proses penyadaran yang dilakukan oleh informan diwujudkan dengan menjaga kebersihan diri dan lingkungan tempat tinggal, sering mencuci tangan dengan sabun, menerapkan pola hidup bersih, rajin olah raga, makan sehat secara teratur, isolasi mandiri, mengonsumsi vitamin C, memakai masker jika keluar rumah, tidak menerima tamu dari daerah lain, tidak berkumpul, tidak berpergian jauh, selalu menjaga jarak, dan menjauhi tempat-tempat keramaian. Salah satu konsep penting dari teori sikap berdasarkan penelitian Nancy C. M. Harstock dan Donna Haraway yang menjelaskan keadaan yang dialami para pedagang kecil sebagai pengetahuan tersituasi (*situated knowledge*) yang berarti bahwa pengetahuan setiap orang didasarkan pada konteks dan keadaan. Konsep Haraway menyiratkan bahwa pengetahuan bersifat ganda dan tersituasi di dalam pengalaman. Pengetahuan tersituasi mengingatkan pada kita bahwa apa yang kita ketahui dan lakukan tidak berasal dari alam, melainkan merupakan hasil pembelajaran dari pengalaman-pengalaman kita (West dan Turner, 2013: 185-186).

Para pedagang kecil meyakini bahwa Korona bisa disembuhkan dengan cara mengikuti semua anjuran pemerintah dan protokol kesehatan yang terkait upaya pencegahan penyebaran virus. Informan berusaha agar tidak tertular dengan cara berpikir rileks dan menyikapinya dengan santai. Mereka lebih berfokus pada bagaimana harus bertahan hidup dan mendapatkan uang agar bisa tetap makan. Meskipun kondisi pandemi dirasakan sangat merepotkan, mereka tetap melakukannya demi kesehatan diri sendiri dan menjaga keluarga serta orang lain agar terhindar dari virus (Wawancara Informan, 2020). Pada konteks ini, ada kerelaan baru untuk menyelamatkan orang lain dari penularan. Para pedagang kecil yang mempunyai kesadaran untuk tidak keluar rumah dimaknai oleh Irwan Abdullah (dalam *UGM Talks #3*, 2020) sebenarnya bukan untuk dirinya, tetapi demi kemanusiaan dan sistem yang lebih besar.

Fakta-fakta perubahan yang dialami oleh para pedagang kecil mempertegas pendapat beliau bahwa ada perubahan kebudayaan akibat pandemi global, yaitu perkembangan budaya yang menunjukkan

suatu kemajuan dalam peradaban manusia. Wabah menjadi ukuran perkembangan peradaban umat manusia. Kebijakan yang ditunjukkan oleh para pedagang kecil harus dimiliki secara bersama sebagai kecerdasan kolektif di lingkungan masing-masing. Hal ini bisa membantu pemerintah untuk menyelamatkan 267 juta jiwa penduduk Indonesia lainnya. Jangan sampai seluruh bangsa ini sakit. Oleh karena itu, diperlukan kekuatan semua elemen Indonesia untuk menjadi sebuah orkestra yang kuncinya adalah kerelaan.

Corona Virus Disease 2019 bukan masalah kesehatan, tetapi masalah kebudayaan. Persoalan Covid-19 menjadi pernyataan kebudayaan, yaitu tentang berlaku atau tidaknya mekanisme kultural dan memaksakan adaptasi kultural dalam suatu masyarakat. Kemampuan suatu masyarakat (bangsa) menjalaninya sangat ditentukan bukan oleh kemampuan-kemampuan sistem medis dan kemampuan negara, tetapi oleh berlaku tidaknya suatu mekanisme kultural dalam masyarakat. Ancaman wabah merupakan ancaman peradaban umat manusia (kemanusiaan) yang membawa risiko pada status *man (human) kind*. Covid-19 dapat menjadi preseden dari tradisi baru dalam berperikemanusiaan dan berkebudayaan. Masa depan tidak pernah kembali seperti normalitas masa lalu. Masa depan adalah babak sejarah baru kehidupan umat manusia (Abdullah, 2020).

Nilai-Nilai yang Dipertahankan dan Dimunculkan

Masa pandemi yang memaksa kita bertransformasi berimplikasi pada bertahannya nilai-nilai lama dan munculnya nilai-nilai baru. Dalam hal ini, ada kegiatan yang berhenti dan masih dijalankan oleh para pedagang kecil. Kegiatan sehari-hari yang tidak berubah antara lain olah raga, berinteraksi dengan tetangga, menjaga keamanan lingkungan, dan aktivitas perekonomian untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Semua mereka lakukan dengan tetap waspada dan menjaga kebersihan diri serta lingkungan. Pemakaian masker juga menjadi syarat utama. Di sisi lain, beberapa kegiatan sosial kemasyarakatan dan keagamaan --seperti pengajian, tahlilan, PKK, arisan--ditiadakan sementara.

Ada beberapa nilai yang muncul di kalangan pedagang kecil, antara lain empati, simpati, dan solidaritas kepada tetangga sekitar tempat tinggal, saudara, kerabat, serta adanya kecerdasan dalam menjaga kebersihan dan kesehatan diri. Nilai keimanan dan ketakwaan juga

muncul dalam bentuk keinginan untuk lebih mendekatkan diri kepada Tuhan. Nilai-nilai kesabaran mengalami peningkatan akibat dari kondisi ekonomi yang tidak stabil, sebagaimana keyakinan informan U bahwa Korona pasti berlalu. Sikap pasrah dan tidak berdaya dilawan dengan nilai-nilai kepatuhan karena menyandarkan fakta bahwa musibah Korona sangat merugikan banyak orang yang dengan penuh keyakinan harus bisa dihentikan. Perubahan nilai yang paling dirasakan adalah ikatan keluarga yang semakin kuat karena tersedia banyak waktu bersama keluarga di rumah, meskipun anak-anak merasa bosan karena tidak bisa bermain dan belajar bersama teman di sekolah.

Nilai kepedulian sosial meningkat dengan munculnya banyak aksi empati dari warga dan Pemerintah Kota Kediri. Kebijakan pemerintah setempat untuk membantu warga yang terdampak Korona diwujudkan dengan pemberian bantuan sosial. Hal ini terlihat dari diluncurkannya kartu sahabat yang bernilai uang Rp200.000,00 dan beras 10 kg yang diterima oleh para pedagang kecil. Informan merasa sangat terbantu dengan adanya kebijakan tersebut, selain penyediaan fasilitas tempat cuci tangan di tempat umum, keringanan pembayaran PLN, dan penangguhan pajak. Mereka menyimpulkan bahwa pemerintah sudah membantu masyarakat yang membutuhkan. Usaha maksimal yang dilakukan oleh pemerintah dirasakan sedikit mengurangi beban para pedagang kecil. Pemerintah setempat dinilai sudah cepat dan tanggap dalam penanganan wabah Korona, seperti yang dituturkan oleh M: “Iya sudah ditangani cepat, karena begitu ditemukan pasien Covid-19, pemerintah segera melakukan tindakan dengan mengamankan pasien ke rumah sakit yang ditunjuk atau tempat isolasi”. Informan U juga mengatakan bahwa pemerintah mengantisipasi secara dini pencegahan penyebaran virus yang mematikan ini.

Fakta transformasi di balik pandemi Covid-19 dimaknai oleh Guru Besar Antropologi UGM Yogyakarta --Prof. Dr. Irwan Abdullah-- sebagai prakondisi atas sikap peduli, kebersihan, ikatan yang menguat, kembalinya institusi keluarga, adanya peraturan baru (SOP, protokol). Wabah dalam sejarah merupakan pernyataan tentang “ketergantungan manusia” (tentang keberadaan *supra power*) pada kekuatan di luar manusia. Wabah merupakan sumber kecerdasan yang dapat meningkatkan *preparedness* manusia untuk menjamin keberlangsungan peradaban umat manusia. Nilai-nilai dan ikatan lama --antara murid

dengan guru; buruh-majikan; pemimpin dengan pengikut--menjadi berubah serta hubungan antar manusia mengalami intensifikasi.

Pola Perilaku Baru yang Tercipta

Dari pengalaman para pedagang kecil menjalani kehidupan selama pandemi, diketahui adanya kreativitas yang dilakukan agar tetap eksis, sebagaimana dijelaskan oleh informan P: “Pekerjaan terbatas, pendapatan sangat menurun, bahkan kurang. Pengeluaran lebih besar dari pendapatan. Jualan bubur jadi sepi, jadinya diganti jualan krupuk. Kalau tidak diputar begitu, ya bingung karena terbiasa dagang”. Pernyataan ini menunjukkan realita bahwa Covid-19 telah membuat informan harus berpikir kreatif agar tetap mendapatkan penghasilan selama wabah terjadi. Pada konteks ini, perilaku para pedagang kecil ada yang berbeda dari sebelumnya. Mereka menginginkan kehidupan yang normal kembali sehingga mencoba berpikir optimis. Pada titik ini, keberlangsungan kehidupan di masa krisis disambut dengan semangat dan tetap berusaha memperoleh pendapatan dari pintu-pintu yang lain. Fakta ini sebagai bentuk *new creativity*, yaitu kesempatan dalam kesempatan (Abdullah, 2020).

Pola-pola baru yang berubah --yaitu kegiatan perekonomian--dilakukan dalam rangka pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Para pedagang kecil tetap beraktivitas normal dengan mematuhi protokol kesehatan. Informan --sebagaimana yang dijelaskan oleh P dan U--memutuskan untuk lebih menjaga kebersihan diri dan lingkungan, hidup lebih hemat agar kelangsungan hidup tetap berlangsung, beraktivitas ekonomi seperti biasa dalam kehati-hatian penuh. Sewell (2004) menyatakan bahwa *culture as creativity or agency* yang menunjukkan bahwa perubahan budaya dipengaruhi oleh tindakan sosial yang meluas sebagai akibat dari adanya struktur sosial dan ekonomi.

Irwan Abdullah (2020) menjelaskan bahwa Covid-19 sebagai preseden “*new practice*” dalam kehidupan manusia. Muncul kesadaran baru tentang kemungkinan baru dan hidup umat manusia (*work from home*). Keabsahan baru dalam hidup umat manusia, yaitu warung *online* dan *tourism ways of doing tourism*. Semuanya hadir dengan cara mengubah struktur perilaku dalam kehidupan sosial masyarakat (cara hidup baru). Pada prinsipnya, wabah merupakan suatu momentum historis di mana perubahan besar sedang dan akan terjadi dalam kehidupan mendatang.

Kepala Pusat Studi Keamanan dan Perdamaian Universitas Gadjah Mada (PSKP UGM), Muhammad Najib Azca, menambahkan bahwa produktivitas publik harus digerakkan untuk menyikapi pandemi yang kita tidak tahu sampai kapan berakhirnya. Berfokus pada bagaimana masing-masing kita bisa merespon dan menyesuaikan diri. Ada pola-pola respon yang mengikuti protokol-protokol Covid-19 dan ada kelompok lain yang memiliki sumber otoritas yang lain, seperti otoritas kebudayaan. Syarat normal baru adalah transformasi yang terkendali, jangan malah membuka eskalasi pandemi. Harus ada sinergisitas di level warga dan pemerintah. Masyarakat Indonesia yang bercorak komunal dan guyub seharusnya tidak menjadi masalah dalam situasi pandemi ini.

Daftar Referensi:

- Abdullah, I. (2020). New (Up)Normality: Perubahan Kebudayaan Pasca Pandemi Global. Makalah dalam Webinar *Nilai dan Aksi Empati Cros Cultural*, tanggal 21 Mei 2020 oleh Universitas Negeri Padang.
- Abdullah, I. (2020). Menyiapkan Kenormalan Baru Pascapandemi Covid-19: Kelahiran Interaksi Sosial dan Budaya Baru, dalam *Channel UGM Talks #3*, tanggal 29 Mei 2020. Yogyakarta.
- Sewell, W. H. (2004). The concept (s) of culture. In *Practicing history*. Routledge.
- West, R. & Turner, L. H. (2013). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi Edisi Jilid 2*. Jakarta: Salemba Humanika.

***Goal Setting* Bisnis Kecil Terdampak Pandemi Covid-19**

Veny Ari Sejati

Pendahuluan

Bisnis harus mengikuti perubahan lingkungan dan teknologi. Perusahaan maupun orang bisnis juga harus mengikuti perubahan tersebut, karena jika tidak beradaptasi akan dapat mengakibatkan kegagalan. Saat ini terjadi pandemi Covid-19 yang mengakibatkan perubahan tatanan perekonomian nasional. Banyak bisnis kecil yang terdampak pandemi tersebut.

