

# MEDIA, KOMUNIKASI & KRISIS COVID-19:

Refleksi Empirik untuk Memformulasikan Solusi  
Akademis atas Dampak Pandemi COVID-19 pada  
Berbagai Sektor Kehidupan

Tim Penulis:

Supadiyanto, Indri Erkaningrum Florentina, Alexander Jatmiko Wibowo,  
Tony S.B. Hoesodo, Sudaru Murti, Hardoyo, dan Arya Tangkas

Tim Editor:

DR (Cand.) Drs. Ahmad Muntaha, M.Si., Supadiyanto, S.Sos.I., M.I.Kom.



**Penerbit:**

**Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP)**

**Kota Semarang**

**2020**



# MEDIA, KOMUNIKASI & KRISIS COVID-19:

Refleksi Empirik untuk Memformulasikan Solusi  
Akademis atas Dampak Pandemi COVID-19 pada  
Berbagai Sektor Kehidupan

# MEDIA, KOMUNIKASI & KRISIS COVID-19: Refleksi Empirik untuk Memformulasikan Solusi Akademis atas Dampak Pandemi COVID-19 pada Berbagai Sektor Kehidupan

Tim Penulis: Supadiyanto, Indri Erkaningrum Florentina, Alexander Jatmiko Wibowo, Tony S.B. Hoesodo, Sudaru Murti, Hardoyo, dan Arya Tangkas

Tim Editor: DR (Cand.) Drs. Ahmad Muntaha, M.Si., Supadiyanto, S.Sos.I., M.I.Kom.

ISBN 978-623-7488-76-7

Cover Design: Fitratun Annisya, SE

Setting dan Layout: Sukarno

Penyunting Bahasa: Sukarno, SIP, SS

Diterbitkan oleh: Penerbit Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP)  
Kota Semarang

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi terbitan buku ini dalam bentuk apapun tanpa izin resmi secara tertulis dari Penerbit.

Cetakan Pertama, September 2020

**Penerbit:** LEMBAGA PENDIDIKAN SUKARNO PRESSINDO (LPSP)

Karangawang Barat RT 05 RW 14 Kel. Tandang,

Kec. Tembalang Kota Semarang 50274

No HP. 08129990610; 08978063021; 0816594336

Email: [sukarnopressindo@gmail.com](mailto:sukarnopressindo@gmail.com); [sukarnopress@gmail.com](mailto:sukarnopress@gmail.com)

Website: [www.karnopress.com](http://www.karnopress.com) & [www.sukarnopressindo.com](http://www.sukarnopressindo.com)

## KATA SAMBUTAN

*Assalaamu 'alaikum Wbr.*



Ketika pandemik COVID-19 ini datang, saya kira tidak ada orang yang siap menerimanya. Tidak ada orang yang punya teori yang yakin dengan teori yang dipegang. Tidak ada orang berasumsi dengan kekuatan penuh mengatakan asumsi yang dibuat itu akan benar. Memang sejak awal, *ada trial and error* dalam menanggulangi krisis di pandemik COVID-19 ini. Soal masker dulu dikatakan hanya untuk mereka yang sakit saja. Nyatanya, orang mesti pakai masker sekarang. Orang dulu mengatakan strategi *lock down* adalah strategi utama dalam mengatasi COVID-19. Sekarang WHO mengatakan strategi *lock down* adalah langkah terakhir yang tidak selalu mengatasi masalah.

Artinya, asumsi-asumsi terhadap persoalan yang berkaitan dengan krisis pandemik COVID-19, tidak ada yang bisa menemukan kebenaran dalam langkah-langkahnya. Bahwa sekarang ini kita harus menghadapi dengan manajemen krisis. Manajemen krisis adalah manajemen untuk menyelesaikan permasalahan berdasarkan kasus-kasus yang dihadapi.

Oleh karena itu setiap kota dan setiap negara pasti punya problema yang tidak sama dan cara penyelesaiannya tidak sama. Potensi yang dimiliki pun tidak sama. Sehingga asumsi-asumsi yang kita bangun terkait apa yang harus dikerjakan, terkait dengan persoalan yang akan dihadapi. Manajemen krisis ini dijalankan berdasarkan kasus per kasus untuk menyelesaikan semua kasus.

Bahkan orang tidak pernah paham bagaimana virus ini berkembang sampai sekarang. Cara membuat seranganpun cenderung selalau berbeda sejak Maret sampai sekarang, ada gejala-gejala yang berubah dan berbeda. Ada cara penanganan yang semula dilakukan secara ketat di awal, tapi di akhir ini menjadi lebih longgar karena asumsinya virus ini akan hilang dalam 14 hari.

Vaksin yang akan kita nikmati besokpun kita belum tahu seberapa besar pengaruhnya untuk menyelesaikan pandemik COVID-19 ini. Vaksin ini sampai sekarang masih mengalami uji klinis, saat ini di Indonesia sudah dilakukan uji klinis tahap kedua. Tapi kita belum ada keyakinan dari kita sendiri, bahwa vaksin ini juga akan menyelesaikan masalah.

Manajemen krisis ini sebagian besar dikelola oleh seseorang yang berfungsi sebagai narasumber. Merekalah yang akan memberi panduan kepada seluruh masyarakat, apa yang harus dilakukan, apa yang terjadi, dan apa yang akan terjadi. Media adalah bagian dari kelompok orang yang harus bisa memandu. Manakala media mengalami *misleading*, maka kita akan menemukan banyak bias di tengah masyarakat. Orang terlalu paranoid

terhadap COVID-19, sehingga banyak penolakan di awal-awal dan sampai sekarang pun banyak persoalan muncul yang berkaitan dengan masyarakat, di mana ada orang di sekitarnya atau tetangga kita ditutup. Kenapa? Media tidak memberikan edukasi secara proporsional tentang COVID-19.

Sehingga setiap spot yang diliput media, menjadi perhatian masyarakat tetapi manakala proporsi informasinya tidak pas; maka hal itu dipahami masyarakat menjadi berbeda. *New normal* yang sebenarnya adalah bicara tentang *new order* tentang aturan-aturan baru; tetapi dipahami masyarakat menjadi normal baru adalah kita sudah bisa normal. Mengapa? Karena kita selalu terdorong seolah-olah *new normal* adalah kehidupan yang harus kita hadapi tanpa disertai aturan-aturan baru. Sehingga kita harus mengubah diksi-diksi di dalam setiap cara komunikasi kita.

Sekarang ada adaptasi kebiasaan baru, tetapi adaptasi kebiasaan baru inipun manakala kita tidak mengetatkan promosi protokol kesehatan, maka nanti akan terjadi *misleading* di tengah masyarakat. Prasyarat pertumbuhan ekonomi hanya bisa dijalankan manakala protokol kesehatan dijalankan. Pertemuan sosial sudah diizinkan, bisnis sudah dilakukan kini. Yang penting protokol kesehatan harus dijalankan. Kalau protokol kesehatan tidak dijalankan, maka jangan melakukan kegiatan sosial, jangan melakukan kegiatan ekonomi, dan jangan melakukan kegiatan belajar mengajar di kelas. Kadang-kadang kita dihantui sesuatu yang kita sendiri tidak paham apa yang sedang dihadapi.

Saya berharap dengan buku ini nanti ada pemicu atau pemantik dari diskusi kita untuk melihat peran media dan peran komunikasi dalam upaya untuk menyelesaikan masalah COVID-19. Jangan sampai terlalu banyak salah paham, jangan sampai terjadi bias yang tidak perlu, antara *like and dislike* terhadap tokoh; sehingga menjadikan informasinya bermasalah.

Padahal yang kita perlukan adalah bagaimana kita memandu masyarakat. Bias-bias itu yang kita coba untuk dibersihkan agar tidak lagi mengganggu persepsi masyarakat. Yang kemudian tidak mampu untuk bangkit menjadi sebuah kebangkitan kita di masa pandemik COVID-19 ini. Oleh karena itu, saya menyambut baik kehadiran buku ini, semoga menjadi tempat kita berefleksi terhadap posisi dan peran yang harus kita lakukan sehingga kita bisa berjalan dengan baik.

*Wassalaamu 'alaikum Wbr.*

**Wakil Walikota Yogyakarta (Ketua Gugus Tugas  
Penanganan COVID-19 Kota Yogyakarta)**

**Ttd.**

**Drs. Heroe Poerwadi, M.A.**

## KATA PENGANTAR



Buku berjudul: “MEDIA, KOMUNIKASI & KRISIS COVID-19: Refleksi Empirik untuk Memformulasikan Solusi Akademis atas Dampak Pandemi COVID-19 pada Berbagai Sektor Kehidupan” ini merupakan karya sejumlah akademisi, yang layak disambut hangat di tengah masyarakat. Terbitnya karya akademis sebagai bentuk keprihatinan mendalam atas situasi pandemik COVID-19, di mana sampai buku ini diterbitkan (pada September 2020), belum ada kepastian waktu kapan akan berakhirnya. Justru sebaliknya, terjadi tren kenaikan sangat signifikan, dari hari ke hari, jumlah orang yang terkonfirmasi virus COVID-19, bahkan sampai yang meninggal dunia semakin besar.

Isu terbesar yang menyedot perhatian miliaran penduduk dunia sejak akhir tahun 2019 sampai sekarang adalah COVID-19. Berbagai negara di dunia sudah menempuh banyak cara dan kebijakan untuk mengatasi masalah COVID-19. Termasuk dari sisi medis, antivirus sebagai penjinak atau penangkal virus COVID-19 telah berusaha keras dilahirkan untuk kepentingan tersebut. Namun sampai sekarang juga masih belum bisa direalisasikan. Berbagai kebijakan dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, pertahanan dan keamanan juga sudah dilakukan oleh para penguasa di berbagai negara untuk meminimalisir dampak buruk dari pandemik COVID-19.

Untuk itulah, sangat tepat—momentum penerbitan buku ini sebagai hasil riset atau telaah pemikiran bersama dari sejumlah akademisi yang berkiprah di STIKOM Yogyakarta, ASMI Santa Maria Yogyakarta, dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) untuk menyikapi suasana global. Dengan menjadikan COVID-19 sebagai “*the big problems*”, maka kesadaran masyarakat untuk membangun peradaban baru dengan menjalani kehidupan yang lebih baik, menjadi tuntutan zaman.

Kami mengucapkan selamat atas terbitnya buku ini, dan selamat membaca. Semoga bermanfaat bagi upaya untuk mengatasi dampak buruk dari pandemik COVID-19.

*Yogyakarta, 1 September 2020*

**Ketua STIKOM Yogyakarta**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'R. Sumantri Raharjo'.

**R. Sumantri Raharjo, M.Si.**

## DAFTAR ISI

▪ Kata Sambutan ( <i>Wakil Walikota Yogyakarta</i> ).....	v
▪ Kata Pengantar ( <i>Ketua STIKOM Yogyakarta</i> ).....	vii
▪ Daftar Isi .....	viii
▪ Refleksi Pandemi COVID-19 dan Dampaknya pada Bidang Media, Komunikasi, dan Pendidikan di Indonesia ( <i>Oleh: Supadiyanto, M.I.Kom.</i> ).....	1
▪ Mengedepankan Literasi Media dan Informasi (LMI) pada Masa Pandemi COVID-19 ( <i>Oleh: Indri Erkaningrum Florentina, M.Si. dan A. Jatmiko Wibowo, M.S.F.</i> ).....	24
▪ Bantuan Mandiri Per Wilayah Membantu Masyarakat Memenuhi Kebutuhan Pokok di Tengah Krisis COVID-19 ( <i>Oleh: DR. Mayjend (Purn.) Tony S.B. Hoesodo</i> ) .....	48
▪ Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Integrasi Keluarga ( <i>Oleh: Dra. Sudaru Murti, M.Si.</i> ).....	76
▪ Daya Pikat Iklan <i>Online</i> terhadap Masyarakat yang Membutuhkan Informasi terkait Pandemi COVID-19 di Indonesia (Studi Kasus Video Iklan Layanan Masyarakat pada YouTube) ( <i>Oleh: Hardoyo, M.A.</i> ).....	88
▪ Pendekatan Kebijakan Publik Pencegahan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Indonesia ( <i>Oleh: Arya Tangkas, M.I.Kom.</i> ) .....	117
▪ Biodata Singkat Para Penulis (dan Editor) .....	129

# **REFLEKSI PANDEMIK COVID-19 DAN DAMPAKNYA PADA BIDANG MEDIA, KOMUNIKASI, DAN PENDIDIKAN DI INDONESIA**

**Oleh: Supadiyanto, S.Sos.I., M.I.Kom.**

**Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta  
dan Sekretaris Dewan Pendidikan Kabupaten Sleman**

**Periode 2020-2025**

**e-mail: *supadiyantostikomyogyakarta@gmail.com***

## **Abstrak**

Pandemik COVID-19 telah mengakibatkan dampak luas pada berbagai bidang kehidupan. Dalam kajian ini hanya dibatasi mengenai dampaknya pada bidang media, komunikasi, dan pendidikan di Indonesia. Rumusan masalahnya adalah bagaimanakah dampak COVID-19 terhadap bidang media, komunikasi, dan pendidikan di Indonesia? Paradigma penelitian ini adalah diskriptif-kualitatif. Hasilnya, COVID-19 memiliki dampak buruk pada bidang media terutama dalam menurunkan jumlah iklan dan pelanggan pada media konvensional. Namun pada aspek lain menaikkan pembaca di media online dan pengguna media sosial. Pada bidang komunikasi, COVID-19 mengakibatkan model komunikasi yang dilakukan lebih mengandalkan pada pemakaian teknologi telekomunikasi, media, dan informatika karena adanya kebijakan jaga jarak. Dampak COVID-19 pada bidang pendidikan menyebabkan bergesernya model pembelajaran tatap muka (luar jaringan) menjadi dalam jaringan (daring), adanya penghapusan Ujian Nasional (UN), dan optimalisasi fungsi orangtua dan keluarga sebagai guru dan sekolah bagi para pelajar. Namun pada aspek lain, justru COVID-19 memotivasi bagi banyak orang untuk semakin kreatif dan produktif dalam merespons adanya tantangan zaman yang semakin sulit.

*Kata-kata kunci: COVID-19, dampak, media, komunikasi, pendidikan*

## **Prolog**

*Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*, namun kami menyebutnya sekarang menjadi COVID-20, karena virus tersebut sampai tahun 2020 ini masih terus menjadi *booming*; sehingga benar-benar membuat "luluh lantak" berbagai sendi kehidupan berbangsa dan bernegara. Seluruh negara di dunia

kalang kabut akibat gempuran COVID-19. Ibarat serangan militer, COVID-19 menjadi serangan senyap yang sama sekali tidak menghancurkan infrastruktur dan fisik, namun langsung mematikan ratusan ribu jiwa. Berdasarkan data *Worldometer* (2020) pada 18 Agustus 2020, jumlah orang yang meninggal akibat COVID-19 sebanyak 777.470 orang (padahal pada 12 Mei 2020 jumlahnya masih sebanyak 288.095 orang yang meninggal dunia akibat COVID-19) tersebar pada 185 negara, termasuk di Indonesia. Jumlah orang yang dinyatakan positif mengidap COVID-19 sebanyak 22.052.385 orang. Negara dengan jumlah orang meninggal terbanyak (peringkat 1-10) akibat COVID-19 berturut-turut: Amerika Serikat (173.716 orang), Brazil (108.654 orang); Meksiko (57.023 orang), India (51.936 orang), Inggris (41.369 orang), Italia (35.400 orang), Prancis (30.429 orang); Iran (19.804 orang), Rusia (15.740 orang), dan Colombia (15.372 orang).

Adapun 30 negara yang sama sekali tidak ada korban jiwa (meninggal dunia atau nol kematian) akibat pandemik COVID-19 adalah: Faeroe Islands, Mongolia, Bhutan, French Polynesia, Timor Leste, Grenada, New Caledonia, Laos, Saint Lucia, Saint Kitts and Nevis, Falkland Islands, Greenland, Vatican City, Seychelles, Caribbean Netherlands, St. Barth, Saint Pierre Miquelon, Gibraltar, Cambodia, Macao, Eritrea, Timor Leste, Grenada, New Caledonia, Saint Lucia, St. Vincent Grenadines, Dominica, Bhutan, Greenland, Seychelles, dan Anguilla. Sejak COVID-19 untuk kali pertama muncul di Wuhan China pada pertengahan November 2019 sampai sekarang (baca: ketika artikel ini disunting-selesaikan pada Selasa, 18 Agustus 2020 pukul 24.00 WIB), berbagai negara masih terlihat melakukan karantina, isolasi, atau pembatasan sosial secara ketat; sehingga aktivitas keseharian umat manusia di berbagai negara menjadi tidak normal. Kebijakan bekerja dan belajar dari rumah yang diterapkan di berbagai negara, secara otomatis mengakibatkan terganggunya aktivitas politik, ekonomi (bisnis), sosial, budaya, pertahanan dan keamanan.

COVID-19, yang semula masih bersifat epidemik (karena hanya menimpa China saja), lantas hanya dalam hitungan minggu saja, penyakit tersebut menjelma menjadi pandemik yang menimpa seluruh negara di dunia. Negara-negara kaya raya yang memiliki fasilitas kesehatan terancang di dunia, justru sampai sekarang menjadi negara dengan jumlah orang yang meninggal dunia terbanyak akibat COVID-19. Secara ekonomi, jelas COVID-19 berdampak

sangat buruk bagi perkembangan bisnis dan ekonomi global. Di Indonesia sendiri, merujuk data pada situs <https://covid19.go.id/peta-sebaran>; COVID-19 telah mengakibatkan sebanyak 6.207 orang meninggal dunia; 141.370 orang dinyatakan positif mengidap COVID-19; dan baru sebanyak 94.458 orang yang dinyatakan sembuh. Terhitung sejak pertengahan Maret 2020 sampai sekarang, sebagian instansi pemerintah, perusahaan swasta, dan lembaga pendidikan, serta sektor lainnya memberlakukan sistem bekerja dan belajar dari rumah. Akibatnya, banyak perusahaan yang harus menelan kerugian besar karena mengalami penurunan jumlah pendapatan yang sangat signifikan dalam dua bulan terakhir. Akibatnya, ribuan perusahaan di Indonesia terpaksa harus memutus hubungan kerja (PHK) secara massal. Berdasarkan data Kementerian Tenaga Kerja RI sampai per 20 April 2020 saja, terdapat 2.084.593 pekerja dari 116.370 perusahaan sudah dirumahkan dan kena PHK akibat terimbas pandemik COVID-19. Rinciannya, pekerja sektor formal 1.304.777 orang sudah dirumahkan dari 43.690 perusahaan. Sementara yang terkena PHK mencapai 241.431 orang dari 41.236 perusahaan. Sektor informal juga terpukul karena kehilangan 538.385 pekerja yang terdampak dari 31.444 perusahaan atau UMKM. COVID-19 benar-benar merontokkan segala perencanaan program pembangunan nasional yang telah terencana apik di akhir tahun 2019, sehingga bangsa ini harus memprogram ulang berbagai kebijakan bernegara dan berbangsa, termasuk di sektor pendidikan dan industri media massa (komunikasi) yang juga terdampak COVID-19.

Pertanyaan pendeknya, bagaimanakah juga dampak pandemik COVID-19 pada bidang media (komunikasi) dan pendidikan di Indonesia? Fakta membuktikan bahwa daya publikasi mengenai *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) di media massa, sungguh dahsyat—mampu menyedot perhatian publik sedunia. Hebatnya, dengan mengetikkan akronim "COVID-19" di mesin pencari *Google*, hanya butuh waktu 0,46 detik, kita bisa langsung menemukan 5.920.000.000 tautan (dilacak pada 29 Maret 2020 siang). Padahal ketika penulis mengetikkan kata yang sama di mesin pencari pada awal Maret 2020, hanya mendapatkan 250 jutaan tautan. Artinya terjadi penambahan tautan sebanyak 250 jutaan per hari. Daya publikasi dan popularitas COVID-19 di media maya menjadi sangat tinggi publisitasnya,

karena sejak awal Maret 2020, masyarakat dibombardir sampai sekarang dengan pemberitaan yang masif-intensif di berbagai media massa arus utama. Apalagi masih ditambah berbagai berita yang viral di media sosial seperti *WhatsApp*, *facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *twitter*, dan sebagainya. Luar biasa, terhitung selama dua bulan terakhir ini, COVID-19 menjadi topik utama (*trending topic*) yang selalu menjadi bahan perbincangan publik. Sontak berbagai media massa (televisi, cetak, radio, *online*, dan media sosial) sampai sekarang aktif memberitakan perkembangan pandemik COVID-19. Bahkan pandemik COVID-19 selalu menjadi menu primadona pemberitaan, menjadi *headlines* berbagai surat kabar, menjadi tajuk rencana, dan laporan khusus. Pemberitaan terkait COVID-19 yang mendominasi semua jenis media justru menyebabkan publik menjadi panik luar biasa. Kepanikan publik jelas menimbulkan keresahan yang mengganggu aktivitas publik. Secara resmi, pemerintah pusat dan pemerintah daerah sudah menetapkan berbagai kebijakan untuk mengantisipasi penyebaran COVID-19 melalui kebijakan bekerja dan belajar dari rumah.

Berbagai perkampungan maupun desa secara inisiatif melakukan isolasi mandiri (*lock down*) dan melakukan penyemprotan disinfektan mandiri sebagai upaya mencegah penyebaran COVID-19. Kepanikan publik menyikapi dampak COVID-19 juga terlihat dari banyaknya masyarakat yang melakukan pembelian kebutuhan hidup dalam jumlah besar. Mahal dan langkanya masker sebagai contoh sederhana dampak dari kepanikan publik tersebut. Berbagai kebutuhan hidup lain praktis membumbung tinggi. Padahal banyak perusahaan yang merumahkan karyawan mereka. Banyak toko pilih tutup. Ekonomi nasional menjadi terganggu. COVID-19 mengakibatkan psikologi publik menjadi galau, takut, khawatir, was-was, cemas, dan perasaan terancam. Kondisi demikian layak disebut sebagai Corona Fobia. Mereka mengalami ketakutan luar biasa mendengar, menyimak, apalagi menyaksikan adanya pemberitaan mengenai COVID-19. Hal ini dapat terjadi akibat seseorang yang mengalami terpaan informasi yang luar biasa intensif-masif setiap hari dari berbagai media, bahkan dari informasi yang tak jelas sumbernya. Faktanya, saat ini berseliweran berbagai berita bohong (*hoaks*) yang beredar liar, menjadi teror. Ketenangan dan ketentraman masyarakat terganggu. Medio Maret 2020 kemarin, Kementerian Komunikasi dan

Informatika RI mempublikasikan sebanyak 242 berita *hoaks* yang menyesatkan masyarakat. Masyarakat harus memiliki kemampuan literasi tinggi dalam menyaring berbagai berita yang beredar di tengah publik.

Adanya dominasi pemberitaan COVID-19 di berbagai media massa mengakibatkan energi bangsa ini dikerahkan semua untuk memerangi pandemik COVID-19. Padahal ada banyak jenis penyakit lainnya yang sejatinya lebih membahayakan daripada COVID-19; namun ironisnya tidak mendapatkan porsi pemberitaan yang memadai, bahkan nyaris tanpa pemberitaan. Misalnya penyakit Demam Berdarah Dengue (DBD) yang telah mengakibatkan sebanyak 254 orang mati sejak Januari-April 2020 dan ada 39.876 kasus DBD di Indonesia. Kasus DBD terbanyak terjadi di Jawa Barat dengan total 5.894 kasus, NTT 4.493 kasus, Lampung 3.682 kasus, Jawa Timur 3.045 kasus, dan Bali 2.173 kasus (Tempo, Tirto.id. 2020). Ironisnya, kasus besar tersebut tidak mendapatkan ruang pemberitaan yang proporsional di media massa. Bukan itu saja. Berbagai pemberitaan lain terkait info korupsi, masalah kemiskinan, dan problematika sosial lain yang dialami masyarakat seolah tenggelam oleh pemberitaan pandemik COVID-19.

Kebijakan redaksi dan jurnalis pada berbagai media massa dalam melakukan liputan dan pemberitaan harusnya lebih memperhatikan hak publik untuk mendapatkan berbagai informasi, tak hanya melulu soal COVID-19. Dominasi pemberitaan COVID-19 di berbagai media, telah menutup kehadiran berita-berita lain yang sejatinya urgentif untuk segera diketahui publik. Publik menjadi tidak tahu bagaimana perkembangan upaya penegakan hukum yang dilakukan oleh KPK terhadap para koruptor, bagaimana perkembangan pembangunan infrastruktur di luar Jawa, dan bagaimanakah pelaksanaan program ekonomi yang dijalankan oleh pemerintah, serta berita penting lainnya seolah "lenyap" dan tidak terkabarkan berbagai media massa.

Para pengelola media massa harus kreatif dan cerdas dalam mengarahkan kebijakan redaksional khususnya dalam mengemas pemberitaan mengenai COVID-19. Upaya-upaya kreatif yang telah dilakukan oleh masyarakat maupun pemerintah harus diinformasikan secara proporsional dan berimbang. Harus juga diimbangi dengan pemberitaan bidang lainnya. Melalui sajian informasi yang berimbang dan variatif, serta tak didominasi dengan berita COVID-19 melulu; menjadi kebutuhan mendesak bagi publik. Pemberitaan di

berbagai media massa terkait COVID-19; jangan sampai mengondisikan publik menjadi pengidap "Corona Fobia". Dampak COVID-19 memang telah mengakibatkan matinya banyak orang di Tanah Air. Berdasarkan data yang dilansir oleh Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 melaporkan bahwa COVID-19 mengakibatkan 6.207 jiwa meninggal, 141.370 orang dinyatakan positif mengidap COVID-19; sebanyak 40.705 pasien dalam perawatan, dan baru sebanyak 94.458 orang yang dinyatakan sembuh. Tentunya, data di atas akan terus diperbarui (mengalami kenaikan signifikan) sampai klimaksnya dalam waktu 2-3 bulan ke depan.

Memang di tengah wabah COVID-19 ini dibutuhkan kesadaran publik yang tinggi untuk mencegah dan mengatasi penyebaran COVID-19. Namun bukan dengan melakukan tindakan konyol sebagaimana para pengidap "Corona Fobia" yang secara berlebihan lantas mengasingkan diri, tidak mau berkomunikasi dengan siapapun termasuk dengan keluarganya sendiri, atau melakukan gerakan mengurung diri dalam rumah sepanjang hari sampai berita mengenai COVID-19 tidak ada lagi. Tindakan semacam ini justru akan mengakibatkan kematian yang lebih besar, bukan karena terpaan pandemik COVID-19, namun karena beban pikiran yang tidak terkendali dan ketakutan menghadapi kenyataan hidup sehingga menyebabkan stres berat. Di tengah ekonomi yang sangat sulit, tentu saja jumlah orang stres dan kelainan jiwa (gila) semakin tinggi. Apalagi angka kriminalitas saat ini melonjak sangat tinggi. Hal ini sebagai imbas dari beban hidup dari masyarakat yang semakin berat, mengingat banyak perusahaan yang mem-PHK karyawan mereka dan gulung tikarnya berbagai perusahaan bisnis. Maka yang patut diantisipasi oleh aparat keamanan (kepolisian) saat ini justru potensi melonjaknya angka bunuh diri, jumlah orang gila, dan aksi kriminalitas secara serentak di tingkat nasional. Mengapa demikian? Sebab kesejahteraan ekonomi publik terganggu; di mana pemerintah mengimbau seluruh masyarakat untuk bekerja dari rumah, belajar dari rumah, dan membatasi pergerakan di luar rumah. Namun imbauan tersebut tidak dibarengi dengan pemberian fasilitas atau akses ekonomi (subsidi keuangan) secara proporsional kepada seluruh masyarakat yang terdampak langsung maupun tak langsung akibat imbauan tersebut. Sulitnya perekonomian masyarakat di masa krisis COVID-19 ini berpotensi besar memicu terjadinya aksi kriminalitas seperti: perampokan, pencurian,

perampasan, korupsi, dan aksi anarkis lain. Apalagi jika pemerintah pusat ke depan bermaksud menerapkan kebijakan "*lock down total*" sebagaimana terjadi di Italia dan negara lain. Tentunya imbas ekonomi, politik, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan nasional di Indonesia pasti jauh lebih parah.

COVID-19 memang harus dibasmi dan dilawan oleh publik dan negara. Namun penyakit "Corona Fobia" yang meneror alam pikiran kita harus dilawan dan dijauhkan dari kesadaran masyarakat, apalagi sampai menghinggapi benak para pemimpin nasional dan pemimpin daerah, yang bisa "menghancurkan" masa depan bangsa. Pemberitaan di berbagai media massa baik arus utama maupun media alternatif (*online* dan media sosial) harus dilakukan secara proporsional, berimbang, dan perlu diberikan variasi pemberitaan lain di luar COVID-19. Agar muncul ide, kreativitas, perspektif, optimisme dari publik segera terhindar dari pandemik COVID-19 dan Corona Fobia.

### **Regulasi tentang Pencegahan dan Penanganan COVID-19 di Indonesia**

Berikut ini daftar regulasi yang pernah diterbitkan untuk melakukan pencegahan dan penanganan dampak pandemik COVID-19:

- Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Corona Virus 2019 (COVID-2019) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan.
- Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19).
- Keputusan Presiden No. 7 Tahun 2020 Tentang Gugus Tugas Percepatan Penangan *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19).
- Keputusan Presiden No. 9 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 Tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19).

- Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19).
- Inpres Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Refocussing Kegiatan, Realokasi Anggaran, Serta Pengadaan Barang Dan Jasa Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19).
- Surat Edaran Kemendustri No. 4 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Operasional Pabrik Dalam Masa Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Viruses Disease* 2019.
- Peraturan Menteri Kesehatan No. 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19).
- Keputusan Menteri Kesehatan Republic Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/239/2020 Tentang Percepatan Pembatasan Sosial Berskala Besar Di Wilayah Provinsi DKI Jakarta Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (Covid 19).
- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor:HK.01.07/MENKES/169/2020 Tentang Penetapan Rumah Sakit Infeksi Emerging Tertentu;
- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor: HK.01.07/Menkes/182/2020 tanggal 16 Maret 2020 Tentang Jejaring Laboratorium Pemeriksaan *Corona Virus Disease* (Covid-19);
- Surat Edaran Menteri Kesehatan No. HK.02.01/MENKES/202/2020 tanggal 16 Maret 2020 Tentang Protokol Isolasi Sendiri Dalam Penanganan *Coronavirus Disease* (COVID-19);
- Surat Edaran Menteri Kesehatan No. HK.02.01/MENKES/216/2020 tanggal 27 Maret 2020 Tentang Protokol Pencegahan Penularan *Coronavirus Disease* (COVID-19) Di Tempat Kerja;
- Surat Edaran Menteri Kesehatan No. HK.02.01/MENKES/199/2020 tanggal 12 Maret 2020 Tentang Komunikasi Penanganan *Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19);
- Surat Edaran No. SR.03.04/II/691/2020 tanggal 9 Maret 2020 Tentang Pelaksanaan Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Perkembangan COVID-19;

- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 612/MENKES/SK/V/2010 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Karantina Kesehatan Pada Penanggulangan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Yang Meresahkan Dunia;
- Keputusan Menteri Kesehatan nomor HK.01.07/Menkes/239/2020 Tahun 2020 Tentang Penetapan Pembatasan Sosial Berskala Besar Di Wilayah Provinsi Dki Jakarta Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19).
- Peraturan Menteri Keuangan No. 23/PMK.03/2020 Tahun 2020 tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Wabah Virus *Corona*
- Peraturan Menteri Keuangan No. 19/PMK.07/2020 Tentang Penyaluran dan Penggunaan Dana Bagi Hasil, Dana Alokasi Umum, dan Dana Insentif Daerah Tahun Anggaran 2020 Dalam Rangka Penanggulangna *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19);
- Keputusan Menteri Keuangan No. 6/KM.7/2020 Tentang Penyaluran Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Kesehatan dan Dana Bantuan Operasional Kesehatan Dalam Rangka Pencegahan Dan/Atau Pencegahan *Corona Virus Disease* (COVID-19);
- Peraturan Direktur Jenderal Anggaran No. Per-2/AG/2020 Tentang Petunjuk Teknis Percepatan Penyelesaian Usulan Revisi Anggaran yang Menjadi Kewenangan Direktorat Jenderal Anggaran Tahun Anggaran 2020.
- Surat Edaran No. SE-6/MK.02/2020 Tentang Refocussing Kegiatan dan Realokasi Anggaran Kementerian/Lembaga Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19);
- Surat No. S-254/PB/2020 Tahun 2020 tentang Pengaturan Penyampaian Usul Revisi Anggaran Pada Direktorat Jenderal Perbendaharaan TA 2020;
- Siaran Pers No. SP – 19/KLI/2020 Tahun 2020 tentang Menkeu: Anggota G20, Bersatu Hadapi Pandemi Covid-19;
- Siaran Pers No. SP – 20/KLI/2020 tanggal 24 Maret 2020 tanggal 24 Maret 2020 Pemerintah Pusat Koordinasikan Realokasi dan Anggaran Daerah untuk Dukung Penanganan Covid-19;

- Siaran Pers No. SP – 21/KLI/2020 tanggal 26 Maret 2020 Kementerian Keuangan Berikan Empat Insentif Terkait Perpajakan Bagi Usaha Terdampak Corona;
- Siaran Pers No. PERS- 09/BC.05/2020 tanggal 23 Maret 2020 Pemerintah Mempercepat Pelayanan Impor Barang Untuk Keperluan Penanggulangan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*;
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 3 Tahun 2020 tanggal 18 Maret 2020 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan No. 44 Tentang Ketentuan Impor Produk Hortikultura.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2020 Tentang Larangan Sementara Ekspor Antiseptik, Bahan Baku Masker, Alat Pelindung Diri, Dan Masker;
- Surat Edaran Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Nomor 77/Bappebti/SE/04/2020 Tahun 2020 Tentang Penyesuaian Tata Kerja Perusahaan Dalam Rangka Pencegahan Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Dan Antisipasi Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Lingkungan Komunitas Perdagangan Berjangka Komoditi.
- Permendagri Nomor 20 Tahun 2020 Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019* Di Lingkungan Pemerintah Daerah.
- Permendagri Nomor 10 Tahun 2020 Larangan Sementara Import Barang Hidup Dari Republik Rakyat Tiongkok.
- Surat Edaran Mendikbud Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Pencegahan *Corona Virus Diseases (Covid-19)* Pada Satuan Pendidikan.
- SE Mendikbud No. 4 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan Dalam Masa Darurat Penyebaran *Corona Virus Disease (Covid19)*.
- Surat Edaran Menaker Nomor: M/3/HK.04/III/2020 tanggal 17 Maret 2020 Tentang Perlindungan Pekerja / Buruh Dan Kelangsungan Usaha Dalam Rangka Pencegahan Dan Penanggulangan Covid-19;
- SE Menaker M/1/Hk.04/II/2020 Tahun 2020 Pelayanan Penggunaan Tenaga Kerja Asing Yang Berasal Dari Negara Republik Rakyat Tiongkok

Dalam Rangka Pencegahan Wabah Penyakit Yang Diakibatkan Oleh *Virus Corona*

- Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 11 Tahun 2020 tanggal 2 April 2020 tanggal 9 Maret 2020 Tentang Pelarangan Sementara Orang Asing Masuk Wilayah NKRI;
- Permenkuham No.7 Tahun 2020 Pemberian Visa Dan Izin Tinggal Dalam Upaya Pencegahan Masuknya *Virus Corona*.
- Permenkuham Nomor 3 Tahun 2020 Penghentian Sementara Bebas Visa Kunjungan, Visa, dan Pemberian Izin Tinggal Keadaan Terpaksa Bagi Warga Negara Republik Rakyat Tiongkok.
- Permenkuham Nomor 8 Tahun 2020 Penghentian Sementara Bebas Visa Kunjungan Dan Visa Kunjungan Saat Kedatangan Serta Pemberian Izin Tinggal Keadaan Terpaksa.
- Kemenhub 14 2020 Pengembangan Prosedur Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Kapal Guna Penanganan Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).
- Kemenhub Au.304//1/4//Dnp-2020 2020 Pencabutan Notam.
- Surat Edaran Mendagri Nomor : 440/2622/SJ tanggal 29 Maret 2020 Tentang Pembentukan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Daerah;
- SE Kemen.Agama Nomor 6 Tahun 2020 Panduan Ibadah Ramadan Dan Idul Fitri 1 Syawal 1441 H Di Tengah Pandemi Wabah Covid-19.
- Kebijakan Tambahan Pemerintah Indonesia No. D/00663/03/2020/64 tanggal 17 Maret 2020 Terkait Perlintasan Orang Dari dan ke Indonesia;
- Surat Edaran No. 34 Tahun 2020 tanggal 30 Maret 2020 tentang Perubahan atas Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 19 Tahun 2020 tentang Penyesuaian Sistem Kerja Aparatur Sipil Negara dalam Upaya Pencegahan Penyebaran COVID-19 di Lingkungan Instansi Pemerintah;
- Surat Edaran No. 36 Tahun 2020 tanggal 30 Maret 2020 tentang Pembatasan Kegiatan Bepegian ke Luar Daerah dan/atau Kegiatan Mudik bagi Aparatur Sipil Negara dalam Upaya Pencegahan Penyebaran COVID-19.

- Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 45 Tahun 2020 Tentang Penyesuaian Sistem Kerja Bagi Aparatur Sipil Negara Pada Instansi Pemerintah Yang Berada Di Wilayah Dengan Penetapan Pembatasan Sosial Berskala Besar.
- Surat Edaran No. SE-1/MBU/03/2020 Tahun 2020 tanggal 3 Maret 2020 tentang Kewaspadaan Terhadap Penyebaran *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19).
- Surat Edaran No. 1 Tahun 2020 tanggal 18 Maret 2020 tentang Imbauan Tindak Lanjut Pencegahan *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19);
- Peraturan Bank Indonesia No. 22/4/PBI/2020 Tahun 2020 tentang Insentif bagi Bank yang Memberikan Penyediaan Dana untuk Kegiatan Ekonomi Tertentu Guna Mendukung Penanganan Dampak Perekonomian Akibat Wabah *Virus Corona*.
- Siaran Pers 22/26 /DKom tanggal 1 April 2020 tentang Bauran Kebijakan Bank Indonesia dalam Stimulus Ekonomi: Memitigasi Dampak COVID-19.
- Peraturan Bank Indonesia No. 22/3/PBI/2020 tanggal 26 Maret 2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/3/PBI/2018 Tentang Giro Wajib Minimum Dalam Rupiah Dan Valuta Asing Bagi Bank Umum Konvensional, Bank Umum Syariah, Dan Unit Usaha Syariah.
- Peraturan Anggota Dewan Gubernur No. 22/2/PADG/2020 tanggal 10 Maret 2020 Tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 20/10/PADG/2018 Tentang Giro Wajib Minimum Dalam Rupiah Dan Valuta Asing Bagi Bank Umum Konvensional, Bank Umum Syariah, Dan Unit Usaha Syariah.
- POJK 11/POJK.03/2020 tanggal 16 Maret 2020 tentang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran *Coronavirus Disease 2019*.
- Surat Edaran OJK No. 3/SEOJK.04/2020 Tahun 2020 tanggal 9 Maret 2020 tentang Kondisi Lain Sebagai Kondisi Pasar yang Berfluktuasi Secara Signifikan dalam Pelaksanaan Pembelian Kembali Saham yang Dikeluarkan oleh Emiten atau Perusahaan Publik;

- Surat Edaran OJK No. S-89/SEOJK.04/2020 tanggal 16 Maret 2020 Tentang Penjelasan Pelaksanaan Pembelian Kembali Saham Emiten Atau Perusahaan Publik;
- Surat Edaran OJK No. S-9/D.05/2020 Tahun 2020 tanggal 30 Maret 2020 tentang Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Bagi Perusahaan Pembiayaan;
- Surat Edaran OJK No. S-11/D.05/2020 Tahun 2020 tanggal 30 Maret 2020 tentang Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) Bagi Perusahaan Perasuransian;
- Surat Edaran OJK No. S-10/D.05/2020 Tahun 2020 tanggal 30 Maret 2020 tentang Kebijakan *Countercyclical* Dampak Penyebaran *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) Bagi Dana Pensiun;
- Surat Edaran OJK No. S-6/D.05/2020 Tahun 2020 tanggal 19 Maret 2020 tentang Upaya Pencegahan Dampak Penyebaran COVID-19 Pada Industri Keuangan Non Bank.
- Surat Edaran OJK No. S-7/D.05/2020 Tahun 2020 tanggal 23 Maret 2020 tentang Relaksasi atas Batas Waktu Kewajiban Penyampaian Laporan Jasa Keuangan Non Bank (LKJNB) kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK);
- Surat Edaran OJK No. S-4/D.03/2020 Tahun 2020 tanggal 16 Maret 2020 tentang Langkah-Langkah Pencegahan Dampak COVID-19 Pada Industri Perbankan.
- Surat Edaran OJK No. S-101/D.04/2929 Tahun 2020 tanggal 24 Maret 2020 tentang Perpanjangan Jangka Waktu Berlakunya Laporan Keuangan dan Laporan Penilaian di Pasar Modal, Perpanjangan Masa Penawaran Awal dan Penundaan/Pembatalan Penawaran Umum;
- Surat Edaran OJK No. S-49/PM.22/2020 Tahun 2020 tanggal 26 Maret 2020 tentang Penyampaian Laporan dan Keterbukaan Informasi Melalui SPE;
- Surat Edaran OJK No. S-92/D.04/2020 Tahun 2020 tanggal 18 Maret 2020 tentang Relaksasi atas Kewajiban Penyampaian Laporan dan Pelaksanaan Rapat Umum Pemegang Saham;

- Surat Edaran OJK No. S-88/D.04/2020 Tahun 2020 tanggal 16 Maret 2020 tentang Penanganan dan Pengendalian Penyebaran COVID-19 di Industri Pasar Modal.
- Siaran Pers SP 25/DHMS/OJK/IV/2020 tanggal 2 April 2020: OJK Mendukung dan Menindaklanjuti Perpu 1 Tahun 2020;
- Siaran Pers SP 24/DHMS/OJK/III/2020 tanggal 27 Maret 2020: Stabilitas Sektor Jasa Keuangan Tetap Terjaga di Tengah Merebaknya Wabah *Virus Corona*.
- Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Selama Masa Pencegahan Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Lingkungan Mahkamah Agung dan Badan Peradilan Yang Berada Di Bawahnya.
- Ketua MA Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pelaksanaan Tugas Selama Masa Pencegahan Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Lingkungan Mahkamah Agung.
- SE Sekretaris Mahkamah Agung 1 2020 Penyesuaian Sistem Kerja Hakim Dan Aparatur Peradilan Dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Covid-19 Di Lingkungan Mahkamah Agung Dan Badan Peradilan Lainnya.
- Keputusan Kepala BKPM No. 86 Tahun 2020 tanggal 1 April 2020 tentang Pemberian Kemudahan Perizinan Berusaha bagi Bidang Usaha Tertentu Terkait Penanganan Wabah COVID-19.
- Surat Edaran Ketua Pengadilan Pajak Nomor SE-03/PP/2020 Tahun 2020 Tentang Pedoman Penyesuaian Pelaksanaan Persidangan Dan Layanan Administrasi Selama Masa Pencegahan Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Lingkungan Pengadilan Pajak.
- Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 33 Tahun 2020.
- Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
- Keputusan Gubernur DKI Jakarta Nomor 380 Tahun 2020 Tentang Pemberlakuan Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam

Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Provinsi Daerah Khusus Ibokota Jakarta.

- Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 27 Tahun 2020 Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Di Daerah Kabupaten Bogor, Daerah Kota Bogor, Daerah Kota Depok, Daerah Kabupaten Bekasi, Dan Daerah Kota Bekasi.
- Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor 443/Kep.221-HUKHAM/2020 Tahun 2020 Tentang Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar Di Daerah Kabupate Bogor, Daerah Kota Bogor, Daerah Kota Depok, Daerah Kabupaten Bekasi, Dan Daerah Kota Bekasi Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)*.
- SE Gubernur Yogya No. 2/Se/III/2020 2020 Peningkatan Kewaspadaan Terhadap Risiko Penularan Infeksi *Corona Virus Disease (Covid-19)* Dari Pendatang/Pemudik Ke Daerah Istimewa Yogyakarta.
- SE Gubernur DKI/2/Se/2020 Tahun 2020 Penyesuaian Sistem Kerja Pegawai Dalam Upaya Pencegahan Penyebaran *Covid 19* Di Lingkungan Pemerintahan Privinsi DKI Jakarta.
- SE Kabag DKI 12/Se/2020 Tahun 2020 Antisipasi Penyebaran *Virus Corona* atau Covid 19.
- SE Gubernur Jabar 400/27/Hukham Tahun 2020 Peningkatan Kewaspadaan Terhadap Resiko Penularan Infeksi *Corona Virus Disease19 (Covid)*.
- SE Gubernur Jabar 400/26/Hukham Tahun 2020 Peningkatan Kewaspadaan Terhadap Resiko Penularan Infeksi *Corona Virus Disease19 (Covid)*.
- SE Gubernur Jabar 443/22/Hukham Tahun 2020 Pembentukan Pusat Informasi Dan Kordinasi *Corona Virus Disease-19 (Covid)* Daerah Kabupaten Kota Di Jawa Barat.
- SE Gubernur Jabar 400/25/Um Tahun 2020 Penutupan Sementara Fasilitas Umum Dan Penundaan Sementara Kegiatan Tertentu Di Lingkungan Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat.

- SE Sekda Jabar 443/46/UM Tahun 2020 Perpanjangan Penutupan Sementara Fasilitas Umum Dan Penundaan Sementara Kegiatan Tertentu Di Lingkungan Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat.
- SE Sekda Jabar 800/30/Bkd Tahun 2020 Penyesuaian Sistem Kerja Asn Dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Covid 19 Di Lingkungan Pemerintahan Provinsi Jawa Barat.
- SE Sekda Jabar 800/47/Bkd Tahun 2020 Perpanjangan Penyesuaian Sistem Kerja Asn Dalam Upaya Pencegahan Penyebaran Covid 19 Di Lingkungan Pemerintahan Provinsi Jawa Barat.
- Kapuskes Hj.01.01/2/946/2020 Tahun 2020 Upaya Pencegahan Penyebaran *Coronavirus Disease (Covid-19)* Kepada Seluruh Jemaah Haji Indonesia.
- Walikota Bekasi 440/2301/Dinkes 2020 Isolasi Kemanusiaan Terhadap Warga Kota Bekasi Dalam Upaya Pencegahan Penyebaran *Virus Corona (Covid-19)*.
- Walikota Bekasi 440/2285/Dinkes 2020 Penatalaksanaan Pasien Terduga Covid19.
- Walikota Bekasi 440/2286/Dinkes 2020 Larangan Rumah Sakit Swasta Merujuk Pasien Covid-19 Warga Kota Bekasi Ke Rumah Sakit Luar Kota Bekasi.
- Walikota Bekasi 556/2306- Parbud.Par 2020 Perpanjangan Penutupan Sementara Tempat Hiburan Dan Usaha Jasa Pariwisata Lainnya Di Kota Bekasi.
- Walikota Bekasi 469//2320/Setda.Tu 2020 Pelaksanaan Pemakaman Jenazah Pasien Covid-19 Di Kota Bekasi.
- BSNP 0113/SDAR/BSNP/III/2020 2020 Protokol Pelaksanaan UN Tahun 2019/2020 Untuk Penanganan Penyebaran Covid-19 59. Bsnp 0114/Sdar/BSNP/III/2020 Tahun 2020 Pelaksanaan UN Tahun 2020 Terkait Penyebaran *Virus Corona (Covid-19)*.
- Dirjen Dikti 262/E.E2/Km/2020 Tahun 2020 Pembelajaran Selama Masa Darurat Pandemi Covid-19.

- SE Komisi Informasi Pusat (KIP) No. 2 Tahun 2020 Pelayanan Informasi Publik Dalam Masa Darurat Kesehatan Masyarakat Akibat *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19).

Di samping regulasi di atas, masih banyak regulasi di tingkat daerah yang diterbitkan oleh Bupati, Walikota, Kepala Dinas, dan lain sebagainya untuk mengatasi masalah pandemik COVID-19 di tingkat lokal. Banyaknya regulasi yang sudah disahkan tersebut membuktikan keseriusan para pejabat negara dalam membuat kebijakan bernegara. Bahwa seluruh energi bangsa ini sudah dikerahkan untuk mengatasi masalah pandemik COVID-19. Energi finansial, energi teknologi, energi sumber daya manusia, dan segala potensi yang dimiliki negeri ini diorientasikan untuk mengatasi dampak buruk dari pandemik COVID-19. Bahwa harus diakui dampak yang ditimbulkan akibat pandemik COVID-19 di Indonesia benar-benar mampu melumpuhkan berbagai sektor, terutama sektor perekonomian, kesehatan, pendidikan, kesenian, dan pariwisata. Namun dalam eksekusi di lapangan, berbagai regulasi yang sudah diterbitkan tersebut terkesan tumpang-tindih, dan tidak bisa dijalankan dengan efektif dan efisien. Masalahnya, koordinasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah serta berbagai kementerian dan kedinasan banyak mengalami kendala, sehingga berbagai kebijakan yang ditempuh terkesan tidak seragam atau kompak. Misalnya soal kebijakan "*lock down*", atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) tidak dilakukan dengan sepenuh hati, tetapi berstandar ganda. Hal tersebut mengakibatkan, faktor pergerakan dan penyebaran virus COVID-19 masih terus berjalan cepat sampai sekarang.

### **Dampak COVID-19 terhadap Pendidikan di Indonesia**

Selain berdampak pada bidang kesehatan, satu bidang yang terasa benar terdampak pandemik COVID-19 yaitu bidang pendidikan. Terhitung sejak pertengahan Maret 2020 sampai ketika naskah ini diketik, para pelajar dan mahasiswa di Indonesia masih menjalankan kebijakan belajar dari rumah. Model pembelajaran dilakukan secara *online* melalui berbagai teknologi telekomunikasi, tanpa melakukan metode pembelajaran melalui model tatap muka di dalam kelas. Artinya untuk mencegah adanya penyebaran COVID-19, kegiatan belajar mengajar di dalam sekolah dan kampus di Indonesia

ditiadakan. Model pembelajaran yang dikembangkan berbasis dalam jaringan (*daring/online*). Kegiatan tatap muka langsung di dalam kelas ditiadakan sampai sekarang. Jika dideteksi, pembelajaran daring yang kebanyakan digunakan oleh para guru-murid, serta dosen-mahasiswa di Indonesia menggunakan aplikasi *Zoom us*, *WhatsApp*, *instragram*, *facebook*, *Webex*, *Google classroom*, *e-mail*, *SMS*, dan medium lainnya berbasis audio visual, audio saja, atau bahkan teks saja. Langkah ini diterapkan untuk mencegah terjadinya kontak langsung dan terjadinya kerumunan massa di dalam kelas. Model pembelajaran berbasis *online* menjadi pilihan dan solusi di tengah pandemik COVID-19. Namun bukan tanpa kendala. Banyak pelajar dan mahasiswa selama menjalani pembelajaran daring mengeluhkan mengenai akses internet yang tidak cepat, mengingat sinyal Internet belum merata di berbagai wilayah di Indonesia. Masalah yang paling banyak dikeluhkan mereka yakni borosnya quota Internet HP mereka ketika menggunakan berbagai aplikasi *video conference* seperti *Zoom us* dan sebagainya. Yang paling unik adalah, kebijakan belajar dari rumah, justru membuat para orangtua kerepotan menjadi "guru" bagi para anak-anak mereka. Sebab mereka terpaksa harus mendampingi dan membantu anak-anak mereka dalam belajar di rumah untuk mengerjakan berbagai tugas yang diberikan oleh para guru. Adanya kebijakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI yang bekerjasama dengan TVRI pusat menayangkan secara rutin program belajar dari rumah untuk para pelajar PAUD, TK, SD, SMP, dan SMA/K; pada awalnya dinilai menarik oleh para siswa. Berbagai terobosan dan kreativitas model pembelajaran telah dilakukan, termasuk dengan memanfaatkan saluran televisi dan Internet. Namun lama kelamaan, setelah masa belajar dari rumah berlangsung lebih dari 3 bulan sampai sekarang; anak-anak sudah mengaku bosan juga menonton program-program TVRI tersebut.

Dampak pandemik COVID-19 luar biasa, terutama pada penghapusan Ujian Nasional. Ujian Nasional yang sudah menjadi agenda akademik tahunan mulai dari tingkat SD, SMP, SMA menjadi ditiadakan. Padahal pada awal penetapan masa tanggap darurat COVID-19, Ujian Nasional SMK sudah digelar pada 16 Maret 2020. Ujian Nasional tersebut diikuti para pelajar SMK di 28 provinsi dengan total peserta sebanyak 729.763 orang (47,17 persen) di 7.380 sekolah (53,9 persen). Sementara enam provinsi yang menunda pelaksanaan UN

tingkat SMK adalah DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Bali, dan Riau, dengan total peserta sebanyak 817.169 peserta di 6.311 sekolah (*Detik.com*, 2020). Seharusnya, jika kondisi normal, UNBK jenjang SMA/MA akan dilaksanakan pada Senin, 30/3/2020. Dilanjutkan UN untuk pendidikan kesetaraan Paket C pada Sabtu, 4/4/2020. Sedangkan jenjang SMP/MTs dilakukan pada Senin, 20/4/2020 serta Paket B pada Sabtu, 2/5/2020.

Terhadap tatanan dunia pendidikan, COVID-19 telah membalikkan tatanan dunia pendidikan di Indonesia. Salah satunya, selama ini anak-anak SD, SMP, dan SMA/K yang dilarang keras untuk menggunakan *Handphone* selama pembelajaran di sekolah; kini telah berubah menjadikan mereka justru harus menggunakan HP. Sebab pembelajaran telah berbasis *online*. Mayoritas orang tua yang dulu mempercayakan kepada para guru di sekolah untuk mendidik anak-anak mereka secara formal, kini para orangtua harus siap menjadi guru formal bagi anak-anak mereka. Sebab sekolah formal telah berpindah ke rumah; mengingat tidak ada kegiatan pembelajaran tatap muka di sekolah. Para guru, pendidik, dan dosen harus kreatif mengemas model pembelajaran *online* agar menarik, dan tidak mengurangi target capaian pembelajaran yang sudah ditetapkan sebelumnya.

### **Dampak COVID-19 terhadap Industri Media (Komunikasi) di Indonesia**

COVID-19 telah berdampak sistemik pada pengelolaan industri media di dunia dan di Indonesia. Berdasarkan kajian terkini dari Supadiyanto (2020), pandemik tersebut telah mengakibatkan penurunan luar biasa pada pendapatan iklan media cetak, radio, dan televisi. Termasuk penurunan jumlah pembaca dan pemirsa tiga jenis media di atas. Sementara jumlah wartawan yang diberhentikan alias menjadi korban Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) selama pandemik COVID-19 juga semakin bertambah besar. Hal ini membuktikan bahwa pandemik COVID-19 sangat jelas berdampak negatif pada performa industri media massa. Namun anehnya, justru akibat pandemik COVID-19 ini menaikkan jumlah pengakses teknologi Internet maupun media sosial.

Berdasarkan data terkini: <https://www.internetlivestats.com/> (diakses pada 3 Mei 2020 pukul 23.59 WIB), jumlah pengguna Internet sedunia mencapai:

4.549.095.958 orang. Artinya: lebih dari 63,34 persen penduduk dunia sudah menggunakan teknologi Internet. Saat ini jumlah penduduk dunia mencapai 7.781.988.559 orang. Adapun pengguna media sosial tertinggi diraih oleh Youtube: 7.218.829.181 orang; facebook sebanyak 2.489.373.487 orang; twitter 359.872.077 orang; Skype 397.354.669 orang; Pinterest 289.991.765; Tumblr 145.750.069 orang. Pertumbuhan luar biasa pengguna Internet dan media sosial, menandai betapa teknologi Internet sudah menjadi kebutuhan primer setara dengan kebutuhan pangan, sandang, dan papan (tempat tinggal). Khusus jumlah pengguna Internet di Indonesia, pada akhir Januari 2020 menunjukkan angka 171.260.000 pengguna. Penetrasi Internet di Indonesia tertinggi ada di Jawa (55,7 persen), Sumatera (21,6 persen), Sulawesi-Maluku-Papua (10,9 persen), Kalimantan (6,6 persen), dan Bali-Nusa Tenggara (5,2 persen). Indonesia berhasil menduduki peringkat ke-3 se-Asia, setelah China dengan 854.000.000 pengguna, dan India dengan 560.000.000 pengguna Internet. Sedangkan jumlah pengguna *facebook* di Indonesia sebanyak 136.960.000 pengguna, peringkat ke-2 setelah India sebanyak 251.000.000 pengguna *facebook*.

Data media sosial sedunia, jumlah pengakses facebook = 2,449 miliar pengguna; *YouTUBE* = 2 miliar pengguna; *WA* = 1,6 miliar pengguna; *Facebook Messenger* = 1,3 miliar pengguna; *Weixin/Wechat* = 1,151 miliar pengguna; *Instagram* = 1 miliar pengguna; *Douyin/Tiktok* = 800 juta pengguna; *QQ* = 731 juta pengguna; *Qzone* = 517 juta pengguna; *Sina Weibo* = 497 juta pengguna; *Reddit* = 430 juta pengguna; *Snapchat* = 382 juta pengguna; *Twitter* = 340 juta pengguna; *Pinterest* = 322 juta pengguna; *Kuaishou* = 316 juta pengguna (*Kepios Analysis, Company Statements and Earnings Announcements; Platforms Self-Service Advertising Tools (All Latest Available Data, Data update to 25 January 2020*; bisa diakses: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>).

Sedangkan data di Indonesia, jumlah pengguna Internet tembus 175,4 juta pengguna, pemakai media sosial aktif sebanyak 160 juta pengguna; ada 338,2 juta telpon seluler yang dimiliki oleh penduduk Indonesia; dengan jumlah penduduk sebanyak 272,1 juta. Rata-rata menggunakan waktu untuk mengakses Internet selama 7 jam 59 menit per hari (PBB, Januari 2020).

Pengguna media sosial di Indonesia per Januari 2020: *facebook* = 130 juta pengguna; *Instagram* = 63 juta pengguna; *Snapchat* = 5,4 juta pengguna; *Twitter* = 10,65 juta pengguna; *Linkedin* = 15 juta pengguna. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2018, sebagian besar pengguna telpon seluler menggunakan operator seluler penyedia layanan internet dari Telkomsel (43 persen), Indosat Ooredoo (18,1 persen), XL (18 persen), Tri (11,6 persen), Smartfren (2,6 persen), dan sisanya merek lainnya. Adapun merek telpon seluler yang digunakan adalah Samsung (37,7 persen); Oppo (18 persen); Xiaomi (17,7 persen); Vivo (7,5 persen), Asus (3,2 persen), Iphone (3,1 persen); Lenovo (2,4 persen, Advan (1,5 persen), merek lainnya (8,9 persen).

Berdasarkan fakta-fakta statistik (numerik) di atas membuktikan secara sah bahwa jumlah pengakses teknologi Internet baik di dunia maupun Indonesia mengalami kenaikan yang sangat signifikan saat ini. Hipotesis yang layak dibuktikan kemudian adalah meningkatnya jumlah pengakses Internet sedunia saat ini, termasuk di Indonesia, berpengaruh kuat turunnya jumlah pembaca surat kabar, turunnya tiras, dan beralihnya para pembaca muda dan loyal surat kabar ke media digital (*online*). Para pengelola media massa harus pandai menemukan inovasi, kreativitas, dan adaptasi dalam rangka menyikapi pandemik COVID-19. Gagal dalam merespons dan menyikapi situasi tersebut, nasib perusahaan media bakal kolaps dan bangkrut. Mengingat ruang dan halaman yang terbatas dalam buku ini, dampak negatif pada sektor industri media, komunikasi, dan sekaligus pendidikan dari pandemik COVID-19 tidak bisa diberikan lebih banyak lagi.

## **Kesimpulan**

COVID-19 telah berdampak sistemik pada berbagai bidang kehidupan sampai sekarang. Berbagai regulasi sudah dikeluarkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Regulasi tersebut berfungsi untuk mencegah tangkal terjadinya COVID-19 secara lebih besar lagi. Fungsi lainnya untuk mengatasi atau menangani dampak negatif dari pandemik COVID-19 yang mengakibatkan meninggalnya banyak orang.

Secara edukatif, pandemik COVID-19 telah mengakibatkan dunia pendidikan di Indonesia gempar. Ujian Nasional ditiadakan, pembelajaran

tatap muka dihilangkan diganti dengan pembelajaran *online*, dan kebijakan lainnya. Secara politik anggaran bernegara, APBN dan APBD diarahkan untuk menanggulangi dampak pandemik COVID-19; sehingga berbagai kementerian dan kedinasan menghapus berbagai program kerja yang ada untuk dialihkan demi penanganan dampak COVID-19. Sedangkan bagi dunia industri media massa, dampak media massa mengguncang industri media karena menurunkan pendapatan iklan, menurunkan jumlah pembaca, menyebabkan di-PHK-nya banyak pekerja media, dan produksi konten media menjadi terbatas alias lesu. Sementara ini pandemik COVID-19 sampai sekarang justru tampak semakin lebih parah lagi. Kelihain para pengelola industri media dalam melakukan tata kelola bisnis mereka, menjadi kata kunci untuk tetap bisa bertahan di era krisis tersebut.

## **Daftar Pustaka**

- Ade Miranti Karunia. Kompas.com dengan judul "Dampak Covid-19, Menaker: Lebih dari 2 Juta Pekerja Di-PHK dan Dirumahkan", <https://money.kompas.com/read/2020/04/23/174607026/dampak-covid-19-menaker-lebih-dari-2-juta-pekerja-di-phk-dan-dirumahkan>.
- Antara. 7 April 2020. Di Tengah Corona, Jumlah Kematian Akibat DBD Capai 254 Orang. Tempo.co. klik: <https://nasional.tempo.co/read/1328756/di-tengah-corona-jumlah-kematian-akibat-dbd-capai-254-orang/full&view=ok>
- Danu Damarjati, 2020, UN 2020 Batal untuk SMA, Sudah Kelar 47% untuk SMK. Detik.com edisi 24 Maret 2020. klik: <https://news.detik.com/berita/d-4951361/un-2020-batal-untuk-sma-sudah-kelar-47-untuk-smk/1>
- Dewi Adhitya S. Koesno. 6 April 2020. Update DBD Saat Pandemi Corona: Data Meninggal 254 Jiwa per 4 April. Tirto.id.com.klik: <https://tirto.id/update-dbd-saat-pandemi-corona-data-meninggal-254-jiwa-per-4-april-eLkE>
- <https://covid19.go.id/>
- <https://hukumclick.wordpress.com/2020/04/23/daftar-peraturan-terkait-covid-19-corona-virus/>
- <https://www.internetlivestats.com>
- <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- Kepios Analysis, Company Statements and Earnings Announcements; Platforms Self-Service Advertising Tools (All Latest Available Data, Data update to 25 January 2020; bisa diakses: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Supadiyanto. (2020). Opportunities) Death of the Newspaper Industry in Digital Age and Pandemic COVID-19. Jurnal Massanger Vol 12 No. 2 Tahun 2020.

## **MENGEDEPANKAN LITERASI MEDIA DAN INFORMASI (LMI) PADA MASA PANDEMIK COVID-19**

Oleh: Indri Erkaningrum Florentina, M.Si. dan Alexander Jatmiko  
Wibowo, MSF.

Dosen ASMI Santa Maria Yogyakarta dan Dosen Fakultas Ekonomi  
Universitas Atmajaya Yogyakarta

*e-mail: indrierkaningrum@gmail.com dan alex.wibowo@uajy.ac.id*

### ***Abstract***

*The acceleration of information technology has brought about major changes in the free flow of information. The Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) pandemic declared by the World Health Organization (WHO) is a global problem arising when information technology accelerates rapidly. Consequently, the ability to access, retrieve, understand, evaluate, create and share information in all formats in a critical, ethical and effective way, is very much needed during the current COVID-19 pandemic. Besides, COVID-19 literacy equipped by media and information literacy needs to be the good habits of every citizen so that the COVID-19 pandemic problem can be mitigated and immediately addressed. The COVID-19 pandemic has the potential to hit the economy and development globally and has hit various sectors in almost all countries, including Indonesia. Therefore, quick, precise, focused, integrated, and synergic steps between ministries institutions and local governments are needed so that the impact of COVID-19 in Indonesia can be immediately addressed in terms of humanity, social, economic, and financial aspects.*

**Keywords:** *Covid-19 pandemic, Covid-19 literacy, media and information literacy*

### **Pendahuluan**

Akselerasi teknologi informasi telah menggiring setiap individu berada di tengah dunia 360 derajat, dengan dikelilingi berbagai macam informasi. Pergerakan bebas arus informasi telah membawa perubahan besar pada setiap individu dalam mengakses dan berbagi informasi dengan berbagai bentuk. Potter (2013) mengemukakan dunia berubah dengan cepat karena teknologi informasi yang lebih baru memungkinkan individu untuk tidak hanya mengakses semua jenis informasi dengan cepat, tetapi juga membuat dan berbagi pesan mereka sendiri. Kemampuan untuk mengakses, mengambil, memahami, mengevaluasi, membuat dan berbagi informasi dalam semua

format dengan cara yang kritis, etis dan efektif, sangat dibutuhkan dalam dunia dengan teknologi informasi yang berubah dengan cepat pada saat ini. Informasi akan menentukan sikap dan tindakan setiap individu. Kemampuan mengelola informasi menjadi sangat vital dimiliki setiap individu agar informasi dapat menjadi alat untuk menyelesaikan permasalahan bersama.

Pandemik *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) merupakan permasalahan global yang muncul pada saat terjadi perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat. Setiap individu dapat dengan mudah mengakses dan berbagi informasi mengenai COVID-19 dalam berbagai bentuk dan format. Literasi COVID-19 dan Literasi Media dan Informasi (LMI) sangat perlu dimiliki setiap individu agar permasalahan pandemik COVID-19 dapat dimitigasi dan segera diatasi. Rampey mengemukakan saat ini, faktanya tetap bahwa banyak individu yang tidak memiliki kemampuan literasi dasar yang diperlukan untuk berfungsi secara efektif dalam masyarakat yang kompleks teknologi (Bastable et. al., 2019). Pandemi COVID-19 telah berpotensi menghambat perekonomian dan pembangunan secara global serta telah memukul berbagai sektor di hampir semua negara, termasuk Indonesia. Langkah-langkah cepat, tepat, fokus, terpadu, dan sinergis antar kementerian/lembaga dan pemerintah daerah sangat diperlukan agar dampak COVID-19 di Indonesia segera dapat diatasi baik dari sisi aspek kemanusiaan, sosial, ekonomi, dan keuangan. Esensi dasar paparan ini adalah melihat perkembangan COVID-19, perlunya literasi COVID-19, membudayakan literasi media dan informasi, serta implementasi penanganan COVID-19 di Indonesia. Hasil bahasan dapat dipergunakan oleh setiap warga negara dalam mengakses, mengambil, memahami, mengevaluasi, membuat dan berbagi informasi dalam semua format dengan cara yang kritis, etis dan efektif, pada masa pandemik COVID-19 ini.

### ***Timeline* Pandemi COVID-19**

COVID-19 menjadi salah satu isu global yang paling banyak dibicarakan pada saat ini. COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang pertama kali ditemukan di Wuhan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020 menyatakan bahwa virus Corona jenis baru penyebab COVID-19 telah menjadi pandemi global. Ringkasan *timeline* sejak

China pertama kali melaporkan ke WHO hingga WHO menyatakan virus Corona sebagai pandemi yang diambil dari publikasi *timeline* oleh CNN, Aljazeera, Kompas, The New York Times, dan WHO adalah sebagai berikut.

**Tabel 1. *Timeline* Pandemi COVID-19**

<b>Tanggal</b>	<b>Keterangan</b>
31 Desember 2019	China pertama kali melaporkan ke WHO mengenai terdeteksinya kasus pneumonia di Wuhan Provinsi Hubei, dengan penyebab virus yang tidak diketahui. Kasus-kasus tersebut terjadi antara tanggal 12 - 29 Desember 2019.
7 Januari 2020	Pihak berwenang China mengonfirmasi bahwa mereka telah mengidentifikasi virus tersebut sebagai Virus Corona baru, yang awalnya oleh WHO disebut sebagai 2019-n CoV.
11 Januari 2020	Komisi Kesehatan Wuhan mengumumkan kematian pertama yang disebabkan oleh Corona Virus, yaitu seorang laki-laki berusia 61 tahun yang terkena virus di pasar makanan laut. Ia meninggal pada tanggal 9 Januari 2020 setelah gagal pernafasan yang disebabkan oleh pneumonia berat.
13 Januari 2020	Pemerintah Thailand melaporkan kasus infeksi yang disebabkan oleh Virus Corona. Individu yang terinfeksi adalah warga negara China yang tiba dari Wuhan. Kasus ini merupakan kasus pertama yang tercatat di luar China.
16 Januari 2020	Pihak berwenang Jepang mengkonfirmasi bahwa seorang pria Jepang yang bepergian ke Wuhan terinfeksi virus.
17 Januari 2020	Pejabat Kesehatan China mengkonfirmasi kasus kematian kedua. Amerika Serikat menanggapi wabah tersebut dengan menerapkan pemeriksaan di bandara San Francisco, New York dan Los Angeles.
20 Januari 2020	China melaporkan kematian ketiga dan terjadinya kasus-kasus di luar provinsi Hubei termasuk Beijing, Shanghai dan Shenzhen.
21 Januari 2020	Kasus pertama yang dikonfirmasi Amerika Serikat, di negara bagian Washington, di mana seorang pria berusia 30-an mengalami gejala setelah kembali dari perjalanan ke Wuhan.
23 Januari 2020	WHO mengatakan bahwa Corona Virus Wuhan belum merupakan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional. Di hari yang sama, pihak berwenang China memberlakukan penguncian sebagian transportasi yang masuk dan keluar dari Wuhan.
28 Januari 2020	Presiden China Xi Jinping bertemu dengan Direktur Jenderal WHO Tedros Adhanom di Beijing. Pertemuan tersebut menghasilkan kesepakatan untuk mengirim tim ahli internasional, termasuk staf Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit AS, ke China untuk menyelidiki wabah Corona Virus.
30 Januari 2020	Amerika Serikat melaporkan kasus penularan pertama dari orang ke orang atas Virus Corona Wuhan. Pada hari yang sama, WHO menetapkan bahwa wabah tersebut menjadi Darurat Kesehatan Publik Internasional dari Kepedulian Internasional (PHEIC). Dalam beberapa hari, kasus-kasus baru dikonfirmasi di India, Filipina, Rusia, Spanyol, Swedia dan Inggris, Australia, Kanada, Jerman, Jepang, Singapura, AS, UEA, dan Vietnam.
2 Februari 2020	Filipina melaporkan kematian pertama di luar China karena Virus Corona Wuhan, yaitu seorang pria berusia 44 tahun.

4 Februari 2020	Kementerian Kesehatan Jepang mengumumkan bahwa sepuluh orang di atas kapal pesiar Diamond Princess yang ditambatkan di Yokohama Bay dipastikan memiliki Virus Corona. Kapal yang mengangkut lebih dari 3.700 orang tersebut ditempatkan di bawah karantina yang dijadwalkan berakhir pada 19 Februari 2020
Februari 2020	Li Wenliang, seorang dokter yang termasuk orang pertama membunyikan alarm atas corona virus di China, meninggal karena Virus Corona.
11 Februari 2020	WHO mengumumkan bahwa penyakit yang disebabkan oleh Corona Virus disebut "COVID-19"
13 Februari 2020	Jepang mengkonfirmasi kematian pertamanya terkait dengan virus.
14 Februari 2020	Prancis mengumumkan kematian Virus Corona pertama di Eropa, yaitu seorang turis China berusia 80 tahun. Di hari yang sama, Mesir mengumumkan kasus pertama Virus Corona. Kasus yang dikonfirmasi ini menandai kasus pertama di Afrika sejak virus terdeteksi.
16 Februari 2020	Taiwan melaporkan kematian pertamanya.
19 Februari 2020	Iran melaporkan dua kematian akibat Virus Corona. Ratusan penumpang kapal pesiar Diamond Princess yang telah dites negatif dan tidak memiliki gejala terpapar Virus Corona mulai turun dari kapal tersebut.
20 Februari 2020	Korea Selatan melaporkan kematian pertamanya akibat Virus Corona.
21 Februari 2020	Israel melaporkan kasus pertama yang dikonfirmasi setelah seorang wanita yang kembali dari kapal pesiar dinyatakan positif.
23 Februari 2020	Italia melihat lonjakan besar dalam kasus coronavirus dan pejabat mengunci kota.
24 Februari 2020	Iran muncul sebagai titik fokus kedua virus. Iran mengatakan memiliki 61 kasus virus corona dan 12 kematian.
24 Februari 2020	Minggu ini menandai konfirmasi kasus pertama di negara-negara di seluruh dunia, termasuk Kuwait, Bahrain, Irak, Oman, Qatar, Norwegia, Rumania, Yunani, Georgia, Pakistan, Afghanistan, Makedonia Utara, Brasil, Estonia, Denmark, Irlandia Utara dan Belanda, Lithuania, dan Wales.
1 Maret 2020	
29 Februari 2020	Amerika Serikat mencatat kematian pertamanya karena virus corona (seorang pasien yang terinfeksi virus corona di negara bagian Washington) dan mengumumkan pembatasan perjalanan.
2 Maret 2020	Pemerintah Indonesia secara resmi mengumumkan dua WNI positif terpapar corona virus. Keduanya menjadi kasus pertama yang dilaporkan di Indonesia.
11 Maret 2020	Indonesia mengumumkan kematian pertama akibat virus corona, yaitu pasien kasus 25, seorang WNA yang menjalani perawatan di RS Sanglah, Bali.
11 Maret 2020	WHO menyatakan wabah corona virus sebagai pandemik. WHO mengatakan wabah itu adalah pandemi pertama yang disebabkan oleh corona virus.

Sumber:

<https://edition.cnn.com/2020/02/06/health/wuhan-coronavirus-timeline-fast-facts/index.html>  
<https://www.aljazeera.com/news/2020/01/timeline-china-coronavirus-spread-200126061554884.html>  
<https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/12/113008565/timeline-wabah-virus-corona-terdeteksi-pada-desember-2019-hingga-jadi?page=all#>  
<https://www.nytimes.com/article/coronavirus-timeline.html>  
<https://www.who.int/news-room/detail/08-04-2020-who-timeline---covid-19>

Penyebaran COVID-19 yang dinyatakan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) sebagai pandemi pada sebagian besar negara-negara di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu. Data dari *World Health Organization* (WHO) per 6 Mei 2020

terkonfirmasi kasus sebesar 3.588.773 dengan kasus meninggal sebesar 247.503 jiwa (rasio meninggal dunia 6,90 persen). Perbandingan kasus sebagai berikut: Afrika 33.973 meninggal 1.202 (rasio meninggal dunia 3,54 persen); Amerika terkonfirmasi kasus 1.507.148 meninggal 81.070 (rasio meninggal dunia 5,38 persen); Mediterania Timur 221.230 meninggal 8.290 (rasio meninggal dunia 3,75 persen); Eropa terkonfirmasi kasus 1.593.828 meninggal 147.780 (rasio meninggal dunia 9,27 persen); Asia Tenggara 76.998 meninggal 2.821 (rasio meninggal dunia 3,66 persen); Pasifik Barat 154.884 meninggal 6.327 (rasio meninggal dunia 4,08 persen). Data statistik yang selalu diperbarui menjadi acuan dalam berbagi informasi. Berikut adalah situasi dalam angka secara global COVID-19 mulai sejak 2 Maret 2020 ketika Indonesia mengkonfirmasi kasus pertamanya hingga artikel ini selesai ditulis.