Salah satu bisnis kecil yang terdampak pandemi adalah bisnis kecil saya yaitu: dealer Suzuki Magetan, berdiri pada bulan Februari 2008, bergerak dibidang perdagangan sepeda motor Suzuki yang berlokasi di MT. Haryono, Magetan, Jawa Timur, dan lokasi outlet di Padangan, Bojonegoro, Jawa Timur (*Facebook*: Suzuki Magetan / @Mysuzukimagetan / email : suzukimagetan@gmail.com), *spare-part* (*Facebook/Instagram*: @rayasuzukipart), dan layanan servis Suzuki roda dua. Selain itu, bisnis kecil saya Bengkel Raya (layanan jasa perbaikan semua type motor), jual beli mobil bekas, dan jasa transportasi (*Facebook*: @SuzukiMagetanTrans, email : esuzukimagetan@gmail.com) yang berlokasi di Purwosari, Magetan, Jawa Timur, juga terkena dampak pandemi Covid-19.

Keseluruhan tersebut terkena dampak pandemi Covid-19. Mengapa terkena dampak? Berdasarkan wawancara langsung kepada konsumen yang menunda pembelian sepeda motor, di masa pandemi mereka menekan pengeluaran uang selain untuk kebutuhan yang tidak bisa ditunda, seperti makanan. Selain itu, di masa pandemi perusahaan leasing memberikan kredit secara ketat, hanya memberi kredit kepada pegawai negeri sipil (PNS) atau pegawai swasta tetap yang telah bekerja minimal 1 tahun dengan minimal uang muka melebihi 10 persen, dan mengikuti syarat tertentu. Sejumlah Bank menghentikan pemberian kredit kepada nasabah, bahkan kantor Pegadaian pun tidak memberikan kredit untuk pembelian kendaraan baru.

Himbauan pemerintah untuk tidak bepergian, tidak melakukan aktivitas bergerombol, menutup tempat wisata, hingga menutup kota dan desa, mengakibatkan jasa sewa transportasi ELF Suzuki Magetan Trans sempat berhenti beroperasi.

Masyarakat pun enggan pergi ke bengkel untuk perawatan atau perbaikan sepeda motor kecuali dalam keadaan terpaksa, dikarenakan mereka lebih mengutamakan kebutuhan primer daripada mengurus sepeda motor, apalagi di masa pandemi jarang ada aktivitas di luar rumah menggunakan sepeda motor karena pemberlakuan shift kerja, sekolah melakukan kegiatan belajar mengajar di rumah, dll.

Dengan kondisi tersebut muncul pertanyaan bagaimana *goal setting* bisnis kecil terdampak pandemi Covid-19? Selain itu, diharapkan artikel ini dapat bermanfaat bagi pemilik bisnis kecil yang ada di Indonesia.

Pembahasan

Leadership Skill

Sikap kepemimpinan yang prima sangat dibutuhkan dalam mengatur atau mengelola jalannya perusahaan agar memiliki kinerja yang prima, terutama pada masa pandemi Covid-19 saat ini. Menurut Suzuki leadership standard, layanan Prima, sikap kepemimpinan Suzuki yang prima adalah sikap yang membangun dan berperilaku mewakili citra baik Suzuki, mengelola dan mengayomi seluruh karyawan, membangun hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan, serta memimpin untuk membangun kesejahteraan bagi semua kepentingan Suzuki (Indomobil Niaga International, Suzuki Leadership Standards, 2000).

Sejak awal bisnis kecil saya berdiri, saya menerapkan *Suzuki leadership standards* tersebut, baik untuk penjualan motor roda dua dan perlengkapannya maupun bisnis kecil saya dibidang jasa transportasi. *Leadership skill* mendasar yang harus dimiliki oleh seorang pimpinan perusahaan meliputi : mampu membuat *job description*, *goal setting*, *data analysis*, *action plan*, *motivation/ influencing others*, komunikasi, dan *result oriented*.

Goal Setting

Dalam kaitannya sebagai seorang pemimpin dalam Suzuki harus memiliki standard-standard kepemimpinan yang salah satunya adalah

mampu membuat *goal setting*. *Goals* yang efektif menurut Indomobil Niaga Internasional (2000) adalah spesifik / terfokus, mempunyai jangka waktu tertentu, dirumuskan dengan cara partisipatif, mengikutsertakan *goal setting* sebelumnya untuk perbandingan, mengetahui factor-faktor terkait dengan *goal setting* (Nurchayati, 2019). Format *goal setting* berisi tabel berisi nomor, *subject*, *strategy*, *due date*. *Goal setting* lalu dijabarkan ke dalam *action plan* yang ter-break down per-bulan / per-periode. *Action Plan* adalah rencana kegiatan yang akan dilakukan di setiap *goal setting* yang telah dilakukan. Dengan demikian, *action plan* lebih kepada penjadwalan rencana kerja yang lebih detail dari *goal setting* dari suatu project tertentu.

Untuk mencapai *goal setting*, saya melihat factor berikut ini:

1. Pendapatan per-kapita di daerah wilayah Magetan, Ngawi, Ponorogo, dan Kab. Bojonegoro, tingkat pertumbuhan dan pendapatan penduduk, terutama yang berada dalam kelas social ekonomi C dan B,
2. Mata pencaharian utama penduduk di masing-masing daerah yang spesifik. Mata pencaharian penduduk masing-masing daerah tersebut berbeda. Kabupaten Magetan merupakan daerah yang subur di lereng gunung lawu, sehingga mata pencaharian penduduknya adalah bertani. Demikian pula di kabupaten Ngawi dan kabupaten Ponorogo. Sedangkan mata pencaharian penduduk Kabupaten Bojonegoro adalah pedagang.
3. Tingkat pertumbuhan permintaan pasar (*Growth Demand*). Tingkat pertumbuhan permintaan pasar terhadap sepeda motor Suzuki di era pandemi Covid-19 di masing-masing wilayah tersebut mengalami kesamaan, yaitu penurunan berkisar 90 persen.
4. Masa produktif pendapatan daerah, seperti peristiwa penting / bersejarah, tahun ajaran baru, *peak productive*, dll. Pada masa pandemi Covid-19, aktivitas massa ditiadakan.

Adapun kerangka data yang saya gunakan untuk menentukan *goal setting* mengacu dari Suzuki Leadership Standard adalah:

1. Pertumbuhan pasar sepeda motor di wilayah Magetan, Ngawi, Ponorogo, dan Kab. Bojonegoro pada tahun 2019, sebelum pandemi mengalami kenaikan 10-20 persen atau stabil.

2. Pertumbuhan pasar motor Suzuki di wilayah tersebut
3. Pertumbuhan pasar selain Suzuki (competitor) di wilayah tersebut. Adapun competitor adalah Honda, Yamaha, Kawasaki, Vespa, Kymco, dll.
4. Data pencapaian penjualan dan alokasi unit pada tahun sebelumnya
5. Factor-faktor internal dan eksternal yang merupakan keunggulan (kekuatan), kelemahan, peluang, dan ancaman. Factor-faktor tersebut antara lain: *brand image* Suzuki, leasing, outlet, aktivitas promosi, aktivitas kompetitor, *sales campaign*, masa panen (masa *peak productive*).

Analisa SWOT memberikan gambaran yang jelas tentang situasi bisnis yang terkini dan strategi apa saja yang dibutuhkan untuk memaksimalkan *opportunities* (peluang) dan meminimalisasi ancaman dan kelemahan. Perangkat-perangkat data yang telah disebutkan diatas dapat dimasukkan sebagai variabel, apakah masuk sebagai *Strenght*, *Weakness*, *Opportunities* ataupun *Threats*. Data-data internal dimasukkan kedalam *strength* dan *weakness*, sedangkan data-data eksternal masuk sebagai *opportunities* dan *threats*.

Kerangka data tersebut sangat diperlukan untuk menentukan *goal setting* dan juga evaluasi-evaluasi penjualan. Dampak efektif dalam analisa data tersebut berguna untuk menyusun Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) tahunan.

Berikut ini adalah *goal setting* bisnis kecil saya secara ringkas di masa pandemi:

Suzuki Magetan (sales, service, spare-part) Magetan Trans	Bengkel Raya & Suzuki
Jl.MT Haryono No.07 Magetan Purwosari Magetan	Bandarsari Raya
Outlet : Prapatan Mbaru, Banjarjo,Padangan, Bojonegoro	
GOAL SETTING -PANDEMI COVID-19	
2020	
Main Priority 2020 (Pandemi Covid-19) : Pemasukan 240.000.000	
Supporting Strategy	

No	Subject	Strategy	Due Date
1	Program layanan Prima	- Mewajibkan karyawan melakukan pelayanan sesuai standard layanan Prima, dan mentaati sepenuhnya himbauan pemerintah tentang protocol kesehatan. - Pemberlakuan sistem shift/piket 1 orang perhari untuk mekanik dengan gaji menyesuaikan, - Pengemudi Suzuki Magetan Trans tidak ada perubahan jam dan hari kerja. - Pemberlakuan datang masuk kerja maksimal 2 minggu /bulan, berlaku untuk karyawan pemasar dengan gaji menyesuaikan. - Pemberlakuan demosi dengan pertimbangan tertentu - Jam dan hari operasional layanan tidak terikat. Konsumen bisa meminta pelayanan sesenggang dan senyaman waktu mereka dengan menggunakan media sosial.	Desember 2020
2	<i>Leasing</i>	- Pembayaran pembelian sepeda motor menggunakan kartu kredit - Memberikan fasilitas cash tempo maksimal kekurangan pelunasan dalam tempo 2 bulan atau maksimal Rp.3 juta	Desember 2020
3	Promosi	- Media sosial facebook, Instagram, blog, WA. Untuk penekanan anggaran, maka promosi berbayar ditiadakan. - Kanvas Selling, visiting, ditiadakan, dan dialihkan menggunakan media sosial	Desember 2020

4	<i>Sales Campaign</i>	- Produk diskon untuk pembelian spare part - Diskon jasa perbaikan motor sebanyak 5 persen hingga 70 persen - Potongan biaya sewa ELF 20 persen bagi masyarakat yang akan melakukan perjalanan menggunakan Suzuki Magetan Trans, dengan syarat harus mengikuti himbauan pemerintah tentang protocol kesehatan - Melayani pembelian <i>Suzuki Genuine Part</i> untuk pasar potensial motor Suzuki di negara Asia Tenggara dengan harga produk setara mata uang Indonesia Rupiah (IDR)	Desember 2020
5	<i>Claim Product</i>	- Menetapkan prosedur penanganan claim secara tuntas - Evaluasi klaim terhadap kerusakan	Claim akan dituntaskan maksimal dalam jangka waktu 2 minggu
6	Pengalihan fungsi jasa transportasi ELF	- Direncanakan akan menambah sebanyak 4 unit transportasi ELF, yang pada awalnya 4 unit, untuk angkutan karyawan proyek Pertamina TPI Jambaran	Desember 2020
7	Pelatihan Karyawan	- Pelatihan berkomunikasi menggunakan media sosial untuk kegiatan pemasaran - Melatih membiasakan diri menggunakan internet dalam berinteraksi dengan pelanggan	Juli 2020
8	Pelayanan Perbaikan Motor	- Melalui perjanjian - Pelayanan maksimal 5 unit motor per-hari - Pelanggan tidak diperbolehkan menunggu jika estimasi perbaikan memerlukan waktu lebih dari 1 jam - Layanan servis motor panggilan, dengan ketentuan minimal sejumlah 2 motor dan bisa berbagai type.	Desember 2020

9	Layanan Pembelian Sepeda Motor	- Berkas-berkas persyaratan pembelian motor seperti foto KTP dan KK asli, baik pembelian kredit maupun tunai, menggunakan media Whatsapp.	Desember 2020
---	--------------------------------	---	---------------

Tabel 1. *Goal Setting* Masa Pandemi Covid-19 Bisnis Kecil Dealer Suzuki Magetan, Bengkel Raya, dan Suzuki Magetan Trans

Kesimpulan

Goal setting bisnis kecil bisnis kecil dibidang penjualan otomotive roda dua dan perlengkapannya, serta jasa transportasi, saat ini harus mengikuti perubahan lingkungan yang terjadi yaitu masa pandemi Covid-19. *Goal Setting* harus dibuat cepat dan dijalankan agar perusahaan tidak mengalami krisis parah yang pada akhirnya tidak bisa bertahan. Adapun *subject goal setting* bisnis kecil di masa pandemi Covid-19 meliputi program layanan prima, *leasing*, promosi, *sales campaign*, *claim product*, pelatihan karyawan, pelayanan perbaikan motor, pengalihan fungsi jasa transportasi, pelayanan perbaikan motor, dan layanan pembelian motor.

Daftar Pustaka

- Indomobil Niaga International, P. (2000). *Suzuki Leadership Standards*. Jakarta: PT.Indomobil Niaga International.
- Nurchayati, Z. (2019). Analisis Diskriptif Standard Kepemimpinan Small Business Suzuki Magetan. *Sosial*, 64-67.

Perjuangan Melawan Makhluk Kecil Tak Kasat Mata bernama Covid-19 (Cerita warga dan mantan pasien Covid-19)

Novita Ika Purnamasari, Riski Damastuti

Pendahuluan

Sebelum *World of Organization* (WHO) mengumumkan Covid-19 sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional di awal Maret 2020, beberapa peneliti mengetahui, telah ada jenis corona (nama virus) yang menyerang manusia yakni *human-SARS-cov* atau hCov yang menyebabkan flu (Mishura & Natalie M. Linton, 2020). Akhir 2019, ditemukan jenis h-Cov baru yang memiliki dampak serius saat menyerang manusia yaitu 2019-nCov atau Sars-Cov-2, mutasi terbaru corona yang kemudian dikenal dengan nama Covid-19. Beberapa bulan terakhir, sejak pertama kali Presiden Joko Widodo mengumumkan dua pasien pertama positif covid-19 di Indonesia, *headline* pemberitaan senantiasa memuat perkembangan terbaru virus ini. Masyarakat dituntut melakukan perubahan dan beradaptasi dengan pola kebiasaan baru dengan mengutamakan protokol kesehatan.

Ketika tulisan ini kami buat, covid-19 telah menyerang 216 negara dengan 51.427 kasus terkonfirmasi di Indonesia.

Data Sebaran	
Global	
Negara	216
Terkonfirmasi	9.413.289
Meninggal	482.730
Update Terakhir: 26-06-2020 Sumber: WHO	
Indonesia	
Positif	51.427
Sembuh	21.333
Meninggal	2.683

Tabel 1.1 Data Sebaran Kasus Covid-19 di Dunia dan Indonesia

Dari data sebaran tersebut, Palangkaraya menduduki peringkat 14 atau 1,6% kasus dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) di posisi 21 dengan 0,6% dari total kasus di Indonesia. Tulisan ini melibatkan tiga informan yang berasal dari Palangkaraya dan DIY dengan komposisi 2 orang sebagai mantan pasien dan 1 orang sebagai perwakilan masyarakat yang salah satu anggotanya dinyatakan positif. Adanya *support system* atau dukungan dari berbagai pihak nyata-nyata memberikan kekuatan bagi pasien ditengah perjuangan melawan penyakit. Talcot Parson dalam teori strukturnya berpendapat bahwa dalam masyarakat sosial, sistem sosial hendaknya mampu menyesuaikan dengan diri dengan lingkungan dan dengan tuntutan transformasi pada setiap kondisi tindakan warga (*Adaptation*). Berikutnya, tindakan warga diarahkan untuk mencapai tujuan bersama (*Goal attainment*). Kemudian persyaratan lain adalah bahwa dalam interaksi antarwarga setidaknya harus ada suatu tingkat solidaritas, agar struktur dan sistem sosial berfungsi (*Integration*). Terakhir, sistem harus melengkapi, memelihara dan memperbaiki, baik motivasi individual maupun pola- pola kultural yang menciptakan dan menopang motivasi sosial (*Latency*). Fungsi dan sistem menurut Parsons merupakan sistem tindakan yang bekerja seperti organisme perilaku: sistem tindakan yang melaksanakan fungsi adaptasi dengan menyesuaikan diri dan mengubah lingkungan eksternal.

Dalam hal keterbukaan informasi, refleksi cerita-cerita ini mengingatkan pada konsep teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty theory*). Teori ini dikembangkan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese untuk menggambarkan hubungan antara tujuh faktor penting dalam proses pertukaran diadik yaitu komunikasi verbal, ekspresi afiliasi nonverbal, perilaku pencarian informasi, kedekatan, timbal balik atau pertukaran, kesamaan, dan kesukaan.

Di balik kecemasan masyarakat atas kemungkinan terjangkit covid-19, beberapa kisah kami bagikan dalam tulisan ini. Ketika virus kecil tak kasat mata tiba-tiba menyerang imun seseorang secara sadar, pengalaman menjadi pasien tanpa gejala hingga penuturan perwakilan warga yang salah satu tetangganya dinyatakan positif covid-19. Dari pengalaman yang didapat melalui kisah mantan pasien covid-19 serta masyarakat terdampak, kerjasama dan komunikasi pemerintah dan masyarakat sebagai pihak eksternal serta kondisi pasien berpengaruh dalam mendukung kesembuhan pasien. Demi mendukung kelengkapan

instrumen kamian, data diperoleh melalui telepon, *chatting* aplikasi *whatsapp* dan *google meet* dengan para informan.

Hati Gembira adalah Obat

Yuldi (Palangkaraya) tidak pernah berpikir, malam itu akan mengubah hidupnya. Saat hendak beristirahat setelah bekerja seharian di kantor sebuah dinas pemerintahan Palangkaraya, tiba-tiba ia merasakan nafasnya menjadi sesak. Dada nyeri dan tenggorokan berubah menjadi kering. Tanpa penyebab pasti, ia mulai batuk, batuk kering lebih tepatnya. Bersamaan dengan batuk, ia merasakan sakit yang begitu hebat di sekujur tulang belakang. Meskipun tidak memiliki riwayat penyakit dalam atau penyakit bawaan, Yuldi beruntung karena ada tabung oksigen yang dipersiapkan sejak awal untuk keluarganya manakala diperlukan tiba-tiba. Sambil menghirup oksigen, Yuldi menelfon dokter penyakit dalam rekanannya, menceritakan gejala yang baru saja ia rasakan. “Saya curiga itu gejala covid-19. Segera kamu ke rumah sakit, periksa ya”, kata dokter dari ujung telepon. Campur aduk perasaan Yuldi malam itu, ia pun beristirahat sambil terus dibantu pernafasan dari tabung oksigen. Tidak sedikitpun ia merasakan kenaikan suhu badan selain rasa sakit setiap kali batuk kering.

Hingga tulisan ini dibuat, Yuldi belum tahu darimana ia tertular covid-19. Ia mengaku, selama kasus covid-19 terjadi, protokol kesehatan sungguh dijalankan dengan tertib. Sebagai contoh, ia membawa *handsanitizer* sendiri, rajin mencuci tangan di air mengalir setiap kali selesai menerima berkas dari orang lain, memakai masker dan menjaga kebersihan. Sedikit curiga, ada kemungkinan virus tertular saat ia berada di area publik, mengingat beberapa hari sebelumnya, ia pergi ke pasar di samping bekerja di kantor.

Keesokan harinya, saat hendak makan, ia merasakan indera perasanya tidak mampu mencecap rasa makanan apapun. Yuldi pun segera pergi ke rumah sakit. Di sana ia melihat wajah-wajah tegang orang-orang yang ingin memeriksakan diri, seperti dirinya. Setelah melakukan pemeriksaan *rapid test*, Yuldi diminta pulang karena hasil pemeriksaan akan diinformasikan 3 hari kemudian. Di hari ke-3, pukul 21.00 WIB, suara lembut petugas rumah sakit Doris Sylvanus memecahkan rasa penasaran ditengah derita sakit yang dirasakan Yuldi. “Mas, hasilnya sudah keluar, Mas Yuldi reaktif covid-19. Dirawat ya Mas, menunggu ketersediaan ruang dan informasi dari kami”, ujar petugas rumah sakit dengan ramah.

Dibesarkan dalam lingkungan keluarga dengan komunikasi terbuka membuat Yuldi tanpa ragu mengabarkan hasil tersebut pada keluarga. Hal pertama yang dilakukan adalah isolasi mandiri di rumah, sementara bapak dan keponakan dipindahkan ke rumah keluarga lainnya. Setelah keluarga, orang ke-2 yang dihubungi Yuldi adalah pimpinan kantor. Yuldi berpikir, pimpinan perlu tahu sebab menyangkut kemungkinan tidak bekerja dalam jumlah hari yang belum pasti serta dengan kondisi yang Yuldi alami, kantor dapat disemprot desinfektan sebagai langkah preventif pencegahan penularan virus. Beruntung, pimpinan dan teman-teman kantor memberi semangat agar Yuldi segera diobati di rumah sakit. Selama diisolasi mandiri di rumah, setiap harinya pihak rumah sakit senantiasa memantau kondisi Yuldi melalui telepon. “Saya percaya Tuhan akan menolong, jadi tidak ada rasa takut sedikitpun”, ujar Yuldi. Untuk mencukupi kebutuhan makan sehari-hari, seringkali teman-teman dan keluarga mengirim dengan meletakkannya di teras rumah. Ketika mereka sudah pergi, Yuldi baru mengambil kantong plastic tersebut.

Hari yang ditunggu tiba, dengan keyakinan ia pasti sembuh, Yuldi melangkahkan kaki memasuki ruang perawatan. Di tempat lain, hasil pemeriksaan bapak dan keponakan yang tinggal serumah dengan Yuldi pun keluar. Keponakannya dinyatakan negatif sedangkan bapaknya dinyatakan reaktif. Ada rasa bersalah, sedih dan kecewa mendapati bapaknya yang berusia 88 tahun harus dirawat satu kamar bersamanya. “Ada rasa khawatir, sedih, bapak sudah tua. Namun kami saling menguatkan”, ungkap Yuldi dengan mata berkaca-kaca dan suara lirih. Matanya menerawang ke atas langit-langit kamar sambil sesekali tersenyum. Dorongan sembuh pun diberikan tanpa henti dari keluarga, teman-teman dan petugas medis rumah sakit selama masa penyembuhan.

Tidak sedikitpun ada rasa pesimis akan kesembuhan Yuldi dan bapaknya, mengingat mereka sadar bahwa tidak ada penyakit bawaan berbahaya yang berpeluang memperburuk kondisi. Setiap harinya, kedua pasien covid-19 ini berdoa memohon kekuatan dan kesembuhan. Pihak rumah sakit pun mencukupi segala kebutuhan, bahkan menyatukan setiap pasien dengan keluarganya. “Rumah sakit sepertinya sadar, psikologis berperan penting. Saat saya disatukan dengan bapak, ada rasa tenang, dan hal itu sungguh berarti”, Yuldi menjelaskan. Meskipun

demikian, selama lebih dari tiga minggu, seluruh pasien covid-19 dilarang keluar kamar isolasi sampai kondisi mereka dinyatakan negatif dan boleh diijinkan pulang.

Pentingnya dukungan dan kegembiraan yang bersumber pada diri sendiri dipertegas Yuldi dengan contoh ketika salah seorang pasien rumah sakit Doris mendapat julukan “Pak Lurah-nya Rumah Sakit”, karena sudah lebih dari 2 bulan dirawat dan belum sembuh. Yuldi menjelaskan kondisi pasien tersebut dipengaruhi karena rasa takut, *stress*, panik dan jiwa yang tidak tenang. Menurut pengakuan Yuldi, dalam kondisi pandemi di mana vaksin hingga saat ini belum ditemukan, obat-obat yang diberikan rumah sakit merupakan obat-obat “biasa” sebagaimana penyembuhan flu, mengurangi rasa nyeri, disamping suntikan anti-virus. Ia pun berpikir, jika dengan obat-obatan yang ada tersebut, ada pasien yang sembuh cepat dan sebaliknya, berarti faktor lain berperan dalam menstimulus kesuksesan pengobatan. “Hati yang gembira adalah obat, Mbak. Obat-obatan itu membantu, tapi obat paling berperan itu kondisi psikologis kita, hati”, ujar Yuldi sambil tersenyum. Baginya, penyakit ringan sekalipun jika psikologis penderita tidak tenang, dampaknya justru lebih berat. Saat psikologis pikiran pasien penuh keyakinan akan kuasa Tuhan, pasrah dan terus berusaha, pengobatan dijalani tertib dengan niat sembuh, hati menjadi tenang.