**Tabel 2. Situasi Dalam Angka (Global) COVID-19**

No	Tanggal	Terkonfirmasi	Meninggal Dunia	Rasio Meninggal Dunia (%)
1.	2 Maret 2020 (10:00)	88.948	3.043	3,42
2.	3 Maret 2020 (10:00)	90.869	3.112	3,42
3.	4 Maret 2020 (10:00)	93.091	3.198	3,44
4.	5 Maret 2020 (10:00)	95.324	3.281	3,44
5.	6 Maret 2020 (10:00)	98.192	3.380	3,44
6.	7 Maret 2020 (10:00)	101.927	3.486	3,42
7.	8 Maret 2020 (10:00)	105.586	3.584	3,39
8.	9 Maret 2020 (10:00)	109.577	3.809	3,48
9.	10 Maret 2020 (10:00)	113.702	4.012	3,53
10.	11 Maret 2020 (10:00)	118.319	4.292	3,63
11.	12 Maret 2020 (10:00)	125.260	4.613	3,68
12.	13 Maret 2020 (10:00)	132.758	4.955	3,73
13.	14 Maret 2020 (10:00)	142.534	5.392	3,78
14.	15 Maret 2020 (10:00)	153.517	5.735	3,74
15.	16 Maret 2020 (10:00)	167.515	6.606	3,94
16.	17 Maret 2020 (10:00)	179.111	7.426	4,15
17.	18 Maret 2020 (00:00)	191.127	7.807	4,08
18.	19 Maret 2020 (00:00)	209.839	8.778	4,18
19.	19 Maret 2020 (23:59)	234.073	9.840	4,20
20.	20 Maret 2020 (23:59)	266.073	11.183	4,20
21.	21 Maret 2020 (23:59)	292.142	12.783	4,38
22.	23 Maret 2020 (10:00)	332.930	14.509	4,36
23.	24 Maret 2020 (10:00)	372.755	16.231	4,35
24.	25 Maret 2020 (10:00)	413.467	18.433	4,46
25.	26 Maret 2020 (10:00)	462.684	20.834	4,50

26.	27 Maret 2020 (10:00)	509.164	23.335	4,58
27.	28 Maret 2020 (10:00)	571.659	26.493	4,63
28.	29 Maret 2020 (10:00)	634.813	29.891	4,71
29.	30 Maret 2020 (10:00)	693.282	33.106	4,78
30.	31 Maret 2020 (10:00)	750.890	36.405	4,85
31.	1 April 2020 (10:00)	823.626	40.598	4,93
32.	2 April 2020 (10:00)	896.475	45.525	5,08
33.	3 April 2020 (10:00)	972.303	50.321	5,18
34.	4 April 2020 (10:00)	1.051.697	56.986	5,42
35.	5 April 2020 (10:00)	1.133.758	62.784	5,54
36.	6 April 2020 (10:00)	1.210.956	67.594	5,58
37.	7 April 2020 (10:00)	1.279.722	72.614	5,67
38.	8 April 2020 (10:00)	1.353.361	79.235	5,85
39.	9 April 2020 (10:00)	1.436.198	85.521	5,95
40.	10 April 2020 (10:00)	1.521.252	92.798	6,10
41.	11 April 2020 (10:00)	1.610.909	99.690	6,19
42.	12 April 2020 (10:00)	1.696.588	105.952	6,25
43.	13 April 2020 (10:00)	1.773.084	111.652	6,30
44.	14 April 2020 (10:00)	1.844.863	117.021	6,34
45.	15 April 2020 (10:00)	1.914.916	123.010	6,42
46.	16 April 2020 (10:00)	1.991.562	130.885	6,57
47.	17 April 2020 (10:00)	2.074.529	139.378	6,72
48.	18 April 2020 (10:00)	2.160.207	146.088	6,76
49.	19 April 2020 (10:00)	2.241.778	152.551	6,80
50.	20 April 2020 (10:00)	2.314.621	157.847	6,82
51.	21 April 2020 (10:00)	2.397.217	162.956	6,80
52.	22 April 2020 (10:00)	2.471.136	169.006	6,84
53.	23 April 2020 (10:00)	2.544.792	175.694	6,90
54.	24 April 2020 (10:00)	2.626.321	181.938	6,93
55.	25 April 2020 (10:00)	2.719.896	187.705	6,90
56.	26 April 2020 (10:00)	2.804.796	193.710	6,91
57.	27 April 2020 (10:00)	2.878.196	198.668	6,90
58.	28 April 2020 (10:00)	2.954.222	202.597	6,86
59.	29 April 2020 (10:00)	3.018.681	207.973	6,89
60.	30 April 2020 (10:00)	3.090.445	217.769	7,05
61.	1 Mei 2020 (10:00)	3.175.207	224.172	7,06
62.	2 Mei 2020 (10:00)	3.267.184	229.971	7,04
63.	3 Mei 2020 (10:00)	3.349.786	238.628	7,12
64.	4 Mei 2020 (10:00)	3.435.894	239.604	6,97
65.	5 Mei 2020 (10:00)	3.517.345	243.401	6,92
66.	6 Mei 2020 (10:00)	3.588.773	247.503	6,90

Sumber: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports>

Tabel 2. Situasi Dalam Angka (Global) COVID-19 di dunia memperlihatkan total kasus terkonfirmasi COVID-19 dan meninggal dunia

secara global sejak 2 Maret 2020 ketika Indonesia mengkonfirmasi kasus pertamanya. Rasio meninggal dunia semula memperlihatkan semakin lama semakin besar. Rasio meninggal dunia sangat tinggi berada pada 24 April 2020 sebesar 6,93 persen, sempat menurun dalam beberapa hari, naik kembali dan tertinggi pada 3 Mei 2020 sebesar 7,12 persen, namun setelah tanggal tersebut cenderung mengalami penurunan. Penurunan rasio meninggal dunia ini memberikan harapan pada situasi yang lebih baik mengenai penyebaran COVID-19 secara global. Berdasarkan *timeline* pandemik COVID-19 yang tertuang dalam Tabel 1. di atas bahwa pada 24 Februari 2020 sampai dengan 1 Maret 2020 merupakan minggu yang menandai konfirmasi kasus pertama negara-negara di seluruh dunia, maka pada akhir bulan April 2020 ini merupakan waktu dua bulan setelah konfirmasi kasus pertama sebagian besar negara-negara di seluruh dunia. Berikut adalah lima negara dengan total terpapar COVID-19 terbesar di dunia untuk periode waktu 22 Maret 2020 sampai dengan 6 Mei 2020.

**Tabel 3. Lima Negara dengan Total Terpapar COVID-19 Terbesar di Dunia**

No	Tanggal	China	Italia	Spainyol	Jerman	USA	Prancis	Inggris
1.	Update 22 Maret 2020	1	2	4	5	3		
2.	Update 23 Maret 2020	1	2	4	5	3		
3.	Update 24 Maret 2020	1	2	4	5	3		
4.	Update 25 Maret 2020	1	2	4	5	3		
5.	Update 26 Maret 2020	1	2	4	5	3		
6.	Update 27 Maret 2020	1	2	4	5	3		
7.	Update 28 Maret 2020	1	2	4	5	3		
8.	Update 29 Maret 2020	3	1	4	5	2		
9.	Update 30 Maret 2020	4	2	3	5	1		
10.	Update 31 Maret 2020	3	2	4	5	1		
11.	Update 1 April 2020	4	2	3	5	1		
12.	Update 2 April 2020	4	2	3	5	1		
13.	Update 3 April 2020	4	2	3	5	1		
14.	Update 4 April 2020	4	2	3	5	1		
15.	Update 5 April 2020	5	2	3	4	1		
16.	Update 6 April 2020	5	3	2	4	1		
17.	Update 7 April 2020	5	3	2	4	1		
18.	Update 8 April 2020	5	3	2	4	1		

19. Update 9 April 2020	5	3	2	4	1		
20. Update 10 April 2020	5	3	2	4	1		
21. Update 11 April 2020		3	2	4	1	5	
22. Update 12 April 2020		3	2	4	1	5	
23. Update 13 April 2020		3	2	4	1	5	
24. Update 14 April 2020		3	2	4	1	5	
25. Update 15 April 2020		3	2	4	1	5	
26. Update 16 April 2020		3	2	4	1	5	
27. Update 17 April 2020		3	2	4	1	5	
28. Update 18 April 2020		3	2	4	1	5	
29. Update 19 April 2020		3	2	4	1		5
30. Update 20 April 2020		3	2	4	1		5
31. Update 21 April 2020		3	2	4	1		5
32. Update 22 April 2020		3	2	4	1		5
33. Update 23 April 2020		3	2	4	1		5
34. Update 24 April 2020		3	2	4	1		5
35. Update 25 April 2020		3	2	4	1		5
36. Update 26 April 2020		3	2	4	1		5
37. Update 27 April 2020		3	2	4	1		5
38. Update 28 April 2020		3	2	4	1		5
39. Update 29 April 2020		3	2	5	1		4
40. Update 30 April 2020		3	2	5	1		4
41. Update 1 Mei 2020		3	2	5	1		4
42. Update 2 Mei 2020		3	2	5	1		4
43. Update 3 Mei 2020		3	2	5	1		4
44. Update 4 Mei 2020		3	2	5	1		4
45. Update 5 Mei 2020		3	2	5	1		4
46. Update 6 Mei 2020		3	2	5	1		4

Sumber: <https://www.covid19.go.id/>

Tabel 3. Lima Negara dengan total terpapar COVID-19 terbesar di dunia memperlihatkan bahwa sejak data diambil penulis tanggal 22 Maret 2020 sampai dengan tanggal 30 April 2020, negara-negara yang pernah menduduki lima besar negara dengan total terpapar COVID-19 terbesar di dunia adalah China, Italia, Amerika Serikat, Spanyol, Jerman, Prancis, dan Inggris. Sejak data diambil penulis tanggal 22 Maret 2020 sampai dengan tanggal 28 Maret 2020, China merupakan negara urutan pertama dengan total terpapar COVID-19 terbesar di dunia. Italia sempat berada di urutan pertama dengan total terpapar COVID-19 terbesar di dunia pada tanggal 29 Maret 2020. Namun,

sejak tanggal 30 Maret sampai dengan terakhir data diambil penulis yaitu pada tanggal 6 Mei 2020, Amerika menjadi negara urutan pertama dengan total terpapar COVID-19 terbesar di dunia. Indonesia melaporkan kasus pertama pada tanggal 2 Maret 2020. Berikut adalah perkembangan jumlah terpapar COVID-19 di Indonesia sejak 2 Maret 2020 ketika Indonesia mengkonfirmasi kasus pertamanya hingga artikel ini selesai ditulis.

**Tabel 4. Jumlah Terpapar COVID-19 di Indonesia**

No	Tanggal	Positif		Sembu			Meninggal Dunia		
		Tambah	Total	Tambah	Total	Rasio (%)	Tambah	Total	Rasio (%)
1.	2 Maret 2020	2	2						
2.	3 Maret 2020	0	2						
3.	5 Maret 2020	0	2						
4.	6 Maret 2020	2	4						
5.	7 Maret 2020	0	4						
6.	8 Maret 2020	2	6						
7.	9 Maret 2020	13	19						
8.	10 Maret 2020	8	27	2	2	7,41			
9.	11 Maret 2020	7	34	0	2	5,88	1	1	2,94
10	12 Maret 2020	0	34	1	3	8,82	0	1	2,94
11	13 Maret 2020	35	69	0	3	4,35	3	4	5,80
12	14 Maret 2020	27	96	0	3	3,13	1	5	5,21
13	15 Maret 2020	21	117	0	3	2,56	0	5	4,27
14	16 Maret 2020	17	134	5	8	5,97	0	5	3,73
16	Update 17 Maret 2020 Pukul 16.00 WIB	38	172	1	9	5,23	0	5	2,91
17	Update 18 Maret 2020 Pukul 16.00 WIB	55	227	2	11	4,85	14	19	8,37
18	Update 19 Maret 2020 Pukul 12.00 WIB	82	309	4	15	4,85	6	25	8,09
19	Update 20 Maret 2020 Pukul 13.00 WIB	60	369	2	17	4,61	7	32	8,67
20	Update 21 Maret 2020 Pukul 16.00 WIB	81	450	3	20	4,44	6	38	8,44
21	Update 22 Maret 2020 Pukul 13.00 WIB	64	514	9	29	5,64	10	48	9,34
22	Update 23 Maret 2020 Pukul 15.00 WIB	65	579	1	30	5,18	1	49	8,46
23	Update 24 Maret 2020 Pukul 15.00 WIB	107	686	0	30	4,37	6	55	8,02
24	Update 25 Maret 2020 Pukul 12.00 WIB	104	790	1	31	3,92	3	58	7,34

25	Update 26 Maret 2020 Pukul 12.00 WIB	103	893	4	35	3,92	20	78	8,73
26	Update 27 Maret 2020 Pukul 12.00 WIB	153	1.046	11	46	4,40	9	87	8,32
27	Update 28 Maret 2020 Pukul 15.00 WIB	109	1.155	13	59	5,11	15	102	8,83
28	Update 29 Maret 2020 Pukul 13.00 WIB	130	1.285	5	64	4,98	12	114	8,87
29	Update 30 Maret 2020 Pukul 12.00 WIB	129	1.414	11	75	5,30	8	122	8,63
30	Update 31 Maret 2020 Pukul 12.00 WIB	114	1.528	6	81	5,30	14	136	8,90
31	Update 1 April 2020 Pukul 12.00 WIB	149	1.677	22	103	6,14	21	157	9,36
32	Update 2 April 2020 Pukul 12.00 WIB	113	1.790	9	112	6,26	13	170	9,50
33	Update 3 April 2020 Pukul 12.00 WIB	196	1.986	22	134	6,75	11	181	9,11
34	Update 4 April 2020 Pukul 12.00 WIB	106	2.092	16	150	7,17	10	191	9,13
35	Update 5 April 2020 Pukul 12.00 WIB	181	2.273	14	164	7,22	7	198	8,71
36	Update 6 April 2020 Pukul 12.00 WIB	218	2.491	28	192	7,71	11	209	8,39
37	Update 7 April 2020 Pukul 12.00 WIB	247	2.738	12	204	7,45	12	221	8,07
38	Update 8 April 2020 Pukul 12.00 WIB	218	2.956	18	222	7,51	19	240	8,12
39	Update 9 April 2020 Pukul 12.00 WIB	337	3.293	30	252	7,65	40	280	8,50
40	Update 10 April 2020 Pukul 12.00 WIB	219	3.512	30	282	8,03	26	306	8,71
41	Update 11 April 2020 Pukul 12.00 WIB	330	3.842	4	286	7,44	21	327	8,51
42	Update 12 April 2020 Pukul 12.00 WIB	399	4.241	73	359	8,46	46	373	8,80
43	Update 13 April 2020 Pukul 12.00 WIB	316	4.557	21	380	8,34	26	399	8,76
44	Update 14 April 2020 Pukul 12.00 WIB	282	4.839	46	426	8,80	60	459	9,49
45	Update 15 April 2020 Pukul 12.00 WIB	297	5.136	20	446	8,68	10	469	9,13
46	Update 16 April 2020 Pukul 12.00 WIB	380	5.516	102	548	9,93	27	496	8,99
47	Update 17 April 2020 Pukul 12.00 WIB	407	5.923	59	607	10,25	24	520	8,78
48	Update 18 April 2020 Pukul 12.00 WIB	325	6.248	24	631	10,10	15	535	8,56
49.	Update 19 April 2020 Pukul 12.00 WIB	327	6.575	55	686	10,43	47	582	8,85
50.	Update 20 April 2020 Pukul 12.00 WIB	185	6.760	61	747	11,05	8	590	8,73
51.	Update 21 April 2020 Pukul 12.00 WIB	375	7.135	95	842	11,80	26	616	8,63

52.	Update 22 April 2020 Pukul 12.00 WIB	283	7.418	71	913	12,31	19	635	8,56
53.	Update 23 April 2020 Pukul 12.00 WIB	357	7.775	47	960	12,35	12	647	8,32
54.	Update 24 April 2020 Pukul 12.00 WIB	436	8.211	42	1.002	12,20	42	689	8,39
55.	Update 25 April 2020 Pukul 12.00 WIB	396	8.607	40	1.042	12,11	31	720	8,37
56.	Update 26 April 2020 Pukul 12.00 WIB	275	8.882	65	1.107	12,46	23	743	8,37
57.	Update 27 April 2020 Pukul 12.00 WIB	214	9.096	44	1.151	12,65	22	765	8,41
58.	Update 28 April 2020 Pukul 12.00 WIB	415	9.511	103	1.254	13,18	8	773	8,13
59.	Update 29 April 2020 Pukul 12.00 WIB	260	9.771	137	1.391	14,24	11	784	8,02
60.	Update 30 April 2020 Pukul 12.00 WIB	347	10.118	131	1.522	15,04	8	792	7,83
61.	Update 1 Mei 2020 Pukul 12.00 WIB	433	10.551	69	1.591	15,08	8	800	7,58
62.	Update 2 Mei 2020 Pukul 12.00 WIB	292	10.843	74	1.665	15,36	31	831	7,66
63.	Update 3 Mei 2020 Pukul 12.00 WIB	349	11.192	211	1.876	16,76	14	845	7,55
64.	Update 4 Mei 2020 Pukul 12.00 WIB	395	11.587	78	1.954	16,86	19	864	7,46
65.	Update 5 Mei 2020 Pukul 12.00 WIB	484	12.07	243	2.197	18,20	8	872	7,22
66.	Update 6 Mei 2020 Pukul 12.00 WIB	367	12.438	120	2.317	18,63	23	895	7,20

Sumber: <https://www.covid19.go.id/>

Tabel 4. Jumlah terpapar COVID-19 di Indonesia memperlihatkan masih ada penambahan positif COVID-19 dari hari ke hari. Penambahan sangat besar pada 24 April 2020 sebesar 436, dan penambahan tertinggi pada 5 Mei 2020 sebesar 484 terkonfirmasi positif COVID-19. Penambahan kasus terkonfirmasi positif COVID-19 di Indonesia terlihat masih berfluktuasi dari waktu ke waktu. Rasio sembuh yang pada awal-awal pandemik COVID-19 di Indonesia selalu berada di bawah rasio meninggal dunia, namun mulai 16 April 2020 rasio sembuh selalu berada di atas rasio meninggal dunia. Rasio meninggal dunia terbesar pada 2 April 2020 sebesar 9,5 persen dan pada tanggal 14 April 2020 sebesar 9,49 persen. Namun setelah 14 April 2020 rasio meninggal dunia di Indonesia cenderung mengalami penurunan, meskipun rasio ini sedikit berfluktuasi. Hal ini memberikan harapan baru bagi penanganan pandemik COVID-19 di Indonesia.

## Literasi COVID-19

Literasi COVID-19 sangat dibutuhkan saat ini mengingat COVID-19 merupakan pandemi yang dialami oleh sebagian besar negara di dunia. Gerakan Literasi Nasional (GLN) yang dicanangkan pemerintah pada tahun 2017 sangat perlu diimplementasikan pada saat ini dengan menyeleksi dan menyaring semua informasi terbaru terkait COVID-19. Informasi yang datang dari berbagai macam media perlu dikonfirmasi dan diperbarui terlebih dahulu dari sumber dan para ahli yang kredibel. Gerakan literasi ini bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi merupakan tanggung jawab setiap warga negara. Literasi bukan hanya sekadar kemampuan dalam membaca dan menulis, tetapi literasi lebih didasarkan pada kemampuan dalam memberikan makna yang mengandung semua pengetahuan, keterampilan, norma dan pola sosial seseorang yang dapat ditingkatkan dan dikembangkan di masa mendatang. "Membaca-menulis" adalah keterampilan dasar yang dibutuhkan dalam literasi. Namun demikian, konsep literasi memiliki karakteristik yang berbeda secara kualitatif dari membaca dan menulis. Merujuk pendapat Kurudayioglu dan Tuzel (2010) dalam buku Cubbage (2018) perbedaan antara "membaca-menulis" dan "literasi" adalah: 1) membaca-menulis adalah *decoding*: literasi didasarkan pada makna; 2) membaca-menulis adalah pengkategorian ya atau tidak: literasi mengindikasikan level/tingkat; 3) sistem literasi adalah makna pesan yang tertulis; 4) literasi telah dimaknai dan akan terus dimaknai. Pengenalan kode cukup digunakan dalam membaca-menulis karena membaca-menulis terdiri dari kemampuan untuk memecahkan kode berdasarkan sistem alfabet dan membuat kode untuk sistem itu. Kategori membaca-menulis adalah ya atau tidak, sementara literasi mengacu pada kemampuan yang dapat untuk ditingkatkan. Teks dalam membaca-menulis merupakan komposisi simbol berdasarkan sistem huruf, sementara dalam literasi, teks mengandung semua pengetahuan, keterampilan, norma dan pola sosial seseorang yang dapat dipikirkan. Makna dapat berbeda sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, sehingga makna akan terus berkembang di masa mendatang. Hayes (2016) mengemukakan bahwa sifat kompleks dari komunikasi, bahasa, dan perkembangan literasi layak untuk dipelajari dalam dirinya sendiri, meskipun saling ketergantungannya dan keterkaitannya dengan semua aspek

pembangunan lainnya juga perlu dipahami dan diakui sepenuhnya.

Literasi COVID-19 merupakan literasi kesehatan yang perlu dimiliki oleh setiap warga negara agar permasalahan pandemik COVID-19 dapat dimitigasi dan dapat segera diatasi. Literasi kesehatan telah menjadi prioritas bagi kesehatan di Abad XXI (Okan, dkk., 2019). Merujuk pendapat Logan & Siegel (2017) literasi kesehatan menyangkut kemampuan untuk mengelola kesehatan dan menavigasi sistem kesehatan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan literasi kesehatan sebagai "keterampilan kognitif dan sosial yang menentukan motivasi dan kemampuan individu untuk mendapatkan akses ke, memahami dan menggunakan informasi dengan cara yang mempromosikan dan menjaga kesehatan yang baik" (Logan & Siegel, 2017). Dodson dkk. (2015) dalam bukunya Nutbeam dkk. (2019) mengemukakan literasi kesehatan didefinisikan sebagai karakteristik pribadi dan sumber daya sosial yang diperlukan bagi individu dan masyarakat untuk mengakses, memahami, dan menggunakan informasi dan layanan untuk membuat keputusan tentang kesehatan. Literasi kesehatan mencakup kapasitas untuk berkomunikasi, menegaskan, dan membuat keputusan ini. Hernandez (2009) mengemukakan literasi kesehatan yang rendah telah menjadi penghalang banyak perbaikan dalam kesehatan.

WHO menyampaikan bahwa penyakit COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Virus COVID-19 mempengaruhi individu yang berbeda dengan cara yang berbeda. Sebagian besar orang yang terinfeksi virus COVID-19 akan mengalami penyakit pernapasan ringan hingga sedang dan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus. Orang yang lebih tua, dan mereka yang memiliki masalah medis mendasar seperti penyakit kardiovaskular, diabetes, penyakit pernapasan kronis, dan kanker lebih mungkin mengembangkan penyakit serius. Pencegahan dan perlambatan penularan virus COVID-19 dilakukan dengan mengetahui COVID-19, penyebab dan penyebarannya. Perlindungan diri sendiri dan orang lain dari infeksi dengan mencuci tangan atau sering menggunakan alkohol berbasis gosok dan tidak menyentuh wajah. Penyebaran COVID-19 terutama melalui tetesan air liur atau keluar dari hidung ketika orang yang terinfeksi batuk atau bersin, jadi penting untuk berlatih etiket pernapasan (misalnya, dengan batuk pada siku yang tertekuk). Gejala umum

yang dialami meliputi demam, kelelahan, batuk kering, dan gejala lain termasuk sesak napas, sakit dan nyeri, sakit tenggorokan, dan sangat sedikit orang akan melaporkan diare, mual atau pilek. Individu dengan gejala ringan yang dinyatakan sehat harus mengisolasi diri dan menghubungi penyedia medis mereka atau saluran informasi COVID-19 untuk nasihat tentang pengujian dan rujukan. Individu dengan demam, batuk atau kesulitan bernapas harus menghubungi dokter dan mencari perhatian medis. Meskipun pada saat ini, tidak ada vaksin atau perawatan khusus untuk COVID-19, namun terdapat banyak pengujian klinis yang sedang berlangsung mengevaluasi perawatan potensial. Pencegahan infeksi dan perlambatan transmisi COVID-19 menurut WHO dapat dilakukan sebagai berikut: 1) cuci tangan secara teratur dengan sabun dan air, atau bersihkan dengan usapan berbasis alkohol; 2) pertahankan jarak minimal 1 meter antara anda dan orang yang batuk atau bersin; 3) hindari menyentuh wajah; 4) tutupi mulut dan hidung saat batuk atau bersin; 5) tetap di rumah jika merasa tidak sehat; 6) jangan merokok dan aktivitas lain yang melemahkan paru-paru; 7) berlatih menjaga jarak dengan menghindari perjalanan yang tidak perlu dan menjauh dari kelompok besar orang.

Literasi kesehatan termasuk di dalamnya literasi COVID-19 mengandung semua pengetahuan, keterampilan, norma dan pola sosial seseorang yang dapat ditingkatkan dan dikembangkan di masa mendatang, agar setiap individu dapat mengakses, memahami dan menggunakan informasi COVID-19 dengan cara yang tepat. USDHHS (2010) dalam bukunya Bastable (2019), tujuh aksi untuk meningkatkan literasi kesehatan: 1) mengembangkan dan menyebarluaskan informasi kesehatan dan keselamatan yang akurat, dapat diakses, dan dapat ditindaklanjuti; 2) mempromosikan perubahan dalam sistem perawatan kesehatan yang meningkatkan kesehatan informasi, komunikasi, pengambilan keputusan berdasarkan informasi, dan akses ke layanan kesehatan; 3) memasukkan informasi kesehatan dan sains yang akurat, berbasis standar, dan sesuai dengan perkembangan serta kurikulum dalam pengasuhan anak serta pendidikan melalui tingkat universitas; 4) mendukung dan memperluas upaya lokal untuk menyediakan pendidikan orang dewasa, pengajaran bahasa Inggris, dan layanan informasi kesehatan yang sesuai dengan budaya dan bahasa di masyarakat; 5) membangun kemitraan, mengembangkan panduan, dan mengubah kebijakan; 6)

meningkatkan penelitian dasar dan pengembangan, implementasi, dan evaluasi praktik dan intervensi untuk meningkatkan literasi kesehatan; 7) meningkatkan penyebaran dan penggunaan praktik dan intervensi literasi kesehatan berbasis bukti.

### **Literasi Media dan Informasi (LMI)**

Budaya literasi COVID-19 akan menjadikan warga negara mempunyai kemampuan berpikir kritis dan selektif dalam menerima semua hujan informasi yang bermanfaat pada masa pandemi COVID-19. Literasi COVID-19 disertai Literasi Media dan Informasi (LMI) menjadi literasi yang dapat memberdayakan warga negara untuk mengakses, mengambil, memahami, mengevaluasi, menggunakan, membuat serta berbagi informasi dan konten media mengenai COVID-19 dalam semua format, menggunakan berbagai alat, dengan cara yang kritis, etis dan efektif. Literasi media dan informasi merupakan pembelajaran sepanjang hayat yang dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan di masa mendatang. Grizzle (2016) mengemukakan literasi media dan informasi adalah tentang belajar sepanjang hayat dan memahami bagaimana kita mengetahui dan belajar.

UNESCO (2013) memperkenalkan konsep baru *Media and Information Literacy* (MIL) ke dalam strateginya, sehingga menyatukan beberapa konsep yang saling terkait - seperti literasi informasi, literasi media, TIK dan literasi digital dan aspek terkait lainnya - di bawah satu konsep payung. UNESCO menganggap literasi informasi dan literasi media bersama sebagai Literasi Media dan Informasi (LMI). LMI mencakup literasi informasi dan komunikasi dan literasi digital. Literasi media menjadi penting untuk tata kelola, kewarganegaraan dan pengembangan dalam pengetahuan ekonomi berbasis digital. Literasi digital juga terkait erat dengan literasi media, karena membantu pengguna untuk terlibat dalam jejaring sosial dan kolaborasi yang aman dan beretika. Demikian pula, TIK atau literasi teknologi terkait dengan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola informasi dan konten media. Literasi informasi, literasi media, TIK dan literasi digital terlihat saling terkait dan tumpang tindih. Chisita & Rusero (2019) mengemukakan literasi media, literasi informasi, dan literasi digital tidak lagi dianggap terpisah entitas tetapi saling berhubungan dan tumpang tindih karena persyaratan semua kompetensi

di bawah masing-masing konsep. Grizzle (2016) mengemukakan literasi media dan informasi dapat memungkinkan semua warga negara untuk menilai secara kritis apa yang dibawa media dan teknologi ke dalam pengalaman mereka. Literasi media dan literasi informasi semakin terkait mengingat aksesibilitas konten yang lebih besar melalui internet dan *platform* seluler.

UNESCO (2013) mengemukakan Literasi Media dan Informasi (LMI) didefinisikan sebagai sejumlah kompetensi yang memberdayakan warga negara untuk mengakses, mengambil, memahami, mengevaluasi dan menggunakan, untuk membuat serta berbagi informasi dan konten media dalam semua format, menggunakan berbagai alat, dengan cara yang kritis, etis dan efektif, untuk berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan pribadi, profesional dan sosial. Kurikulum LMI Kompetensi dan Kerangka Kerja UNESCO menggabungkan dua bidang yang berbeda - literasi media dan literasi informasi untuk mengeluarkan elemen-elemen kunci.

**Tabel 5. Elemen Kunci Literasi Media dan Informasi**

Literasi Informasi	Literasi Media
Menentukan dan mengartikulasikan kebutuhan informasi	Memahami peran dan fungsi media dalam masyarakat demokratis
Temukan dan akses informasi	Memahami kondisi di mana media dapat memenuhi fungsinya
Nilai informasi	Mengevaluasi konten media secara kritis berdasarkan fungsi media
Atur informasi	Terlibat dengan media untuk ekspresi diri dan partisipasi demokrasi
Manfaatkan informasi secara etis	Tinjau keterampilan (termasuk teknologi informasi dan komunikasi) yang diperlukan untuk menghasilkan konten yang dibuat pengguna
Komunikasikan informasi	
Gunakan keterampilan teknologi informasi dan komunikasi untuk pemrosesan informasi.	

Sumber : Chisita & Rusero (2019)

Tabel 5. Elemen Kunci Literasi Media dan Informasi memperlihatkan objek

menarik yang membedakan literasi media dan literasi informasi. Literasi informasi menekankan pada aspek-aspek penting dari akses ke informasi dan evaluasi serta penggunaan etis dari informasi tersebut, sementara literasi media menekankan pada kemampuan untuk memahami fungsi-fungsi media, mengevaluasi bagaimana fungsi-fungsi itu dilakukan dan secara rasional terlibat dengan media untuk ekspresi diri. Literasi informasi terkait dengan bagaimana data dan informasi dalam format dan bentuk apa pun dikelola, menggunakan alat teknologi berbeda sementara literasi media berfokus pada media untuk demokrasi dan pembangunan yang baik.

Grizzle & Singh (2016) mengemukakan pendekatan literasi media dan informasi menyelaraskan bidang karena merangkum banyak konsep literasi terkait atau multi literasi, termasuk literasi perpustakaan, literasi berita, literasi digital, literasi komputer, literasi internet, kebebasan berekspresi dan kebebasan akses ke literasi informasi, literasi televisi, literasi iklan, literasi bioskop, literasi game dan mungkin segera kita akan mendengar tentang literasi jejaring sosial. Pendekatan literasi media dan informasi dirumuskan dalam kompetensi luas yaitu: 1) mengenali dan mengartikulasikan kebutuhan akan informasi dan media; 2) memahami peran dan fungsi media dan penyedia informasi lainnya, termasuk yang ada di internet, dalam masyarakat dan pembangunan yang demokratis; 3) memahami kondisi di mana fungsi-fungsi tersebut dapat dipenuhi; 4) menyintesis atau beroperasi pada ide-ide yang disarikan dari konten; 5) cari dan akses informasi yang relevan dan konten media; 6) mengevaluasi informasi dan konten media serta penyedia informasi lainnya secara kritis, termasuk yang ada di internet, dalam hal otoritas, kredibilitas dan tujuan saat ini serta risiko potensial; 7) mengekstrak dan mengatur informasi dan konten media; 8) menggunakan informasi secara etis dan bertanggung jawab dan mengkomunikasikan pemahaman mereka atau pengetahuan yang baru dibuat kepada audiens atau pembaca dalam bentuk dan media yang sesuai; 9) mampu menerapkan keterampilan teknologi informasi dan komunikasi untuk memproses informasi dan menghasilkan konten yang dibuat pengguna; 10) terlibat dengan informasi, media dan teknologi untuk ekspresi diri, hak, dialog antar budaya dan antaragama, partisipasi demokratis, kesetaraan gender, membela privasi dan mengadvokasi segala bentuk ketidaksetaraan, kebencian, intoleransi dan ekstremisme dengan kekerasan.

Kompetensi-kompetensi literasi media dan informasi apabila dimiliki setiap warga negara membuat informasi mengenai COVID-19 akan diakses, diambil, dipahami, dievaluasi, digunakan, dibuat dan dibagi dengan cara yang kritis, etis dan efektif. Pembagian informasi COVID-19 dengan cara ini akan memberikan dampak langsung kepada masyarakat. Martzoukou (2020) mengemukakan literasi media dan informasi memiliki dampak langsung pada masyarakat di berbagai tingkatan. Berikut adalah dampak langsung literasi media dan informasi terhadap masyarakat.

**Gambar 1. Dampak Langsung Literasi Media dan Informasi terhadap Masyarakat**



Sumber : UNESCO (2013)

### **Mitigasi dan Berdaya Tahan**

Pandemi COVID-19 telah meluas tanpa pandang bulu dan tak ada satupun negara yang terbebas dari COVID-19. Penyebaran COVID-19 telah memukul berbagai sektor di hampir semua negara, termasuk Indonesia. Pandemi COVID-19 berpotensi menghambat pembangunan secara global

dan domestik. Pembangunan sangat tergantung dari penanganan dan pemulihan pasca COVID-19. Antar kementerian/lembaga perlu memiliki komitmen koordinasi yang erat agar dampak COVID-19 di Indonesia segera dapat dimitigasi dan berdaya tahan baik dari sisi aspek kemanusiaan, sosial, ekonomi, dan keuangan.

Pemerintah sebagai salah satu pihak yang paling utama diperlukan pada saat ini telah melakukan langkah-langkah cepat, tepat, fokus, terpadu, dan sinergis antar kementerian/lembaga dan pemerintah daerah dalam rangka percepatan penanganan *COVID-19*. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* ditetapkan pada tanggal 13 Maret 2020. Penetapan ini dilakukan tepat dua hari setelah WHO menyatakan wabah corona virus sebagai pandemi pada tanggal 11 Maret 2020. Pasal 1 keputusan tersebut tertuang membentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* untuk selanjutnya dalam Keputusan Presiden ini disebut Gugus Tugas Percepatan Penanganan *COVID-19* dan Pasal 2 memuat Gugus Tugas Percepatan Penanganan *COVID-19* berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden. Gugus Tugas Percepatan Penanganan *COVID-19* yang termuat dalam Pasal 3 bertujuan: a) meningkatkan ketahanan nasional di bidang kesehatan; b) mempercepat penanganan *COVID-19* melalui sinergi antar kementerian/lembaga dan pemerintah daerah; c) meningkatkan antisipasi perkembangan eskalasi penyebaran *COVID-19*; d) meningkatkan sinergi pengambilan kebijakan operasional; dan e) meningkatkan kesiapan dan kemampuan dalam mencegah, mendeteksi, dan merespons terhadap *COVID-19*.

Pelaksanaan tugas Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (*COVID-19*) diperkuat dengan penambahan kementerian/lembaga dalam susunan keanggotaan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (*COVID-19*). Penambahan ini ditetapkan melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* pada tanggal 20 Maret 2020. Surat Edaran Menteri Dalam Negeri Nomor 440/2622/SJ Tahun 2020 tentang Pembentukan Gugus Tugas

Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Daerah diterbitkan dalam rangka pencegahan penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan menindaklanjuti 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) dan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 tahun 2020 tentang Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 di Lingkungan Pemerintah Daerah. Penerbitan surat edaran tersebut antara lain memuat Gubernur dan Bupati/Walikota menjadi Ketua Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 Daerah dan tidak dapat didelegasikan kepada pejabat lain di daerah. Disamping itu, Gubernur juga menjadi Anggota Dewan Pengarah Gugus Tugas Covid-19 Tingkat Nasional.

Pemerintah melalui Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 telah meluncurkan situs [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id) sebagai sumber informasi resmi penanggulangan virus corona yang akurat, cepat dan terpercaya. Situs ini menekankan pesan utama “Lindungi Diri, Lindungi Sesama” agar seluruh rakyat Indonesia bersatu, bekerja sama, gotong royong menghadapi COVID-19. Informasi penanganan COVID-19 dapat pula diakses melalui <https://www.facebook.com/InfoBencanaBNPB/> atau [https://twitter.com/bnpb\\_indonesia](https://twitter.com/bnpb_indonesia) atau [https://www.instagram.com/bnpb\\_indonesia/](https://www.instagram.com/bnpb_indonesia/) atau 119 COVID-19 Hotline. Tim pendukung Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 adalah Badan Nasional Penanggulangan Bencana (<https://bnpb.go.id/>); Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (<https://www.kominfo.go.id/>); Kantor Staf Presiden RI (<http://ksp.go.id/>); Kemenko Kemaritiman dan Investasi RI (<https://maritim.go.id/>); Kementerian Kesehatan RI (<https://www.kemkes.go.id/>); Kementerian Dalam Negeri RI (<https://www.kemendagri.go.id/>); Kementerian BUMN RI (<http://www.bumn.go.id/>); Dewan Ketahanan Nasional (<https://www.wantannas.go.id/>); Tentara Nasional Indonesia (<https://www.tni.mil.id/>); Kepolisian Negara Republik Indonesia (<https://www.polri.go.id/>); Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan RI (<https://www.kemenkopmk.go.id/>); Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan RI

(<https://polkam.go.id/>); Kementerian Agama RI (<https://kemenag.go.id/>); Kementerian Keuangan RI (<https://kemenkeu.go.id/>); Kementerian Luar Negeri RI (<https://kemlu.go.id/portal/id>); Kementerian Pertahanan RI (<https://www.kemhan.go.id/>); Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (<https://www.ekon.go.id/>); Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI (<https://www.kemenkumham.go.id/>); Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI (<https://www.kemdikbud.go.id/>); Kementerian Sosial RI (<https://www.kemsos.go.id/>); Kementerian Ketenagakerjaan RI (<https://kemnaker.go.id/>); Kementerian Perdagangan RI (<https://www.kemendag.go.id/id>); Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat RI (<https://www.pu.go.id/>); Kementerian Perhubungan RI (<http://dephub.go.id/>); Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi RI (<https://www.kemendesa.go.id/>); Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional /Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) (<https://www.bappenas.go.id/id/>); Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (<https://menpan.go.id/site/>); Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (<http://www.kemenparekraf.go.id/>); Kementerian Riset dan Teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional (<https://www.ristekbrin.go.id/>); Kementerian Pemuda dan Olahraga RI (<http://www.kemenpora.go.id/>); Badan Intelijen Negara RI (<http://www.bin.go.id/>); Badan Pengawas Obat dan Makanan (<https://www.pom.go.id/new/>); Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (<http://www.bpkp.go.id/>); Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (<http://www.lkpp.go.id/v3/>); dan Badan Pusat Statistik (<https://www.bps.go.id/>).

Keputusan dan kebijakan yang telah diambil memperlihatkan bahwa pemerintah telah melakukan langkah-langkah yang cepat, tepat, fokus, terpadu, dan sinergis antar kementerian/lembaga dan pemerintah daerah dalam rangka percepatan penanganan *COVID-19*. Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* dengan dukungan berbagai kementerian/lembaga terlihat telah secara agresif mengemas dan menyampaikan informasi penanganan *COVID-19* secara terus menerus melalui berbagai media agar dampak *COVID-19* dari aspek kemanusiaan, sosial, ekonomi, dan keuangan segera dapat dimitigasi dan berdaya tahan.

## **Kesimpulan**

Pandemik COVID-19 muncul pada saat setiap warga negara dapat dengan mudah mengakses dan berbagi informasi dalam berbagai bentuk dan format. Literasi COVID-19 dan Literasi Media dan Informasi (LMI) sangat dibutuhkan dan perlu dimiliki setiap warga negara agar permasalahan pandemi COVID-19 dapat dimitigasi dan segera diatasi.

Kemampuan untuk mengakses, mengambil, memahami, mengevaluasi, membuat dan berbagi informasi mengenai COVID-19 dalam semua format dengan cara yang kritis, etis dan efektif, sangat dibutuhkan dalam masa pandemi ini. Pembagian informasi dengan cara ini akan memberikan dampak langsung kepada masyarakat di berbagai tingkatan. Dampak COVID-19 yang telah memukul berbagai sektor, berpotensi menghambat pembangunan secara global dan domestik. Langkah-langkah yang cepat, tepat, fokus, terpadu, dan sinergis antar kementerian/lembaga dan pemerintah daerah sangat diperlukan agar dampak COVID-19 di Indonesia segera dapat dimitigasi dan berdaya tahan baik dari sisi aspek kemanusiaan, sosial, ekonomi, dan keuangan.