Ketenangan itu pula yang membuat tes SWAB yang harus dijalani dengan serangkaian vitamin dan obat-obatan berbuah hasil negatif hingga dinyatakan sembuh. Yuldi menyadari, covid-19 membuat dirinya menjadi semakin bersyukur dengan berkat Tuhan dan kekompakan yang semakin menyatukan baik dalam keluarga maupun teman-teman. Tidak sedikitpun ia atau keluarganya dikucilkan, namun justru diberikan semangat yang membuat hari-harinya selama lebih dari 24 hari dijalani dengan optimis dan tenang. Ia pun bersyukur karena pemerintah Palangkaraya memberikan perhatian besar bagi pasien covid-19 khususnya terkait biaya pengobatan yang digratiskan bagi pasien covid-19.

Covid-19 dan energi yang menguatkan

Bagi mantan pasien covid-19 bernama Ari (Yogyakarta), covid-19 seakan menjadi mimpi buruk ketika siang itu, hari libur yang seharusnya digunakan untuk berkumpul bersama keluarga justru dikejutkan dengan berita salah satu rekan kantornya positif covid-19. Telepon

genggamnya berbunyi, tertulis nomer telepon kantor. “Halo”, ucapnya. Sesaat ia tertegun mendengar bahwa hari itu juga seluruh pekerja kantor diwajibkan mengikuti *rapid test* yang diselenggarakan kantornya. Segera saja Ari berangkat dari rumahnya di daerah Sleman, Yogyakarta dan sesampainya di halaman kantor, tampak antrian rekan sesama pekerja menanti antrian pemeriksaan. Tiba giliran, Ari pun merasa tenang. Hal ini tidak lain karena kondisi badan yang dirasakan sehat, tidak sedikitpun merasa sakit. Selepas pemeriksaan selesai, ia pun kembali pulang dan diminta menanti hasil tes yang akan diumumkan segera setelah keluar.

Malam harinya telepon berdering. Dari sudut sambungan terdengar suara temannya yang mengabarkan bahwa hasil *rapid test* sudah keluar dan Mas Ari reaktif. Segera kunjungi rumah sakit covid-19 terdekat ya Mas. Sekarang isolasi mandiri juga”, ujar petugas pemeriksaan. Jantung serasa berhenti berdegub. Suara telepon yang baru saja diakhiri itu menjadi pukulan menyakitkan sekaligus mimpi buruk hari itu. “kenapa harus saya, Mbak?”, ujarinya kepada kami dengan suara bergetar. Hatinya hancur, pikirannya melayang menyadari nasib nyawa yang bisa jadi akan hilang begitu saja seiring virus yang sedang berkembang di tubuhnya. Ia menatap dua puterinya yang masih kecil, si sulung yang baru berusia 7 tahun dan bungsu yang baru genap 1 tahun. Ari pun mendekati isterinya dan mengatakan hasil pemeriksaan tersebut. Sesaat pasangan suami isteri ini pun menangis, terlebih isterinya yang seakan tidak ingin mendengar suaminya yang tampak sehat ternyata dinyatakan reaktif. Hari itu pun, Ari segera melakukan karantina mandiri di kamar, memisahkan diri dari isteri dan kedua anak. Selanjutnya Ari menyampaikan hasil tersebut pada anggota keluarga lainnya agar mereka waspada.

Esok harinya, isteri Ari mengunjungi rumah ketua RT untuk menyampaikan kondisi Ari yang sudah dinyatakan reaktif. “Saya bingung harus bagaimana, lewat isteri saya minta tolong Pak RT agar memberi tahu langkah selanjutnya yang dapat dilakukan dengan kondisi reaktif saat itu”, ujar Ari. Di saat bersamaan, berita Ari dinyatakan reaktif telah menyebar ke seluruh masyarakat. Tidak selang lama, telepon kembali berdering. Seorang dokter terkenal di daerah itu menelepon memastikan kondisinya dan kemudian lembar data dikirimkan melalui aplikasi *whatsapp* kepada Ari untuk dilengkapi. “Saya dipesan jangan ke mana-mana dan ikuti protokol kesehatan, gunakan masker, hindari kontak

dengan keluarga, saya patuhi. Kata dokter kalau tidak ada komando dari beliau maka saya dilarang melakukan tindakan apapun”, Ari menambahkan.

Saat itu, rumah sakit rujukan covid-19 di daerah tempat Ari berdomisili menyatakan ruang perawatan penuh, sehingga dalam beberapa hari selanjutnya Ari belum bisa dirawat. Meskipun demikian, baik pihak rumah sakit maupun dokter setiap saat menelfon menanyakan perkembangan kesehatan Ari. Menurutnya, perhatian tenaga medis ini sungguh terasa hangat dan menguatkan. Jumat, 8 Mei, dokter yang sama kembali menelfon meminta Ari ke rumah sakit covid-19 dengan membawa keperluan secukupnya karena ruang perawatan dan pemeriksaan lanjutan akan segera dilakukan. Dengan suara bergetar dan tanpa kontak langsung, Ari berpamitan pada puteri sulungnya dan berkata “Kak, ayah mau berobat dulu. Doakan ayah segera sembuh dan sehat”, ungkapnya. Ia pun mengendarai motor seorang diri, diikuti kakaknya yang berboncengan dengan tetangga untuk mengawal Ari sampai ke rumah sakit.

Sesampainya di rumah sakit covid-19, Ari diminta menempati kamar bersama dua orang temannya, sesama pekerja kantor yang berdomisili di daerah yang sama. Ketiga orang ini diminta menjalani tes SWAB, berganti pakaian dengan baju layaknya pasien biasa sambil diperiksa dan diberikan vitamin selama masa penantian hasil SWAB. Ada rasa bahagia karena tinggal satu kamar dengan rekannya berarti memungkinkan mereka tetap dapat bercengkrama, fasilitas kamar yang baik menambah kenyamanan. Namun, disisi lain penggunaan kamar mandi bersama bagi tiga orang yang belum jelas hasil pemeriksaan lanjutan ini tentunya menimbulkan rasa was-was kemungkinan tertular dari masing-masing pasien. Hasil SWAB keluar, dua orang dinyatakan negatif dan diijinkan pulang, namun Ari positif. Hal ini berarti Ari adalah OTG yang harus menempati ruangan perawatan sendiri, bersabar berjuang untuk kesembuhan diri agar dapat segera bertemu keluarga.

Orang Tanpa Gejala (OTG) diartikan sebagai mereka yang tidak bergejala dan memiliki resiko tertular dari orang yang terkonfirmasi positif covid-19 tapi memiliki kontak erat (Shalihah, 2020). Sehingga kemudian, OTG akan merasa sehat meskipun dalam tubuhnya terdapat virus reaktif. Selama lebih dari 3 pekan, Ari melewati proses penyembuhan di rumah sakit. Tak henti-hentinya dukungan diberikan

oleh masyarakat dan keluarga melalui grup *whatsapp* . Dokter pun berpesan, sedapat mungkin Ari meminimalisir akses informasi terkait perkembangan kasus covid-19 di Indonesia dan berita seputar kondisi kantor tempat ia bekerja. Pertimbangan ini didasarkan pada kemungkinan pasien covid-19 akan semakin merasa tertekan ketika mengetahui pemberitaan media yang beraneka macam serta data dan argumentasi subjektif yang berpengaruh pada kesehatan mental pasien. Meskipun demikian, rasa penasaran tentu saja berkecamuk dalam hati. Sesekali Ari melihat perkembangan data terbaru pasien covid-19 yang dikirim di grup *whatsapp* kemudian menghapusnya. “saya khawatir kalau membaca berita lama-lama, nanti saya stress. Karena mental saya dalam kondisi saat di rawat harus dijaga”, Ari menjelaskan.

Tiga kali tes SWAB dan dua kali dinyatakan negatif membuat Ari akhirnya diijinkan pulang. Rasa gembira pun tak bisa dibendung, ia lalu menghubungi keluarga dan dokter yang sejak awal merawat. Di luar dugaan, pengurus desa setempat bersama keluarga bersama-sama menjemput Ari di rumah sakit covid-19. Di antara rasa haru, terselip perasaan kaget mengingat biasanya mantan pasien covid-19 dianjurkan pulang sendiri dengan tujuan menghindari kontak fisik dengan orang banyak. Sebagai informasi, meskipun telah dinyatakan sembuh, mantan pasien covid-19 akan tetap diminta melakukan karantina mandiri selama 14 hari terhitung sejak hari terakhir ia diijinkan pulang. Kondisi ini pun yang dilakukan Yuldi dalam kisah mantan covid-19 yang harus mematuhi jaga jarak dan karantina selepas sembuh.

Menjemput mantan pasien covid-19 hingga tiga mobil, menurut kami tidak sepenuhnya tepat. Sebab, meskipun mantan pasien covid-19 sudah dinyatakan sehat, peluang tertular justru bisa timbul dari orang-orang yang berinteraksi dengannya. Bersatunya pejabat desa yang diselimuti euphoria serta kebahagiaan menyambut warganya telah selamat dari bahaya virus covid-19 harusnya tidak perlu dilakukan dengan penjemputan ke rumah sakit terkait. Meskipun demikian, tindakan penjemputan tersebut di lain pihak membawa pesan sosial bahwa mantan pasien covid-19 hendaknya tidak dijaui atau dikucilkan.

Penyambutan dan pengalungan bunga pun ternyata dipersiapkan masyarakat sekitar tempat tinggal Ari. Masyarakat baik tua maupun muda, dengan tetap menjaga jarak dan peduli protokol kesehatan, bersorak ketika mobil yang membawa Ari memasuki barisan kerumunan.

Ari yang tidak pernah menyangka akan mendapatkan kejutan seperti itu menangis haru. Ia pun bersyukur, meski di awal beredarnya kabar dirinya reaktif virus covid-19 membuat sebagian orang mengucilkan keluarganya, nyatanya setelah seluruh keluarga melakukan rapid test dan dinyatakan negative, masyarakat kembali memberikan semangat pada keluarga Ari.

Salah seorang penduduk bernama Dika yang tinggal tidak jauh dari rumah Ari mengatakan, pengalaman Ari menyatukan masyarakat untuk kompak dalam menyebarkan informasi kesehatan sekaligus mengingatkan masyarakat untuk tidak mengucilkan pasien covid-19 beserta keluarganya. Menurutnya, peran *opinion leader* dalam sebuah struktur masyarakat yang dalam hal ini dipegang oleh Ketua RT setempat memainkan peranan penting dalam mengurangi kepanikan warga. Ketua RT senantiasa mengajak warga untuk terus memberikan semangat pada Ari dan keluarga, bahkan menyambut kedatangan Ari dengan rangkaian bunga. Menurut Dika, hal ini dilakukan agar mantan pasien covid-19 kembali nyaman ketika berinteraksi dengan masyarakat.

Dika pun tidak memungkiri, di awal kejadian beberapa warga merasa panik dan ketakutan. Namun, melalui diskusi dalam grup-grup *whatsapp* desa, masing-masing warga saling mengedukasi informasi dari sumber-sumber kredibel. Pendampingan pada warga berusia lanjut pun dilakukan dengan pendekatan personal dan teguran ramah untuk tetap peduli protokol kesehatan. Dika berucap, kasus Ari yang merupakan pasien 1 di daerahnya membawa satu energi baru yaitu tumbuhnya kekuatan dalam diri masyarakat untuk bekerjasama memberikan dukungan serta menyadarkan pentingnya penerapan protokol kesehatan.

Dukungan Sosial dan Berkembangnya Sistem Solidaritas Sosial

Kisah Yuldy dan Ari memiliki keunikannya masing – masing. Ari merupakan salah satu korban Covid 19 dari klaster yang cukup ramai dibicarakan, yakni klaster Indogrosir. Informasi mengenai Klaster Indogrosir sempat menggemparkan masyarakat Yogyakarta pada bulan Mei 2020 karena Indogrosir merupakan salah satu swalayan yang cukup ramai dikunjungi. Berbeda dengan Ari, Yuldy merupakan korban Covid 19 yang tidak mengetahui waktu dan asal penularannya. Namun dari kisah – kisah yang mereka tuturkan, kami sepakat bahwa keduanya memiliki dukungan sosial yang besar dan semangat positif selama proses penyembuhan, hingga akhirnya mereka disebut *covid survivor*.