## **Daftar Pustaka**

- Bastable, S. B. 2019. *Nurse as Educator, Principles of Teaching and Learning for Nursing Practice*. Fifth Edition. Jones & Bartlett Learning, LLC.
- Bastable, S.B., Gramet, P.R., Sopezyk, D.L., Jacobs, K., & Braungart, M. M. 2019. *Health Professional as Educator, Principles of Teaching and Learning*. Second Edition. Jones & Bartlett Learning, LLC.
- Chisita, C. T & Rusero, A. M. 2019. *Exploring the Relationship Between Media, Libraries, and Archives*. IGI Global.
- Cabbage, J. 2018. *Handbook of Research on Media Literacy in Higher Education Environments*. IGI Global.
- Dodson, S. Good, S. Osborne, R. H. Batterham, R. Beauchamp, A. Belak, A. Cheng, C. Garad, R. Hawkins, M. Komarek, L. et al. 2015. *Health Literacy Toolkit for Low and Middle-Income Countries: A Series of Information Sheets to Empower Communities and Health Systems*. World Health Organisation, Geneva, Switzerland.
- Grizzle, A. 2016. *A Context: MIL as a Tool to Counter Hate, Radicalization and Violent Extremism*. Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization, and Extremism. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, France.

- Grizzle, A. & Singh, J. 2016. *Five Laws of Media and Information Literacy as Harbingers of Human Rights*. Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization, and Extremism. The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, France.
- Hayes, C. 2016. *Language, Literacy and Communication in the Early Years, A Critical Foundation*. Critical Publishing.
- Hernandez, L. M. 2009. *Health Literacy, eHealth, and Communication. Putting the Consumer First*. The National Academies Press, Washington, DC.
- <https://edition.cnn.com/2020/02/06/health/wuhan-coronavirus-timeline-fast-facts/index.html>
- <https://www.aljazeera.com/news/2020/01/timeline-china-coronavirus-spread-200126061554884.html>
- <https://www.covid19.go.id/>
- <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/12/113008565/timeline-wabah-virus-corona-terdeteksi-pada-desember-2019-hingga-jadi?page=all#>
- <https://www.nytimes.com/article/coronavirus-timeline.html>
- <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports>
- <https://www.who.int/news-room/detail/08-04-2020-who-timeline---covid-19>
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- Logan, R. A. & Siegel, E. R. 2017. *Health Literacy, New Directions in Research, Theory and Practice*. IOS Press BV, Amsterdam Netherlands.
- Martoukou, K. 2020. *Re-establishing Values, Constructing New Missions: The Value of the Modern Library in the Development of Digital and Information Literacy in Public Life*. Minds Alive, Libraries and Archives Now. University of Toronto Press.
- Nutbeam, D. Levin-Zamir, D. & Rowlands, G. 2019. *Health Literacy in Context-Settings, Media, and Populations*. International Journal of Environmental Research and Public Health.
- Okan, O. Bauer, U. Levin-Zamir, D. Pinheiro, P. & Sorensen, K. 2019. *International Handbook of Health Literacy, Research, Practice, and Policy Across the Lifespan*. Policy Press.
- Potter, W. J. 2013. *Media Literacy*. Edition 6. SAGE Publications, Inc.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2013.  
*Global Media and Information Literacy, Assessment Framework: Country  
Readiness and Competencies*. Paris, France.

**BANTUAN MANDIRI PER WILAYAH  
MEMBANTU MASYARAKAT MEMENUHI KEBUTUHAN  
POKOK DI TENGAH KRISIS COVID-19**

Oleh: Dr. Mayjend. (Purn.) Tony S.B. Hoesodo

Pengurus Yayasan Pendidikan Komunikasi AKINDO Yogyakarta dan

Direktur Sistem Pertahanan Darat Teknologi Militer Indonesia

e-mail: *eyangsaastro13@gmail.com*

**Abstrak**

Pandemi COVID-19 membawa dampak serius pada kehidupan umat manusia; termasuk warga di Indonesia. Dampak awal adalah pemblokiran jalan-jalan di masyarakat; banyak karyawan di-PHK sehingga angka pengangguran naik, sekolah dan kuliah berjalan daring dari rumah, yang diperkirakan menurunkan mutu hasil pendidikan (khususnya mata pelajaran/mata kuliah bermuatan praktikum), larangan shalat jamaah di masjid dan pembatalan ibadah haji, merosotnya pendapatan usaha/UMKM dan merosotnya perekonomian rakyat, dan penggunaan media sosial banyak ujaran kebencian berisi konten mengkritisi pemerintah. Tulisan ini menggagas solusi perlunya menggalakkan (kembali) budaya saling-menolong di antara tetangga, sesama warga kampung, desa, wilayah tertentu (internal). Juga bantuan mandiri per wilayah, konsep yang dipraktikkan beberapa wilayah di Provinsi D.I. Yogyakarta. Khususnya untuk membantu kebutuhan dasar hidup warga, mengingat banyak warga yang “mendadak miskin”.

*Kata kunci:* dampak pandemi, kebutuhan dasar, bantuan per wilayah, miskin

**Pendahuluan**

Angan-angan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya selalu ditindaklanjuti dengan kegiatan fisik untuk bekerja sesuai bidangnya. Dengan adanya pembatasan kegiatan fisik selama ini akan menimbulkan dampak yang signifikan terhadap pencapaian sasaran karena tidak semua pekerjaan dapat dilaksanakan dengan cara *online*. Musibah yang dialami tentang penyebaran *Virus Corona* dialami oleh setiap daerah, bahkan di seluruh dunia mengalami petaka yang sama. Masing-masing negara mengalami problema yang sama sehingga masing-masing negara juga disibukkan untuk mengamankan keselamatan warga negaranya.

Keresahan masyarakat timbul karena kian hari semakin terbatas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan hidup akibat lapangan kerja yang biasanya digeluti saat ini secara tiba-tiba terputus atau hilang begitu saja. Akan beralih ke pekerjaan lain kurang siap dan peluangnya sangat terbatas, meminta bantuan kepada siapa, karena semua mengalami hal yang sama. Kesadaran untuk membantu dari pihak yang mampu pada akhirnya menjadi salah satu solusi atas persoalan tersebut. Untuk lebih memudahkan berbagai contoh nyata dan kondisi riil dalam tulisan ini dibatasi hanya sebagian kecil daerah sekitar Yogyakarta khususnya seputaran tempat-tempat atau daerah yang dikunjungi oleh penulis untuk memberikan visualisasi.

Penyebaran *Virus Corona* memang sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia saat ini yang berada di manapun. Ketua WHO Tedros Adhanom dalam suatu acara di Jenewa menjelaskan bahwa COVID-19 merupakan singkatan dari ‘Co’ kepanjangan dari Corona, ‘Vi’ singkatan dari virus dan ‘d’ singkatan dari *disease* yang berarti penyakit sedangkan 19 adalah tahun diketemukannya Virus Corona di Wuhan RRC pada tgl 31 Desember 2019<sup>1</sup>. Virus Corona ini sangat berbahaya karena menyerang saluran pernafasan dan dapat membuat luka permanen pada pasien sehingga penderita mengalami kesulitan dalam bernafas dan bahkan mengalami kematian.

Gejala penyakit COVID-19 yang perlu dicermati dan diwaspadai apabila seseorang mengalami demam, flu, batuk disertai sesak nafas dalam batas waktu tertentu. Penyebaran COVID-19 ini secara berangsur-angsur dan pasti, pada akhirnya menyebar ke seluruh dunia sehingga menyita perhatian semua negara. Dengan memanfaatkan media sosial perkembangan penyebaran Virus Corona ini dapat dengan mudah diikuti oleh masyarakat dunia, sejauh mana dan seberapa besar pengaruhnya dalam penularan yang mematikan.

Sebelum melanjutkan tulisan ini, marilah kita mengerti dulu beberapa singkatan/istilah yang saat ini sering digunakan oleh masyarakat dan yang perlu diketahui terkait dengan pencegahan menularnya COVID-19<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Dikutip dari AFP, Selasa (11/2/2020).

<sup>2</sup> Sumber dari [www.alodokter.com](http://www.alodokter.com) tulisan oleh dr. Andi Masa Nadhira.

- *Social distancing*: Menghindari tempat umum, menjauhi keramaian, menjaga jarak optimal 2 meter dengan orang lain. Dengan adanya jarak, penyebaran penyakit ini diharapkan dapat berkurang.
- Karantina: Memisahkan dan membatasi kegiatan orang yang sudah terpapar Virus Corona namun belum menunjukkan gejala. Selama karantina dianjurkan untuk tetap tinggal di rumah sambil menjalani pola hidup sehat, tidak bertemu orang lain dan menjaga jarak setidaknya 2 meter dari orang-orang yang tinggal serumah.
- Isolasi: Memisahkan orang yang sudah sakit dengan orang sehat untuk mencegah penyebaran Virus Corona. Isolasi mandiri minimal 14 hari.
- *Lockdown*: Karantina wilayah, pembatasan pergerakan penduduk dalam suatu wilayah termasuk menutup akses masuk dan keluar wilayah. Kegiatan ini dilakukan untuk mengurangi kontaminasi dan penyebaran penyakit COVID-19.
- Orang Tanpa Gejala disingkat OTG: Orang yang positif terinfeksi Virus Corona tetapi tidak mengalami gejala atau gejala sangat ringan. OTG harus menjalani isolasi mandiri di rumah selama 14 hari dan dipantau oleh petugas pemantau dan melakukan control setelah menjalani 14 hari isolasi mandiri.
- Pasien Dalam Pengawasan (PDP): Dilakukan rawat inap terisolasi di rumah sakit, pemeriksaan laboratorium dan pemantauan pada orang lain yang memiliki kontak erat dengan PDP tersebut .
- Orang Dalam Pengawasan (ODP): Harus menjalani isolasi di rumah dan kondisinya dipantau setiap hari selama 2 minggu menggunakan formulir khusus.
- *Herd immunity*: Berarti kekebalan kelompok. *Herd immunity* terhadap suatu penyakit bisa dicapai dengan pemberian vaksin secara meluas atau bila sudah terbentuk kekebalan alami pada sebagian besar orang dalam suatu kelompok setelah mereka terpapar dan sembuh dari penyakit tersebut.
- Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB): Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan yang dikeluarkan untuk penanganan COVID-19. Pemerintah daerah akan melakukan hal-hal sebagai berikut:
  - a. Meliburkan sekolah dan tempat kerja.

- b. Pembatasan kegiatan keagamaan.
- c. Pembatasan kegiatan di tempat dan fasilitas umum.
- d. Pembatasan kegiatan sosial budaya.
- e. Pembatasan moda transportasi.
- f. Pembatasan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan.

Kebijakan beberapa negara untuk mencegah masyarakatnya tertular COVID-19 dengan cara mengunci akses pintu masuk ataupun keluar dari negara/daerah yang sudah rawan. Diharapkan dengan pembatasan keluar masuknya orang ke suatu negara secara otomatis melakukan pencegahan penularan secara terkoordinir. Kebijakan apapun yang diambil oleh suatu negara tentunya sudah diperhitungkan segala risiko dan konsekuensinya dihadapkan dengan situasi dan kondisi masing-masing negara.

Untuk mengurangi dan mencegah penularan COVID-19 pemerintah telah mengeluarkan perintah agar masyarakat bekerja di rumah/di kantor masing-masing (*Work From Home/WFH*). Pemerintah telah melarang kegiatan yang dihadiri oleh orang banyak. Tindak lanjut yang dilaksanakan saat ini salah satu di antaranya adalah meliburkan sekolah TK , SD, SMK, SMA, Akademi, Politeknik, Institut, Universitas dan semua jenjang pendidikan. Libur dalam pengertian, semua kegiatan proses belajar tetap dan terus dilaksanakan hanya tempatnya yang beralih ke rumah atau tempat kos masing-masing. Biasanya belajar di kelas dengan dosen mengajar secara langsung, saat sekarang ini beralih dengan cara *online*.



Sumber: Dokumen pribadi, kondisi jalan Adi Sucipto Yogyakarta pada 10 April 2020 pukul 06.05 WIB. Foto paling kanan jalan di depan kampus STIKOM Yogyakarta.

### **Dampak dari Kebijakan Pemerintah yang Dilakukan oleh Masyarakat.**

Walaupun pemerintah pusat belum menetapkan *lock down*<sup>3</sup>, tetapi kenyataannya masyarakat sudah lebih dulu melakukan pemblokiran jalan-jalan yang mereka nilai menjadi pintu masuk daerah mereka. Secara fisik masyarakat mulai melaksanakan penutupan jalan agar tidak dapat dilalui oleh kendaraan. Hanya masyarakat jalan kaki saja yang dapat melintasi jalan-jalan yang telah diportal. Mengapa masyarakat bertindak sendiri-sendiri karena pengaruh media sosial sangat gencar dan pada akhirnya membentuk opini pemerintah lambat mengambil keputusan untuk *lock down*. Padahal

---

<sup>3</sup> Dengan demikian DIY tidak perlu *lockdown* yang akan berdampak besar pada kehidupan masyarakat. Termasuk bidang ekonomi maupun kesehatan masyarakat Yogyakarta. “Kepentingan masyarakat berbe-da [tapi] saya berharap bisa dihindari, ditunda [berkumpul atau pergi keluar kota],” ungkapnya.

suarajogja.id Kamis tgl 7 Mei 2020.

pengambilan keputusan pemerintah berdasarkan data dan diperhitungkan dampaknya terhadap berbagai aspek kehidupan.



Sumber: Dokumen pribadi, portal jalan di depan Kampus STIKOM Yogyakarta Jln. Laksda Adisucipto Km 6,5 No. 279 Yogyakarta. Diambil pada 1 April 2020 pukul 08.00 WIB, tidak ada petugas yang dapat membuka/menutup kembali portal.

Dengan penutupan jalan seperti ini secara fisik akan menghambat aktivitas masyarakat dan berdampak kurang menguntungkan. Salah satu contoh, kegiatan pembelian makanan ataupun barang lainnya secara *online* karena pengantar tidak dapat melintasi jalan sesuai petunjuk yang ada di peta. Di sisi lain seandainya ada keadaan darurat yang mengharuskan pergeseran secara cepat, misalnya ada orang sakit, ada ibu-ibu yang akan melahirkan, menggunakan *ambulance* dengan penutupan portal semacam itu akan menjadi hambatan. Memang perlu adanya kesadaran dari semua masyarakat agar memahami apa maksud dan tujuan *lock down*, agar tidak terjadi kegiatan-kegiatan *over produktif*.



Yang dilarang oleh pemerintah bagi orang yang mudik? Tindak kriminal akan tumbuh secara subur pada kondisi heterogen, lapangan kerja yang sangat terbatas, tingkat pendidikan rendah dan kehidupan masyarakat kurang mampu untuk memenuhi kebutuhan pokok yang mendasar berjumlah banyak. Dengan adanya larangan pemerintah untuk masyarakat tidak beraktivitas dalam kerumunan masa, berisiko terhadap pendapatan masyarakat pekerja harian semakin menurun. Lapangan kerja yang telah ditekuni selama ini tidak dapat menghasilkan pendapatan. Kenekadan akan muncul dalam rangka mencari makan karena memang situasi yang dihadapi memaksa. Pada saat situasi normal masyarakat disibukkan mencari kerja, pada saat COVID-19 ini, pekerjaan yang sudah didapatpun menjadi hilang atau tidak menghasilkan pendapatan lagi. Akhirnya berujung pada peningkatan angka pengangguran.

### **Dampak terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Budaya Timur**

Masyarakat Indonesia dikenal mempunyai dasar kolektivitas. Masyarakat yang guyub, gotong royong, saling membantu dan kepedulian sesama kelompoknya tinggi. Suatu masyarakat yang selalu mengambil keputusan musyawarah mufakat untuk mewadahi kepentingan bersama dengan mengesampingkan sebagian kepentingan individunya secara berangsur-angsur, sedikit demi sedikit, sadar atau tidak sadar mulai bergeser ke budaya masyarakat Barat yang berbasis individualistik. Salah satu penyebabnya

dipicu oleh para generasi muda yang belajar di Eropa dan Amerika sehingga setelah kembali ke Indonesia mulai menerapkan apa yang didapat tanpa mempertimbangkan identitas bangsa. Kita lihat pada saat pengambilan keputusan saat ini dilakukan dengan cara *voting*, bukan lagi musyawarah mufakat. Pengambilan keputusan *voting* di Indonesia kurang menguntungkan karena tingkat pengetahuan, pemahaman dan penguasaan terhadap materi yang dipilih masing-masing individu tidak sama dan kesenjangannya tinggi.

Pemicu perubahan berikutnya adalah perkembangan teknologi yang sangat canggih di bidang informasi, komunikasi, dan transportasi sehingga mampu mengubah pola pikir, sikap dan perilaku masyarakat dunia termasuk masyarakat Indonesia. Perkembangan alat komunikasi yang secara masif dimiliki dan dimanfaatkan masyarakat Indonesia justru mengarah ke perilaku masyarakat budaya Barat. Kita banyak melihat bahwa beberapa orang dalam satu kerumunan tetapi tidak ngobrol/berkomunikasi satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut tetapi justru masing-masing dengan asyiknya berkomunikasi dengan orang yang lokasinya berjauhan.

Dengan adanya larangan berkumpul, keharusan menjaga jarak antar perorangan justru merupakan suatu kegiatan akselerasi/mempercepat proses perubahan masuk ke dalam perilaku masyarakat budaya Barat. Rasa kekawatiran terkena Virus Corona/tertular COVID-19 dari teman, dari tetangga bahkan dari keluarga semakin menjauhkan dari ikatan emosional masing-masing orang. Perkembangan situasi dan kondisi semacam ini memang tidak dapat dihindari karena memang cara untuk mencegah penularan penyakit COVID-19 seperti itu. Kalau masyarakat Indonesia tidak mempunyai kesadaran akan perubahan ini, niscaya suatu saat nanti akan terjadi perubahan total yang semua akan dilaksanakan dalam proses kehidupan masyarakat budaya Barat.

### **Dampak terhadap Kualitas Pelajar dan Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta**

Di era teknologi modern seperti sekarang ini semakin terasa bahwa pekerjaan yang dulunya dilakukan oleh manusia mulai digeser oleh robot-robot yang diciptakan untuk menghasilkan produk yang lebih cepat, lebih banyak dan berkualitas karena robot hanya khusus diprogram melaksanakan

satu jenis pekerjaan yang rutin dan terus menerus dilakukan. Lebih nyata dapat kita lihat di internet ataupun *YouTube* bagaimana proses pembuatan mobil dan produk-produk lain yang dilakukan oleh robot. Beberapa tahun yang lalu, Indonesia sering menerapkan padat karya sehingga tenaga manusia masih terus diberdayakan untuk memberikan pendapatan sehingga dalam memenuhi kehidupannya masih ada jaminan. Lambat laun akan terjadi seleksi alam karena perubahan era teknologi memerlukan waktu adaptasi dan ada batas waktunya.

Industri pada akhirnya memerlukan tenaga kerja sesuai apa yang dibutuhkan saat itu. Konsekuensinya penyiapan tenaga kerja harus disesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan oleh industri. Persyaratan administrasi di Indonesia masih dijadikan hal penting dalam persyaratan diterima atau tidaknya sebagai karyawan. Yang paling penting sebenarnya memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang diminta oleh industri. Dengan adanya keterbukaan tenaga kerja asing masuk ke Indonesia apabila lembaga pendidikan masih bertahan, tidak segera melakukan penyesuaian, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi pemanfaatan dari tenaga kerja asing; sementara lulusan dari pendidikan di Indonesia akan menjadi pengangguran karena industri tidak dapat menerima.

Banyak dibutuhkan tenaga kerja yang mempunyai keterampilan, kemampuan sesuai bidangnya. STIKOM Yogyakarta misalnya mempunyai program studi vokasi yang dalam proses belajarnya ada praktik dengan belajar *online* sangat menyulitkan untuk proses pelatihannya. Semua dosen bekerja keras memanfaatkan semua peluang agar mahasiswanya melakukan praktik dengan menggunakan sarana yang ada dengan panduan *online*. Dalam situasi yang serba terbatas seperti saat ini mengalami kesulitan merupakan hal biasa. Pada saat situasi normal saja, proses belajar praktik juga mengalami perhatian khusus karena teknologi alat yang digunakan sangat berpengaruh. Alat peraga yang dimiliki juga berpengaruh. Kondisi pelatih, waktu praktik dan tempat praktik juga harus diperhatikan agar memperoleh hasil yang optimal.

Untuk pelajaran teori, lumayan ada kemudahan karena di era seperti sekarang banyak sekali sumber yang mudah dan cepat didapat oleh mahasiswa sehingga dalam waktu singkat dapat mengerti dan memahami materi yang dipelajari. Untuk mengembangkan apa yang telah dipelajari juga mengalami

kemudahan. Hasil peradaban manusia di bidang teknologi komunikasi memang terus dikembangkan karena dapat membuat semua menjadi mudah. Pada era tahun 70-an, semua masih sangat sederhana dan dalam bentuk yang besar sehingga sulit dibawa-bawa. Bandingkan dengan teknologi saat ini, *handphone* mempunyai banyak fitur tinggal kita pilih menggunakan yang mana.

Dampak dari larangan pemerintah<sup>4</sup> melaksanakan belajar secara fisik di kelas memang dapat diatasi dengan media *online*; tetapi sarana yang dimiliki oleh mahasiswa/wi kondisinya bervariasi sehingga pada saat mahasiswa/wi memiliki sarana yang terbatas; justru akan mengalami hambatan dalam proses belajarnya.

Apabila sarannya mendukung, sebenarnya proses belajar *online* sangat menguntungkan untuk belajar karena ada kebebasan untuk mencari sumber di internet dan mahasiswa/wi mencari panduan untuk praktik. Sekali lagi apabila sarannya mendukung. Di lain hal apabila biaya mendukung dapat pinjam di rental kamera<sup>5</sup>. Kondisi saat ini sangat menyulitkan karena semua mengalami kemerosotan yang sangat parah terhadap besaran pendapatan karena lapangan pekerjaan harian benar-benar tertutup.

Situasi pandemik COVID-19 membuka cakrawala para penyelenggara pendidikan bahwa metode pembelajaran di era teknologi sudah berubah sehingga fungsi dosen kecenderungannya sebagai fasilitator dalam proses belajar. Jaminan kualitas terhadap penguasaan ilmu pengetahuan dan keterampilan pada akhirnya ditentukan oleh kesadaran untuk meningkatkan pengetahuan yang harus dimiliki dan keterampilan serta kemampuan apa yang harus dimiliki. Semakin tinggi kesadarannya akan semakin menjamin berkualitas yang dimiliki. Yang perlu mendapat perhatian menurunnya

---

<sup>4</sup> suarajogja.id Kamis tgl. 7 Mei 2020: Menurut Sultan, Pemda sudah sejak beberapa waktu terakhir mela-kukan pembatasan aktivitas pelajar melalui program belajar di rumah. Diharapkan kesadaran masyarakat semakin meningkat untuk membatasi aktivitas diluar rumah.

<sup>5</sup> Misalkan kita ingin Tutorial cara menggunakan kamera Canon DSLR Peminjam tinggal buka saja di Internet. Kalaupun kita tidak punya kamera juga dapat pinjam. Sebagai gambaran IFRAME Rental Kamera Januari 23, 2019 Canon EOS 800D Rp.140.000,-/ 24 jam.

kualitas karena keterpaksaan tidak ada dana yang digunakan untuk memperoleh kemampuan dan keterampilan di vokasi.

Menurut pendapat R. Sumantri Raharjo, S.Sos., M.Si. Ketua STIKOM Yogyakarta bahwa tanggung jawab kepedulian memberikan bantuan tambahan pemenuhan kebutuhan diperlukan untuk para dosen, para karyawan dan mahasiswa yang secara jujur memerlukan dan terseleksi. Hal ini sangat dimungkinkan karena situasi yang benar-benar memerlukan pemikiran dan tindakan nyata apalagi kapan berakhirnya penanganan COVID-19 ini tidak dapat dipastikan. Terobosan yang dilakukan demi untuk penyelamatan dan pengamanan semua sivitas akademika STIKOM Yogyakarta. Diharapkan dengan adanya kepedulian untuk sama-sama bergandengan tangan membantu akan semakin mempererat hubungan emosional.

Dalam rangka menjaring pemikiran-pemikiran yang terkait dengan mengatasi perkembangan situasi saat ini Supadiyanto, S.Sos.I., M.I.Kom. yang dikenal dengan panggilan ESPEDE selaku Kaprodi S1 Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta berupaya menerbitkan buku berisi himpunan berbagai pendapat, sehingga dapat digunakan sebagai masukan bagi para pejabat yang berkewenangan.

### **Dampak terhadap Kegiatan Keagamaan**

Sebagai manusia yang merupakan makhluk Tuhan paling sempurna diberi akal pikiran sebagai pembeda dengan makhluk Tuhan yang lain. Semua agama mengajarkan kebaikan kepada umatnya, tetapi setiap individu meyakini satu agama saja yang dipilih<sup>6</sup>. Hal ini dilakukan karena menilai bahwa agama itulah yang benar dan tepat untuk diyakini serta dijadikan pedoman dalam hidupnya sehingga selamat di dunia maupun di akhirat. Keyakinan masyarakat adanya kehidupan setelah kematian di dunia sangat tinggi sehingga selain bekerja dan melakukan kegiatan selama di dunia juga sekaligus mempersiapkan dirinya untuk mendapatkan bekal hidup di alam berikutnya.

Di Indonesia secara resmi pemerintah menetapkan 6 agama yang dipeluk oleh umatnya yaitu, Islam, Katholik, Kristen Protestan, Hindu, Budha dan

---

<sup>6</sup> Berdasarkan Pasal 28 E ayat (1) UUD NRI tahun 1945 setiap warga negara bebas memeluk agama dan beribadah sesuai agamanya.

Kong Hu Cu. Kenyataannya masih ada WNI yang tidak memeluk salah satu agama dari enam agama tersebut seperti Suku Badui, Masyarakat Sunda Wiwitan, Masyarakat yang meyakini Pangestu, Masyarakat Kejawan, Masyarakat Dayak dan yang lainnya.

Secara terus menerus para tokoh agama mengajarkan ajaran sesuai agama masing-masing agar umatnya mengerti, memahami dan menguasai sehingga dalam kehidupannya sehari-hari mempunyai pedoman yang pasti. Tetapi apa yang terjadi saat ini? Maraknya korupsi yang mengakibatkan kerugian negara dan atau perusahaan dalam jumlah sangat besar sehingga kegiatan pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah dalam rangka menyejahterakan rakyatnya selalu mengalami kendala. Pada akhirnya korupsi sampai saat ini masih dilakukan oleh sebagian para pejabat. Timbul persoalan bahwa salah satu penyebabnya adalah moral yang jelek. Kalau kita cermati sebenarnya persoalan korupsi di Indonesia ini sangat kompleks yang menjadi penyebabnya, namun mudah ditelusuri untuk mendapatkan.

Dengan adanya pencegahan penyakit COVID-19, sebagian kegiatan yang terkait dengan ibadah dilakukan larangan. Naik haji yang merupakan rukun Islam kelima ditunda, umroh ditunda, Sholat Jumat yang diwajibkan bagi laki-laki muslim ditiadakan, sholat berjamaah dilarang, kebaktian bagi umat Nasrani dilarang, pergi ke kuil juga dilarang. Pada prinsipnya kegiatan yang mengumpulkan massa dilarang. Ibadahnya tidak dilarang, yang dilarang adalah pengumpulan massanya. Manusia melanggar perintah Tuhan karena takut mati, karena takut tertular COVID-19. Biasanya manusia itu pada saat susah mendekatkan diri kepada Tuhan. Hanya saat ini melakukan ibadah dilaksanakan di rumah masing-masing.

Menurut pendapat dari Mayjen TNI (Purn.) Djoko Subroto, SIP.<sup>7</sup> yang menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Yayasan Pendidikan Komunikasi AKINDO Yogyakarta bahwa sholat Jumat itu masih dapat dilaksanakan asal setiap jamaahnya patuh dan taat aturan serta sesuai dengan kondisi daerahnya. Mengenakan masker, pada saat datang ke masjid dilakukan pengecekan suhu badan, dan harus wudhu di masjid agar mempunyai jaminan cuci tangan. Pada

---

<sup>7</sup> Wawancara pada hari Rabu tgl 6 Mei 2020 di kantor YPK Akindo pada pkl.11.00 sd 12.00.

saat masuk masjid mengambil tempat duduk dengan jarak sekitar 2 meter agar membatasi kontak dengan yang lain. Khutbah dilaksanakan secara singkat. Pada saat pelaksanaan shalat, semua melaksanakan kegiatan merapatkan syaf dan kelurusannya seperti biasa. Bacaan doa dipilih yang pendek saja, sehingga pelaksanaannya singkat. Setelah selesai Shalat Jumat, jamaah segera meninggalkan masjid dengan tertib dan tetap menjaga jarak.

MUI tidak melarang Shalat Jumat bagi daerah yang berdampak ringan. Umat muslim wajib melaksanakan, tetapi bagi orang-orang yang ODP haram hadir di masjid. Untuk daerah zona merah boleh tidak melaksanakan shalat berjamaah dan Shalat Jumat.

Di lain sisi, perjudian ditutup, tempat-tempat hiburan malam ditutup, lokasi *prostitusi* tidak ada pengunjungnya lagi, pantai-pantai yang biasa digunakan untuk berjemur semua ditutup. Salah satu segi positifnya masyarakat meyakini bahwa Tuhanlah yang mampu mencegah perbuatan maksiat yang dilakukan oleh manusia. Respon masyarakat terhadap larangan/imbau keras dari pemerintah tentang penyelenggaraan Shalat Jumat memang ada yang melaksanakan dan ada yang tidak. Beberapa pendapat diantaranya adalah:

- Lebih takut mana antara tertular oleh COVID-19, sakit, dan meninggal? Atau takut kepada Allah di mana kematian semuanya Allah yang menentukan.
- Bukankah manusia diberikan akal pikir? Selama manusia mempunyai jaminan bahwa yang berkumpul semua sehat tidak menjadi masalah. Apabila pengurus masjid mampu mendeteksi terhadap kesehatan umat yang akan melaksanakan Shalat Jumat tidak ada persoalan yang timbul.

Marilah kita menggunakan akal pikiran untuk melakukan pendekatan agar bertahan hidup di dunia. Kegiatan ibadah tetap dilaksanakan dengan menggunakan akal pikir agar tidak tertular COVID-19. Kegiatan dakwah dilaksanakan dengan meyakinkan kebesaran Tuhan dan jangan sampai membentuk opini yang akhirnya menyudutkan pemerintah ataupun seseorang sehingga opini yang terbentuk negatif. Justru pada saat menghadapi situasi semacam ini diperlukan daya tahan yang kuat dan optimis mampu mengatasi dengan segala upaya nyata dan pendekatan diri kepada Tuhan untuk memohon agar situasi segera pulih kembali normal melalui doa. Sekali lagi diingatkan yang dicegah, atau dilarang bukan ibadahnya tetapi pengumpulan masanya.

## **Dampak terhadap Kegiatan Perekonomian**

Secara umum kebutuhan manusia untuk hidup memerlukan udara segar tanpa polusi untuk bernafas. Memerlukan makanan yang bergizi agar fisik dapat tumbuh secara sehat. Berdasarkan teori Maslow bahwa manusia hidup ini digolongkan menjadi beberapa golongan yang pertama adalah manusia yang masih harus memenuhi kebutuhan mendasarnya untuk hidup. Di kalangan ini dikenal dengan kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Dalam menjamin kehidupannya masyarakat bekerja di beberapa sektor lapangan kerja di antaranya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Larangan pemerintah untuk tidak melaksanakan pengumpulan masa menyebabkan para pedagang khususnya Pedagang Kaki Lima (PKL) mati dengan sendirinya. Hal ini disebabkan oleh pembeli yang dulunya berlangganan atau pembeli dadakan saat ini tidak ada sama sekali karena tidak masuk kantor dan atau tidak masuk kerja. Penghasilan yang didapat secara rutin dari hasil jualan dalam periode sebelum terjadi pandemik Virus Corona menghasilkan pendapatan yang mencukupi untuk membiayai anak-anaknya sekolah; bahkan sampai yang ada yang mampu menyekolahkan anaknya sampai jenjang perguruan tinggi. Dengan adanya situasi dan kondisi seperti sekarang ini, dampak yang terjadi mau tidak mau secara berantai mengenai ke semua bidang.

Sebagai ilustrasi dengan adanya larangan masuk kantor secara fisik karena pekerjaan dapat dilakukan dengan cara *online*; maka tidak ada pergerakan manusia dari rumah ke kantor. Memang ada bidang pekerjaan yang tidak dapat dilakukan tanpa datang ke lokasi pekerjaannya. Sebagai contoh *security* yang harus mengamankan bangunan dari pencurian, alat peralatan yang ada didalamnya, dokumen, kegiatan, informasi, keselamatan jiwa, dll. Contoh lain yang harus tetap kerja dengan mendatangi kantor di mana mereka bekerja adalah *cleaning service*. Mereka harus tetap masuk kantor; karena membersihkan ruangan, membersihkan halaman kantor harus dilakukan secara fisik.

Pada saat keadaan normal, bekerja di bidang transportasi banyak penghasilan karena rumah pekerja, karyawan ataupun pegawai negeri tidak tertata dengan baik antara lokasi pemukiman dengan kantornya; sehingga

banyak memanfaatkan transportasi, termasuk angkutan umum dengan ongkos yang relatif lebih murah. Kegiatan masyarakat yang saat ini hanya di rumah, berdampak kepada transportasi umum tidak ada penumpang. Taxi, *grab car*, grab motor, bus kota, angkutan umum, bus antar provinsi dan kereta api semua terhenti.



Kiri: Dokumen pribadi, situasi di Stasiun Lempuyangan pada 20 Maret 2020 pukul 20.08 WIB.

Kanan: Tempat duduk di ruang tunggu diberi tanda dilarang duduk, agar jarak antar orang dengan orang lain terjamin aman.



Sumber: Dokumen pribadi, situasi di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta pada 3 April 2020 pukul 07.00 WIB sangat sepi.

Yang masih tertolong grab/gojek motor karena masih ada peluang untuk mengantarkan pembeli barang dan makanan *online*. Pada dasarnya para pekerja ini dari masyarakat yang pendapatannya rendah dan tentu saja dalam jumlah yang banyak. Timbul lagi persoalan, pada saat situasi normal saja lapangan kerja terbatas akibat peralihan era industrialisasi ke era teknologi, apalagi saat seperti sekarang ini.

Mau tidak mau cara yang digunakan untuk berjualan harus dilakukan penyesuaian menggunakan cara-cara *online*. Apakah PKL siap untuk melakukan penjualan *online*? Perlu diperhitungkan apakah biaya yang dikeluarkan antara harga makanan dengan kuotanya seimbang? Apakah terpadu antara Grab/Gojek dengan PKL yang jualan makanan? Apakah budaya *online* masyarakat kalangan bawah sudah terbentuk? Semua pertanyaan ini dengan perkembangan teknologi akan terjawab. Dapat dikembangkan penjual melayani dengan *online* untuk radius yang dekat dan dapat diantar dengan jalan kaki atau naik sepeda karena tidak mengeluarkan biaya tambahan untuk transportasi.

Lingkungan domisili bagi masyarakat yang hidup sangat sederhana tentunya mempunyai komunitas yang sama, sehingga biasanya pembeli dari masyarakat yang berpendapatan menengah saat para PKL kembali jualan di rumahnya pembeli kelas menengah tadi menjadi hilang. Apalagi sangat sulit untuk mencari tahu nomor HP/WA para penjual dan pembeli yang memang tidak biasa dilakukan selama masih jualan di tempat/di kios/di gerobak jualan masing-masing.

Toko-toko banyak yang tutup karena mempunyai kerawanan dan kekawatiran tertular pada saat pembeli datang ke tokonya. Cara-cara *online* pada akhirnya sebagai jalan keluarnya. Pada saat ini terjadi kesulitan dalam sosialisasi atau penyampaian kepada masyarakat tentang toko apa, alamat di mana, menjual apa dan harganya berapa karena banyak toko yang ada di suatu daerah. Aspek lain karena masyarakat belum terbiasa. Tokopedia saat ini sudah terkenal dan memudahkan para pembeli untuk melakukan transaksi.

Dengan adanya perkembangan situasi seperti saat ini dapat merupakan percepatan agar masyarakat mulai mengubah cara pembelian produk/barang dengan mendatangi langsung ke toko menjadi pembelian *online*. Daya beli masyarakat sangat turun drastis karena pendapatan berkurang sehingga yang

laku hanya barang-barang kebutuhan pokok saja. Untuk barang-barang sekunder akan menurun drastis pembelinya. Berbicara tentang kebutuhan sekunder, tiap-tiap orang sangat berbeda antara satu dengan lainnya. Dengan demikian kerugian yang cukup berarti bagi pedagang yang berjualan barang-barang sekunder seperti jual radio, TV, sepeda motor, perabot rumah tangga, meja kursi, dan sejenisnya.

Nasib industri yang menerapkan padat karya juga harus menanggung risiko yang cukup besar akibat larangan dari pemerintah untuk menghindari kerumunan masyarakat dalam jumlah banyak. Bayangkan saja bagaimana nasib industri rokok yang mempekerjakan banyak tenaga manusia untuk tetap melakukan dan mempertahankan pembuatan rokok dengan melinting menggunakan tangan. Bayangkan juga konveksi yang pekerjanya banyak dan terdiri dari para perempuan yang selama ini mempunyai pendapatan untuk menghidupi keluarganya. Kalaupun dilakukan perumahan sementara sampai situasi normal dengan tetap menerima gaji. Pertanyaannya berapa besar kerugian perusahaan? Perusahaan yang menerapkan padat karya akan mengalami kerugian yang besar. Semakin lama pencegahan COVID-19, semakin bertambah banyak kerugian yang diderita.

Dampak terhadap produksi barang-barang berkurang akibat dari daya beli masyarakat sangat menurun banyak. Distributor dan penjualan mengalami kerugian akibat sedikit yang laku khususnya barang-barang yang tergolong jenis barang kebutuhan sekunder. Permintaan barang-barang yang tergolong pada kebutuhan primer akan berjalan seperti biasa walaupun ada penurunan pada tingkat rendah.

### **Dampak terhadap Pemanfaatan Sarana dan Prasarana Komunikasi**

Beberapa persoalan yang terjadi dalam proses pembentukan budaya teknologi masyarakat Indonesia salah satu di antaranya adalah: terbatasnya ketersediaan fasilitas umum yang terkait dengan peralatan. HP sebagai alat komunikasi setiap saat teknologinya terus berkembang secara cepat sehingga ketertinggalan teknologi semakin cepat dirasakan oleh masyarakat. Sebagai contoh HP merek Nokia pada saat beberapa waktu lalu sangat terkenal, bahkan diburu untuk dimiliki oleh masyarakat, pada akhirnya harus menyerah dalam bersaing mengikuti perkembangan teknologi. Budaya *branded* yang terbentuk

pada masyarakat Indonesia telah dimanfaatkan oleh para pengusaha dalam rangka mendapatkan keuntungan yang sangat besar.

*HP* yang menyediakan banyak fitur dimunculkan dan menjadi daya tarik untuk dimiliki walaupun fitur-fitur yang ada tidak digunakan. Dalam perkembangan berikutnya muncul *HP* produksi dari RRC yang tidak kalah kualitasnya dengan harga terjangkau. Proses waktu dan pertumbuhan perekonomian yang ditinjau dari kenaikan pendapatan masyarakat pertahunnya tidak terlalu signifikan naik, membuat masyarakat berfikir dan mengambil sikap untuk berbuat dan bertindak yang mengarah pada kebutuhan.

Kalau kita cermati bahwa masyarakat Indonesia saat ini sudah banyak yang menggunakan *HP*, komputer, laptop, *notebook*, tablet; tetapi belum tentu semuanya dapat mengakses Internet. Tahun pembuatan merupakan salah satu hal yang perlu dipertimbangkan karena kemajuan teknologi berjalan secara cepat dan ada kaitan dengan bisnis. Untuk masuknya teknologi ke Indonesia biasanya setelah negara-negara teknologi sudah saatnya beralih baru secara gencar dimasukkan ke negara-negara yang membutuhkan. Harga untuk teknologi mutakhir sangatlah mahal. Disamping tahun pembuatan juga dipertimbangkan tipenya. Semakin banyak fitur, kualitas semakin meningkat harga semakin mahal.

Bagaimana dengan di Indonesia? Kondisi nyata dengan 5 pulau besar seperti Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua dengan ribuan pulau lainnya akan dikategorikan mana saja yang perlu mendapatkan distribusi teknologi yang mutakhir dan mana yang menjadi distribusi lanjutan setelah tidak digunakan didaerah-daerah perkotaan. Pendekatan bisnis tentunya selalu mencari keuntungan, katakan akan membangun prasarana di daerah melihat apakah ada jaminan keuntungannya? Kalau dinilai dari perhitungan *survey* tidak memberikan jaminan pasti akan ditahan agar tepat waktu baru direalisasikan.

Sejak Oktober 2017, masyarakat Indonesia semakin mempunyai kemudahan untuk bertukar informasi dalam bentuk foto dan teks dengan adanya layanan internet cepat. Dalam rangka terus memberikan kemudahan masyarakat di Indonesia untuk memanfaatkan kemajuan teknologi

komunikasi pemerintah telah mendorong agar Telkomsel berperan langsung<sup>8</sup>.

Kebebasan dalam persaingan produk barang yang dihasilkan oleh robot memperoleh kelebihan dari sebelumnya ditinjau dari kualitas, jumlah produksi dan kecepatan dan kemudahan distribusi. Pada saat ini banyak pilihan yang tersedia tentang *HP*, berbagai merk menawarkan kelebihannya dan memenuhi syarat minimal untuk dioperasikan sesuai kebutuhan masing-masing dalam kebutuhannya. Seperti normalnya semakin banyak, barang mendorong turunnya harga jual. Masyarakat semakin dapat memiliki *HP* karena harga semakin murah dan semakin banyak fitur yang diberikan. Katakan bahwa model berubah. Kualitas bertambah tetapi syarat minimum penggunaan sesuai kebutuhan masih terpenuhi.

Hampir semua orang saat ini sudah mempunyai *HP* untuk melakukan komunikasi dengan yang lain. Memang kadang-kadang ada beberapa orang yang saat ini memiliki *HP* sekadar untuk meningkatkan status sosial mereka. Kita lihat kenyataan di lapangan sampai tukang becakpun memanfaatkan *HP*, sebagian pemulung dan pekerjaan yang dinilai oleh masyarakat dilakukan oleh orang tidak mampu; ternyata mereka juga tidak mau ketinggalan berusaha memanfaatkan *HP*.

Boleh dikatakan sarana komunikasi saat ini sudah merupakan kebutuhan pokok manusia, sehingga perlu dilakukan pengamatan lebih mendalam dalam hal ini, apakah komunikasi merupakan kebutuhan pokok manusia di era teknologi saat ini? Dengan kemudahan yang tersedia saat ini pemanfaatan *HP* dapat menyesatkan bagi masyarakat yang tidak mampu mencerna berita ini benar atau berita salah. Pada saat berita yang diterima sebenarnya salah, tetapi dianggap benar; maka dengan kemampuannya meneruskan kepada orang lain melalui *HP* atau bahkan bercerita dari mulut ke mulut. Apabila hal ini dilakukan dalam jumlah yang banyak, mau tidak mau respon masyarakat juga sesuai dengan tanggapan mereka masing-masing.

---

<sup>8</sup> Menurut data secara keseluruhan pada akhir tahun 2019 bahwa Telkomsel telah mengoperasikan lebih dari 77.501 BTS 4G dan menurut pemberitaan pada tgl 4 November 2019 pembangunan infrastruktur yang telah dibangun secara konsisten telah mengoperasikan 14.990 unit *Base Transceiver Stasion* (BTS) di wilayah ter-depan, terluar dan tertinggal terutama di wilayah perbatasan dengan wilayah negara-negara tetangga.

Semakin banyaknya pengguna *HP*, maka semua prasarana yang terkait dengan kelancaran pemanfaatan teknologi komunikasi pada akhirnya harus dibangun dan didorong oleh pihak pemerintah agar merata ke setiap wilayah.

### **Media Sosial Dimanfaatkan untuk Mengeluh, Menghujat dan Menjelekkkan Pemerintah**

Pada gilirannya masyarakat sudah banyak yang memanfaatkan media sosial untuk mencari tahu tentang apa saja yang diinginkan khususnya berita-berita yang terkait dengan COVID-19. Perkembangan sarana komunikasi yang semakin mudah didapat pada akhirnya juga digunakan untuk melampiaskan kekesalan, curhat, menjelekkkan orang lain, menjelekkkan pemerintah, menyebarkan pendapat; bahkan yang paling jelek untuk dalih penipuan dan menyebarkan berita-berita yang belum dilakukan identifikasi kebenarannya serta menyebarkan hoaks.

Dengan pemanfaatan media sosial banyak hal yang perlu mendapat perhatian, apalagi kebebasan berpendapat, kebebasan bicara yang dalam hal ini pendapatnya juga asal-asalan, bicaranya juga sembarangan yang penting bicara. Opini yang dibentuk sejak zaman penjajahan sangat sulit bergeser karena memang ditanamkan oleh Belanda terhadap Bangsa Indonesia dalam waktu yang cukup lama, selama 350 tahun penjajahan Belanda.

Saat itu dibentuk kelompok masyarakat yang mau diajak kerjasama dengan fasilitas uang, kekuasaan; sehingga status sosialnya di kalangan masyarakat menjadi naik. Pengangkatan jabatan yang diberikan pada dasarnya memeras rakyat agar memberikan sebagian harta bendanya kepada penjajah. Ruang lingkupnya hanya berkisar di seputaran wilayah kekuasaannya saja. Hal ini merupakan salah satu penyebab mengapa para pejabat kita mencuri kekayaan milik negara sendiri, bukan mencuri kekayaan yang dimiliki oleh negara lain. Timbul pertanyaan, mengapa tidak mencuri kekayaan negara Papua Nugini? Mengapa tidak mencuri kekayaan Malaysia di daerah Serawak?

Kalau dihadapkan dengan risiko memang tinggi karena berada di negara lain, sedangkan kalau mencuri di negeri sendiri sangat mudah. Sebenarnya para pejabat/penguasa tahu dampak negatifnya bahwa perilakunya akan berdampak berkurangnya kesejahteraan rakyat. Kalau menyadari semua akan terkikis karena hasil curian terasa enak dan aman dengan cara memberi

sogokan kepada pejabat yang berwenang. Ini beberapa penyebab yang berdampak pada hambatan tercapainya cita-cita nasional sehingga masyarakat banyak yang kecewa. Pada saat Orde Baru, semua media dikendalikan oleh pemerintah sehingga masyarakat tidak punya kesempatan untuk mengutarakan atau menyampaikan keluhannya. Pada saat mempunyai peluang yang bebas, terjadilah kondisi seperti saat ini. Apalagi dari manapun dan dimanapun kita memanfaatkan media social, tidak ada orang lain yang melihat.

Kegiatan curhat mulai dilakukan, menghujat, menyalahkan orang lain karena menganggap dirinya benar. Terlalu banyaknya kegiatan di media sosial menyebabkan pemerintah juga mengalami keterbatasan. Saat ini semua orang mengalami musibah karena penyebaran *Virus Corona* yang semakin luas. Obat yang pasti memberikan jaminan sampai saat ini masih belum ditemukan; tetapi pembentukkan opini kepada masyarakat dari penggunaan media oleh orang-orang yang pengetahuannya terbatas sangat menyedihkan.

Larangan dari pemerintah untuk melaksanakan kegiatan kerumunan massa; ternyata semakin hari juga ada yang pro dan kontra karena masyarakat semakin mengalami kesulitan ekonomi untuk bisa bertahan hidup. Mengapa sampai saat ini tidak ada pujian terhadap pemerintah; tetapi yang ada hanya hujatan. Berita Jokowi blusukan di Bogor memberikan bantuan juga menjadi viral. Apakah membagi Sembako adalah tugas presiden, mengapa tidak melakukan koordinasi, kerjasama dengan berkomunikasi dengan negara-negara lain sehingga mendatangkan bantuan nyata yang dapat dirasakan oleh masyarakat khususnya dalam mendapatkan makanan dan minuman.

Salah satu contoh berita-berita yang merugikan pemerintah terus digulirkan sehingga mem-buat masyarakat antipati dengan para pejabat yang saat ini berkuasa. Lukman Prananto jebolan ITB, anak muda cerdas karir cemerlang yang baru berumur 30 tahun sudah menjadi *Vice President* di P.T. Pembangunan Perumahan. Sekarang disuruh mundur gara-gara mengeluarkan komentar seperti di atas. Apakah raja tidak boleh dikritik?



Berita yang berada di media sosial seperti di atas ini benar atau tidak, apakah masyarakat mampu melakukan verifikasi? Apakah masyarakat mau mengonfirmasi kebenarannya? Paling tidak mereka akan mencela pemerintah karena berita tersebut menjelekkan Jokowi sebagai seorang Presiden yang saat ini sedang menjabat dan sedang konsentrasi mengatasi COVID-19 bersama menteri-menterinya, beserta pejabat terkait yang lain.

Pada dasarnya kegiatan yang dilaksanakan oleh masyarakat harus tetap berjalan, sedangkan perangkat IT belum secara merata disiapkan/tersedia di semua tempat. Budaya teknologi sebagian besar belum terbentuk. Hal ini merupakan salah satu penyebab mengapa etika masyarakat dalam memanfaatkan sarana komunikasi seperti sekarang ini.

### **Kegiatan untuk Mengatasi Keresahan Masyarakat**

Dengan melihat tren perkembangan situasi COVID-19 seperti ini akan berdampak secara menyeluruh terhadap semua aspek kehidupan masyarakat; apalagi ada larangan dan bahkan dari berita-berita media sosial mempengaruhi mayoritas masyarakat merasa takut untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pertemuan fisik dengan orang lain. Walaupun semua kebijakan pemerintah bertujuan untuk menyelamatkan masyarakat dari tertularnya COVID-19. Di lain sisi, katakan saja tidak takut tertular COVID-19; tetapi untuk pergi ke tempat kerja memerlukan biaya, sedangkan kondisi keuangan mayoritas orang semakin berkurang secara pasti. Masyarakat melihat dan merasakan ketidakpastian berakhirnya penanganan COVID-19 yang menjadi beban pemikirannya.

Dalam situasi dan kondisi yang semakin parah, tidak ada cara lain yang dapat mengatasi kesulitan ini kecuali bantuan pemberian dari apa yang ada dalam masyarakat Yogyakarta. Kalaupun kita berfikir atau berharap ada bantuan dari luar negeri, sepertinya tidak memungkinkan karena bencana ini juga sama dialami oleh semua daerah, bahkan negara tetangga pun mengalaminya. Kita semua tahu bahwa problema ini juga dialami oleh masyarakat dunia. Yang dapat dikelola untuk memberikan bantuan adalah masyarakat dan institusi yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sendiri (Bantuan Mandiri per wilayah).

Semua yang ada hanya diputar atau dikelola di internal DIY. Pertanyaannya, bagaimana cara mengelolanya? Pada kesempatan ini ditawarkan prinsip membantu secara internal sesuai lingkup kewenangan dan norma yang dipedomani oleh masyarakat. Membantu keluarga sendiri adalah hal yang wajar dan bahkan harus karena hubungan emosional yang telah tercipta dan terpelihara berdasarkan garis keturunan darah. Membantu orang dekat wajar-wajar saja karena setiap saat tahu apa yang dikerjakan dan dirasakan apalagi orang dekat yang memang membantu agar cita-cita/misi bersama terwujud.

Secara teknis dapat dijelaskan sebagai berikut: Katakan ada orang yang mempunyai saudara berjumlah 5 orang. Secara terbuka dan penuh dengan kejujuran berapa orang yang sesuai dengan batas kemampuannya perlu dibantu untuk keperluan makan dan minum saja. Katakan ketemu satu orang; maka 4 saudara lainnya yang urunan untuk membantu tiap bulannya. Ingat jangka waktu yang sangat membuat susah ini tidak dapat ditentukan sampai kapan akan berakhir. Buat perhitungan sampai akhir tahun 2020 berarti masih sekitar 8 bulan kegiatan seperti ini dilakukan. Kalau meleset sampai akhir tahun 2021, apakah masih ada kemampuan untuk melaksanakan kegiatan seperti itu? Berfikir lagi bagaimana cara yang akan ditempuh pada periode berikutnya?

Kalau kita cermati, ada tiga kelompok dalam keluarga seperti contoh. Kalau dari lima saudara tadi semua mampu berarti tidak perlu saling membantu. Apabila ada yang tidak mampu, akhirnya harus dibantu seperti penjelasan tersebut di atas. Mungkin juga dari 5 saudara tadi sama-sama tidak mampu sehingga semuanya memerlukan bantuan. Timbul pertanyaan siapa yang akan membantu?

Langkah berikutnya setiap institusi menginventarisir siapa saja secara intern perlu dibantu dan bagaimana cara membantunya? Sebagai salah satu contoh bahwa di STIKOM Yogyakarta mengelompokkan karyawan, dosen, dan mahasiswa yang perlu dibantu. Untuk membantu mahasiswa agar tetap tinggal di Yogyakarta dan tidak pulang keluar kota. Pertimbangannya lebih aman untuk tetap tinggal di tempat sehingga dapat dipastikan tidak terjadi penyebaran *Virus Corona*; apalagi penyebaran virus tersebut tidak terlihat, bahkan gejala penularannya juga tidak terlihat.

Salah satu langkah yang dilakukan dengan membuka sumbangan ke salah satu rekening bank untuk disalurkan kepada mahasiswa yang perlu bantuan. Kesadaran dan kejujuran dari mahasiswa/wi sangat diperlukan sehingga dalam melaksanakan kegiatan inventarisasi menghasilkan nama dan angka yang tepat.

Cara-cara tersebut akhirnya juga meng-*cover* contoh lima keluarga di atas yang sama-sama tidak mampu, akhirnya dapat teratasi. Timbul pertanyaan lagi siapa yang akan membantu masyarakat yang sekarang tidak bekerja; apalagi pada saat bekerja melakukan pekerjaan harian sehingga mendapat upah harian juga. Kuli bangunan mempunyai persoalan, *driver* grab dan tukang ojek mengalami persoalan yang sama; karena tidak ada penumpang lagi. Untuk masyarakat yang bekerja sebagai ASN, TNI, dan Polri seharusnya tidak perlu mendapat bantuan karena masih terus secara rutin menerima gaji sesuai dengan besaran masing-masing. Hanya saja perlu juga diperhitungkan bagi Aparatur Sipil Negara (ASN), TNI, Polri yang mempunyai piutang sehingga pendapatan perbulannya tetap tidak mencukupi akibat tidak adanya toleransi dalam pembayaran pinjaman. Di sinilah pejabat yang menjadi ketua/pimpinan/komandannya mulai melaksanakan inventarisasi untuk menentukan siapa yang harus dibantu dan jumlah berapa layaknya untuk dapat makanan dan minuman. Sekali lagi kesadaran untuk jujur sangat diperlukan karena musibah ini merata dialami oleh semua pihak dan dalam waktu yang tidak dapat ditentukan sampai kapan waktu berakhirnya.

Menjual barang yang dimiliki sangat menungkingkan terutama perhiasan emas. Untuk barang-barang lain silahkan dicek karena setiap daerah mempunyai kebiasaan berbeda. Untuk suku Madura yang biasa menabung dengan cara membeli perhiasan saat-saat seperti ini menjual perhiasannya

merupakan hal biasa; karena memang itu hasil tabungan mereka yang sewaktu-waktu dijual untuk kepentingan lain. Lain halnya bagi orang yang membeli perhiasan karena hobi dan kesenangan; bahkan ada yang menilai sebagai barang memori, untuk menjual rasanya berat.

Organisasi-organisasi lain yang tidak mempunyai kemampuan lagi untuk membantu karyawannya pada akhirnya harus memberikan data akurat kepada pihak pemerintah; siapa saja yang seharusnya diberikan bantuan tetapi tidak/belum ter-cover. Yang sudah mendapat bantuan berdasarkan bantuan dari saudaranya. Timbul pertanyaan, siapakah yang membantu masyarakat yang berada ter-cover menerima bantuan? Pemerintahlah yang mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk memberikan bantuan paling tidak bantuan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

### **Konsepsi Bantuan Mandiri per Wilayah**

Bangsa Indonesia merupakan masyarakat budaya Timur yang terkenal dengan gotong-royong, guyub dan saling membantu antara satu dengan lainnya. Oleh karena itu tidak perlu diragukan lagi bahwa situasi yang sekarang ini berkembang mempunyai penyelesaian dengan kegiatan gotong-royong. Kalau kita cermati sudah banyak berbagai langkah yang diambil oleh masyarakat dengan cara saling membantu. Semua berdasarkan kepedulian dari masing-masing individu, sehingga tidak ada jaminan bahwa secara merata masyarakat menerima bantuan. Bagi masyarakat yang berada di lokasi yang kepeduliannya rendah akan tetap mengalami kesulitan.

Oleh karena dalam menghadapi situasi yang terjadi saat ini, untuk mengatasi persoalan yang berlaku umum diperlukan koordinasi, kerjasama, dan komunikasi secara terkoordinir. Yang paling sulit dalam mendata siapa saja yang benar-benar harus dibantu dalam memenuhi kebutuhan hidup; khususnya kalau hanya untuk makan saja. Kalau kita inventarisir kebutuhan tiap keluarga diantaranya:

- Kebutuhan untuk makan dan minum.
- Kebutuhan untuk membayar pajak.
- Kebutuhan untuk membayar air.
- Kebutuhan untuk membayar telpon, apalagi saat ini semua *online*.

- Kebutuhan untuk biaya pendidikan, uang smester dll.
- Kebutuhan untuk pemeliharaan rumah, kendaraan dll.
- Kebutuhan untuk membayar berobat. Bagi yang tidak memiliki BPJS Kesehatan.
- Kebutuhan untuk membayar cicilan pinjaman, dll.

Apabila kebutuhan yang lain, selain kebutuhan untuk makan dan minum tidak ada toleransi maka masyarakat yang hidup sangat sederhana sangat sulit untuk mengatur kehidupannya. Untuk mencapai tujuan bahwa masyarakat dapat terus bertahan hidup diperlukan pengaturan yang seimbang, serasi, dan selaras dalam penyelenggaraan Bantuan Mandiri per Wilayah. Karena musibah ataupun malapetaka COVID-19 ini dialami oleh semua wilayah; maka perlu dibatasi dengan menghitung seluas apa menurut data sehingga terdapat kemungkinan seluas Kabupaten, Kecamatan atau Desa bahkan apakah memungkinkan disepakati seluruh wilayah DIY?<sup>9</sup>

Konsepsi Bantuan Mandiri Per Wilayah memerlukan jangka waktu yang ditentukan sehingga perkiraan dengan perhitungan yang tepat akan sangat menentukan pencapaian sasaran yang ditentukan sebelumnya, apalagi bantuan dilakukan untuk diberikan secara rutin perbulan. Asas kekeluargaan perlu dijadikan pedoman dalam menyelenggarakan kegiatan ini. Semua Warga Negara Indonesia memahami nilai-nilai gotong-royong, tenggang rasa, kebersamaan, kearifan, keadilan, dan tanggung jawab bersama dalam kehidupan bermasyarakat harus diterapkan dalam situasi yang sekarang kita alami.

Bantuan Mandiri per Wilayah bersifat percaya pada kemampuan dan kekuatan yang dimiliki oleh wilayah khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta.<sup>10</sup> Ketangguhan dan keuletan dengan prinsip tidak mengenal

---

<sup>9</sup> Jumlah Penduduk Kabupaten Bantul sebanyak 911.503 jiwa, Jumlah penduduk Kabupaten Gunungkidul seba-nyak 748.119 jiwa, Jumlah penduduk Kabupaten Kulon Progo sebanyak 740.520 Jiwa, Jumlah penduduk Kabu-paten Sleman sebanyak 1.093.110 Jiwa dan Jumlah penduduk Kota Yogyakarta sebanyak 636.660 Jiwa. (<https://id.wikipedia.org>)

<sup>10</sup> [www.daftarperusahaan.com](http://www.daftarperusahaan.com)

No	Nama PT	Bidang	Area
01.	PT. ARSS Baru	Migas	Yogyakarta

menyerah masyarakat Yogyakarta yang mempunyai identitas dan menerapkan nilai-nilai religi, kekeluargaan, keselarasan, kerakyatan dan keadilan. Keberhasilan masyarakat Yogyakarta dalam mempertahankan hidupnya pada situasi krisis dengan mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila yang dilaksanakan melalui Konsepsi Bantuan Mandiri per Wilayah merupakan suatu kewibawaan pemerintah daerah yang dapat ditiru atau dicontoh oleh daerah-daerah lain.

### Kesimpulan

Penyebaran *Virus Corona* berdampak negatif terhadap kehidupan masyarakat di Indonesia dan memerlukan penanganan khusus, kebijakan khusus dan pengambilan keputusan inovatif karena COVID-19 semua wilayah sampai tingkat dunia mengalami. Keresahan masyarakat akan dapat dieliminasi dengan jaminan bahwa pemenuhan kebutuhannya dapat teratasi. Saat-saat seperti ini diperlukan kesadaran untuk jujur serta kepedulian untuk mau membantu sesama, agar orang lain tetap dapat hidup dalam keterbatasan yang saat ini melanda di mana-mana. Mengambil simpanan/tabungan dan atau menjual barang-barang yang dimiliki merupakan salah satu cara tepat untuk

02.	PT Watukali Capita Ciptama.	Migas	Yogyakarta
03	PT Hydro Geophysical Service.	Migas	Yogyakarta
04.	PT Wimaya Energy.	Migas	Yogyakarta
05,	Aneka Dharma Persada. PT.	Konstruksi	Bantul
06.	Suradi Sejahtera Raya. PT.	Konstruksi	Bantul
07.	Perwita Karya. PT,	Konstruksi	Bantul
08.	Pt Cambrics Primissima (Persero)	BUMN	Yogyakarta
09.	PT. Mirota KSM INC	Farmasi	Yogyakarta
10.	PT Novimex Laboratories	Farmasi	Yogyakarta
11.	PT. Ethica Industri Farmasi	Farmasi	Yogyakarta
12.	PT merbabu Fala	Farmasi	Yogyakarta
13.	PT. Sari Husada	Farmasi	Yogyakarta
14.	PT. Barlico Mulia Farma	Farmasi	Yogyakarta
15.	PT Yoseph Farma	Farmasi	Yogyakarta
16.	PT Sarana Yogya Ventura	Modal Ventura	Yogyakarta
17.	CV. Nurfa Bahtera Mandiri.	Perkapalan.	Yogyakarta
18.	Prasarana Cakrawala Persada PT	Pertambangan	Yogyakarta

memenuhi kebutuhan pokok dan apabila masih mampu dapat memberi bantuan kepada orang lain berupa makanan dan kebutuhan pokok lain.

Bantuan Mandiri Per Wilayah merupakan sebuah konsepsi. Pada dasarnya bantuan diberikan dengan membatasi wilayah dan mengelola keunggulan yang ada di wilayah tersebut. Bantuan diberikan dengan skala prioritas intern serta memperhitungkan waktu sampai kapan penanganan COVID-19 ini berakhir dengan asumsi tidak dapat ditentukan secara pasti. Pemberian bantuan ekstern dilakukan pada saat bantuan intern telah mencukupi. Bagi masyarakat yang belum *ter-cover* dari siapa bantuan hidupnya diperoleh, menjadi tanggungjawab pemerintah. Tindak kriminal akan mulai meningkat apabila pemerintah tidak mampu memberikan bantuan kepada masyarakat yang belum *ter-cover*.

Untuk mengatasi situasi dan kondisi COVID-19 merupakan tanggung jawab bersama sehingga Bantuan Mandiri per Wilayah dapat dijadikan salah satu kebijakan untuk mengatasi keresahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokoknya untuk hidup di Daerah Istimewa Yogyakarta.

# **DAMPAK PANDEMIK COVID-19 TERHADAP INTEGRASI KELUARGA**

**Oleh: Dra. Sudaru Murti, M.Si**

**Wakil Ketua I STIKOM Yogyakarta, Dosen Tetap Prodi D3**

**Penyiaran STIKOM Yogyakarta**

**e-mail: *murtizagita@yahoo.co.id***

## **Abstrak**

Memasuki era millenium, telah berlangsung perubahan yang berlangsung cepat dan tidak terkendali, diawali adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Kemajuan TIK ini telah mengubah peradaban dan budaya dalam berinteraksi sosial. Interaksi sosial yang semula penuh kerekatan dan keakraban secara emosional, telah berubah melalui kemajuan media komunikasi yang mendekatkan yang jauh dan memperpendek jarak. Bersamaan telah berlangsung perubahan tata kelakuan bergeser pada sistem sosial global. Tak lama kemudian pada tahun 2019, ada ancaman bahaya pandemic global yang bernama Covid-19, sehingga WHO sebagai organisasi dunia telah menyatakan 203 negara di dunia telah berlangsung pandemik global. Apalagi belum ditemukan vaksin yang menghambat lajunya pandemik COVID-19. Dua fenomena ini, telah mendorong berlangsungnya perubahan sosial yang berasal dari wabah lingkungan dan kemajuan teknologi yang menyebabkan situasi dan kondisi yang dilanda dirupsi. Berbagai kebijakan untuk memperlambat berlangsungnya perubahan sosial, tidak lagi bisa dilakukan dengan tujuan mempersiapkan masyarakat. Perubahan ini telah mengubah pranata dan tatanan nilai dalam kehidupan masyarakat; seperti: pelaksanaan proses pendidikan, telah menyatukan antara lembaga agama, lembaga pendidikan dan lembaga keluarga. Di samping itu prosesi budaya dalam agenda mudik pun telah berubah di tahun 2020, sehingga perubahan berlangsung secara cepat dengan segala konsekuensinya.

**Kata kunci :** perubahan sosial, pandemik COVID-19, integrasi keluarga

## **Pendahuluan**

Memasuki Revolusi Industri 4.0 bertepatan dengan adanya globalisasi, yang mendorong berlangsungnya berbagai perubahan dalam sendi kehidupan bermasyarakat. Apalagi telah diindikasikan dirupsi dalam berbagai jenis lapangan pekerjaan yang tidak lagi tergantung pada area kerja, pasar fisik, sebagai akibat adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK)

menuju kehidupan digitalisasi. Untuk memenangkan kompetisi yang semakin ketat dan kompetitif, mensyaratkan untuk disikapi secara kreatif dan inovatif melalui semboyan: berinovasi atau mati, menyesuaikan diri atau dilindas perubahan zaman. Waktu kita tidak banyak (IDN Research Institute, 2019: 08)

Begitu pula dalam relasi sosial, mendorong berlangsungnya perubahan pada generasi mudanya menurut Bappenas dalam *Indonesia Millennial Report* (2019: 03) yang disebut generasi millennial. Generasi millennial ini yang diindikasikan akrab sebagai pengguna intensif akan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta memiliki karakteristik progresif akan setiap perkembangan ilmu pengetahuan yang mudah diakses tanpa batas geografis, pendeknya jarak dan dalam hitungan waktu yang sangat cepat. Oleh karena itu relasi sosial secara *face to face* telah digantikan dengan media Internet melalui kemas teknologi konvergensi yang memiliki multifungsi dan multiplikasi sesuai kebutuhan dalam kepentingannya.

Akibatnya berlangsung pergeseran pranata sosial pada struktur sosial di berbagai lembaga-lembaga sosial baik di lembaga agama, lembaga keluarga, lembaga ekonomi, lembaga pemerintahan maupun lembaga pendidikan. Perubahan ini telah tampak dari adanya pergeseran esensi tata kelakuan dari masing-masing lembaga sosial. Tidak terkecuali di lembaga keluarga sebagai pusat pendidikan informal dan interaksinya pada awalnya lebih bersifat interpersonal secara *face to face* di dalam kerangka proses transformasi terhadap pola asuh, pola ajar, dan pola didik sebagai wadah pembentukan pribadi manusia yang utuh, telah diserahkan fungsinya ke lembaga pendidikan formal yang dipercaya bisa menggantikan fungsi pendidikan keluarga.

Belum lagi berbagai kemudahan untuk memperoleh informasi melalui kemajuan teknologi komunikasi yang sudah pada tahap digitalisasi. Kerekatan antaranggota keluarga, mulai digantikan peran dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan media komunikasi konvergensi. Oleh karena itu telah berlangsung perubahan peran dan fungsi pada keluarga inti, ayah, ibu, anak, suami dan isteri. Apalagi kesetaraan gender, laki-laki dan perempuan memiliki kebebasan beraktualisasi berpartisipasi di ruang publik. Bersamaan memasuki era generasi millennial yang memiliki karakteristik; keluasan memperoleh ilmu pengetahuan, derajat ketertarikan perkembangan teknologi, hubungan sosial telah bergeser intrapersonal, menyebabkan

kompetisi untuk memperoleh kemudahan fasilitas dan kemudahan kehidupan yang dicita-citakan.

Namun memasuki bulan November 2019, di Wuhan Tiongkok di Negara RRC telah muncul virus baru yang sangat membahayakan manusia hingga pada kematian, merupakan babakan baru, di mana akan menggeser tata kelakuan, sikap dan nilai-nilai baru. Perkembangan selanjutnya; pada akhir Desember 2019; perkembangannya semakin pesat, sehingga WHO telah mengeluarkan maklumat tentang Darurat Kesehatan Global.. Organisasi PBB melalui WHO ini sejak tanggal 11 Maret 2020 telah menyatakan adanya Pandemi Global, dan pada perkembangan selanjutnya *worldometer* pada tanggal 4 April 2020 menyatakan telah ada 203 negara di dunia yang telah terdampak virus COVID-19. Perkembangan virus ini secara eksponal kemudian berubah menjadi sporadis; mulai tumbuh kembang yang semakin meluas. Adapun perkembangannya melalui kontak langsung secara fisik, melalui media *droplet* yaitu cairan dari orang yang terpapar baik lewat dahak, maupun ingus yang mengandung virus COVID-19 melalui kontak sosial yang bisa bertahan hingga 8 jam, Pemerintah NKRI pada 2 Maret sampai 4 April 2020 telah mengeluarkan peringatan dan imbauan untuk menjaga jarak sosial. Perkembangan pantauan ini berdasarkan wilayah geografis semakin meluas dikarenakan mobilitas masyarakat yang cukup tinggi. Tak terkecuali sejak Presiden Joko Widodo pada 23 Maret 2020 telah mengumumkan ada 3 orang warga terpapar virus ini setelah bertemu relasi dari Jepang setelah berkunjung dari Bali. Artinya virus sudah bermigrasi memasuki kawasan NKRI, dan informasi ini cepat sekali menyebar di masyarakat baik melalui media virtual maupun media elektronik. Tindakan yang dilakukan pemerintah, masih bersifat persuasif agar masyarakat tidak mengalami kegelisahan dan kecemasan.

### **Kebijakan Pandemi COVID-19**

Perkembangan pandemi COVID-19 sudah menjadi darurat kesehatan global yang semakin tidak terkendali. Oleh karena itu pemerintah NKRI dengan memperhatikan UU RI No. 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana khususnya bencana kesehatan dan telah dilengkapi dengan UU RI No. 6 Tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan, yang meliputi .:

- Karantina Rumah,
- Karantina Rumah Sakit
- Karantina Wilayah

Kedua dasar hukum tersebut, sejak 13 Maret 2020, Presiden Jokowi telah mengeluarkan Keppres No.7 Tahun 2020 yang telah dilengkapi No. 9 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19 yang diketuai oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) bersama Polri dan TNI. Mengingat tugas Polri dalam mengamankan dan melindungi masyarakat, melalui Maklumat Kapolri No. Mak/2/II/2020 tentang Kepatuhan terhadap Kebijakan Pemerintah dalam Penangan virus COVID-19. Berbagai kebijakan tersebut, mengantisipasi perlindungan kesehatan bagi masyarakat, agar masyarakat diminimalisir perkembangan virus COVID-19 yang belum ditemukan anti virusnya. Namun pada perkembangan di masyarakat yang terkena virus COVID-19; mengalami peningkatan jumlah dan penyebarannya yang semakin meluas wilayahnya, maka melalui Keppres No.11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang dinyatakan telah berlangsung epidemiologis yang meliputi:

- Besarnya ancaman
- Efektivitas penanganan
- Dukungan sumber daya
- Teknis operasional
- Pertimbangan politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan

Oleh karena itu pemerintah telah melengkapi dengan mengeluarkan Perpres No.52 Tahun 2020 tentang Pembangunan Fasilitas Observasi dan Penanpungan di Pulau Galang yang dikeluarkan pada 31 Maret 2020. Seiring dengan kebijakan tersebut di atas, telah dikeluarkan Instruksi Presiden Nomor 4 Tahun 2020 untuk melaksanakan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dikeluarkan pada 31 Maret 2020. Adapun model pelaksanaan PSBB dengan memperhatikan imbauan untuk pembatasan sosial (*social distancing*) dan menjaga jarak (*physical distancing*) melalui;

- Meminimalisir kontak fisik dengan meliburkan sekolah digantikan dengan proses pembelajaran daring (*online*)

- Bekerja di rumah (*work from home*),
- Pembatasan kegiatan keagamaan,
- Pembatasan moda transportasi
- Meminimalisir kegiatan di tempat fasilitas umum
- Melaksanakan tetap diam di rumah dalam rangka menghambat percepatan penyebaran virus COVID-19.

Melalui *social distancing* dan *physical distancing* perlu diperhatikan dalam pelaksanaan PSBB untuk pelayanan kesediaan pangan dan kebutuhan sehari-hari tercukupi. Untuk kelancaran PSBB melalui Permenkes No. 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pelaksanaan PSBB telah dilengkapi dengan teknis operasional.

Untuk mengikuti pelaksanaan berbagai kebijakan di atas, perlu menyimpan data perkembangan pandemik COVID-19 tentang penyebaran virus COVID-19 apakah telah berdaya guna dan tepat guna usaha pemerintah dalam menangani perkembangan dan dampak di masyarakat. Menurut data *World Bank Asia and Pasific* pada April 2020, Indonesia dari 28 negara menduduki peringkat 9 (2020: 57) mengalami penurunan sejak Maret 2020 untuk kawasan Asia Pasifik dengan data di sektor;

- Sektor pertanian sebesar 2,70 persen
- Sektor *manufactory* sebesar 3,03 persen
- Pariwisata sebesar 8,84 persen
- Pelayanan /jasa sebesar 3,67 persen
- Sektor lainnya sebesar 8,26 persen

Data tersebut di atas akan mengalami kenaikan jumlah penurunan kinerja, setelah diberlakukan ketentuan bekerja dan tinggal di rumah saja. Akibatnya berkorelasi dengan berbanding lurus antara sektor perekonomian dan peningkatan kriminalitas. Apalagi ada kebijakan melepaskan para narapidana, dengan tujuan menghambat penyebaran virus COVID-19 dikarenakan rumah tahanan dikhawatirkan sebagai persemaian *droplet*.

Sementara secara demografis, perkembangan pandemi COVID-19 dapat diketahui berdasarkan data informasi mulai 24 April sampai dengan 25 Mei 2020 dalam mingguan perkembangan yang positif, meninggal dunia dan sembuh adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Perkembangan Pandemi COVID-19

Tanggal	Kondisi per mingguan			Jumlah
	Positif COVID-19	Meninggal Dunia	Sembuh	
24 April 2020	436	42	42	402
30 April 2020	341	8	124	209
07 Mei 2020	338	35	64	239
14 Mei 2020	16.006	1.043	3.518	11.442
21 Mei 2020	20.162	1.278	4.838	14.046
25 Mei 2020	22.750	1.391	5.642	15.717

**Sumber: Asisten pandemic COVID-19 tahun 2020**

Dari data tersebut di atas, dikumpulkan pada bulan puasa dan berakhir dua hari Lebaran yang merupakan tradisi budaya. Membaca data perkembangan pandemi COVID-19 di awal puasa dan berakhir pada Lebaran kedua, menunjukkan ada kenaikan yang cukup signifikan menjelang Lebaran tiba. Indikasi menjelang tradisi mudik Lebaran menyebabkan sumber pendapatan menurun dikarenakan bekerja di rumah; sehingga kualitas daya tahan tubuh menurun serta disiplin diri rendahnya untuk tetap tinggal di rumah saja, kecuali ada kegiatan yang mendesak untuk keluar rumah. Kesadaran masyarakat tentang pandemi global, masih cukup rendah dikarenakan faktor pendidikan dan pengetahuan yang berjenjang maupun sosialisasi yang belum tepat sasaran. Di samping itu bertepatan prosesi keagamaan: nasrani; Paskah, budha; Waisak, Islam; ibadah puasa yang diikuti dengan Shalat Tarawih bersama dan tradisi budaya Lebaran sebagai nilai-nilai tindakan sosial, yang menyebabkan rendahnya disiplin.

### **Pendidikan berbasis Keluarga**

Berbagai kebijakan di atas; yang mendorong proses pembelajaran sekolah melalui daring (*online*) dan bekerja dari rumah (*work from home*) serta himbauan untuk tinggal di rumah (*stay at home*) dalam upaya memutus rantai penyebaran virus COVID-19. Artinya rumah kembali dijadikan pusat aktivitas dan pengembangan pendidikan informal.

Kegiatan yang berpusat dari rumah sebagai proses perubahan sosial yang menurut Piotr Sztompka (2011: 4) yang berdimensi perubahan fungsi akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan perubahan

lingkungan sebagai akibat adanya wabah virus COVID-19 yang prosesnya telah mengglobal. Dua perubahan tersebut akan menjadikan *new normal* yang akan diberlakukan, di mana masyarakat diharapkan bisa berdamai dengan virus COVID-19 tanpa meninggalkan protokol kesehatan; seperti: memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, dan menghindari kerumunan.

Sejak diberlakukan pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan pilihan model pelaksanaan karantina rumah melalui tinggal di rumah (*stay at home*), bekerja dari rumah (*work from home*) dan proses pembelajaran daring (*online*) mendorong dilakukan optimalisasi penggunaan multimedia maupun media sosial. Pelaksanaan yang sangat mendadak dan dipaksakan, berakibat setiap keluarga maupun individu tidak mempersiapkan secara maksimal. Di satu sisi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang sangat pesat, tidak menutup kemungkinan akan terjadi kesenjangan budaya (*culture lag*) yang menuntut disiplin tinggi, sehingga pelaksanaannya tidak berdaya guna dan berhasil guna. Peran orangtua dalam pelaksanaan proses pembelajaran daring bagi pendidikan menengah ke bawah, ada perbedaan geografis antara kota dan desa masih cukup tinggi. Belum lagi persoalan kesediaan sarana dan prasarana kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebagai prasyarat belum merata. Hal ini menyebabkan setiap orangtua generasi millennial mengalami emosi tinggi bahkan depresi; dikarenakan pada usia produktif juga diberlakukan bekerja dari rumah, sehingga mendorong konflik diri. Satu sisi berperan pendampingan proses pendidikan dalam pengajaran bagi anak-anaknya, di lain sisi memiliki tanggungjawab bekerja dari rumah. Belum lagi persoalan pendidikan, pengetahuan dan pengalaman orangtua sangat bervariasi. Semula sekolah dijadikan fungsi pendidikan kedua, sekarang proses pendidikan sekolah dilakukan dari rumah.