Mengacu pada konsep Emile Durkheim bahwa fakta sosial merupakan sebuah gejala yang berada diluar individu dan memaksa individu untuk tunduk dibawahnya, maka kami melihat pandemi Covid 19 sebagai sebuah fakta sosial yang sedang dihadapi masyarakat. Covid 19 dianggap sebagai sebuah fakta sosial non materiil yang berupa fenomena yang muncul dari kesadaran masing - masing individu bahwa Covid 19 adalah virus berbahaya. Seiring dengan interaksi antar individu, kesadaran tiap individu mengenai bahaya Covid 19 pun melebur hingga menjadi sebuah fakta sosial . (Ritzer&Douglas, 2011).

Dalam kisah yang diceritakan Yuldy dan Ari, terlihat bahwa solidaritas sosial memiliki peranan penting selama pandemi Covid 19. Jika konsep Struktural Fungsional Parsons menyatakan bahwa sebuah sistem sosial terdiri atas bagian – bagian atau elemen yang saling berkaitan dan saling menyatu dalam keseimbangan, maka solidaritas sosial yang terjadi pada masyarakat selama Pandemi dapat disebut sebagai sebuah sistem sosial yang perkembangannya bergantung pada bagian atau elemen yang ada didalamnya. Sebuah sistem solidaritas sosial terhadap Covid 19 akan berkembang jika sistem tersebut didukung oleh fungsi yang ada dalam sistem tersebut. Dukungan keluarga, masyarakat sekitar, pemerintah, serta berbagai pihak terkait sangat mempengaruhi bagaimana perkembangan solidaritas sosial masyarakat di masa pandemi.

Dalam konsepnya, Parsons menyatakan bahwa salah satu cara untuk mewujudkan kohesivitas sosial atau yang biasa disebut dengan keteraturan sosial dalam sebuah sistem, maka sistem perlu melakukan adaptasi (*adaptation*). Dalam konteks pandemi Covid 19, sebuah sistem solidaritas sosial masyarakat mengalami berbagai proses adaptasi. Jika kita tarik mundur waktu pada awal pandemi Covid 19, terlihat bahwa karakteristik solidaritas masyarakat modern yang erat dengan sistem solidaritas organik masih bertahan selama beberapa waktu. Ciri solidaritas organik dalam perspektif Emile Durkheim terlihat jelas dengan adanya heterogenitas dan independensi kesadaran dalam masyarakat pada masa awal pandemi.

Sistem solidaritas organik yang pada masa sebelum pandemi berjalan baik – baik saja justru membuat kondisi menjadi kacau. Tiap individu tetap bertahan pada kepentingannya masing – masing. Banyak pedagang bahkan yang tidak biasa berdagang mulai menimbun masker, menimbun gula, orang – orang yang memiliki uang lebih justru akan

berbelanja kebutuhan sehari – hari dengan berlebihan, kepentingan ego dimana banyak yang masih tidak nyaman menggunakan masker dan enggan menukar kenyamanan dengan keamanan, bahkan penolakan pemakaian untuk korban Covid 19. Fenomena – fenomena tersebut sangat di awal pandemi.

Lambat laun sistem solidaritas organik tersebut mulai beradaptasi. Meningkatnya jumlah korban Covid 19 dan interaksi – interaksi antar individu membuat masyarakat mulai merasakan bahwa Covid 19 merupakan salah satu tanggung jawab yang harus diselesaikan bersama – sama. Dalam perspektif Parson, sebuah sistem sosial memiliki fungsi tanggung jawab untuk bersama – sama menyelesaikan Covid 19 merupakan bagian dari tujuan bersama (*goal attainment*). Dalam hal ini, solidaritas organik mulai beradaptasi dan beralih menjadi solidaritas mekanik. Masyarakat dengan solidaritas mekanik biasanya bercirikan adanya kesadaran kolektif yang kuat, adanya ikatan kebersamaan yang terbentuk karena adanya kepedulian sesama, serta kepercayaan moralitas yang sama akan suatu hal (Scott, 2010). Jika dikaitkan dengan pandemi Covid 19, transisi dari solidaritas organik menuju solidaritas mekanik tidak hanya terlihat dari kepedulian materiil seperti banyaknya donasi untuk korban Covid 19 dan tenaga medis, namun juga kepedulian sosial berupa buah pemikiran sebagai upaya pencegahan penyebaran Covid 19 seperti poster – poster dan video – video himbauan masyarakat.

Selain kepedulian sesama, perubahan sistem solidaritas sosial juga terlihat dari adanya hukum – hukum yang bersifat represive atas pelanggaran terhadap sistem nilai yang telah disepakati bersama (Ritzer, 2011). Fungsi adaptasi telah berjalan baik, hingga tiap individu akan memandang sinis pada orang lain yang tidak menggunakan masker, mengecam tindakan – tindakan penimbunan masker dan sembako, serta berbagai aksi untuk memperjuangkan pemakaian korban Covid 19 secara layak.

Supaya sebuah sistem sosial tetap berjalan, Parson juga menyebutkan bahwa tiap fungsi pada sebuah sistem tersebut harus saling berintegrasi (*integration*), dimana proses adaptasi (*adaptation*), pencapaian tujuan (*goal attainment*), serta pemeliharaan pola sosial (*latent pattern maintenance*) harus saling berkaitan dan melengkapi. Yuldy menceritakan pentingnya integrasi dalam sistem sosial pandemi Covid 19, dimana tiap individu dalam sistem sosial memiliki fungsi penting untuk mendukung

tujuan bersama. Salah satu contoh integrasi dalam sistem solidaritas sosial yang diceritakan Yuldy adalah saat awal tahu bahwa dirinya positif Covid – 19 dan menghubungi pimpinan kantornya serta ketua RT di lingkungan tempat tinggalnya. Sistem solidaritas sosial mekanik menjadi dasar bagi pimpinan kantor dan ketua RT menjalankan fungsi integrasi dengan cara mengkomunikasikan apa yang terjadi pada Yuldy kepada rekan kantor dan warga sekitar. Penyampaian informasi tersebut merupakan upaya menjaga tujuan bersama untuk melawan Covid 19. Dengan penyampaian informasi yang sesuai rekan kantor dan warga sekitar tidak mengecam keberadaan korban Covid 19 dan justru menjadi lebih waspada atas bahaya Covid 19.

Fungsi lain yang penting dalam sebuah sistem yaitu pemeliharaan pola sosial (*latent pattern maintenance*). Penerapan new normal menjadi tantangan dalam sistem solidaritas sosial mekanik selama pandemi untuk mempertahankan komitmen bersama, baik kesamaan komitmen akan kepercayaan maupun pola norma yang sama. Hal ini jadi mengkhawatirkan saat ramai hashtag #indonesiaterserah, sebagai bentuk kekecewaan masyarakat pada kebijakan pemerintah yang memberikan akses pada masyarakat untuk beaktivitas di luar rumah. Pemerintah sebagai sub sistem yang diharapkan dapat melakukan pemeliharaan pola sosial, justru dianggap tidak mendukung pencapaian tujuan (*goal attainment*).

Hingga tulisan ini dibuat, Indonesia belum bebas dari Covid 19. Kita masih berjuang bersama dalam ketidakpastian pandemi. Sebagai penulis, kami memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan semangat positif dari narasumber kami, covid survivor, Mas Yuldy dan Mas Ari bahwa Covid dapat disembuhkan dan dukungan dalam sistem sosial sangat penting untuk dapat bebas dari Covid 19.

Daftar Pustaka

- Covid19. 2020. *Data Sebaran Covid19*. diakses melalui <https://www.covid19.go.id/> pada 27 Juni 2020
- Mishura, Hiroshi; Natalie M. Linton, Andrei R. Akhmetzhanov, 2020. *Serial Interval of Novel Coronavirus (COVID-19) Infections*. Akses jurnal dari www.elsevier.com/locate/ijid : 284-186
- Ritzer, George. 2011. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Jakarta: Rajawali Pers
- IDN News. 2020. Hasil Rapid Test Massal Pengunjung Indogrosir Cukup Melegakan. Diakses melalui situs <https://jogja.idntimes.com/news/jogja/siti-umaiyah/hasil-rapid-test-massal-pengunjung-indogrosir-cukup-melegakan/2>

Biodata Penulis



Firmansyah, Lahir di Plaju, 26 September 1983. Pria yang sehari-hari bekerja sebagai wartawan di Kompas.com wilayah Bengkulu ini merupakan mahasiswa aktif di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Bengkulu. Pria yang pernah mengikuti Liputan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) Conference of Parties (COP) tentang Perubahan Iklim ke 21 di

Paris, Prancis pada tahun 2015 dan mendapatkan Penghargaan Media Award Liputan Konflik Agraria digelar Konsorsium Pembaruan Agraria digelar Konsorsium Pembaruan Agraria (KPA) pada tahun 2016 ini juga tercatat sebagai anggota Dewan Riset Daerah (DRD) Provinsi Bengkulu Periode 2018-2021. Wa : +62 812-7921-6384.



Mazdalifah, Ph.D. Aktif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat sejak tahun 1987. Menekuni dunia pendidikan sejak 1989, saat diterima menjadi dosen di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Sumatera Utara (USU) sampai sekarang. Keinginan untuk melakukan pemberdayaan masyarakat tetap di salurkan dengan mendirikan Yayasan untuk Perempuan Perkotaan Medan atau YP2M pada 22 September tahun 2000.

Penulis menyelesaikan Studi S3 di University Sains Malaysia Penang pada tahun 2012 dengan judul disertasi 'Pengetahuan dan Keterampilan Literasi Media Keluarga di Kota Medan.' Aktivitas sehari-hari adalah mengajar di program S1 dan S2 Ilmu Komunikasi FISIP USU, dengan konsentrasi peminatan di bidang komunikasi pembangunan dan literasi media. Kerap menjadi narasumber di berbagai kegiatan seminar dan pelatihan terkait: literasi media, pemberdayaan, perempuan dan anak.

Pembina di Organisasi Indonesia Melek Media (IMMEDIA). Beberapa buku dan kompilasi buku yang pernah ditulis: 'Perempuan, Krisis moneter dan Mikrokredit' (2010), satu dari penulis buku 'Gerakan Literasi Media' (2013), satu dari penulis buku konten lokal di stasiun televisi Indonesia (2018), Media Literasi Berbasis Kearifan Lokal (2019). Aktif dalam seminar nasional terkait tema komunikasi, pemberdayaan, perempuan & anak dan literasi media. Alamat email penulis : mazdalifah@usu.ac.id



Santi Indra Astuti. Dosen Fikom Unisba, pengampu mata kuliah Media Literasi dan Metode Penelitian Komunikasi. Saat ini tengah menempuh pendidikan Doktorat di Unviersiti Sains Malaysia, School of Communication, Pulau Pinang, Malaysia. Spesialisasi : Jurnalistik, Media

Studies. Aktivis Literasi Media/Literasi Digital & Tobacco Control Campaign. Bergabung dengan Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) sebagai Board of Fellowship. Bergabung dengan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) sebagai Ketua Komite Litbang. Co-founder Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi). Co-founder Smoke Free Bandung (SFB) untuk Bandung Bebas Rokok. Wakil Ketua Divisi Komunikasi Publik Gugus Tugas Penanggulangan Covid-19 Provinsi Jawa Barat. Kontak: santi.indraastuti@gmail.com



Assoc Prof. Dr. H. Iskandar Zulkarnain, M.Si lahir di Seunangan 03 September 1966. Beliau dosen tetap di Departemen Ilmu Komunikasi USU sejak tahun 1990. Selepas menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi di USU, beliau melanjutkan studi S2 di Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Program Doktorat Ilmu Komunikasi juga ditamatkan pada universitas yang sama pada tahun 2003. Kepakaran dan minat beliau adalah kajian Psikologi Komunikasi, dan Komunikasi Antar Budaya. Saat ini

beliau mengemban amanah sebagai Wakil II Pengurus Harian Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) priode 2019-2022. Ayah dua orang anak ini juga pernah menjabat sebagai Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU) Provinsi Sumatera Utara 2017-2018. Selain mengajar di USU, beliau juga menjadi dosen tamu di berbagai Universitas di Sumatera Utara. Beliau dapat dihubungi melalui tautan email: iskandar.zulkarnain@usu.ac.id