Menurut Megawangi dalam Otonomi Sekolah (2009: 85) berdasarkan konsep pendidikan kurikulum berbasis kompetensi (KBK); pendidikan yang dijalankan adalah pendidikan berbasis karakter yang meliputi: aspek akademik kognisi, emosi, sosial, spiritual, motorik dan kreativitas. Begitu pula pada jenjang pendidikan tinggi, pelaksanaan proses pendidikan dalam pengajaran mengalami kesenjangan budaya (*culture lag*) dimana peserta didik yang selama ini dilakukan secara tatap muka, kemudian melalui daring,

menyebabkan proses transformasi pengetahuan tidak maksimal. Persiapan pengajaran yang disampaikan dengan media jarak jauh (Internet), keseriusan dan ketelatenan peserta didik lemah, dan persiapan penyampaian materi belum maksimal dalam penggunaan media teknologi komunikasi baik teknis maupun prasarana. Akibatnya proses pendidikan dalam pengajaran khususnya yang mempergunakan peralatan praktek maupun praktikum laboratorium belum bisa dipergunakan dan diberlakukan sesuai standar pembelajaran. Tidak menutup kemungkinan pencapaian proses pendidikan dalam pengajaran tidak berhasil guna dan berdaya guna.

Dampak positifnya; ikatan keluarga semakin rekat secara emosional dan *face to face*, serta fungsi pendidikan formal dan pendidikan informal berbasis di rumah. Tidak menutup kemungkinan konsepsi oleh Ivan Illih dkk. dalam menggugat pendidikan (2010); adanya keselarasan dalam menyeimbangkan antara nilai dan kebebasan dalam pendidikan, bisa diterapkan di masa pandemik COVID-19. Di mana nilai-nilai dasar pendidikan berbasis karakter yang mendasarkan pada aspek akademik kognisi, emosi, sosial, spiritual, motorik dan kreativitas dengan memberikan kebebasan dalam pendidikan. Pendidikan yang berbasis karakter; kesiapan dukungan sumber daya manusia seperti tenaga pengajar sebagai *agent transformator* dan sumber dana sebagai pendukung sarana dan prasarana. Pada akhirnya proses pendidikan formal, pendidikan non formal dan pendidikan informal bisa dilakukan dari rumah, dengan mengoptimalkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

### **Alih Nilai Tradisi Mudik**

Bersamaan dengan pandemik COVID-19, bertepatan pula memasuki bulan Ramadan dan akan diakhiri dengan prosesi budaya Lebaran dengan agenda acara mudik. Mudik sebagai prosesi budaya ini tidak terlepas dengan penentuan tindakan sosial untuk berkumpul dan bersilaturahmi. Menurut konsepsi Max Weber lebih lanjut, mudik diartikan sebagai tindakan sosial yang memiliki rasionalitas tradisi yang berdasarkan pada kebiasaan yang berlangsung setiap tahun secara turun temurun, namun juga memiliki nilai rasionalitas tujuan (George Ritzer, 1980: 83-88). Adapun motif setiap tahun berlangsungnya tradisi mudik; kembali ke tanah leluhur, dilatarbelakangi

ingin berkumpul untuk bersilaturahmi dan menunjukkan keberadaannya selama merantau.

Namun seiring dengan pandemik COVID-19, nilai-nilai tradisi ‘mudik’ mulai bergeser dengan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan model pilihan karantina rumah, menyebabkan warga masyarakat diimbau untuk tetap tinggal di rumah (*stay at home*). Berdasarkan siaran pers pada 17 April 2020 ‘Saiful Mujani’ Research dan Consulting (SMRC) yang melaksanakan *polling* kepada 1.200 responden pada 9 sampai dengan 12 April 2020 dengan hasil sebagai berikut:

1. Anjuran dan kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* memperoleh dukungan secara nasional.
2. Ada sebesar 4 persen menyatakan keluar rumah tidak berbahaya.
3. Pelaksanaan diberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan tujuan menghambat penyebaran virus COVID-19; yang menyatakan sangat percaya ada 22,8 persen, cukup percaya ada 64,8 persen, kurang percaya sebesar 7,7 persen, tidak percaya sebesar 0,7 persen dan tidak menjawab ada 4 persen. Sedangkan responden yang menyatakan diberlakukan sanksi bagi pelanggar PSBB dengan memaksakan untuk tetap mudik; yang setuju ada 39 persen, tidak setuju sebesar 31,2 persen dan yang tidak menjawab ada sebanyak 29,8 persen.

Dengan data tersebut di atas, menunjukkan pada prinsipnya memperoleh kepercayaan dalam pelaksanaan kebijakan PSBB, walaupun ada dua kelompok responden yang tidak akan mudik sebesar 89 persen dengan alasan kesadaran memahami bahaya virus COVID-19 dan tidak ingin karena mudik akan membahayakan bagi manula yang rentan terkena virus. Di samping itu ada ketentuan harus melakukan pemeriksaan kesehatan serta melakukan 14 hari karantina mandiri di tempat mudik dan 14 hari sepulang kembali dari mudik. Sedangkan 11 persen menyatakan tetap mudik dikarenakan dua alasan yang dikemukakan; di satu sisi dengan diberlakukan kebijakan PSBB menyebabkan terkena rasionalisasi tenaga kerja, sehingga dengan mudik rasa aman akan diperoleh jika berada di lingkungan keluarganya sendiri, di lain sisi setelah merantau ingin berkumpul dan bersilaturahmi dengan keluarga besarnya, walaupun protokol mudik dengan karantina mandiri dan mempersiapkan Alat Perlindungan Diri (ADP) sebagai prasyaratnya.

Kesadaran mematuhi untuk tidak mudik, didominasi responden yang berpendidikan menengah ( SLTA ) sebesar 39,6 persen dengan penghasilan berkisar dua sampai dengan empat juta sebesar 30,4 persen. Penyebaran kesadaran mudik didominasi oleh generasi millennial junior berusia antara 26 sampai 40 tahun sebesar 36 persen dan generasi millennial senior yang berusia 41-55 tahun sebesar 25,1 persen. Artinya kesadaran untuk tidak mudik, tidak terlepas dari kecepatan memperoleh informasi dengan berbagai media komunikasi tentang bahaya virus COVID-19. Kecepatan pemerintah melalui sosialisasi tanggap darurat akan ancaman kesehatan dari yang bersifat imbauan, persuasif hingga kebijakan PSBB. Tidak terkecuali berbagai informasi dunia yang bisa diakses melalui kemajuan teknologi informasi dan Komunikasi (TIK), mengingat tata sistem sosial telah berlangsung mengglobal. Apalagi perkembangan informasi yang terpapar virus COVID-19 bisa dipantau perkembangannya setiap hari dari yang terkena dengan kriteria Orang Tanpa Gejala (OTG), Pasien dalam Pengawasan (PDP), maupun Orang dalam Pemantauan (ODP), yang meninggal dunia maupun yang dinyatakan sembuh. Berdasarkan data tersebut; warga masyarakat yang tidak mudik, masih bisa mempergunakan media sosial sebagai alat untuk memperpendek jarak dan mendekatkan yang jauh. Rasionalitas tradisi telah bergeser menjadi tindakan sosial berorientasi rasionalitas afeksi, di mana kebersamaan dan silaturahmi tetap berlangsung, walaupun secara fisik tidak *face to face*.

### **Perubahan *New Normal***

Pandemik virus COVID-19 telah mengubah tata kelakuan, pola asuh, pola ajar dan pola didik, sehingga interaksi sosial telah berlangsung melalui optimalisasi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Optimalisasi ini menuju pada *New Normal* yang mengubah sikap perilaku dalam tindakan sosial, yang menurut Ibnu Hamad dalam kata pengantar buku Brent D. Ruben (2014) telah berlangsung proses konstruksi realitas. Realitas pertama; kemajuan teknologi informasi dan komunikasi maupun pandemik COVID-19 kemudian realitas kedua; telah mengubah dinamika masyarakat melalui PSBB, melalui sistem di mana telah berlaku proses pendidikan dalam pengajaran melalui daring, sistem bekerja dari rumah (*work from home*),

tradisi mudik melalui strategi mengkonstruksi media sosial untuk bersilaturahmi dengan ketentuan semua tinggal di rumah (*stay at home*). Dikonstruksi realitasnya melonggarkan PSBB dengan memperhatikan ketentuan protokol kesehatan; dengan tetap mempergunakan masker, memperbanyak cuci tangan dan menjaga stamina. Proses internalisasi di atas, tidak dengan sendirinya akan keberhasilan transformasi nilai-nilai tindakan sosial dalam *new normal* melalui hidup berdampingan dengan COVID-19. Dengan memperhatikan data SMRC (2020) lebih lanjut yang berhubungan dengan kegiatan keagamaan ada 21 persen menyatakan tidak setuju dilakukan di rumah sepanjang tetap memperhatikan pembatasan jarak dalam kerumunan, walaupun ada 79 persen menyatakan setuju kegiatan keagamaan tetap dilakukan di rumah. Begitu pula kewajiban bekerja dari rumah bagi yang berpenghasilan bulanan setuju sebesar 76 persen dan tidak setuju 24 persen tidak setuju. Sebab ada 67 persen merasakan kondisi ekonomi semakin memburuk, dan 24 persen menyatakan sudah tidak mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari serta 5 persen menyatakan lebih baik.

---

*New normal* untuk dijadikan nilai-nilai baru dalam kehidupan masyarakat, perlu memperhatikan proses internalisasi dengan mempergunakan pendekatan sistemik sesuai dengan konsep Talcott Parson (2011:279-283) melalui empat asumsi dasar sebagai berikut:

1. Kemampuan adaptasi setiap individu masyarakat, menyesuaikan dengan posisi dan kedudukannya agar tidak menimbulkan kecemasan dan kegelisahan dalam menjalaninya dalam tatanan perilaku baru.
2. Peningkatan kesadaran berbagai kebijakan yang hendak diterapkan.
3. Memperjelas dan menyederhanakan tujuan yang hendak dicapai melalui pilihan tindakan yang hendak dipilih untuk hidup sehat dan selamat.
4. Menyatukan cara hidup baru; baik menyikapi dalam penggunaan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan selektif dan prosedural, maupun cara cerdas memahami perkembangan dan pertumbuhan virus COVID-19.

Pendekatan sistemik tersebut di atas, sebagai tantangan bagi pengambil kebijakan untuk lebih arif dan bijak dalam mengemban amanah. Mengingat

deferensiasi dan gradasi masyarakat dalam struktur masyarakat yang majemuk, baik dalam pengetahuan, pengalaman dan pendidikannya. Oleh karena itu dalam memberlakukan *New Normal* diharapkan melalui partisipasi persuasif, membuahkan hasil ketaatan dan keikhlasan masyarakat untuk menerima dan berubah dari tata kehidupan *old normal*.

## **Kesimpulan**

Ketidaksiapan masyarakat dalam perubahan secara bencana pandemik COVID-19, sudah sewajarnya jika menjadikan ketakutan dan kekhawatiran. Pemerintah sebagai penentu kebijakan mengemban amanah “untuk melindungi segenap bangsa dan tanah air”. Perubahan yang berlangsung pada sistem nilai dan tata kelakuan global, mobilitas sosial, maupun kemudahan berkomunikasi, sudah tentu akan mengalami badai kehidupan yang tidak bisa dihindari. Cara menyikapinya juga harus berubah jika kelangsungan hidup tetap akan selamat dengan mentaati dan mematuhi sesuai dengan prosedur dan protokolnya.

## **Daftar Pustaka**

- Barry Smart & George Ritzer, (2011), *Handbook: Teori Sosial*, Bandung, Penerbit Nusa Media
- Brent D. Ruben I Leap. Stewert, (2014) , *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, Jakarta, PT. Rajawali Perss
- George Ritzer, (1980), *Sociology: A Mutiple Paradigm Science; Revised Edition*, Boston, Allyn and Bacon, Inc.
- IDN Research Institute, (2019), *Indonesia Millennial Report*, Jakarta, IDN Media
- Paulo, Ivan Illich, Erich Fromm, (2010), *Menggugat Pendidikan*, Yogyakarta, Penerbit Pustaka Pelajar
- Piotr Sztompka, (2011), *Sosiologi Perubahan Sosial*, Jakarta, Penerbit Prenadia Media
- Ratna Megawangi, (2009), *Semua Berakar pada Karakter: Semua Isu-isu Permasalahan Bangsa*, Jakarta, Lembaga Penerbit Ekonomi Universitas Indonesia
- World Bank Asia and Pasific Economic, (2020), *East Asia and Pasific In the Time of Covid-19*, New Washington DC, International Bank for Reconstruction Development/The World Bank

**DAYA PIKAT IKLAN *ONLINE* TERHADAP MASYARAKAT  
YANG MEMBUTUHKAN INFORMASI TERKAIT PANDEMIK  
COVID-19 DI INDONESIA**

**(Studi Kasus Video Iklan Layanan Masyarakat pada YouTube)**

**Oleh: Hardoyo, S.Sos, M.A.**

**Wakil Ketua III STIKOM Yogyakarta, Dosen Tetap Prodi S1 Ilmu**

**Komunikasi STIKOM Yogyakarta**

**e-mail: *hardojocr9@gmail.com***

**Abstrak**

Internet menjadi salah satu media yang dibutuhkan untuk memenuhi anjuran pemerintah, khususnya terkait belajar dan bekerja dari rumah—saat pandemik COVID-19. Internet dibutuhkan karena tidak terbatas ruang dan waktu, sebagai sumber informasi yang cepat, mudah, dan praktis. Walaupun terpisah antarnegara atau kawasan, kita tetap bisa interaksi secara langsung antarindividu atau berkelompok. Salah satu *website* yang memiliki keuntungan besar dari bisnis Internet adalah YouTube yang berisi berbagai video, mampu melayani 2 miliar video per hari. Laman YouTube juga digunakan sebagai media informasi untuk iklan sosial atau Iklan Layanan Masyarakat terkait pandemik COVID-19. Video Iklan Layanan Masyarakat dari tanggal 24 Januari –17 April 2020 sudah diunggah sebanyak 589 video, jumlah views 0 sampai dengan 499 sebanyak 517 video, jumlah views 500 sampai dengan 999 sebanyak 22 video, jumlah penonton lebih dari 1.000 view sebanyak 50 video. Video Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 yang diunggah di laman YouTube merupakan media yang efektif dalam menyebarkan informasi terkait virus Corona kepada warganet, agar memiliki daya pikat bagi warganet. Video Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 yang dibuat harus memiliki tampilan grafis yang menarik, jelas dan mudah dipahami, tampilan visual yang simpel dan tidak terlalu ramai pada setiap *frame*-nya, warna terlihat kontras, jelas dan konsisten serta penjelasan teks audio dengan latar ditambahkan *sound effect soft music* sehingga secara keseluruhan tampilan audio visual mudah dicerna secara cepat dan tepat.

*Key words:* YouTube, ILM, COVID-19, pengguna, media *online*.

## **Latar Belakang**

Negara-negara di dunia saat ini sedang melawan dan mencegah penyebaran COVID-19, yang menurut informasi organisasi kesehatan dunia WHO pada 16 April 2020 sudah berdampak di 210 negara/kawasan. Awal penyebaran virus COVID-19 berada di Negara Tirai Bambu (China), tepatnya di daerah Wuhan. Menurut BBC Indonesia mulai diketahui awal infeksi pada tanggal 31 Desember 2019 yang menyerupai pneumonia terhubung dengan pasar makanan laut dan hewan di Wuhan, Provinsi Hubei. Menurut statistik yang dikumpulkan oleh Johns Hopkins University, wilayah ini adalah pusat penyebaran wabah, dengan hampir 82 persen dari 75.000 lebih kasus yang terdata sejauh ini di China dan seluruh dunia berasal dari daerah Wuhan.

WHO menetapkan virus Corona sebagai pandemik global pada 11 Maret 2020 lalu, dan pemerintah Indonesia membentuk gugus tugas penanganan COVID-19 pada 13 Maret 2020. Gugus tugas ini berfungsi mempercepat penanganan COVID-19 terkait menekan angka penyebaran di Indonesia. Saat ini Indonesia merupakan negara yang tingkat penyebaran atau terpapar virus cukup tinggi. Data terbaru pada 17 April 2020 orang yang positif sebanyak 5.923 orang, meninggal dunia 520 orang, dan sembuh 607 orang.

COVID-19 merupakan virus yang daya penyebaran begitu cepat dan masif. Memiliki karakteristik yang berbeda dari virus flu walaupun gejalanya sekilas mirip. Virus dapat menginfeksi pada badan orang sehat, sehingga yang bersangkutan tidak mengetahui dirinya terinfeksi, dikenal dengan istilah OTG (Orang Tanpa Gejala). Karakteristik inilah yang acapkali disepelkan khalayak sehingga secara tidak disengaja mereka menjadi penyebab orang lain yang daya tahan tubuhnya kurang baik, menjadi sakit setelah melakukan kontak fisik dengan OTG. Apalagi di Indonesia yang memiliki kebudayaan bersalaman, cium tangan, berpelukan dengan kerabat serta berdekatan tanpa jarak saat berkumpul dapat memudahkan penularan antarmanusia.

Presiden Joko Widodo secara resmi mengumumkan kasus pertama COVID-19 melalui media dari Istana Negara pada 2 Maret 2020, Pasien 01 dan 02 kontak dengan warga Negara Jepang yang datang ke Indonesia dan baru diketahui warga Negara Jepang tersebut positif COVID-19 pada saat berada di Negara Malaysia. Pasien pertama dinyatakan meninggal akibat COVID-19 pada 11 Maret 2020 merupakan pasien nomer kode 25 berjenis kelamin

perempuan berusia 53 tahun warga negara asing sedangkan Pasien 01 sembuh dan diperbolehkan pada 13 Maret 2020. Sejak diumumkannya kasus pertama hingga 17 April 2020, jumlah pasien positif COVID-19 terdata 5.923 orang. Dengan semakin banyaknya kasus orang yang terinfeksi, Pemerintah Indonesia perlu melakukan strategi pencegahan sehingga dapat dengan segera menghambat penyebaran. Inti dari strategi ini adalah memutus mata rantai penularan COVID-19 dengan memberikan imbauan menjaga jarak fisik (*physical distancing*), kerja dari rumah, belajar di rumah dan beribadah di rumah, hingga melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), yang merupakan istilah kekarantinaan kesehatan di Indonesia.

Penularan virus dapat terjadi melalui percikan (*droplet*), atau menyentuh benda yang sebelumnya terkena droplet. Menurut sumber CDC (*Central of Disease Control and Prevention*) atau Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit di Amerika, COVID-19 dapat tetap hidup di permukaan benda mati selama berjam-jam atau bahkan berhari-hari.

Imbauan yang dilakukan pemerintah dan partisipasi publik dilakukan dengan berbagai cara salah satunya melalui Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube. Sejak 24 Januari –17 April 2020, jumlah Video Iklan Layanan Masyarakat yang sudah diunggah terkait pencegahan COVID-19 sebanyak 589 buah. Hal ini dilakukan agar kesadaran masyarakat akan bahaya virus Corona sebagai pandemik global yang mematikan dapat disadari, walaupun dampak yang ditimbulkan akibat pengendalian dan pencegahan dapat berimbas di berbagai sektor terutama sosial dan ekonomi. Keterlibatan warga negara sangat dibutuhkan, mengingat sampai saat ini masih terjadi penyebaran di 34 provinsi Indonesia.

Untuk mengukur keberhasilan imbauan pemerintah dan partisipasi publik terkait pandemik COVID-19 di Indonesia melalui Iklan Layanan Masyarakat apakah iklan tersebut memiliki daya pikat bagi masyarakat, perlu adanya kajian ilmiah sehingga ruang sadar masyarakat terbentuk dan dapat dengan bijak berusaha melakukan pencegahan baik secara individu, keluarga, kelompok, rukun tetangga, rukun warga hingga wilayah.

## **Rumusan Masalah**

Dari uraian sebelumnya, rumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian ini adalah: bagaimanakah daya pikat Iklan Layanan Masyarakat bagi masyarakat yang membutuhkan informasi terkait pandemik COVID-19 di Indonesia pada YouTube sejak 24 Januari –17 April 2020?

## **Obyek Penelitian**

Yang menjadi obyek penelitian ini adalah pengguna media *online* yang melihat laman Youtube dalam melihat video iklan layanan masyarakat dari 24 Januari – 17 April 2020.

## **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini didasari pada permasalahan yang telah dikemukakan di atas, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini untuk:

1. Memotret pengguna media *online* YouTube dalam melihat video Iklan Layanan Masyarakat terkait pandemik COVID-19.
2. Mengetahui sejauh mana video ILM di laman YouTube dapat menjadi daya pikat warganet dalam memahami pandemik virus COVID-19.
3. Merekomendasikan pada masyarakat secara individu atau kelompok tentang pentingnya Iklan Layanan Masyarakat terutama terkait COVID-19 dalam memutus mata rantai penyebarannya di Indonesia.

## **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian keilmuan bagi dunia akademis pada tataran pengembangan, dan dalam industri kreatif dapat digunakan sebagai rujukan pengembangan dan perbaikan pada proses pembelajaran terhadap mahasiswa.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan para YouTuber, biro iklan, serta perguruan tinggi sehingga dapat mengetahui apakah Video Iklan Layanan Masyarakat efektif dalam menginformasikan tentang berkehidupan sosial.

3. Menciptakan atau membuat Iklan Layanan Masyarakat dan menyisipkan logo atau merk produknya pada video Iklan Layanan Masyarakat sehingga sampai ke target sasaran sesuai tujuan sebagai pengingat merk.

## **Konsep-konsep yang Digunakan**

### **Pengertian Website**

*Website* atau yang disebut situs atau juga dapat diartikan laman merupakan halaman-halaman yang di dalamnya terdapat berbagai macam alamat yang disebut domain, dengan menggunakan *web site* kita mudah mendapatkan berbagai macam informasi dalam bentuk teks, audio visual, audio, gambar, animasi. Untuk dapat mengakses *website* dibutuhkan *software* (perangkat lunak) atau yang disebut program penjelajah (*browser*) yang merupakan bagian dari *hardware* (perangkat keras) atau yang disebut komputer di mana *website* merupakan satu bagian dari sebuah media.

*Website* dapat dihubungkan atau terhubung antara jaringan halaman yang satu dengan jaringan halaman lainnya (*hyperlink*), hal ini untuk memudahkan pencarian informasi yang dibutuhkan penggunaannya. Bagi pengguna internet, *website* merupakan akses informasi dunia yang sangat luas karena di dalamnya terdapat miliaran situs dari berbagai belahan dunia dengan beragam bahasa, budaya dan keunikan tampilannya.

### **Anatomi Website**

Setiap orang dapat membuat halaman *website* sesuai dengan keinginannya, tetapi dalam menciptakan halaman *website* memerlukan kriteria-kriteria tertentu sebagai penunjang agar dapat diakses dengan mudah, unsur-unsurnya antara lain:

- a. Nama Domain (*Domain name/URL – Uniform Resource Locator*)

Nama Domain adalah alamat unik di dunia internet untuk mengidentifikasi atau menemukan *website*, dengan memiliki nama domain kita dapat mengisi berbagai macam informasi di dalamnya. Agar nama domain dapat diakses oleh semua orang, kita harus melakukan sewa melalui internet atau situs yang memiliki akses penjualan domain yang ada di negara Indonesia atau negara lainnya. Contoh: Indonesia: *www.metronet.com*, *www.duniahosting.com*, dll. Luar Negeri: *www.namecheap.com*, *www.domain.com*, dll.

Nama Domain yang sudah *publish* nantinya diberikan identifikasi ekstensi atau akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan *website* tersebut. Contoh: nama domain berekstensi internasional adalah *com, net, org, info, biz, name, ws*. Contoh nama domain berekstensi lokasi Negara Indonesia adalah *co.id* (untuk nama domain *website* perusahaan), *ac.id* (nama domain *website* pendidikan), *go.id* (nama domain *website* instansi pemerintah), *or.id* (nama domain *website* organisasi).

b. Rumah tempat *website* (*web hosting*)

*Web hosting* dapat diartikan sebagai rumah penyimpanan data-data, *files*, gambar-gambar, dan lain sebagainya di dalam *harddisk* yang nantinya ditampilkan dalam *website*. Setiap *website* memiliki kapasitas yang berbeda-beda disesuaikan dengan kebutuhan tampilan *website*, semakin besar sewa kapasitas *web hosting* semakin besar kapasitas pula data yang bisa dimasukkan ke dalam *website*, sehingga pada saat pengguna mengakses data pada halaman *website* dapat tampil dengan cepat.

Besarnya kapasitas *web hosting* ditentukan dengan ruangan kapasitas *harddisk* dengan ukuran MB (*Mega Byte*) atau GB (*Giga Byte*), proses sewa bersamaan dengan sewa nama domain yang dilakukan dengan jangka waktu tertentu atau per tahun.

c. Bahasa Program (*Scripts Program*)

Bahasa program adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* yang akan diakses. Jenis bahasa program memiliki berbagai macam bentuk program, semakin bervariasi program yang digunakan akan mempengaruhi bentuk tampilan *website* sehingga lebih dinamis, interaktif dan terlihat menarik.

Jenis-jenis bahasa program yang banyak digunakan antara lain HTML, ASP, PHP, JSP, Java Scripts, Java applets dsb. Bahasa dasar yang dipakai setiap situs adalah HTML sedangkan PHP, ASP, JSP dan lainnya merupakan bahasa pendukung yang bertindak sebagai pengatur dinamis, dan interaktifnya situs. Bahasa program ASP, PHP, JSP biasanya digunakan untuk membangun portal berita, artikel, forum diskusi, buku tamu, anggota organisasi, *email, mailing list* dan lain sebagainya yang memerlukan *update* setiap saat.

d. Desain *Website*

Desain *website* adalah bentuk penataan teks, gambar, animasi dan lain sebagainya pada bahasa program. Program-program yang digunakan untuk membuat desain *website* juga beragam, Contoh: Program Dreamweaver, dengan program-program yang beragam dapat membuat tampilan *website* semakin menarik, bagus, dan bagi penggunaanya akan tertarik untuk membukanya.

Dengan daya tarik desain dan konsep yang bagus diharapkan dapat menarik banyak pengunjung. Desain *web site* dapat diubah-ubah sesuai dengan kebutuhannya atau pada saat *up date* teks, gambar dan sebagainya.

e. Publikasi *Website*

*Website* yang telah dibuat dan telah sesuai dengan kriteria-kriteria penunjang yang ada seperti nama domain, *web hosting*, *Scripts Program*, Desain *website*, selanjutnya dilakukan *publish web* menggunakan program-program yang ada, Contoh: *FileFazila* dan sebagainya.

Selain itu publikasi dapat juga diartikan sebagai informasi adanya keberadaan *website* kepada masyarakat, sehingga perlu adanya publikasi atau pengenalan *website* baru melalui media lain atau melalui internet *search engine* (mesin pencari), contohnya *Yahoo*, *Google*, *Search Indonesia*, dsb.

f. Pemeliharaan *Website*

*Website* yang sudah dapat diakses dan dikunjungi perlu dilakukan pemeliharaan secara rutin, tujuannya adalah agar pengunjung tidak merasa bosan, jenuh, monoton dan akhirnya tidak mengunjungi *website* yang telah dibuat, ini akan merugikan pembuat karena ada biaya yang dikeluarkan.

*Website* yang telah dipublikasikan perlu adanya perubahan atau penambahan informasi, berita, artikel, link, gambar atau lain sebagainya, ini diperlukan untuk mempertahankan *website* yang sudah ada.

**1. Kelebihan *Website***

Internet merupakan media yang memiliki akses yang tidak terbatas. Fungsi dari akses internet antara lain untuk mencari data teks, mencari data gambar, mencari teman, interaksi secara langsung antar individu atau berkelompok, transaksi barang atau jasa. Internet merupakan media yang unik, karena terintegrasi baik modalitas yang berbeda dari komunikasi dan berbagai jenis konten dalam media tunggal.

Internet saat ini dapat dengan mudah diakses menggunakan berbagai media yang memiliki modem berbasis *online* dengan fasilitas wifi antara lain note book, Personal Computer (PC), Tablet, Ipod, BlackBerry, HandPhone, Android dan sebagainya. Dengan kemudahan ini sangat dimungkinkan pengguna melakukan berbagai macam aktivitas yang berhubungan dengan kebutuhan individu, kelompok, ataupun melakukan bisnis antar perusahaan dari berbagai lokasi di berbagai belahan dunia.

Penelitian di Amerika melihat bahwa akses internet merupakan media yang memiliki nilai, Attewell & Battle (1999): penggunaan komputer rumahan secara signifikan berhubungan dengan nilai tes siswa lebih tinggi dalam matematika dan membaca (anak laki-laki, kulit putih, dan pada usia yang sama).

Dalam komunitas Wellman (2001) berpendapat bahwa internet telah membentuk masyarakat berbasis jaringan (komunitas). Contohnya, Howard mengungkapkan bahwa internet telah membantu orang untuk berhubungan dengan mudah dengan keluarganya atau kawan-kawan melalui e-mail.

Penelitian Hampton dan Wellman menunjukkan bahwa pengguna internet juga mempunyai pengaruh positif terhadap sosialisasi,. Hal ini dilihat dari mempertahankan hubungan baik di antara masyarakat melalui media komputer dan *face to face*.

Internet memiliki berbagai macam saluran informasi atau akses luas di dalamnya, penggunaan aplikasinya memanfaatkan *www (world wide web)* yang merupakan situs penghubung antara pengguna dengan pencipta media *website* dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Contohnya ‘google’ yang merupakan perpustakaan *online* terbesar dunia.

## **2. Pengguna Internet**

Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, populasi *netter* di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 83,7 juta orang. Penggunaan internet di Indonesia bagi setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan menjadikan Indonesia menduduki peringkat ke 6 di Dunia dalam hal jumlah pengguna internet (Kominfo.go.id, 24/11/2014).

Menurut data Statista, Indonesia masuk dalam 10 Negara dengan pengguna internet terbesar di Dunia. Indonesia berada diperingkat ke 5 di Dunia dalam

hal jumlah pengguna internet dengan populasi *netter* pada Maret 2019 mencapai 143,26 juta orang ( databoks.katadata.co.id, 11/9/2019).

Sedangkan penduduk Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun berselancar di Internet (pada semua perangkat) dalam sehari rata-rata mencapai 7 jam 59 menit. Pengguna Internet di Indonesia pada Februari 2020 mencapai 175,3 juta atau 64 persen dari total penduduk Indonesia. Mayoritas pengguna tersebut menggunakan ponsel, yaitu 171 juta atau 98 persen dari pengguna internet di Indonesia.

Media sosial menempati urutan kedua dengan rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktu sebanyak 3 jam 26 menit. YouTube dan Whatsapp menjadi media sosial terpopuler dengan presentasi masing-masing sebesar 88 persen dan 84 persen. Sementara media lainnya selama 3 jam 4 menit untuk menonton televisi, 1 jam 30 menit untuk *streaming music*, dan 1 jam 23 menit untuk menggunakan konsol *game* (databoks.katadata.co.id, 26/2/2020).

### **3. Audio Visual**

Saat ini perkembangan media audiovisual mencapai titik yang mengesankan di era perkembangan teknologi informasi karena dikemas dalam berbagai *platform* media sosial yang sedemikian digandrungi generasi milenial saat ini. Belum lagi dukungan berbagai macam software pengolahan hasil produksi media audio visual. Dengan dukungan alat sebuah *handphone* yang berukuran segenggam tangan sudah bisa melakukan dokumentasi.

Alat dokumentasi yang dinilai paling baik adalah media audio visual. Media ini memiliki unsur suara dan unsur gambar . Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik karena meliputi dua jenis media auditif (mendengar) dipadukan dengan visual (melihat) (Kominfo, 2019).

Media audio visual dapat diklasifikasikan menjadi delapan kelas yaitu:

1. Media audio visual gerak. Contoh: televisi, video tape, film dan media audio pada umumnya seperti kaset program, piringan dan sebagainya.
2. Media audio visual diam. Contoh: filmastip bersuara, slide bersuara, komik dengan suara.
3. Media audio semi gerak. Contoh: telewriter, mose, dan media board.
4. Media visual gerak. Contoh: film bisu.
5. Media visual diam. Contoh: mikrofon, gambar, dan grafis, peta globe, bagan dan sebagainya.

6. Media seni gerak
7. Media audio. Contoh: radio, telepon, tape, disk dan sebagainya.
8. Media audiovisual. Contoh: televisi

#### **4. Iklan dan Perkembangannya**

Secara konseptual, iklan dapat diterapkan pada bermacam-macam media. Asal muasal periklanan sendiri adalah bahasa latin yaitu *ad-vere* yang berarti mengoperasikan pikiran dan gagasan kepada pihak lain (Otto Klepper, 1986). Iklan juga dianggap sebagai bentuk kegiatan komunikasi non-personal yang disampaikan lewat media dengan membayar ruang yang dipakainya untuk menyampaikan pesan yang bersifat membujuk (persuasif) kepada konsumen oleh perusahaan, lembaga non-komersial, maupun pribadi yang berkepentingan (Dunn & Barban, 1978: 8). Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan yang sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif (Liliweri, 1992: 20). Sedangkan dari sudut pandang pemasaran, iklan adalah bentuk penyajian non-personal, promosi ide-ide, promosi barang produk atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu yang dibayar (Kotler 1991: 237). Sementara Masyarakat Periklanan Indonesia menganggap iklan adalah segala bentuk pesan tentang suatu produk atau jasa yang disampaikan lewat suatu media dan ditujukan kepada sebagian atau seluruh lapisan masyarakat. Untuk istilah periklanan merupakan keseluruhan proses yang meliputi persiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan penyampaian iklan (Riyanto, 2001)

Kesamaan ide dari beberapa sudut pandang tentang iklan dapat dirangkum dalam enam prinsip dasar, yaitu:

1. Adanya pesan tertentu

Sesuatu yang disampaikan dan dapat diterima alat indera manusia adalah pesan. Bentuk dari pesan bisa perpaduan dari pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal adalah pesan yang biasa kita pergunakan sehari-hari dalam berinteraksi, berupa lisan atau tulisan. Pesan non verbal adalah semua pesan yang bukan pesan verbal. Tanpa adanya pesan, tidak akan ada pihak yang bereaksi.

2. Dilakukan oleh sponsor (komunikator)

Aksi iklan didahului oleh sponsor sebagai pihak yang berkepentingan menyampaikan pesan kepada khalayak. Bila tidak ada sponsor, tidak akan ada pesan iklan yang disampaikan. Komunikator dalam iklan dapat datang dari perseorangan, kelompok masyarakat, lembaga atau organisasi, bahkan negara.

3. Dilakukan secara non personal

Disepakati bahwa iklan merupakan penyampaian pesan yang dilakukan tidak secara tatap muka. Iklan membutuhkan media sebagai sarana penyampaian pesan. Media yang dikenal dalam periklanan adalah media lini atas dan media lini bawah dengan kemampuan jangkauan yang berbeda-beda.

4. Disampaikan untuk khalayak tertentu

Tidak semua segmen pasar dapat mengartikan makna iklan yang diketahuinya. Ini adalah strategi pemasaran berdasarkan pertimbangan, setiap kelompok masyarakat mempunyai kesukaan, kebutuhan, keinginan, karakteristik, dan keyakinan yang khusus.

5. Dalam pelaksanaannya ada proses pembayaran

Dalam perkembangannya, pesan komunikasi yang disampaikan dengan cara tidak membayar akan dimasukkan dalam kategori kegiatan komunikasi yang lain. Makna membayar pun sekarang meluas, tidak hanya dengan alat tukar uang, melainkan bisa dengan cara barter berupa ruang, waktu dan kesempatan.

6. Penyampaian pesan tersebut mengharapkan dampak tertentu.

Setelah ada aksi, pasti yang diharapkan adalah reaksi. Yang diharapkan dari sponsor dapat berupa pengaruh ekonomis yaitu produk laku di pasar ataupun dampak sosial yaitu terbangunnya citra baik. Dalam ilmu pemasaran, citra baik yang dibentuk pada suatu produk pada akhirnya akan membawa keuntungan ekonomi, diterima baik oleh khalayak sehingga akhirnya banyak dibeli.

Jauh sebelum manusia mengenal tulisan, aktivitas komunikasi sudah dimulai. Menurut Jack Angel (1980), bentuk iklan paling awal disampaikan melalui komunikasi lisan berupa tatap muka dan dari mulut ke mulut. Bentuk kegiatan iklan semacam ini terjadi pada zaman Batu Muda kurang lebih 5000 tahun Sebelum Masehi. Karena belum ada aturan berbahasa, maka pesan-pesan banyak disampaikan dalam komunikasi non verbal visual melalui gerakan tubuh. Kehadiran barang pun dibutuhkan, karena keterbatasan kemampuan baca tulis. Di Kota Athena misalnya, sudah mulai

diperdagangkan keliling produk kosmetik untuk wanita bermerek Aesclyptos. Para penjualnya menawarkan produk melalui nyanyian semacam puisi. Ketika tulisan sudah mulai dikenal, digunakan media tulis seperti batu, tanah liat, daun papyrus, dan kulit binatang. Kala itu di kota tua Pompei dekat Roma ditemukan iklan dinding dari daun papyrus berisi informasi budak-budak yang melarikan diri.

Iklan cetak dimulai pada zaman Mesopotamia dan Babilonia sekitar tahun 3000 Sebelum Masehi. Simbol dan logo sebagai tanda khas suatu produk sudah mereka tempelkan pada produk yang diperdagangkan, dan mereka menganggapnya sebagai ciri keunggulan produk. Yang sudah juga mereka lakukan adalah pengenalan calon konsumen sebelum menawarkan barang, maksudnya agar barang dagangannya cepat laku. Menurut beberapa literatur, praktik periklanan di zaman Romawi lebih maju dibandingkan yang dilakukan bangsa Mesopotamia, Babilonia, dan Mesir. Konsumen pun mulai digiring menuju produk-produk yang ditawarkan, sehingga konsumen mulai mencari barang yang dibutuhkannya. Perkembangan iklan bertambah pesat setelah ditemukannya kertas, 1275 di Cina. Yang kemudian dianggap sebagai iklan pertama yang dicetak di atas kertas adalah iklan yang menawarkan buku-buku doa agama Kristen di Inggris pada tahun 1472. Iklan tersebut dalam bentuk poster.

Sinergi iklan dan surat kabar dimulai di Inggris pada tahun 1650, *Weekly News*. Barang-barang yang ditawarkan kebanyakan obat-obatan karena saat itu di Inggris tengah berjangkit banyak penyakit yang menyebabkan puluhan ribu orang meninggal.