Dr. Yani Tri Wijayanti, M.Si. Lahir 26 Maret 1980 di Karanganyar. Menyelesaikan jenjang D3 Public Relations di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro (UNDIP) Semarang pada tahun 2001. Pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta pada selesai tahun 2003, serta pada tahun 2005 menyelesaikan jenjang S2 pada Magister Ilmu Komunikasi pada universitas yang sama. Tahun 2016, telah menyelesaikan S3 pada Program Doktor Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung. Menjadi dosen tetap pada Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sejak tahun 2008. Selain menjadi dosen juga menjadi Asesor Kompetensi pada LSP Public Relations Indonesia sejak tahun 2016. Aktif dalam beberapa organisasi, menjadi Pengurus Perhumas BPC Yogyakarta periode 2015-2018 dan 2018-2021, dan Ketua AspiKom Korwil DI. Yogyakarta & Jawa Tengah periode 2016-2019, serta Wakil Sekjen AspiKom Pusat periode 2019-2022. Instagram : @yanitriwijayanti



Handini, M.I.Kom. Dosen muda di prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta lahir di Kabupaten Subang Provinsi Jawa Barat pada tanggal 29 September 1991. Menyelesaikan studi sarjana Ilmu Komunikasi di UIN Sunan Kalijaga tahun 2014. Kemudian melanjutkan pengabdian di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sejak tahun 2015 hingga tahun 2018. Pada tahun 2016 melanjutkan studi pada

bidang yang sama Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Advertising di Universitas Prof. DR. Moestopo (Beragama) Jakarta dan berhasil menyelesaikan pada tahun 2018. Selain menjadi dosen, saat ini menjadi peneliti muda di Institute Southeast Asian Islam (ISAIs) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tim penyusun kurikulum Prodi Ilmu Komunikasi (2020). Buku : Representasi Kepemimpinan Kaum Santri (2019). Asam Garam Kehidupan (2019). Instagram: @handini.wijaya, twitter: @handini29



Rahmah Attaymini, M.A. Lahir pada 16 Desember 1992, S1 Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, S2 Ilmu komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Aktif dalam club Bahasa (SPBA) semasa kuliah, hobi travelling dan memasak. Memutuskan berkarir menjadi pengajar membuat ibu muda ini terjun kembali ke almamater tercinta untuk mengabdikan dan mengajar yakni di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta menjadi dosen tetap Prodi Ilmu Komunikasi. Sebelumnya aktif menjadi Pendamping Wirausaha Mandiri Kementerian Ketenagakerjaan RI untuk mendampingi para wirausaha pemula di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta sejak tahun 2018. Mulai aktif Kembali menulis untuk berbagai jurnal dan mengikuti seminar-seminar nasional yang ada. Instagram: @rahmahattaymini92



Diah Amelia dilahirkan di Jakarta, 21 Juni 1980. Ia menjadi dosen di Politeknik Negeri Media Kreatif sejak tahun 2013, setelah lulus dari S-1 dan S-2 dari Universitas Indonesia (UI). Sebelum menjadi dosen tetap di Prodi Penerbitan, ia sudah memiliki pengalaman sebagai Jurnalis di MNC Media, UPR Komnas Perempuan, Peneliti Media, Public Relations di AAUI, Hero Retail Executive Program (HREP) di Hero Group. Ia aktif

menulis di bidang komunikasi, jurnalistik, gender, dan penerbitan. Seperti *Loyalitas: 33 Tahun bersama Waskita*, *Komunikasi Massa untuk Pendidikan Vokasi*, dan *5w+1h sertikom*. Komunikasi akademik dapat dilakukan melalui email: diahamelia@polimedia.ac.id.



Bayu Dwi Nurwicaksono dilahirkan di Jakarta, 25 Desember 1986. Ia menjadi dosen di Politeknik Negeri Media Kreatif sejak tahun 2014, setelah lulus S-1 dari Universitas Negeri Surabaya dan S-2 dari Universitas Pendidikan Indonesia. Sebelum menjadi dosen tetap di Prodi Penerbitan, ia menjadi peneliti di Myriad Reseach bersama USAID dalam bidang literasi, menjadi peneliti kajian langka tradisi lisan di Kemendikbud. Sebelumnya ia aktif menjadi penulis konten berbagai platform media di Humas Unesa dan juga sukarelawan pembina anak-anak jalanan di Pemkot Surabaya. Saat ini, ia aktif menjadi reviewer berbagai jurnal di bidang bahasa, sastra, media, dan pendidikan. Selain itu, ia juga menjadi reviewer beberapa program di Kemendikbud seperti program kreativitas mahasiswa di Dirjen Dikti dan program penerbitan buku di Dirjen Pendidikan Keluarga dan Masyarakat. Komunikasi akademik dapat dilakukan melalui bayudn@polimedia.ac.id



Azwar, lahir pada 9 Agustus 1982 di Bukittinggi, Sumatera Barat. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta ini sedang menempuh Tugas Belajar untuk menyelesaikan Program Doktor di Program Studi Komunikasi Pembangunan, Institut Pertanian Bogor (IPB). Pernah menerbitkan buku berjudul *Empat Pilar Jurnalistik: Pelajaran Dasar Belajar Jurnalistik* (Prenada Media Kencana, Jakarta 2018).



Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom. (蔡益安) atau yang akrab dipanggil “Frad” memperoleh gelar sarjana di bidang Ilmu Komunikasi dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, kemudian menyelesaikan studi Magister Media dan Komunikasi di Universitas Airlangga. Prestasi di bidang penelitian terukir sejak memenangkan Terbaik III pada ajang Indonesia Media Research Awards and Summit (IMRAS) pada 2014

dan tahun 2015. Pada tahun 2016 menerima Beasiswa Menulis Ilmiah Populer bagi Dosen Peneliti dari Tempo Institute, sedangkan 2017 beroleh Hibah Penelitian Disertasi oleh Kemenristek-DIKTI untuk menuntaskan studi Doktor Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia. Selanjutnya, Frad juga terpilih sebagai 10 terbaik peraih proposal penelitian oleh Komisi Pemberantasan Korupsi pada tahun 2018. Spesialisasi Frad adalah kajian identitas dan media komunikasi, sehari-hari dijalani sebagai Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia dan Pengajar Program Pascasarjana Fakultas Psikologi Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, juga bertanggung jawab mengelola Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi (<https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/index/> Terakreditasi Nasional) sekaligus ASPIRATION Journal (<https://aspiration.id/index.php/asp>) published by ASPIKOM Jabodetabek Region. Kontak media sosial yang digunakan adalah Instagram/Twitter: Rustono_Frad dan LinkedIn/Facebook: Rustono Farady M. Rekam jejak penelitian dapat disimak melalui SINTA ID: 259075, Scopus Author ID: 57209452707, Web of Science Researcher ID: X-1554-2019, Google Cendekia: <https://scholar.google.co.id/citations?hl=id&user=FhIdteAAAAAJ>, dan ORCiD (BASE & CrossRef): <http://orcid.org/0000-0002-2282-4081>.



Angelia Sampurna atau yang sering dipanggil “El” atau “Eli” merupakan seorang mahasiswi aktif semester akhir di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia (UBM). Lahir pada 27 Januari 1999 di Jakarta. El merupakan anggota club Scientia dan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) UBM Tari Tradisional (Tartra). Minat studi El lebih diarahkan pada kajian Komunikasi Korporasi dengan konsentrasi Komunikasi Pemasaran

atau *Marketing Communication (MarkComm.)*. El merupakan salah satu Duta Generasi Berencana binaan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (GenRe-BKKBN) Jakarta Barat 2019 yang aktif dalam berbagai kegiatan sosial baik di dalam kampus maupun masyarakat secara langsung. Ketertarikannya akan isu ataupun kampanye sosial dapat dilihat melalui akun sosial media Instagram/Facebook pada: Elia Sampurna.



Anisti. Lahir pada 12 April 1971, S1 Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi IISIP Jakarta, S2 Magister Ilmu Komunikasi Sekolah Pasca Sarjana Universitas Sahid dan saat ini sedang menempuh pendidikan S3 Ilmu Komunikasi Pembangunan IPB University dengan spesialis Komunikasi Pembangunan. Pengalaman sebagai dosen program studi di pendidikan

Vokasi Penyiaran dan pada tahun 2019 sampai dengan sekarang sebagai dosen Program Sarjana di Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika.



Veranus Sidharta merupakan anak ke 5 dari 6 bersaudara, dilahirkan di Tegal pada 9 juli 1976, pendidikan tinggi yang sudah diraih S1 ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta, S2 Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Tercatat sebagai mahasiswa aktif pada progam Doktor Ilmu Komunikasi Pembangunan Institut Pertanian Bogor. Karir sebagai dosen di Universitas Bina Sarana Informatika dimulai pada tahun

2020 Bulan Februari. Jurnal yang sudah diterbitkan diantaranya ; Pengarusutamaan Gender: Studi Kasus Jurnalis Perempuan Metro TV (Ballian Siregar, veranus Sidharta, Wenny Maya Arlena. 2020), Pemasaran Politik Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Pada Pilkada Surabaya 2015 (Veranus Sidharta, 2017), *Media and Cultural Industries Production*. (RH Zulhefi, Veranus Sidharta. 2016), Hubungan Citra Dan Loyalitas Anggota Motor Harley Davidson Club Indonesia Di Kota Bekasi (Veranus Sidharta 2015)



Susie Sugiarti, Lahir pada 4 Juni 1974, S1 Sosial Ekonomi Pertanian IPB, S2 Magister Manajemen Agribisnis IPB dan saat ini sedang menempuh pendidikan S3 Ilmu Komunikasi Pembangunan IPB dengan spesialisasi Ilmu Penyuluhan Pembangunan. Setelah memiliki pengalaman bekerja selama hampir 20 tahun di perusahaan konsultan proyek

pembangunan dan lembaga pembangunan internasional, memutuskan berkarir menjadi pengajar di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika sejak Maret 2020.



Rivga Agusta. Anak kedua dari empat bersaudara yang lahir di Yogyakarta, 18 Agustus 1991. Menyelesaikan studi strata 1 dan strata 2 di Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada. Aktif dalam club fotografi dan film semasa kuliah. Sejak 2017 menjadi dosen di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Memiliki minat pada bidang Psikologi Komunikasi dan Kajian Film. Instagram: @rivgagusta



Erik Hadi Saputra. Lahir di Sibolga Sumatera Utara, 1 November 1978. Saat ini sebagai Dosen di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Pengisi Rutin sebagai Inspirator di Acara pelangi Inspirasi Radio Republik Indonesia. Kolumnis Inspira harian REPUBLIKA. selain Dosen juga aktif sebagai Pelatih/Trainer di Beberapa Balai Diklat, Latihan Keterampilan Manajemen Mahasiswa LLDIKTI Wilayah V Yogyakarta, Badan Mutu Pelayanan Kesehatan DIY, Dinas Pemuda dan Olahraga serta Badan Narkotika Nasional. Instagram: @erikhadisaputra_



Dwi Pela Agustina. Lahir di Pekanbaru, 20 Agustus 1989. Menempuh pendidikan strata 1 Ilmu Komunikasi di Universitas Riau dan Strata 2 Ilmu Komunikasi di Universitas Gadjah Mada. Sejak 2017 ia menjadi pengajar pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Instagram: @dwipelaagustina



Sa'diyah El Adawiyah, Dosen komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta. Penelitian yang pernah dilakukan terkait dengan pendidikan, public relations, gender, komunikasi politik. Beberapa buku ajar yang sudah terbit human relations, riset public relations, riset periklanan, sinetron islam, dll. No telp 081297838804



B Arnold Simangunsong. Lahir pada 16 April 1975, S1 Ilmu Hubungan Internasional Universitas Parahyangan Bandung, S2 Manajemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia dan S3 Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. Pada saat ini merupakan dosen di Universitas Pelita Harapan, Karawaci dan sedang fokus pada penelitian dan penulisan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya terkait dengan Literasi media, media digital, serta ranah keilmuan komunikasi terkait dengan dunia virtual.



Ahmad Khairul Nuzuli. Lahir pada 25 Februari 1995, Lulusan S1 dan S2 Ilmu Komunikasi Univeritas Diponegoro Semarang. Aktif sebagai jurnalis di Lembaga Pers Mahasiswa semasa kuliah. Menjadi dosen termuda di Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta. Aktif menulis artikel, kolom dan opini di media massa daerah dan nasional. Selain itu, juga aktif menulis jurnal, pengabdian masyarakat, proceeding, seminar nasional di bidang kajian media. Selain menjadi dosen juga aktif menjadi pengiat gender bekerjasama dengan Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian penduduk dan Keluarga Berencana, Provinsi Jawa Tengah.



Gushevinalti lahir pada 16 Agustus 1978. Penulis adalah dosen pada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu sejak tahun 2001 dengan kompetensi di bidang Media Komunikasi. Saat ini menjabat sebagai Wakil Dekan Bidang Sumber Daya. Penulis menyelesaikan Pendidikan Sarjana di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara, Pendidikan Magister pada

Departemen Komunikasi Pembangunan dan Pedesaan di Institute Pertanian Bogor, Pendidikan Doktor ditempuh pada Program Studi Ilmu Sosial Universitas Airlangga Surabaya. Matakuliah yang diampu dalam perkuliahan adalah New Media, Sosiologi Komunikasi serta Komunikasi Massa. Tentunya dalam mensinergikan dengan bahasan matakuliah dan kajian terkini, penulis aktif menulis di beberapa jurnal, serta pemakalah/presenter pada seminar nasional dan internasional dengan fokus kajian tentang literasi media dan literasi digital. Alamat koresponden penulis: gushevinalti@unib.ac.id



Dr. Meilani Dhamayanti, S.Sos., M. Si. Menempuh pendidikan S1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, S2 Magister Manajemen Komunikasi Korporasi di Universitas Indonesia (UI) dan S3 Program Pasca Sarjana Komunikasi Universitas Padjadjaran. Saat ini menjadi dosen tetap di Bina Nusantara University (Binus). Aktif di berbagai seminar dan konferensi Ilmu Komunikasi. Memiliki pengalaman

sebagai wartawan serta menjadi media specialist di berbagai NGO Nasional maupun internasional. Saat ini aktif di berbagai komunitas media literasi.



Nia Sarinastiti. Ia adalah praktisi komunikasi dengan kekhususan di bidang komunikasi keorganisasian, komunikasi korporasi dan komunikasi pemasaran dengan pengalaman kerja lebih dari 25 tahun. Sejak 1993 mengajar di prodi Ilmu Komunikasi Unika Atma Jaya dan Program Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Universitas Indonesia.

Lulusan S1 dari Jurusan Hubungan Internasional FISIPOL UGM (1989);

Master of Arts dari School of Journalism and Mass Communication, University of Colorado at Boulder (1992); dan S3 dari Universitas Indonesia yang *disandwich* melalui bea-siswa Fulbright di Department of Communication, University of Colorado at Boulder (2004). Pada 2017 mengambil Post-Doc di Center for Digital Research di University of Southern California.

Kiprah praktisi menangani kehumasan dan promosi dari produk sumber daya alam dan industri pendukungnya (1990-1997); mendukung asosiasi olahraga atletik dan catur; kemudian menjadi Marketing Communication Manager untuk perusahaan konsultan teknologi Accenture (1997-2003). Selanjutnya bekerja di World Bank Group sebagai Communication Officer di IFC, Communication Officer Multi Donor Trusts Funds Aceh & Nias dan Java Reconstruction Fund, dan terakhir, Special Assistant to Country Director. September 2011-Juli 2013 ia menjabat sebagai Head of Relations & Communication di Donggi-Senoro LNG, dan Juli 2013 kembali ke Accenture menjadi Marketing & Communication Director, dan kini Accenture Development Partnerships Lead – *non-profit* Accenture untuk Organisasi non-profit dan pemerintahan. LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/nia-sarinastiti-1aa98287/>



Muhammad Alif, adalah Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat (ULM) Kalimantan Selatan, Lulusan S1 Ilmu Komunikasi UMJ, S2 Komunikasi Pembangunan Pedesaan IPB University, dan saat ini sedang Studi Program Doktor, S3 Komunikasi Pembangunan Pedesaan IPB University. *Editor In Chief* Metacommunication; Journal Of Communication Studies dan

Editor beberapa Jurnal Nasional terakreditasi Sinta, menulis beberapa artikel di bidang ilmu komunikasi. Aktif di berbagai organisasi bidang Ilmu Komunikasi, Seperti, APJIKI, AspiKom Kalsel, ISKI Kalsel, Forum Komunikasi Pembangunan Indonesia (Forkapi Ketua Wilayah Kalimantan). Konsultan di Pemda/Pemko/Pemkab/Perusahaan yang ada di wilayah Kalimantan Selatan dan Tengah. Penulis Fokus dalam bidang kajian Ilmu Komunikasi Pembangunan, Email: Muhammad_alif@ulm.ac.id, Instagram: @muhammad_alif82



Annisa Wahyuni Arsyad. Lahir di Samarinda, 10 Juni 1982, Saat ini bekerja di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman. Tertarik pada bidang kajian Komunikasi Korporat dan Kajian Psikologi Komunikasi. Suka memasak, bermain keyboard, & menikmati kebersamaan dengan keluarga. Pengalaman manajerial yang dimiliki adalah sebagai humas di DPD IPPRISIA Wilayah Kalimantan Timur, dan

pernah menjabat sebagai Sekretaris program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.



Saudah. Lahir pada 23 April 1979. Menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Merdeka Malang (2002), S2 Sosiologi Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang (2008), dan S3 Ilmu Sosial Universitas Airlangga Surabaya (2018). Sejak 2002 berkontribusi sebagai tenaga pengajar dan saat ini sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Merdeka Malang. Aktif sebagai Pembina UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) Sinedek yang fokus pada kreatif sinematografi. Aktif sebagai narasumber

pada berbagai pelatihan tentang komunikasi dan mengembangkan jiwa wirausaha. Tergabung dalam lembaga sosial Inkubator Kewirausahaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IK-TIK Malang), dan JITC Malang (*Jawa Timur Information Technology Creative*) yang memfasilitasi penumbuhan dan pengembangan industri kreatif berbasis telematika. Selain aktif melakukan penelitian dan menulis publikasi ilmiah, juga menjadi *reviewer* pada beberapa jurnal Ilmu Komunikasi di Jawa Timur. Hp 08179603421. Instagram Sasa saudah.



Harry Fajar Maulana. Lahir pada 29 November 1988, S1 ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Makassar Alauddin, S2 Ilmu Komunikasi Media dan Politik Universitas Hasanuddin Makassar. Aktif dalam organisasi extra maupun intra Kampus semasa kuliah, hobi membaca dan berenang, memutuskan berkarir sebagai pengajar di Universitas Muhammadiyah

Buton Sulawesi Tenggara. aktif menulis beberapa Jurnal Procceding dan beberapa jurnal Nasional. Intagram: @harry_fajar



Joko Suryono. Lahir pada 7 Mei 1967, S1 Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta, S2 Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Staff pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo. Hobby bermain bulu tangkis, tertarik di bidang periklanan dan pemberdayaan masyarakat, memiliki keinginan kuat untuk mengembangkan bidang periklanan UMKM (Usaha Mikro,

Kecil dan Menengah). Email: jokowignyo@gmail.com



Indra Novianto Adibayu Pamungkas .

Lahir 11 November 1980 dan tercatat sebagai Lulusan dari (S1) English for Business, Maranatha Christian University Bandung dan (S2) Marketing Communications, London School of Public Relations (LSPR), Jakarta ini memutuskan untuk menjadi dosen dan *trainer* dibidang komunikasi pemasaran

dan Branding. Saat ini ia tercatat sebagai dosen tetap di program studi Ilmu Komunikasi , Telkom University , Bandung sejak tahun 2013. Penulis ini juga berpengalaman dibidang marketing communications sebagai praktisi dan *consultant* untuk beberapa brand, UMKN dan Jasa Penyedia Pendidikan. Mengawali karir sebagai *creative* Trans TV dan *sponsorship* di Trans 7, hingga saat ini ia masih menjadi *trainer* untuk topik topik seperti *communications skills*, *marketing communications*, *Branding* dan *Advertising*. Bagi pria ini, mengajar adalah panggilan hati dan lentera jiwa nya. Saat ini Indra N.A.Pamungkas masih tercatat sebagai mahasiswa S3 Ilmu Komunikasi di Universitas Sebelas Maret, Surakarta pada angkatan 2018.



Albertus Magnus Prestianta adalah pengajar Program Studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). S1 Ilmu Komunikasi di UMN, S2 Komunikasi dan Jurnalistik di Chinese Culture University, Taiwan. Sebagai pengajar dan pengelola laboratorium FIKOM UMN, ia merancang dan memberikan pelatihan tentang media digital, khususnya jurnalisme seluler (lihat: belajarmajoj.umn.ac.id). Ia juga

terlibat dalam pengembangan studi komunikasi di Indonesia dengan Asosiasi Ilmu Komunikasi Pendidikan Tinggi (ASPIKOM). Ia telah melakukan penelitian terkait media dan disabilitas, dan sekarang fokus pada pemberdayaan penyandang disabilitas di era komunikasi digital. Ia aktif dalam mengerjakan proyek yang berhubungan dengan disabilitas dan media digital guna meningkatkan keterampilan komunikasi digital penyandang disabilitas. Instagram: @prestianta



Cendera Rizky Anugrah Bangun merupakan pengajar Komunikasi Massa dan Budaya Populer di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. S1 Politik di Universitas Indonesia, S2 Komunikasi di Universitas Indonesia. Sebelum mengajar di UMN, penulis sempat mengajar di STIKOM LSPR. Aktif menulis beberapa literatur seperti Media Sosial untuk Advokasi Publik bersama rekan-rekan di ICT Watch

dan LSPR, Inspirasi Komunikasi Bagi Indonesia bersama rekan-rekan di LSPR dan diterbitkan oleh Lentera Ilmu Cendekia. Mempunyai minat penelitian di bidang gender, fandom, serta disabilitas. Aktif menulis di jurnal, proceeding, serta mengikuti berbagai seminar nasional maupun internasional. Instagram : @cendera



Agus Purbathin Hadi, lahir di Lombok Timur, 9 Agustus 1967. Menempuh pendidikan Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Mataram (1991), pendidikan S2 di Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Perdesaan (KMP) Institut Pertanian Bogor (IPB, 2001), dan Doktor Ilmu Penyuluhan Pembangunan di IPB (2014). Sejak tahun 1994 bekerja sebagai dosen di Fakultas Pertanian Universitas Mataram

dan peneliti di Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdesaan (P3P) Universitas Mataram. Pada tahun 2018 dipercaya sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram, setelah sebelumnya pernah menjadi Ketua Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian (2001-2007). Pada tahun 2005-2009 menjadi District Team Leader Poor Farmer Income Improvement through Innovation Project di Kabupaten Lombok Timur. Kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang banyak dilakukannya terkait dengan topik komunikasi pembangunan, difusi dan adopsi inovasi, sistem informasi desa, jurnalisme warga dan media komunitas. Buku yang pernah ditulisnya antara lain Menyatukan Harapan Memadukan Tindakan: Pembelajaran dari Program Peningkatan Pendapatan Petani Melalui Inovasi di Kabupaten Lombok Timur (2009, diterbitkan oleh Departemen Pertanian dan Asian Development Bank) dan sebagai anggota penulis buku Gender dalam Skema Imbal Jasa Lingkungan, Studi Kasus di Sumberjaya, Singkarak dan Sesaot (2013, diterbitkan oleh ICRAF dan PSW IPB).



Novita Ika Purnamasari, S.Ikom., M.A.

Memperoleh gelar S1 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya (2011) dengan konsentrasi studi Jurnalisme serta menyelesaikan studi S2 di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Gajah Mada Yogyakarta dengan konsentrasi studi Ilmu Kajian Media (2017). Saat ini mengajar sebagai dosen tetap di Universitas Amikom Yogyakarta sekaligus peneliti di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Terlibat dalam proyek masterplan pengembangan kelistrikan Indonesia Timur

bersama PLN (pusat), Kajian teknologi komunikasi bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Pengembangan Pariwisata Kawasan Indonesia Timur (Kementerian Pariwisata) disamping kerjasama dalam proyek penelitian dan pengembangan lainnya. Pernah menjadi wartawan di SKH Kompas di desk politik, SKH Kedaulatan Rakyat desk Hukum-Kriminal dan karyawan di Bank BUMN. Selain sebagai dosen, perempuan yang akrab dipanggil Vita ini aktif sebagai konsultan komunikasi perusahaan maupun dinas pemerintahan, dosen tamu, praktisi media dan narasumber kajian komunikasi sekaligus pengamat komunikasi politik. Kajiannya difokuskan pada komunikasi politik, literasi media, psikologi komunikasi serta kajian sosial-media lainnya. Tergabung dalam ASPIKOM, ISKI dan beberapa komunitas penulis buku. Terbuka kontak melalui email vitavincencia06@gmail.com dan Instagram @vitavincencia.