Pesatnya perkembangan periklanan didorong suksesnya penerbitan yang ada. Fenomena ini adalah akibat dari makin meningkatnya kemampuan membaca masyarakat (Kotler, 1987: 212-213) seiring program wajib belajar di sekolah-sekolah modern Amerika. Pada tahun 1920 saat dunia cetak-mencetak mulai mampu menghasilkan cetakan berwarna, muncullah inovasi-inovasi baru dalam beriklan yang menjadikannya sebagai bisnis yang mendukung perekonomian. Sayangnya dampak dari Perang Dunia II berimbas pada perekonomian dunia, yang juga menyebabkan periklanan terpukul. Tak berapa lama, perekonomian bangkit dengan munculnya media baru yang langsung merebut perhatian pasar, radio. Jangkauannya luas dan menembus

batas geografis yang selama ini sulit dilakukan media cetak. Era periklanan radio terjadi sampai akhir tahun 1940. Tuntutan kebutuhan masyarakat mulai tinggi, didukung ditemukannya media televisi. Pada tahun 1960-an, iklan mengalami pergeseran penekanan dari keistimewaan produk menjadi citra atau personalitas merek. Era ini adalah era di mana iklan mengkaitkan produk dengan citra tertentu, sehingga pada tahun-tahun ini iklan disebut dengan: *"The image of advertising"*.

Pada awal Abad XX, iklan kembali mendorong masyarakat untuk menambah konsumsinya, bahkan menjadikannya sebagai gaya hidup (Douglas Kellner, 1990: 243). Produsen berusaha sedemikian rupa agar target pasar siap menerima produk yang dihasilkan. Sikap hidup hedonis yang mengutamakan belanja dan konsumerisme tumbuh di lingkungan masyarakat. Hal ini didukung oleh aplikasi sinergis segala lini media untuk mendorong pembelanjaan uang.

## **5. Iklan Layanan Masyarakat**

Iklan Layanan Masyarakat umumnya berdurasi singkat. Hal ini menuntut para *content creator* mencari konsep yang baik dan pengetahuan yang luas yaitu kemampuan mengkaji dan memilih data tentang audiens dan tema yang hangat di masyarakat, serta ilmu yang berhubungan dengan kemampuan (antropologi, sosiologi, psikologi, ilmu komunikasi, pengetahuan bahasa (verbal dan visual), kemampuan merancang dan mengatur elemen-elemen desain dalam karya ILM (Pujiyanto, 2013).

Menurut Khasali (1992) iklan layanan masyarakat memiliki beberapa kriteria bagi yaitu:

- a) Non Komersial
- b) Tidak bersifat keagamaan
- c) Non politik
- d) Berwawasan Nasional
- e) Diperuntukan bagi semua lapisan masyarakat
- f) Diajukan oleh organisasi yang telah diakui atau diterima
- g) Dapat diiklankan

Bentuk konten Iklan Layanan Masyarakat dapat diisi dengan jalan cerita ataupun dengan motion grafik. Penggunaan motion grafik bisa dipilih sebagai alternatif agar terlihat dinamis, menarik dan tidak membosankan.

Mengajak dan mengimbau masyarakat untuk melakukan tindakan demi kepentingan umum dan mengubah kebiasaan atau perilaku masyarakat menjadi misi dari konten audio visual (Kominfo, 2019).

## **6. Sudut Pandang Konsumen**

Perilaku konsumen adalah proses yang mendahului dan menyusuli tindakan dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa. Mempelajari sikap-sikap dasar konsumen penting bagi pencapaian target produsen. Konsumen bukan lagi raja. Menyediakan segala kebutuhan bukan lagi tugas produsen. Saat ini sebagai akibat sikap hedonis, produsen menciptakan produk yang belum dibutuhkan konsumen.

Sudut pandang konsumen dapat dilihat dari berbagai macam perspektif, yaitu:

### **1. Pengaruh konsumen (consumer influence)**

Konsumen adalah penentu dalam proses pembelian (*buying process*), menurut Tom Peters dan Nancy Austin ada dua cara untuk menciptakan dan mempertahankan prestasi unggul dalam waktu yang lama. Pertama, beri perhatian luar biasa kepada pelanggan anda lewat pelayanan yang unggul dan kualitas unggul. Kedua, teruslah berinovasi.

### **2. Menyeluruh (*holistic*)**

Perspektif ini lebih mengarah kepada perluasan konsumsi konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, atau menghabiskan produk apa pun yang dapat mencapai suatu tujuan, memenuhi suatu kebutuhan, atau memuaskan suatu keinginan (Morris B. Holbrook, 1987: 130)

### **3. Antarbudaya (*intercultural*)**

Perspektif ini mengutamakan pada kebutuhan manusia yang bersifat universal, walaupun ada perbedaan budaya yang dalam dan tidak dapat disangkal di dalam pengungkapannya. Menurut Surat kabar Cina 13 Juni 1988: 6 kata yang sedang digemari di Cina dewasa ini adalah “*Huoli 28*,” ucapan dalam bahasa Cina untuk “*Power 28*,” yang hampir seketika menjadi detergen paling populer di negara ini.

Keputusan yang mendasari konsumen dalam menentukan suatu produk yang akan dibeli terdiri dari 3 kategori:

### **1. Pengaruh lingkungan**

Pada dasarnya konsumen hidup di dalam lingkungan yang kompleks. Perilaku proses keputusan mereka dipengaruhi oleh (1) budaya; (2) kelas sosial; (3) pengaruh pribadi; (4) keluarga; dan (5) situasi.

## 2. Perbedaan dan pengaruh individual

Faktor internal turut serta menggerakkan dan mempengaruhi perilaku. Pengaruh perilaku konsumen memiliki lima cara penting yang berbeda: (1) sumber daya konsumen; (2) motivasi dan keterlibatan; (3) pengetahuan; (4) sikap; dan (5) kepribadian, gaya hidup, dan demografi.

## 3. Proses psikologis.

Dalam proses psikologis ada beberapa pemahaman perilaku konsumen: (1) pengolahan informasi; (2) pembelajaran; dan (3) perubahan sikap dan perilaku.

Selain itu proses dan perilaku keputusan konsumen memiliki berbagai macam pandangan mengenai sifat dan fungsinya dalam pemecahan masalah: (1) pengenalan kebutuhan; (2) pencarian informasi; (3) evaluasi alternatif; (4) pembelian; dan (5) hasil (khususnya tingkat kepuasan).

## **Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus untuk menjawab rumusan masalah mengenai: bagaimanakah daya pikat Iklan Layanan Masyarakat bagi masyarakat yang membutuhkan Informasi Terkait Pandemi COVID-19 di Indonesia pada YouTube dari tanggal 24 Januari –17 April 2020.

### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat kualitatif penekanannya pada sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan yang erat antara peneliti dengan subyek yang diteliti, dan tekanan situasi yang membentuk penyelidikan.

### **3. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada prinsipnya adalah suatu cara untuk mencapai tujuan penelitian secara umum yaitu untuk memecahkan suatu masalah. Dengan demikian antara tujuan penelitian dan pendekatan masalah (metode penelitian) yang dipakai terdapat suatu hubungan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yaitu pemecahan

masalahnya dilakukan dengan cara mendeskripsikan suatu fakta dalam arti yang luas. Karena itu metode ini juga memuat semua unsur-unsur penelitian termasuk hipotesis yang akan diuji.

Penelitian ini memberi gambaran secara rinci tentang latar belakang karakteristik yang khas dari kasus, yang kemudian dijadikan suatu yang bersifat umum dengan mengambil sampel dari Iklan Layanan Masyarakat yang diunggah di laman YouTube sebagai daya tarik agar masyarakat peduli dengan Pandemi COVID-19 di Indonesia. Metode ini merupakan uraian kualitatif yang dihasilkan dari pengamatan berperan serta yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan konsep-konsep dan pengukuran kembali.

Untuk tahap pengumpulan data dilakukan dengan melihat jumlah Iklan Layanan Masyarakat Audio Visual yang diunggah atau ditayangkan serta masyarakat yang *follow* pada laman YouTube dari 24 Januari sampai 17 April 2020, serta dengan studi pustaka. Secara rinci dalam dilihat melalui langkah-langkah penelitiannya.

Fokus studinya pada Video Iklan Layanan Masyarakat di Indonesia. Langkah-langkah Penelitian studi kasus ini dilakukan pada beberapa hal:

- a. Pemilihan kasus, didasari atas tujuan dan dipilih berdasarkan obyek video, jumlah iklan dan *follower*, dan proses.
- b. Pengumpulan data, dalam penelitian ini digunakan teknik pengamatan, dan studi pustaka. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati jumlah video Iklan Layanan Masyarakat dan *follower*.
- c. Analisis data, dalam penelitian ini data yang terkumpul dapat mulai mengagregasi, mengorganisasi, dan mengklasifikasi data. Agregasi merupakan proses mengabstraksi hal-hal khusus menjadi hal-hal umum guna menemukan pola umum data. Nantinya data dikelola secara kronologis, kategori atau dimasukkan ke dalam tipologi. Analisis data dilakukan sejak peneliti melakukan pengamatan, sewaktu pengumpulan data dan setelah semua data terkumpul.
- d. Perbaikan (*refinement*), dalam hal ini perlu dilakukan penyempurnaan atau penguatan (*reinforcement*) terhadap data baru yang ditemukan.
- e. Penulisan laporan, penulisannya dibuat secara komunikatif, mudah dibaca, dan mendeskripsikan suatu gejala secara jelas, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami seluruh informasi penting.

#### **4. Pengukuran**

Mengamati dan menganalisis daya pikat Video Iklan Layanan Masyarakat bagi masyarakat yang membutuhkan Informasi Terkait Pandemi COVID-19 di Indonesia pada Youtube dari 24 Januari –17 April 2020 sebagai sumber inspirasi masyarakat dalam menjalani informasi sebagai pencegahan dan memutus mata rantai pandemik COVID-19 di Indonesia. Dalam pengumpulan data dilakukan proses formulasi dan penjelasan dari konsep yang diarahkan pada obyek atau fokus penelitiannya.

Jenis pengamatan dilakukan dengan cara individu dengan pola analisis berupa hal-hal yang berkaitan dengan video Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube. Hal ini untuk melihat seberapa besar daya pikat tema video Iklan Layanan Masyarakat kepada pengguna internet dalam melihat video Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube sehingga nantinya dapat diukur seberapa besar daya pikat video Iklan Layanan Masyarakat yang dilihat pengguna internet di laman YouTube.

#### **5. Teknik Pengolahan Data**

Sebelum melakukan pengolahan data atau analisis dilakukan pengumpulan data dari berbagai sumber yang diperoleh melalui data primer. Data yang diperoleh langsung dari penelitian melalui cara observasi terhadap obyek terlebih dahulu selanjutnya melakukan pengamatan video Iklan Layanan Masyarakat di setiap laman YouTube yang sesuai dengan tema penelitian serta variabel-variabel yang sesuai dengan konteksnya. Data yang diteliti terdiri dari:

1. ILM COVID-19 dari tanggal 24 Januari – 17 April 2020 jumlah 589 video.
2. ILM COVID-19 dari tanggal 24 Januari – 17 April 2020 jumlah 0-499 follower
3. ILM COVID-19 dari tanggal 24 Januari – 17 April 2020 jumlah 500-999 follower
4. ILM COVID-19 dari tanggal 24 Januari – 17 April 2020 jumlah 1.000 > follower

Setelah data terkumpul baik data primer maupun data sekunder dibuat pengolahan data berdasar kategori atau dipisahkan karakteristik datanya dalam uraian dasar secara utuh dan menyeluruh, dari data deskriptif yang ada

berupa kata-kata atau tulisan dari video di laman YouTube, selanjutnya membuat target yang dibutuhkan dalam penelitian.

Dalam melakukan pengelompokan data dari hasil pengamatan dapat dilihat bagaimanakah daya pikat Iklan Layanan Masyarakat bagi masyarakat yang membutuhkan informasi terkait pandemik COVID-19 di Indonesia pada YouTube dari 24 Januari –17 April 2020 diharapkan dapat menjawab rumusan masalah dan unsur-unsur yang diperlukan dalam penelitian ini.

## **6. Teknik Penyajian Data**

Dari kegiatan tersebut di atas peneliti menggambarkan keadaan obyek, melakukan analisis kualitatif dengan cara mengorganisasikan data, pengelompokan berdasarkan kategori, tema dan pola jawaban, menguji asumsi atau permasalahan yang ada terhadap data, mencari alternatif penjelasan bagi data. Data yang sudah diolah, disajikan melalui hasil tulisan atau cerita yang nantinya didapat gambaran mengenai penghayatan pengalaman dari subjek. Selanjutnya dilakukan interpretasi secara keseluruhan, di mana di dalamnya mencakup keseluruhan kesimpulan dari hasil penelitian.

## **7. Teknik Analisis Data**

Teknik analisisnya menggunakan cara-cara yang sistematis dalam melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi, dan pelaporan hasil. Dari cara tersebut diperoleh pemahaman yang mendalam serta dapat dijadikan dasar bagi riset selanjutnya, sehingga studi kasus ini dapat menghasilkan dan menguji hipotesis.

Analisis data dilakukan dengan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang daya pikat Iklan Layanan Masyarakat bagi masyarakat yang membutuhkan Informasi Terkait Pandemi COVID-19 di Indonesia pada YouTube dari 24 Januari –17 April 2020.

Analisis dilakukan dengan merunut latar belakang tentang daya tarik Video ILM COVID-19 terhadap pengguna internet khususnya laman YouTube. Melalui penelitian ini diharapkan diperoleh pemahaman yang mendalam tentang daya pikat Iklan Layanan Masyarakat bagi masyarakat yang membutuhkan Informasi Terkait Pandemi COVID-19 di Indonesia pada YouTube dari Tanggal 24 Januari –17 April 2020 lingkup advertiser, mahasiswa, dan dosen dalam menghasilkan karya.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil Penelitian**

Review yang dilakukan terhadap Video Iklan Layanan Masyarakat bagi masyarakat yang membutuhkan Informasi Terkait Pandemi COVID-19 di Indonesia pada YouTube dari Tanggal 24 Januari –17 April 2020 dilakukan dengan cara observasi, dari hasil observasi dibuat kategori agar mudah dianalisis.

Kategori-kategori yang telah disusun peneliti, yaitu:

#### **1. Banyaknya Video Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 yang diunggah**

Saat ini penggunaan internet di kalangan masyarakat Indonesia meningkat terutama masa pandemik COVID-19, hampir semua bidang bekerja dan belajar dari rumah antara lain sektor pariwisata, sektor manufaktur, sektor ekonomi, sektor transportasi, sektor sosial, sektor pangan dan sektor pendidikan. Dengan banyaknya sektor yang terdampak COVID-19 secara tidak langsung mempengaruhi kebiasaan atau perilaku masyarakat terutama dalam penggunaan gadget karena mereka diharuskan melakukan pekerjaan dan belajar dari rumah terutama sektor-sektor yang dapat dengan mudah digantikan pola bekerjanya menggunakan media internet.

Masyarakat saat ini banyak mendapatkan informasi melalui media internet, televisi, dan surat kabar salah satunya mengenai penyebaran COVID-19 di Indonesia karena virus ini telah menyebar ke 210 Negara/Kawasan, virus ini berbeda dari sebelumnya karena bisa menularkan ke orang sehat atau orang tanpa gejala (OTG) dan orang sehat mentransmisi ke orang yang memiliki penyakit bawaan seperti penyakit jantung, gula dan paru-paru, sehingga pemerintah melalui tim satgas percepatan penurunan COVID-19 melakukan tindakan pencegahan dengan menganjurkan masyarakat melakukan *social distancing* hingga PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Hal ini berdampak pada perubahan kebiasaan masyarakat yang awalnya kurang peduli dengan kebersihan saat ini mereka wajib melakukan *social distancing*.

Informasi pencegahan belum sepenuhnya sesuai harapan pemerintah karena masih tingginya penyebaran COVID-19 di Indonesia walaupun pemerintah telah melakukan laporan rutin melalui media mengenai penyebaran COVID-19 di berbagai wilayah di Indonesia, tetap pemerintah berharap adanya

partisipasi dari masyarakat dalam mengkampanyekan pencegahan penyebaran COVID-19.

Bentuk partisipasi masyarakat dalam membantu mengkampanyekan pencegahan penyebaran COVID-19 salah satunya adalah dengan membuat Video Iklan Layanan Masyarakat yang diunggah di laman Youtube. Unggahan Video Iklan Layanan Masyarakat dari tanggal 24 Januari –17 April 2020 sebanyak 589 video.

## **2. Kategori banyaknya views 0 sampai dengan 499**

Pemerintah dan partisipasi masyarakat dalam membuat kampanye pencegahan penyebaran COVID-19 melalui website *www.youtube.com* sudah baik, ini dapat terukur dengan jumlah unggahan Video Iklan Layanan Masyarakat dari tanggal 24 Januari –17 April 2020 sebanyak 589 video, selain itu untuk jumlah penonton 0 sampai dengan 499 sebanyak 517 Video dengan berbagai jenis tampilan video yang berbeda dari mulai penggunaan obyek manusia sebagai talen, penggunaan animasi 2 dimensi dalam bentuk grafis, dan penggunaan animasi 3 dimensi.

## **3. Kategori banyaknya views 500 sampai dengan 999**

Unggahan video kampanye pencegahan penyebaran COVID-19 melalui website *www.youtube.com* per video minimal dengan 500 *follower* sudah baik. ini dapat terukur dengan jumlah unggahan Video Iklan Layanan Masyarakat dari 24 Januari –17 April 2020 sebanyak 22 video dengan jumlah penonton 500 sampai dengan 999 dengan berbagai jenis tampilan video yang berbeda dari mulai penggunaan obyek manusia sebagai talen, penggunaan animasi 2 dimensi dalam bentuk grafis, dan penggunaan animasi 3 dimensi.

## **4. Kategori banyaknya views lebih dari 1000**

Untuk melihat rata-rata para penonton memilih video Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube melalui internet dapat dilihat dari banyaknya *view* dalam setiap video yang dibuat. Jumlah unggahan Video Iklan Layanan Masyarakat dari 24 Januari –17 April 2020 sebanyak 50 video dengan jumlah penonton lebih dari 1.000 view dengan berbagai jenis tampilan video yang berbeda dari mulai penggunaan obyek manusia sebagai talen, penggunaan animasi 2 dimensi dalam bentuk grafis, dan penggunaan animasi 3 dimensi. .

## **5. Kategori Video Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk obyek manusia**

Video iklan layanan masyarakat dibuat agar dapat mempengaruhi orang agar dapat memberikan dukungan dan mengikuti isi pesan yang disampaikan melalui media audio visual. Dengan menggunakan talen manusia, pengguna internet dapat tersentuh pada realita atau cerita yang dibangun oleh pembuat iklan. Tampilan video Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube dengan penggunaan obyek manusia dari 24 Januari –17 April 2020 terdapat 152 video.

#### **6. Kategori Video Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk animasi 2 dimensi**

Video iklan layanan masyarakat dibuat agar dapat mempengaruhi orang agar dapat memberikan dukungan dan mengikuti isi pesan yang disampaikan melalui media audio visual. Dengan menggunakan bentuk obyek dua dimensi, pengguna internet dapat tersentuh pada cerita imajinasi baik dalam bentuk manusia, tulisan dan sebagainya yang dibangun oleh pembuat iklan. Tampilan video Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube dengan penggunaan obyek animasi 2 dimensi dari 24 Januari –17 April 2020 terdapat 231 video.

#### **7. Kategori Video Iklan Layanan Masyarakat dalam bentuk animasi 3 dimensi**

Video iklan layanan masyarakat dibuat agar dapat mempengaruhi orang agar dapat memberikan dukungan dan mengikuti isi pesan yang disampaikan melalui media audio visual. Dengan menggunakan bentuk obyek tiga dimensi, pengguna internet dapat tersentuh pada cerita imajinasi baik dalam bentuk manusia, bentuk abstrak dan sebagainya yang dibangun oleh pembuat iklan. Tampilan video Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube dengan penggunaan obyek animasi 3 dimensi dari 24 Januari –17 April 2020 terdapat 206 video

#### **8. Kategori Tema Video Iklan Layanan Masyarakat yang menarik bagi penonton**

Pembuatan tema pada setiap video Iklan Layanan Masyarakat memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya, jumlah video yang memiliki *views* tinggi di laman YouTube terdapat 372 video.

### **Pembahasan**

Iklan merupakan bentuk informasi yang sudah direncanakan pembuatannya untuk menarik perhatian konsumen. Bentuk iklan yang ditampilkan pada

media dimaksudkan untuk membangun *brand image* di benak konsumen karena itu biasanya iklan yang di unggah tidak hanya sekali tetapi perlu dilakukan pengulangan-pengulangan sehingga konsumen ingat dengan pesan yang disampaikan.

Bagi konsumen atau pengguna internet setelah melihat iklan dapat mendorong, mengubah sikap, mengubah keyakinan dan mengubah perilaku sehingga dapat menggerakkan tindakan sesuai isi pesan yang diterima. Iklan dapat dibedakan dalam dua hal iklan komersial dan non komersial. Iklan komersial lebih kepada kampanye pemasaran suatu produk atau jasa terutama untuk membangun merek dan manfaat produk, sedangkan iklan non komersial atau Iklan Layanan Masyarakat merupakan iklan yang bersifat sosial dan lebih mengarah pada manfaat pesan positif sehingga dapat mempengaruhi masyarakat dalam menggerakkan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Penyampaian pesan Iklan Layanan Masyarakat perlu melihat pada pendekatan pesan sehingga dapat menarik perhatian dan mempengaruhi perasaan mereka dalam menggerakkan tindakan. Pesan yang dibuat pembuat video iklan layanan masyarakat dalam masa pencegahan dan memutus mata rantai penularan COVID-19 dengan cara menggunggah video di laman YouTube merupakan bagian partisipasi atau kepedulian pembuatnya terhadap perkembangan COVID-19 yang semakin meningkat tiap harinya.

Selain itu masa penyebaran COVID-19 yang berawal dari Negara Cina di kawasan Wuhan dan telah menyebarkan lebih dari 210 Negara/Kawasan. Indonesia saat ini, 17 April 2020 jumlah pasien positif COVID-19 totalnya menjadi 5.923 orang. Karena saat ini setiap media menayangkan dan menginformasikan tentang pandemik virus COVID-19 menjadikan peristiwa ini merupakan kejadian luar biasa. Untuk itu video Iklan Layanan Masyarakat pada laman YouTube memerlukan perhatian dari warganet. Warganet memilih apa yang akan dilihat dikarenakan video yang di unggah menarik dan bermanfaat sehingga mereka bersedia menonton dan menjadi *subscriber* terutama waktu pemilihan momen dan postingan.

Video Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 dari tanggal 24 Januari – 17 April 2020 yang ditampilkan di laman YouTube sebanyak 589 video merupakan bentuk antusias masyarakat untuk turut serta membantu

mempercepat pencegahan COVID-19 di Indonesia. Menurut data yang diperoleh surat kabar online [www.manado.tribunnews.com](http://www.manado.tribunnews.com) pada tanggal 17 april 2020, Indonesia merupakan urutan 36 di daftar 40 negara dengan kasus terbanyak COVID-19 dan setiap harinya yang positif COVID-19 rata-rata mencapai 300 orang. Dengan semakin bertambahnya kasus di Indonesia video Iklan Layanan Masyarakat di laman YouTube merupakan salah satu media yang efektif dalam menyampaikan pesan berantai kepada masyarakat pengguna internet agar dapat membantu melakukan penghentian penyebaran dengan cara *Social Distancing*, menjaga jarak antar orang, menggunakan masker jika keluar rumah, rajin mencuci tangan dengan sabun, di rumah saja dan keluar rumah jika memang penting atau mendesak. Rata-rata Iklan Layanan Masyarakat yang dibuat merupakan pesan edukasi tentang COVID-19, pencegahan dan penyebarannya.

Salah satu indikator efektif penyampaian pesan berantai kepada masyarakat khususnya pengguna internet adalah salah satu contoh video Iklan Layanan Masyarakat dengan kategori banyaknya follower lebih dari satu juta dengan views 41 ribu kali paling banyak di tonton dengan judul Waspada Virus Corona dengan isi pesan tentang gejala-gejala seperti gangguan pernafasan, batuk dan pilek, letih lesu, demam dan sakit tenggorokan. Penjelasan bahwa virus Corona belum ada faksin dan bagaimana cara mencegahnya antara lain hindari kontak dengan hewan, gunakan masker, cuci tangan dengan sabun, konsumsi makanan bergizi, rajin olahraga, dan segera ke klinik bila mengalami gejala tersebut. Tampilan video Iklan Layanan Masyarakat dengan durasi 0:56 detik atau lima puluh enam detik ini dari awal sampai akhir menggunakan tampilan visual infografis animasi 2 dimensi yang diunggah Pens TV pada 17 Februari 2020.

Gambar 1. Video ILM Waspada Virus Corona



Sumber: YouTube, 2020

Iklan Layanan Masyarakat dengan judul Waspada Virus Corona memiliki tampilan grafis yang menarik, jelas dan mudah dipahami pergantian transisi setiap obyek pada setiap *frame* lebih mudah dipahami pada saat menontonnya, tampilan dari infografis dapat menyederhanakan penjelasan teks dengan latar dengan *sound effect soft music* sehingga visual mudah dicerna secara cepat dan tepat. Infografis yang ditampilkan juga terlihat sederhana serta tidak terlalu ramai atau obyek tidak memenuhi ruang dalam setiap *frame*-nya. Begitu juga untuk tampilan warna terlihat kontras, jelas dan konsisten.

Contoh video Iklan Layanan Masyarakat dengan kategori banyaknya *follower* lebih dari satu juta dengan views 52 ribu kali paling banyak di tonton dengan judul Pencegahan COVID-19 dengan isi pesan tentang 5 langkah pencegahan infeksi corona yang penularan sangat cepat dengan membiasakan cuci tangan selama 40 detik atau gunakan cairan tangan berbasis alkohol, hindari menyentuh mata, mulut dan hidung merupakan pintu masuk ke tubuh kita, jika batuk atau bersin tutup mulut dengan lengan bagian dalam atau tisu dan gunakan juga masker, keempat hindari kerumunan atau kegiatan yang melibatkan banyak orang, jaga jarak satu meter atau lebih dengan orang lain, kelima jika ada yang memiliki gejala infeksi virus Corona hubungi 119 eks 9 dengan ini telah membantu pemerintah dan petugas kesehatan bekerja lebih efektif, yang terpenting tetap tenang dan jangan panik, selalu jaga kesehatan,

bekerja, belajar dan ibadah dari rumah dengan tampilan animasi grafis 2 dimensi dan tampilan visual transisi ke dua obyek manusia oleh Prof. Dr. Widodo Muktiyo dengan jabatan Direktur Jendral Informasi dan Komunikasi Publik (Kominfo), diakhiri dengan tampilan animasi grafis 2 dimensi dengan durasi 2:05 atau dua menit lebih lima detik yang di unggah CNN Indonesia pada tanggal 6 April 2020.

Gambar 2. Video ILM Disiplin Menyikapi Pandemi COVID-19



Sumber: YouTube, 2020

Iklan Layanan Masyarakat ini memiliki tampilan grafis yang menarik, jelas dan mudah dipahami pergantian transisi setiap obyek pada setiap *frame* lebih mudah dipahami pada saat menontonnya, tampilan dari infografis dapat menyederhanakan penjelasan data besar atau panjang di kalimat audio sehingga visual mudah dicerna secara cepat dan tepat. Infografis yang ditampilkan juga terlihat sederhana serta tidak terlalu ramai atau obyek tidak memenuhi ruang dalam setiap framenya. Begitu juga untuk tampilan warna terlihat kontras, jelas, dan konsisten.

Untuk video Iklan Layanan Masyarakat dengan kategori banyaknya *follower* lebih dari lima ratus sampai dengan sembilan ratus sembilan puluh sembilan dengan *views* sebanyak 787 kali ditonton dengan salah satu judul Stop Penyebaran COVID-19 dengan isi pesan tentang cara membuka pintu, pada saat menaiki tangga, pada saat antri, pada saat bertemu, dan cara menggunakan masker dengan visual contoh yang salah dan contoh yang benar, tampilan visual dengan menggabungkan grafis dan obyek manusia. Durasi video Iklan

Layanan Masyarakat ini berdurasi 1:00 atau satu menit yang diunggah individu pada tanggal 29 Maret 2020.

Gambar 3. Video ILM Pencegahan COVID-19 dengan Konten Lokal Suku di Indonesia

INI NANG KAWA  
PIAN GAWI  
GASAN MANGURANGI  
PENYEBARAN VIRUS  
CORONA (COVID-19)



Sumber: YouTube, 2020

Tampilan grafis dan visual obyek manusia terlihat sederhana. Namun sudut pandang pengambilan gambar kurang menarik; sedangkan pesan visual mudah dicerna secara cepat dan tepat, untuk pemilihan warna terlihat kontras dan penambahan *outline* garis pada huruf sudah tepat sehingga mudah terlihat. Pemilihan jenis huruf tidak mudah terbaca; padahal waktu atau durasi saat bergerak antar *frame* terlihat cepat. Iklan ini berusaha menyampaikan pesan dengan kalimat kedaerahan, sarat kearifan local (*local wisdom*). Berbeda dengan tampilan infografis dengan contoh video Iklan Layanan Masyarakat dengan kategori banyaknya *follower* lebih dari nol sampai dengan 499 dengan *views* terendah sebanyak 5 kali di tonton dengan judul Iklan Layanan Masyarakat tentang COVID-19 dengan isi pesan tentang penjelasan virus Corona dan pencegahan 1 tutup, 2 cuci, dan 3 Jaga dengan tampilan grafis 2 dimensi dengan durasi 0:22 atau dua puluh dua detik yang di unggah individu pada 13 April 2020.

Gambar 4. Video ILM Berisi Pesan yang Kurang Substantif



Sumber: Youtube, 2020

Walaupun Iklan Layanan Masyarakat ini dari tampilan infografis terlihat sederhana tapi isi pesan kurang sampai atau kurang menyentuh ke *follower* karena tampilan grafis kurang menarik, tampilan tidak terlalu jelas terbaca terutama pada *frame* penjelasan 1 tutup, 2 cuci, dan 3 jaga. Hanya saja iklan ini menyampaikan pesan dengan target *local wisdom*. Video iklan ini dari sisi tampilan warna terlihat kontras, jelas, dan konsisten.

Iklan Layanan Masyarakat termasuk kategori teks sosial yang merespon perubahan pada saat iklan ini diunggah, terutama untuk iklan yang diunggah melalui laman YouTube bertujuan membangun kesadaran dan menarik perhatian warganet bahwa COVID-19 merupakan virus yang berbahaya terutama bagi mereka yang memiliki penyakit bawaan seperti jantung, paru-paru serta diabetes, lansia dan yang tidak memiliki sistem kekebalan tubuh atau imun yang baik. Rata-rata iklan yang dibuat menampilkan obyek virus Corona sebagai penyebab berubahnya perilaku atau kebiasaan manusia pada umumnya di dunia dan khususnya di Indonesia terutama dalam melakukan kegiatan keagamaan, bekerja, belajar dan melakukan aktifitas sehari-hari. Penggambaran virus Corona sebagai hantu yang tidak terlihat, penyebar ketakutan dan manusia sebagai korban harus melakukan tindakan nyata pembersihan diri sendiri, lingkungan keluarga, lingkungan rumah, lingkungan daerah, provinsi dan bahkan yang lebih luas lagi hingga negara.

Iklan yang dibuat sebetulnya diarahkan agar warganet diajak untuk mengidentifikasi, mencoba, dan dibujuk agar mau mengikuti perintah bahwa

penyakit ini bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernafasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Rata-rata iklan yang dibuat menampilkan obyek manusia, teks, animasi 2 dimensi, animasi 3 dimensi dan konsep iklan tentang virus tidak diada-diadakan. Pembuat Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 sudah lebih dulu memahami dan mengetahui obyek virus Corona. Hanya saja tidak mudah untuk mengubah sebuah kalimat menjadi tampilan audio visual yang dapat dipahami warganet karena target audiens memiliki karakteristik serta latar belakang yang berbeda-beda.

Dengan banyaknya jumlah video yang diunggah oleh pemerintah, perusahaan, masyarakat yang peduli dengan pencegahan penyebaran COVID-19 di Indonesia dengan mengunggah video Iklan Layanan Masyarakat agar para warganet memahami serta peduli dengan kesehatan dan turut serta membantu memutus mata rantai penyebaran COVID-19 dengan cara melakukan kegiatan sesuai saran dalam tema Iklan Layanan Masyarakat.

### **Kesimpulan**

Video Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 yang ditampilkan pada media internet khususnya website YouTube dimaksudkan untuk membangun *brand image* dibenak warganet karena iklan yang di unggah perlu dilakukan pengulangan-pengulangan melalui *share file* atau lewat media sosial sehingga warganet ingat dengan pesan yang disampaikan.

Video Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 yang diunggah di laman YouTube merupakan media yang efektif dalam menyebarkan informasi terkait virus Corona kepada warganet, agar memiliki daya pikat bagi warganet. Video Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 yang dibuat harus memiliki tampilan grafis yang menarik, jelas dan mudah dipahami, tampilan visual yang simpel dan tidak terlalu ramai pada setiap *frame*-nya, warna terlihat kontras, jelas dan konsisten serta penjelasan teks audio dengan latar ditambahkan *sound effect soft music*; sehingga secara keseluruhan tampilan audio visual mudah dicerna secara cepat dan tepat.

### **Daftar Pustaka**

Ali,L. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

- Ana Nadhya Abrar. 2003. *Teknologi Komunikasi perspektif Ilmu komunikasi*, Yogyakarta: LESFI.
- Adair, Jhon. 2008. *The Art Of Creative Thinking*, Yogyakarta: Golden Books.
- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna S.. 2009. *Handbook of Qualitative Research*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Everett M. Rogers.1996. *Communication Teknology, The New Media in Society*, United States: Thee Free Press.
- Flew, Terry. 2005. *New Media*, New York: Oxford University Press.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail Mass Communication Theory*, California: Sage Publication.
- Sutherland, Max. dan Alice K. Sylvester. 2004. *Advertising and the Mind of the Consumer*, Jakarta: PPM.
- Marshall McLuhan. 2002. *Understanding media: the extensions of man*, New York: New American Library.
- Richard West, dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Pavlik, Jhon.V. 1996. *New Media Technology Cultural and Comercial Perspectives*, United States: Needham Heights.
- Littlejhon, Stephen W., Karen A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory 2*, London: SAGE.
- Lievrouw, Leah A. dan Livingstone, Sonia. 2009. *The Handbook of New Media*, London: SAGE.
- Kominfo. 2019. *Standarisasi Konten Audiovisual Humas Pemerintahan*, Jakarta: Direktorat Jendral Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media) diunduh tanggal 10 Mei 2020
- <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> diunduh pada tanggal 10 Mei 2020
- <https://databooks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/06/indonesia-habiskan-hampir-8-jam-untuk-berinternet> diunduh pada tanggal 10 Mei 2020

**PENDEKATAN KEBIJAKAN PUBLIK PENCEGAHAN  
PENYEBARAN *CORONA VIRUS DISEASE 2019 (COVID-19)* DI  
INDONESIA**

**Oleh: Arya Tangkas, M.I.Kom.**

**Dosen Tetap Prodi D3 Penyiaran STIKOM Yogyakarta**

***e-mail: Arya\_tangkas@yahoo.co.id***

**Abstrak**

Kebijakan publik merupakan langkah-langkah stratejik-organisasional yang diambil oleh pemerintah dalam rangka mengatasi masalah publik. Dalam kasus COVID-19, oleh pemerintah Indonesia, kebijakan pencegahan penyebaran dilakukan dengan rangkaian proses yang berurutan; meliputi *agenda setting*, formulasi, adaptasi, implementasi, adaptasi, *assesment*, terminasi, lalu kembali ke *agenda setting* (lagi). Tulisan ini adalah telaah pustaka, yang mendeskripsikan kebijakan pemerintah (pusat) yang tidak menempuh *lock down* nasional; dan sebaliknya, menyerahkan kebijakan karantina wilayah kepada Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota. Dampak kebijakan yang diambil, terdiri atas aspek ekonomi dan sosial. Kemudian, saat kebijakan diimplementasikan, ada hasil implementasi – eksternal dan internal- yang direkomendasikan digunakan Pemda untuk menyelesaikan dan menuntaskan pencegahan penyebaran COVID-19.

*Kata kunci:* kebijakan publik, COVID-19, karantina wilayah, pemerintah daerah

**Pendahuluan**

Suatu kebijakan publik harus diambil dengan mempertimbangkan implikasinya. Implikasi tersebut dapat sebagai *output* yang maksimal, juga dapat berupa minimalisir dampak yang mungkin muncul. Pengukuran suatu implikasi dapat dilakukan sebelum atau sesudah proses implementasi kebijakan. Pengukuran ini disusun guna memberikan gambaran dan rekomendasi atas suatu kebijakan. Salah satu pandemik global yang menjadi kejadian luar biasa di banyak negara adalah virus Corona, biasa juga disebut sebagai *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. COVID-19 merupakan sebuah virus baru yang menyerang sistem pernapasan dan dapat menular antar manusia. Virus yang menyebabkan COVID-19 ini pertama kali merebak di

Wuhan, China yang kemudian penyebarannya terjadi begitu cepat ke segenap penjuru dunia. Virus ini diduga berasal dari hewan liar konsumsi yang diperjualbelikan di pasar hewan Wuhan. Virus ini diperkirakan menyebar terutama di antara orang-orang yang berhubungan dekat satu sama lain (dalam jarak sekitar 3,2 kaki) melalui tetesan pernapasan yang dihasilkan ketika orang yang terinfeksi batuk atau bersin. Seseorang juga dapat memperoleh COVID-19 dengan menyentuh permukaan atau benda yang memiliki virus di atasnya dan kemudian menyentuh mulut, hidung, atau mata mereka sendiri, tetapi ini tidak dianggap sebagai cara utama virus menyebar (CDC, 2020).

### **Kebijakan Penanganan COVID-19**

Penyebaran COVID-19 sangat mendapat perhatian karena penyebarannya yang cepat dan dapat berujung pada kematian. Cepatnya penyebaran COVID-19 dapat dilihat dari negara-negara yang memiliki kasus tersebut yaitu sejumlah 144 negara terdampak transmisi lokal dari 202 negara terjangkau. Secara global, terdapat 575.444 kasus konfirmasi, 26.654 kasus meninggal, sehingga angka kematiannya sebesar 4,6 persen (*World Health Organization*, 2020). Untuk Indonesia sendiri transmisi lokal terdapat di 21 wilayah yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat (Kabupaten Bogor, Kabupaten Karawang, Kabupaten Bekasi, Kota Bogor, Kota Bandung, Kota Bekasi, Kota Depok), Jawa Tengah (Kota Surakarta), Jawa Timur (Kabupaten Kediri, Kabupaten Malang, Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Magetan, Kota Kediri, Kota Surabaya), Banten (Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan), Kalimantan Barat (Kota Pontianak), Kalimantan Timur (Kota Balikpapan), dan Sulawesi Selatan (Kota Makassar), dengan 1.285 kasus konfirmasi, 144 kasus meninggal, 64 kasus sembuh dan 1.107 kasus dalam perawatan (Pheoc Kemkes RI, 2020).