Riski Damastuti, S.Sos., M.A. Lahir pada 25 Mei 1988. Memperoleh gelar S1 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan konsentrasi studi Public Relations dan Advertising, serta memperoleh gelar S2 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Gajah Mada Yogyakarta dengan konsentrasi studi Manajemen Komunikasi. Saat ini mengajar di Universitas Amikom Yogyakarta, dan mengampu mata kuliah yang berkaitan dengan Public Relations, Periklanan dan Komunikasi Pemasaran.

Untuk mendukung minat dan kegiatan akademis, saat ini tergabung

dalam Japelidi, perhumas,dan AMI.Memiliki minat untuk mengkaji mengenai komunikasi pemasaran dan Public Relations di Era Digital, serta media dan komunitas marjinal. Ig:@kikidamastuti



Muhammad Rizal Ardiansah Putra, S.Kom., M.I.Kom, Lahir 21 Agustus 1991, adalah seorang dosen prodi ilmu komunikasi di Univeristas Muhammadiyah Buton (Sulawesi tenggara) yang memiliki *soft skill* dalam bidang *photography* dan *cinematography* yang tersertifikasi oleh BNSP dan sebagai lulusan strata satu dalam bidang sistem informasi di STMIK Dipanegara Makassar, kemudian melanjutkan program magister ilmu komunikasi di Universitas Hasanuddin Makassar. Selain membuat beberapa film pendek, after movie dan beberapa teaser video Rizal pun aktif menulis dalam beberapa penelitian yang berfokus pada kajian teknologi informasi, buku ajar, book chapter dan artikel di beberapa media online. Email: icalard21@gmail, twitter & instagram: @icalardiansah.

Yera Yulista. Lahir di Sungailiat 31 Mei 1984. Pendidikan sarjana dan magister ditempuh di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Ketertarikan penulis menjadi akademisi bermula berbekal pengalaman sebagai Asisten Dosen di kampus yang sama. Seiring waktu mengantarkan penulis sebagai dosen tetap di IAIN SAS Babel dan tergabung dalam Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM). Pada tahun sebelumnya penulis pernah menjadi Dosen di Universitas Mercu Buana Jakarta, Universitas Indonusa Esa Unggul, STISIPOL Pahlawan 12 Sungailiat . Berikut beberapa karya tulis yang telah terbit dalam bentuk buku dan jurnal penelitian 1)Buku Antologi Bhineka Tunggal Ika dalam Bingkai Harmoni Umat Beragama di Bumi Serumpun Sebalai 2) Buku Antologi Dinamika dan Rekonstruksi Kebijakan Publik di Era Otonomi Daerah 3) Communication Pattern To Develop The Spirit of Creative Economy and Local Wisdom Value ini Betawi Batik Craftsmen Terogong Jakarta and Cual Batik Craftsmen Pangkalpinang Bangka Belitung Island 4) Pengaruh Komunikasi Interpersonal sebagai Human Capital Terhadap Peningkatan Keunggulan Kompetitif Sumber Daya Manusia pada Industri Pariwisata Bangka 5)

Representasi Nilai Dakwah dalam Iklan Susu Frisian Flag Gold Edisi Ramadhan 2017 6) Menanam Dakwah Melalui Psikologi Komunikasi 7) Model Word of Mouth dalam Komunikasi Pemasaran Perguruan Tinggi 8) Identifikasi Model Komunikasi Hupmas PT Pertamina (Persero) dalam Membina Media Relations.



Enden Darjatul Ulya, MSi. Lahir pada tanggal 3 Agustus 1982 di Bogor. Menempuh pendidikan S-1 pada program studi Sosial Ekonomi pada minat studi Komunikasi dan Penyuluhan, Fakultas Peternakan IPB kemudian melanjutkan studi S-2 pada program studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Perdesaan Fakultas Ekologi Manusia IPB. Mengajar pada program studi Komunikasi di Sekolah Vokasi IPB sejak tahun 2005 hingga saat ini. Aktif berorganisasi semasa

kuliah dan pernah bekerja di lembaga penerbitan. Mengisi waktu luang dengan menulis di Kompasiana, menulis fiksi, menjadi editor lepas, menjadi trainer di CPROCOROM Bogor, dan berpartisipasi aktif sebagai *volunteer* pada kegiatan komunikasi perubahan iklim. HP: 081-111-77-101 E-mail: endenulya@gmail.com



Dorien Kartikawangi, mendapat gelar sarjana di bidang Komunikasi Massa dari Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Gelar master dan doktor di bidang Ilmu Komunikasi dari Universitas Indonesia. Sampai kini aktif mengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi dan Magister Psikologi, Pascasarjana, Unika Atma Jaya, Jakarta. Dorien aktif dalam berbagai organisasi sosial di tingkat nasional maupun internasional seperti Ketua Departemen Kerjasama, Asosiasi

Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM); Ketua Bidang Riset dan Kompetensi, Persatuan Hubungan Masyarakat (PERHUMAS) Indonesia;

anggota Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI), Global Alliance, dan *International Communication Association (ICA)*. Menulis buku Tema Fantasi, Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan Multinasional, (Gramedia Pustaka Utama, 2013), dan Komunikasi Akomodasi untuk Harmoni Sosial (Unit Penerbit Atma Jaya, 2015), dan biografi “75 Km S. Maryo” (2013). Selain itu juga aktif menulis dan menjadi reviewer berbagai jurnal, serta menjadi pembicara dalam berbagai forum akademik maupun profesional nasional dan internasional. Dorien juga mendirikan Rumah “Kartika Kusuma” yang menaungi *DK Consulting-A Communication World*, Taman Bacaan serta Gallery Batik dan kain Nusantara.



Manik Sunuantari, lahir di Semarang, 24 Juni 1968, Dosen Tetap Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Al Azhar Indonesia. Menyelesaikan S1 di FISIP Universitas Diponegoro, S2 pada Program Magister FISIP Universitas Indonesia, dan menyelesaikan S3 di Program Doktorat Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. Aktif di beberapa organisasi, sejak 2014-sekarang, juga terlibat dalam organisasi Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Nusantara

yang beranggotakan KIM seluruh Indonesia. Sebagai nara sumber dan tenaga ahli dalam pengembangan KIM Indonesia. Tertarik dalam penelitian bidang komunikasi pembangunan dan komunikasi pariwisata, serta Public Relations. Email: maniksunuantari24@gmail.com



Gayatri Atmadi adalah Dosen Tetap di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Al Azhar Indonesia sejak 2002 hingga saat ini. Bidang kajian yang diminati adalah bidang *Public Relations*, *Media Studies*, Komunikasi Pariwisata dan *Integrated Marketing Communications*.



Irwa Rochimah Zarkasi, lahir di Surabaya, 3 Agustus 1972. Dosen Tetap Prodi Ilmu Komunikasi. FISIP Universitas Al Azhar Indonesia. Menyelesaikan studi Doktorat dan Magister di Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia. Aktif di beberapa organisasi serta memiliki minat pada bahasan industri media, komunikasi organisasi dan pemasaran. Bersama beberapa rekan penulis lainnya, baru saja menyusun buku tentang

perkembangan dan perubahan di bidang periklanan serta terlibat dalam tim penyusun amandemen Etika Pariwisata Indonesia 2020. Dapat dihubungi melalui email : irwazarkasi@gmail.com



Maria M Widiyanti Lahir di Madiun, 19 November 1975. Lulus Sarjana Ilmu Komunikasi tahun 1998 dari Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulis melanjutkan studi S2 di Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Dr. Soetomo Surabaya lulus tahun 2008 dan saat ini sedang menempuh studi lanjut S3 di Program Doktor Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sebelas Maret

Surakarta. Karir sebagai pengajar di mulai tahun 2003 di Universitas Merdeka Madiun hingga saat ini. Selain mengajar, penulis juga aktif dalam kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat baik didanai oleh Ristekdikti maupun kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta sebagai peneliti di Lembaga Prima Research & Development Madiun, memberikan pelatihan-pelatihan komunikasi, terlibat dalam penyusunan kebijakan-kebijakan strategis instansi pemerintah sebagai konsultan pendamping serta menjadi pemateri workshop dan seminar-seminar komunikasi. Penulis bisa dihubungi melalui e-mail : ryaristunugroho@yahoo.com, Twitter : [@rya_nugrohoi](https://twitter.com/rya_nugrohoi) , IG: [rya_wiedy](https://www.instagram.com/rya_wiedy/), Fb : <https://www.facebook.com/rya.ristunugroho>



Prima Ayu Rizqi Mahanani, Lahir di Kediri, 14 Oktober 1980, adalah staf pengajar pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri sejak 2008. Gelar kesarjanaan (2003) dan magister (2006) diraih dari Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta, Jurusan Ilmu Komunikasi. Pencapaian doktoral (2020) didapatkan dari Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Prodi Kajian Budaya dan Media. Aktif dalam kepengurusan

Asosiasi Pendidikan Tinggi Komunikasi (ASPIKOM) Korwil Jawa Timur periode 2016-2019. Penulis mempunyai minat tentang kajian kehumasan, komunikasi pemasaran, serta kajian budaya dan media. Email: prima.ayu99@yahoo.co.id.



Noviar Jamaal Kholit. Lahir pada 3 November 1977, menempuh pendidikan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang dan melanjutkan S2 dengan program studi Corporate and Marketing Communication di Universitas Mercu Buana. Aktif dalam kelompok fotografi semasa kuliah, Jurnalistik Fotografi Club, UMM, dan memiliki minat dalam kajian Media Sosial. Sebelum aktif mengajar, penyuka kuliner

ini sempat berkarier diberbagai bidang yang memberinya sejumlah pengalaman, beberapa diantaranya adalah menjadi bagian kreatif di agensi periklanan Gemara Cipta, menjadi *Camera Person* di Liputan 6 SCTV, Junior Produser di NET TV dan pernah menjabat sebagai Kepala Biro NET TV Jawa Tengah. Selain di Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, pengalaman mengajarnya diperoleh dari beberapa universitas, diantaranya Universitas Al Azhar Indonesia, Jakarta serta Universitas Diponegoro, Semarang. Anda dapat melihat aktivitasnya di Instagram [@cakpins](https://www.instagram.com/cakpins) serta Twitter [@CakPipin](https://twitter.com/CakPipin) dan menghubunginya melalui email jammy.vicko@gmail.com.

M. Nastain. Menyelesaikan studi Magister Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta pada tahun 2014. Turut bergabung dalam lembaga politik POLCOMM (Political Communication Institute) dan melakukan riset-riset sosial dan politik. Aktif mengajar di fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta sejak 2016 sampai sekarang.



Melisa Indriana Putri mengajar pada Program Studi Komunikasi Universitas Pertamina. Melisa memiliki ketertarikan pada studi tentang Manajemen Media, Komunikasi Olahraga, dan Ekonomi Politik Komunikasi. Salah satu tulisan Melisa diterbitkan atas inisiasi ASPIKOM yang berjudul “Pola Konsumsi Konten Video Berbasis Televisi Konvensional dan Multiplatform pada Generasi Milenial dan Pasca Milenial di

Jakarta” melalui sebuah bunga rampai *Komunikasi dalam Media Digital*. Pengalaman di bidang jurnalistik dan penyiaran diperoleh ketika menjadi reporter magang di LPP TVRI Stasiun Bali. Melisa juga memperoleh juara ke-2 pada Konferensi Nasional AJI 2019 untuk Kategori Model Bisnis Sektor Media di Indonesia melalui tulisan yang berjudul “Ekstensi Konten *News Vlog* sebagai Monetisasi Berita untuk Konsumen Milenial.”

Alumni Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro (Konsentrasi Kebijakan Media) dan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya (Peminatan Komunikasi Massa) ini dapat dihubungi melalui melisa.ip@universitaspertamina.ac.id / melisaiputri@gmail.com.

Veny Ari Sejati, adalah Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Merdeka Madiun, Wirausaha, dan Praktisi Pemasaran. Penulis artikel koran dan buku. Memiliki minat Komunikasi Pemasaran dan Kewirausahaan. Email: Veny_ar@unmer-madiun.ac.id.