Kebijakan publik merupakan langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah dalam rangka mengatasi masalah publik, merespon tuntutan publik, atau mengenalkan nilai baru kepada masyarakat. Terbentuknya suatu kebijakan publik telah melalui berbagai proses mulai dari *agenda setting*, formulasi, adaptasi, implementasi, adaptasi, *assessment*, hingga terminasi dan kembali ke *agenda setting*. Siklus ini terus berlangsung karena permasalahan publik selalu berubah dan pembuat kebijakan juga menentukan arah dan isi

dari kebijakan publik itu sendiri. Siklus terbentuknya kebijakan publik tersebut, terjadi terhadap berbagai permasalahan publik bahkan terhadap situasi darurat sekalipun. Mengingat, begitu banyak faktor dan informasi yang harus dipertimbangkan termasuk dampak yang terjadi akibat implementasi suatu kebijakan publik, maka monitoring suatu kebijakan publik harus dilakukan guna menilai secara cepat, dampak dari suatu kebijakan. Menurut Dunn (2014), salah satu bentuk monitoring dapat dilakukan dengan melihat beberapa aspek kepatuhan. Salah satu kejadian luar biasa yang perlu dilakukan monitoring kebijakannya adalah dampak dari pandemik global COVID-19. Pendekatan monitoring yang dilakukan adalah melalui *social system accounting* di mana penilaian akan dilakukan terhadap indikator sosial. Indikator sosial tersebut berupa kondisi sosial baik dalam konteks eksternal (sosial dan fisik ) maupun konteks internal (subjektif dan persepsional) (Dunn, 2014) guna menilai kepatuhan warga masyarakat terhadap kebijakan penanganan COVID-19.

### ***Lockdown sebagai Alternatif***

Pandemik COVID-19 yang merebak dan *me-lockdown* beberapa negara saat ini adalah virus Corona, penyebaran COVID-19 sangat mendapat perhatian karena penyebarannya yang cepat dan dapat berujung pada kematian. Cepatnya penyebaran COVID-19 dapat dilihat dari negara-negara yang memiliki kasus tersebut yaitu sejumlah 144 negara terdampak transmisi lokal dari 202 negara terjangkit. Secara global, terdapat 575.444 kasus konfirmasi, 26.654 kasus meninggal, sehingga angka kematiannya sebesar 4,6 persen (*World Health Organization*, 2020).

Kebijakan yang diambil oleh pemerintah Indonesia dalam mencegah penyebaran COVID-19 adalah dengan menerapkan penangguhan bebas visa kunjungan warga negara asing selama satu bulan, baik bebas visa kunjungan (bvk), visa kunjungan saat kedatangan (*visa on arrival*) dan bebas visa diplomatik/dinas selama satu bulan terhitung 20 Maret 2020 (Berty, 2020). Pemerintah juga melakukan imbauan agar tidak melakukan perjalanan jika bukan untuk keperluan mendesak. Bentuk lain pencegahan penyebaran virus Corona adalah dengan memberlakukan *social distancing* dan *physical distancing* berupa imbauan untuk menghindari kerumunan, menjaga jarak

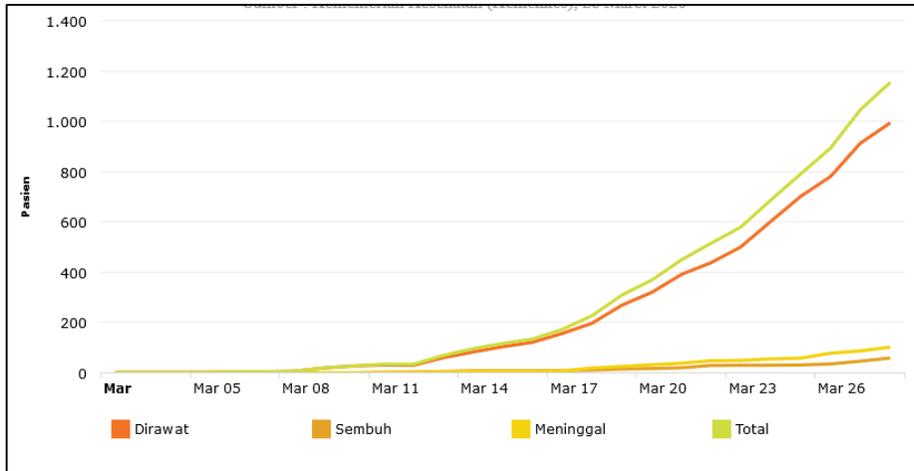
sekitar 1 meter dengan orang lain, serta menerapkan pola hidup sehat. Berdasarkan informasi yang dihimpun, jumlah korban COVID-19 di Indonesia terus bertambah. Jika melihat pada langkah yang diambil oleh negara lain, salah satunya adalah *lockdown* atau karantina wilayah. Negara-negara yang telah melakukan karantina wilayah tersebut adalah :

**Tabel 1.** 19 Negara menerapkan *lockdown*

No	Negara	Tanggal <i>Lockdown</i>
1.	China	23 Januari 2020
2.	Italia	9 Maret 2020
3.	Polandia	13 Maret 2020
4.	El Salvador	11 Maret 2020
5.	Irlandia	12 Maret 2020
6.	Spanyol	12 Maret 2020
7.	Denmark	14 Maret 2020
8.	Manila dan pulau Luzon, Filipina	15 Maret 2020
9.	Lebanon	16 Maret 2020
10.	Perancis	17 Maret 2020
11.	Belgia	17 Maret 2020
12.	Selandia baru	18 Maret 2020
13.	Malaysia	18 Maret 2020
14.	Lockdown parsial Amerika Serikat	19 Maret 2020
15.	Rwanda	21 Maret 2020
16.	Inggris	23 Maret 2020
17.	India	24 Maret 2020
18.	Afrika Selatan	26 Maret 2020
19.	Thailand	26 Maret 2020

Sumber : Tim detikcom-detiknews, 2020

Tanggapan negara-negara lain terhadap virus ini, telah muncul sejak akhir Januari 2020. Namun bagi Indonesia sendiri, situasi tanggap COVID-19 dilakukan sejak Maret 2020. Hal ini dilakukan oleh Indonesia setelah terjangkitnya warga negara Indonesia yang bekerja di luar negeri atau setelah berpergian dari luar negeri, oleh virus Corona. Untuk Indonesia sendiri transmisi lokal terdapat di 21 wilayah, dengan 1.285 kasus konfirmasi, 144 kasus meninggal, 64 kasus sembuh dan 1.107 kasus dalam perawatan (PHEOC Kemkes RI, 2020). Perkembangan kasus COVID-19 di Indonesia dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 1** : Perkembangan Kasus Covid-19 di Indonesia (Jayani, 2020)

### **Kebijakan yang Ada**

Virus COVID-19 teridentifikasi pertama kali di Wuhan, China pada Januari 2020, namun barulah pada Maret 2020 Pemerintah Indonesia melakukan tanggap darurat terhadap COVID-19. Indonesia sendiri termasuk negara yang lambat dalam mengalami kasus COVID-19. Dalam siaran persnya, Presiden Republik Indonesia menyampaikan beberapa hal yaitu :

1. Menteri, Gubernur, Bupati, dan Wali Kota agar memangkas rencana belanja yang tidak prioritas di APBN maupun di APBD.
2. Kementerian dan lembaga di pusat, serta juga pemerintah daerah (provinsi, kabupaten, dan kota) harus melakukan *refocusing* kegiatan dan melakukan realokasi anggaran untuk mempercepat penanganan COVID-19, baik yang terkait dengan isu-isu kesehatan maupun yang terkait dengan isu-isu ekonomi.
3. Menjamin ketersediaan bahan pokok dan mempertahankan daya beli masyarakat.
4. Memperbanyak program Padat Karya Tunai.
5. Memberikan tambahan sebesar Rp50.000/keluarga kepada penerima Kartu Sembako sehingga penerimaan menjadi Rp 200.000/keluarga penerima, yang akan diberikan selama 6 bulan.
6. Mempercepat implementasi Kartu Prakerja.
7. Pemerintah akan membayarkan PPh pasal 21 yang selama ini dibayar sendiri oleh para pekerja, dalam rangka memberikan tambahan penghasilan kepada pekerja di industri pengolahan.
8. Relaksasi kredit UMKM untuk nilai kredit di bawah Rp10 miliar untuk tujuan usaha, baik itu kredit yang diberikan oleh perbankan maupun oleh industri keuangan nonbank.

9. Memberikan stimulus kepada masyarakat berpenghasilan rendah yang sedang melakukan kredit kepemilikan rumah bersubsidi.
10. Melakukan jaga jarak (*physical distancing*) (Humas, 2020).

Karantina wilayah bagi Indonesia dapat menjadi suatu opsi. Ketentuan mengenai karantina wilayah telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan. Daerah-daerah yang melakukan karantina wilayah adalah Papua dengan pertimbangan terbatasnya sarana kesehatan apabila COVID-19 menyebar. Selain dari pemerintah, warga masyarakat ada juga yang melakukan penutupan terhadap wilayah mereka, yaitu di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Jalan-jalan desa yang menghubungkan antar dusun DIY diportal oleh warga, serta warga pun melakukan penyemprotan disinfektan.

Bentuk lain pencegahan penyebaran virus Corona adalah dengan memberlakukan *social distancing* dan *physical distancing* berupa imbauan untuk menghindari kerumunan, menjaga jarak sekitar 1 meter dengan orang lain, serta menerapkan pola hidup sehat. Pemerintah melakukan edukasi intensif terkait tata cara batuk, cuci tangan menggunakan sabun, serta penggunaan *hand sanitizer* dalam mensterilkan tangan. Masyarakat juga diimbau untuk tidak sembarangan menyentuh mata, hidung, mulut, dan wajah, menggunakan tangan. Bentuk lain dari *social distancing* ini adalah meliburkan sekolah, bekerja dari rumah, dan pembatasan kegiatan berkumpul.

### **Pertimbangan Implikasi *Lockdown***

Pertimbangan implikasi *lockdown* karantina wilayah dalam rangka mencegah penyebaran COVID-19 dapat menimbulkan beberapa implikasi pada tahap implementasinya. Implikasi-implikasi tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu:

Pertama, implikasi ekonomi dampak terhadap perekonomian apabila kebijakan karantina wilayah ditetapkan, menjadi perhatian utama. Sebelum COVID-19 memasuki Indonesia, perekonomian dunia telah mengalami kelesuan. Pertumbuhan ekonomi global yang ditargetkan berada pada angka 3 persen, kenyataannya hanya mencapai angka 1,5 persen saja (Kementerian Kominfo, 2020).

Industri yang sangat terdampak adalah pariwisata, *fashion* dan kerajinan tangan, menyusul industri kuliner. Hal ini dapat dilihat dengan ditutupnya Tempat-tempat wisata karena menurunnya jumlah pengunjung dan mencegah berkumpulnya orang-orang. PHK juga telah mulai terjadi di beberapa daerah seperti Mojokerto, Sidoarjo, Bandung, Bintan (Kepulauan Riau) dan Bitung (Sulawesi Utara) (Susanto, 2020). Hal ini didorong oleh menipisnya bahan baku yang tersedia serta melemahnya nilai tukar rupiah hingga perusahaan yang tidak mampu memberikan gaji. Beberapa insentif telah ditetapkan oleh pemerintah untuk mencegah gejolak ekonomi yang muncul akibat COVID-19.

Namun belajar dari pengalaman mengenai penyaluran bantuan sosial, akan selalu muncul bantuan yang tidak tepat sasaran serta kelompok masyarakat rentan yang tidak ter-*cover* oleh bantuan sosial tersebut. Apabila kebijakan karantina wilayah dilaksanakan, maka pemerintah harus cermat menghitung kemampuan pembiayaan serta mengantisipasi munculnya kelompok yang tidak terjangkau oleh bantuan sosial.

Kedua, implikasi kesehatan tujuan dari kebijakan pencegahan penyebaran COVID-19 adalah menekan angka penyebaran. Hingga saat ini, perilaku hidup masyarakat telah banyak bergeser. Banyak masyarakat yang telah menggunakan masker serta penyediaan tempat cuci tangan di fasilitas-fasilitas umum. Apabila karantina wilayah tersebut dilakukan, tentu kemungkinan penyebaran dari COVID-19 dapat ditekan sehingga keadaan dapat kembali seperti sedia kala. Selain itu dengan adanya karantina wilayah maka para petugas kesehatan dapat melaksanakan tugasnya dengan terfokus.

Ketiga, implikasi sosial masyarakat Indonesia terbiasa hidup bermasyarakat dan melakukan kegiatan sosial dengan menggunakan pendekatan kekeluargaan. Dengan imbauan *social distancing* dan *physical distancing* serta menjaga jarak 1 meter dari orang lain, menyebabkan ditiadakannya kegiatan sosial kemasyarakatan.

Imbauan untuk tetap berada di rumah, membawa beberapa konsekuensi. Kejenuhan akibat tidak melakukan kegiatan seperti biasanya dapat muncul, serta akibat lesunya perekonomian maka akan munculnya penduduk miskin dan penduduk rentan miskin baru. Kelompok penduduk ini apabila tidak ter-*cover* oleh bantuan pemerintah; maka akan rentan memunculkan masalah sosial, ekonomi, dan kesehatan sekaligus. Keadaan penutupan wilayah juga dapat memunculkan kepanikan jika pemerintah tidak menyiapkan langkah preventif dengan baik.

Keempat, implikasi politik untuk mengambil kebijakan atau tidak, tentu memiliki pertimbangan politik. Apabila karantina wilayah dilaksanakan; maka pemerintah harus siap menanggung segala kebutuhan seluruh penduduk di wilayah karantina, tanpa terkecuali. Jika karantina gagal dilakukan baik dari sisi kebutuhan pokok, keamanan, dan dampak lainnya maka akan menjadi raport buruk bagi pemerintahan saat ini.

Kejadian pandemik COVID-19 telah memunculkan kritik dari politisi kepada pemerintah. Sehingga perlu adanya komunikasi yang baik antar pihak agar kebijakan terbaik untuk mencegah penularan dapat diterima dalam tataran politik.

### **Dampak Kebijakan**

Kesimpulan untuk melakukan atau tidak melakukan karantina wilayah, harus dipertimbangkan secara matang. Dampak yang akan muncul terhadap perekonomian, tersedianya tenaga dan fasilitas kesehatan, terjaminnya

keamanan, serta komunikasi dan koordinasi perlu dilakukan secara intensif. Masyarakat sebagai terdampak dari kejadian pandemik ini, harus ditempatkan pada posisi utama. Diseminasi terhadap pencegahan COVID-19 harus dilakukan baik dari *level* nasional, provinsi, kabupaten/kota, hingga ke desa. Karena dengan terlibatnya banyak pihak; maka masyarakat dapat teredukasi dengan baik.

Secara umum, terdapat dua aspek yang akan dilihat mengenai dampak kebijakan pencegahan penyebaran COVID-19 yaitu aspek sosial dan ekonomi. Adapun indikator dari tiap aspek tersebut adalah sebagai berikut:

### **Aspek Sosial**

Indikator dari aspek ini adalah risiko sosial baru yang muncul pada masyarakat, persepsi masyarakat terhadap lingkungan sekitar, dan sikap masyarakat menanggapi berbagai kabar seputar COVID-19. Risiko sosial yang dimunculkan dari kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* adalah adanya *herd immunity* (Hidayat 2020). Istilah *herd immunity* pertama kali digunakan pada tahun 1923 dan diakui sebagai fenomena alami pada 1930 saat sejumlah anak menjadi kebal terhadap virus Campak dan akhirnya diikuti jumlah infeksi baru menurun berdasarkan penelitian AW Hedrich. Namun *herd immunity* sangat berbahaya bagi kelompok yang rentan terhadap penyakit menular.

Adanya stigma terhadap pengidap Covid-19 telah memunculkan keresahan yang diperparah dengan berseliwerannya informasi yang kebenarannya belum teruji. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, media sosial menjadi gerbang masuknya beragam informasi seputar COVID-19. Dari media sosial pula tersebar berbagai cara mengatasi COVID-19, mulai dari penggunaan rempah-rempah, pembuatan *hand sanitizer* sendiri, hingga perilaku pensterilan tangan yang berlebihan. Penyebaran informasi oleh pemerintah selalu kalah cepat dengan hoaks yang memunculkan keresahan.

Namun di tempat lain, keresahan terhadap COVID-19 tidak terlalu terasa. Hal ini penulis temukan berdasarkan pengamatan di Kabupaten dan Kota Pekalongan. Masyarakat yang menggunakan fasilitas dan kendaraan umum, tidak semuanya menggunakan masker sebagaimana masyarakat di wilayah Yogyakarta. Kegiatan ekonomi kecil tetap berjalan, dan masyarakat melakukan aktifitas sebagaimana biasanya.

### **Aspek Ekonomi**

Diliburkannya usaha-usaha yang terkait dengan kegiatan pariwisata, menjadi salah satu indikator yang nampak. Jenis usaha tersebut meliputi hotel, jasa perjalanan, serta industri makanan khas daerah. Dengan kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* keresahan masyarakat muncul hingga ada yang melakukan penimbunan terhadap bahan makanan. Dalam tataran makro, kontraksi ekonomi juga semakin mendalam. Pertumbuhan ekonomi yang

ditargetkan sebesar 3 persen, kini hanya menunjukkan angka 1,5 persen. Pada pelaku usaha ekonomi kecil di Yogyakarta, berdasarkan hasil pengamatan diperoleh bahwa pedagang jajanan ada yang kehilangan pembeli. Dengan diliburkannya anak sekolah, maka para pedagang tersebut mengalami kesulitan menjual dagangannya. Dengan kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* yang sementara ditetapkan selama 2 minggu, diharapkan menjadi langkah kebijakan rasional yang minim risiko. Diharapkan setelah 2 minggu, maka keadaan akan membaik begitu pula aspek sosial dan ekonomi masyarakat turut membaik.

Dengan cepatnya penyebaran COVID-19, maka monitoring terhadap kebijakan penanganannya perlu dilakukan secara cermat. Menurut Dunn (2014), monitoring dapat dilakukan dengan melihat beberapa aspek yaitu (Dunn 2014):

- 1) Kepatuhan. Monitoring membantu menentukan apakah tindakan manajer program sesuai dengan norma, nilai, dan standar yang telah diamanatkan.
- 2) Audit. Monitoring membantu menemukan apakah sumber daya dan layanan yang ditujukan untuk kelompok sasaran dan penerima manfaat benar-benar menjangkau mereka.
- 3) Akuntansi. Monitoring menghasilkan informasi yang membantu dalam akuntansi untuk perubahan sosial dan ekonomi yang mengikuti implementasi kebijakan.
- 4) Eksplanasi. Monitoring juga menghasilkan informasi yang membantu menjelaskan perbedaan antara hasil kebijakan dengan program publik.

Dalam implementasi kebijakan penanganan COVID-19 ini sangat penting menilai dampak dan perubahan kebijakan terhadap sosial dan ekonomi. Data yang disampaikan diperoleh berdasarkan pengamatan penulis pada lingkungan tempat tinggal, pusat perbelanjaan, pelaku usaha ekonomi kecil, stasiun kereta api, serta hasil wawancara dengan penumpang kereta api yang meninggalkan Yogyakarta.

### **Hasil Implementasi**

Sejak imbauan *social distancing* (yang kemudian ditambahkan menjadi *physical distancing*) diserukan pada 18 Maret 2020, maka sekolah dan tempat bekerja meliburkan aktivitasnya. Pemerintah mengimbau agar melakukan pekerjaan, belajar, dan beribadah dari rumah, imbauan tersebut terutama ditujukan kepada sektor usaha formal. Usaha-usaha informal tetap menjalankan kegiatannya karena pendapatan mereka didapatkan secara harian. Meskipun demikian, banyak tempat usaha yang gulung tikar terutama terkait usaha pariwisata. Namun di sisi lain imbauan *social distancing* dan *physical distancing* tidak serta merta diikuti oleh para warga. Dalam beberapa

berita disebutkan bahwa polisi harus turun tangan dalam membubarkan kerumunan warga di tempat umum. Meskipun imbauan telah disampaikan melalui berbagai media diseminasi, namun tetap ada warga masyarakat yang tak mematuhi. Hal yang ini dapat disebabkan oleh beberapa hal yaitu :

- 1) Konteks eksternal (sosial dan fisik). Konteks eksternal dari kebijakan penanganan COVID-19 berupa keadaan sosial ekonomi dari warga masyarakat. Masyarakat yang bekerja pada sektor informal sangat bergantung pada pendapatan hariannya. Sehingga mereka tetap melakukan kegiatan ekonomi untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari meskipun Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan penambahan bantuan kepada pemegang Kartu Sembako. Perlu dikaji dan diteliti lebih jauh apakah penentuan pemegang kartu Sembako telah tepat sasaran, seberapa besar efektivitas penambahan bantuan sosial melalui Kartu Sembako, serta apakah program Kartu Sembako dapat menjaring penduduk miskin yang terlahir dari krisis akibat COVID-19. Kesadaran masyarakat pun sudah mulai tampak dalam kehidupan sehari-hari, dimana pengunjung dan beberapa pedagang pasar tradisional telah memakai masker sebagai wujud antisipasi. Toko-toko yang masih buka juga menerapkan jarak aman antara penjual dan pembeli. Kantor pemerintahan yang masih buka menyediakan tempat cuci tangan bagi tamu. Dalam mengatur kegiatan sosial kemasyarakatan, pemerintah desa mengimbau warganya untuk tidak melakukan perkumpulan dan tetap di rumah jika tidak ada keperluan mendesak. Kontrol sosial masyarakat masih memberikan pengaruh terhadap implementasi kebijakan. Meskipun faktor ekonomi sangat mempengaruhi perilaku masyarakat, namun kini kesadaran untuk tindakan pencegahan mulai nampak. Proses adaptasi suatu kebijakan memerlukan proses dan kerja sama sinergis pemerintah. Pemerintah dari *level* pusat hingga desa, harus terus menerus melakukan diseminasi sesuai keadaan sosial masyarakat setempat.
- 2) Konteks internal (subjektif dan persepsional). Konteks internal dari kebijakan penanganan COVID-19 adalah bagaimana persepsi masyarakat terhadap pandemik global ini. Virus yang menyebabkan COVID-19 mungkin muncul dari sumber hewan, tetapi sekarang menyebar dari orang ke orang. Virus ini diperkirakan menyebar terutama di antara orang-orang yang berhubungan dekat satu sama lain (dalam jarak sekitar 3,2 kaki) melalui tetesan pernapasan yang dihasilkan ketika orang yang terinfeksi batuk atau bersin. Seseorang juga dapat memperoleh COVID-19 dengan menyentuh permukaan atau benda yang memiliki virus di atasnya dan kemudian menyentuh mulut, hidung, atau mata mereka sendiri, tetapi ini tidak dianggap sebagai cara utama virus menyebar (CDC, 2020). Cara penyebaran

yang seperti ini kemudian memunculkan klasifikasi Orang Dalam Pemantauan (ODP), Pasien Dalam Pengawasan (PDP), dan *suspect* Corona. Dengan terkonfirmasi pasien-pasien positif Corona, ada keinginan transparansi dari masyarakat terutama mengenai riwayat perjalanan pasien positif Corona (The Jakarta Post, 2020). Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sendiri menerbitkan laman web COVID-19 area *scanner* yang dapat memberikan lokasi ODP, PDP dan *suspect* dalam radius 3, 5, dan 7 km di wilayah DIY.

Dengan liburanya tempat kerja dan sekolah, juga dianggap sebagai waktu bersantai. Bentuk virus yang tak terlihat kasat mata, tuntutan transparansi, serta kebutuhan sosial ekonomi masyarakat mendorong terbentuknya persepsi atas sebaran COVID-19. Ada masyarakat yang sangat serius menanggapi, namun ada pula yang menganggap virus tersebut tidak akan mudah tersebar. Sehingga pada awal imbauan *social distancing* dan *physical distancing*, masih ada kegiatan berkumpul yang dilakukan. Namun hingga tulisan ini disusun, persepsi masyarakat telah bergeser seiring dengan masifnya diseminasi yang dilakukan berbagai pihak melalui berbagai media.

## **Kesimpulan**

Atas fenomena pandemik, pencegahan COVID-19 disikapi banyak negara dengan beragam cara. Indonesia termasuk negara yang lambat membuat kebijakan; 11 Maret 2020, setelah ada WNI positif terinfeksi COVID-19. Kebijakan nasional pencegahan COVID-19 di Indonesia bersifat umum; mengikuti arahan Presiden. Pendekatan kebijakan publik yang diambil oleh Pemerintah Provinsi dan Kabupaten /Kota adalah karantina wilayah; baik provinsi maupun kota/Kabupaten.

Proses kebijakan itu berlangsung melalui *agenda setting*, formulasi, adaptasi, implementasi, adaptasi, *asesment*, terminasi, lalu kembali ke *agenda setting* (lagi). Dampak kebijakan yang diambil, terdiri atas aspek ekonomi dan sosial. Kemudian, saat kebijakan diimplementasikan, ada hasil implementasi – eksternal dan internal- yang direkomendasikan digunakan Pemda untuk menyelesaikan dan menuntaskan pencegahan penyebaran COVID-19.

## **Daftar Pustaka**

Berty, T. T. S. (2020). Indonesia Batasi Masuknya Warga Negara Asing Sebulan Mulai 20 Maret. Retrieved March 24, 2020, from Liputan 6 website: <https://www.liputan6.com/global/read/4204404/indonesia-batasi-masuknya-warganegara-asing-sebulan-mulai-20-maret>

- CDC. (2020). What you need to know about coronavirus disease 2019 (COVID-19). Retrieved March 29, 2020, from CDC website: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/index.html>
- Kementerian Kominfo. (2020). Tiga Prioritas Kerja Pemerintah Hadapi Tantangan Pandemi Covid-19. Retrieved March 24, 2020, from Kominfo.gi.id website: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/25212/tiga-prioritas-kerja-pemerintahadapi-tantangan-pandemi-covid-19/0/berita>
- PHEOC Kemkes RI. (2020). Update Covid-19 28 Maret 2020. Retrieved March 29, 2020, from Infeksiemerging.kemkes.go.id website: <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/>
- Susanto, V. Y. (2020). KSPI: Mulai ada laporan PHK karena corona dari serikat pekerja. Retrieved from Kontan.co.id website: <https://nasional.kontan.co.id/news/kspi-mulaiada-laporan-phk-karena-corona-dari-serikat-pekerja>
- Tim detikcom-detiknews. (2020). Daftar Negara yang Lockdown karena Corona. Retrieved March 29, 2020, from detik news website: <https://news.detik.com/berita/d4956298/daftar-negara-yang-lockdown-karena-corona/2>
- World Health Organization. (2020). Coronavirus disease (COVID-19) outbreak situation. Retrieved March 29, 2020, from who.int website: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

## BIODATA SINGKAT PARA PENULIS (DAN EDITOR)



**Arya Tangkas, M.I.Kom.** adalah dosen tetap pada Prodi D3 Penyiaran (Broadcasting) Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta. Lulus dari Program studi Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta. Bidang yang menjadi keahliannya adalah *lighting kamera*.



**Hardoyo, M.A.** adalah dosen tetap Yayasan (YPK AKINDO) pada Program S1 Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta. Menamatkan Pendidikan S1 Ilmu Komunikasi dari FISIP UNS, Surakarta (2004) dan S2 Ilmu Komunikasi dari FISIP UGM, Yogyakarta (2013). Mengampu matakuliah Fotografi dan Desain Komunikasi Visual, dan aktif dalam keanggotaan Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI) *Chapter* Yogyakarta, dan Asosiasi Perguruan Ilmu Komunikasi (ASPIKOM). Kini menjadi Wakil Ketua III STIKOM Yogyakarta.



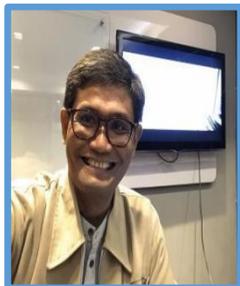
**Dra. Sudaru Murti, M.Si.** adalah dosen DPK Lembaga Layanan Dikti Wilayah V DI Yogyakarta pada Program D3 Penyiaran Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta, dengan pangkat Lektor Kepala. Menyelesaikan studi S2 pada Program Studi sosiologi FISIPOL UGM Yogyakarta. Mengampu matakuliah Sosiologi Komunikasi dan Metode Penelitian Komunikasi. Saat ini memangku jabatan sebagai Wakil Ketua I STIKOM Yogyakarta.



**Dr. Mayjend. (Purn.) Tony S.B. Hoesodo**, memperoleh gelar doktor dari Program Ketahanan Nasional Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Saat ini mengajar matakuliah Pancasila di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta. Juga menjadi Pengurus Yayasan Pendidikan Komunikasi YPK AKINDO Yogyakarta. Kini menjadi Direktur Sistem Pertahanan Darat Teknologi Militer Indonesia.



**Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.**, adalah dosen tetap Program Studi Manajemen Perusahaan ASMI Santa Maria Yogyakarta sejak 1995. Jabatan fungsional akademik Lektor Kepala. Program Sarjana Jurusan Manajemen diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta (1994) dan program Magister Sains Manajemen Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (2002). Penulis berpengalaman mengajar pada Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekretaris dan *Public Relations* ASMI Santa Maria Yogyakarta, menjadi dosen tidak tetap pada beberapa perguruan tinggi, dan mempublikasikan artikel di *Bisnis Indonesia*, *Harian Jogja*, prosiding dan berbagai jurnal internasional bereputasi. Email: [indrierkaningrum@gmail.com](mailto:indrierkaningrum@gmail.com).



**Alexander Jatmiko Wibowo, SE., SIP., MSF., CSA., CRP.**, adalah Staf pengajar di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Menyelesaikan pendidikan Strata 1 Manajemen (SE) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan Ilmu Komunikasi (SIP) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Menyelesaikan studi *Master of Science of Finance* (MSF) di *Finance Department, Gies College of Business, University of Illinois at Urbana-*

*Champaign, USA*. Menekuni bidang keuangan, investasi, pasar modal, manajemen risiko, dan manajemen kualitas. Menulis artikel di beberapa jurnal ilmiah dan artikel populer di majalah dan surat kabar; dan menjadi *reviewer* di *Journal of Managerial Accounting*.



**Supadiyanto, S.Sos.I., M.I.Kom.** adalah Ketua Pogram Studi Sarjana Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta. Pernah menjadi dosen tetap dan tamu pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Program Studi Penyiaran Akademi Komunikasi Indonesia (AKINDO) YPK, Program Studi Penyiaran Akademi Komunikasi Radya Binatama/AKRB (AMIKOM Group). Turut membidani perubahan bentuk Akademi Komunikasi Indonesia YPK menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, dan pendirian Prodi S1 Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta. Pernah menjabat sebagai Sekretaris Tim Perubahan Bentuk AKINDO YPK menjadi STIKOM Yogyakarta. Pernah menjabat sebagai Ketua Penjaminan Mutu AKINDO YPK (2016-2018). Adalah alumni Program Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro Semarang. Menjadi lulusan terbaik dan tercepat dengan IPK: 4,00 masa studi 1 tahun 5 bulan pada Wisuda ke-134 Universitas Diponegoro pada 29 April 2014. Beliau juga berprofesi sebagai penulis artikel (kolumnis) di berbagai surat kabar lokal dan nasional sekaligus redaktur Harian Online Kabar Indonesia (HOKI) yang berkantor pusat di Belanda dan Koran Online Pewarta Indonesia. Pernah menjadi Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) DIY Periode 2014-2017 dengan jabatan Ketua/Koordinator Bidang Pengawasan Isi Siaran Televisi dan Radio se-DIY. Kini menjadi Sekretaris Dewan Pendidikan Kabupaten Sleman Periode 2020-2025. Sering kali memakai nama pena, Espede Ainun Nadjib. Ahli bidang jurnalistik, ilmu komunikasi, metode penelitian, dan regulasi media. Sejak awal tahun 2012 ini direkrut menjadi tenaga pengajar Pelatihan Menulis Online HOKI. Sejak tahun 2000 hingga sekarang menjadi peneliti senior pada Intan of Cultural Research Centre (ICRC) Jateng-DIY. Kini juga menjadi Director of Centre for Media and

Political Institute. Penyuka lagu-lagu romantis milik Broery Marantika ini, sejak masih kuliah sudah pernah bekerja menjadi wartawan di surat kabar milik Dahlan Iskan, Jawa Pos Radar Solo (Jawa Pos Group), dan Solopos (Bisnis Indonesia Group). Sejak tahun 2008, berhijrah menjadi redaktur di Harian Online Kabar Indonesia (HOKI) dan Koran Online Pewarta Indonesia (KOPI). Penulis yang memiliki filosofi hidup “menulis adalah jalan hidupku” ini, pernah menyabet predikat/gelar The Citizen Reporter of The Year (2007). Sekarang lebih memfokuskan diri menjadi peneliti dan dosen, serta penulis artikel (opini) di berbagai surat kabar dan media elektronik lokal dan nasional. Di samping itu pernah menjadi dosen/pengajar jurnalistik Intistute Jurnalistik Rakyat Indonesia (IJRI) di Kampus Universitas Ahmad Dahlan (UAD) Yogyakarta. Ratusan karya tulis maupun karya jurnalistik yang lain pernah terpublikasikan di berbagai media cetak dan elektronik antara lain: Jawa Pos, Indopos, Kompas, Bisnis Indonesia, Koran Sindo/Seputar Indonesia, Suara Pembaruan, Kedaulatan Rakyat, Pikiran Rakyat, Bernas Jogja, Harian Jogja, Merapi, KR Bisnis, Minggu Pagi, Solopos, Bernas Jogja, Jogja Raya, Radar Jogja, Radar Solo, Suara Merdeka, Suara Karya, Wawasan, Lampung Post, Tribun Jogja, Pelita, Harian Bhirawa, Medan Bisnis, Bangka Pos, Barometer, Harian Global, Joglo Semar, Malioboro Ekpress, Koran Pak Oles, Meteor, Praba, Pewarta Indonesia, Kabar Indonesia, Kompasiana, Koran Jakarta, Banjarmasin Post, Batam Post, Bangkapos, Padang Ekspres, Kaltim Post, dsb. Sekarang mulai aktif menyuplai artikel untuk dikirimkan ke surat kabar berbahasa Inggris. Berkat keahlian dalam bidang jurnalistik dan komunikasi massa, ratusan kali diundang secara rutin menjadi narasumber seminar, workshop dan diklat jurnalistik tingkat lokal maupun nasional di berbagai kota di Indonesia. Antara lain pernah diundang menjadi narasumber forum Internasional maupun nasional di lingkungan Markas Besar TNI, Dinas Penerangan TNI AD, Departemen Pendidikan Nasional, UI Jakarta, ISI Surakarta, UGM, UIN Sunan Kalijaga, UNY, UAD, UII, Universitas Diponegoro, Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Teknologi Yogyakarta, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, INSTIPER, STIKES Muhammadiyah Gombang, STIE Surakarta, Gedung Dewan Pers Jakarta, Dinas Pendidikan Pati Jateng, Dinas Pendidikan Kota Pasuruan, Pondok Pesantren Imam Syuhodo Sukoharjo, Dinas Pendidikan Pati, PCNU Bantul,

Perpustakaan Kota Yogya, Kopassus TNI AD Jakarta Timur, KPID DIY, dll. Kerap menjadi narasumber utama diskusi publik yang disiarkan langsung oleh TVRI Yogyakarta, ADI TV, RBTV, Recho Buntung FM, GCD FM, JIZ FM, Rakosa Female Radio, Merapi Indah FM, OVA FM dan sebagainya. Hobi membaca dan mengoleksi berbagai surat kabar di Indonesia sejak tahun 2000 hingga sekarang. Serta gemar menulis dan fotografi. Salah satu hasil bidikannya pernah menjadi nominator terbaik dalam Lomba Foto Wartawan Pekan Olahraga Propinsi (Porprov) DIY 2011. Selain itu juga pernah menjadi Pemenang Utama Lomba Urus Rembug kategori Pariwisata dalam rangka Hari Jadi Kabupaten Sleman ke-88 tahun 2004, Juara I LKT Kemanusiaan HUT PMI ke-60 dan Dies Natalies UIN Sunan Kalijaga Yogya ke-54, juara II Lomba Essay Jogja Education Fair 2005 (JEF '05), Juara I LKTM menulis di media massa kategori Opini se-UIN Sunan Kalijaga (2005/2006), Juara III LKTM menulis di media massa kategori Puisi se-UIN Sunan Kalijaga (2005/2006), Juara Harapan III LKTI dalam rangka Dies Natalies ke-53 UIN Sunan Kalijaga Yogya 2004 yang diikuti mahasiswa S1/S2 dan menjadi mahasiswa terproduktif menulis di media massa cetak di lingkungan UNY dan UIN Sunan Kalijaga Yogya (2005/2006). Saat ini menjabat sebagai Sekretris Persatuan Pewarta Warga Indonesia (PPWI) Pusat, turut pula mendeklarasikan berdirinya PPWI 11 November 2007 di Jakarta. Pernah diundang menjadi Dewan Juri Lomba Nasional Menulis Surat Buat Presiden RI 2009, Dewan Juri Lomba Menulis Artikel Tentang Hubungan RI-Maroko 2011, Dewan Juri Lomba Menulis Puisi Hari Valentine 2008, dan Dewan Juri Menulis Artikel tentang Kriteria Capres RI serta Anggota DPR RI 2014, Dewan Juri Lomba Menulis Artikel Nasional 2018, Dewan Juri KPID DIY Award 2017, dan sebagainya. Telah menulis 12 buku yang sudah diterbitkan antara lain: "Pengantar Jurnalisme Konvergentif" (2020), "Masa Depan Indonesia, Bangkit atau Bangkrut! Prisma Pemikiran Progresif di Berbagai Surat Kabar" (2018), "Rahasia Opini Termuat di Koran, Refleksi Pengalaman Pribadi Menulis di Berbagai Surat Kabar Lokal dan Nasional" (2018), "Eksplorasi Pekerja Media di Era Konvergensi Media dalam Menegakkan Kedaulatan Komunikasi" (2014), "Berburu Honor Dengan Artikel, Tip dan Strategi Menangguk Rupiah" (2012), "Jadi Penulis Anda Modal Dengkul" (2008), "Imperium Tikus-Tikus (Al-Exa)" (2008), "Hai Bumiku Surgaku" (2009) dan

“Booming Profesi Pewarta Warga, Wartawan&Penulis” (2009), “Indonesia-Maroko: Lebih Dari Persahabatan” (editor, 2012) dan “70 Tahun Perjalanan Hidup Mang Ucup (versi Bahasa Indonesia dan Inggris)” (2012) dll. Hasil-hasil penelitiannya dalam bidang komunikasi dan masalah sosial sudah diterbitkan dalam 22 jurnal dan prosiding yang dipresentasikan pada forum ilmiah nasional dan Internasional. Merampungkan pendidikan dasar di kampung kelahiran yakni SD Muhammadiyah Ngijon III Sragan. Kemudian menamatkan bangku SMP Muhammadiyah Gedongan dengan selalu menyanggah predikat peringkat 1. Melanjutkan pendidikan di SMA N I Minggir Sleman Yogyakarta dan lulus tahun 1999, juga dengan mengantongi predikat ranking 1-3. Lantas melanjutkan Studi Sarjana di Jurusan Pendidikan Matematika FMIPA Universitas Negeri Yogyakarta (IKIP Yogyakarta) dan pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga (IAIN Yogyakarta) lulus dengan IPK: 3,32 pada tahun 2008. Selain itu juga pernah mengenyam pendidikan di Jurusan Jurnalistik Akademi Komunikasi Yogyakarta (AKY) dengan mendapatkan beasiswa dari SKH Kedaulatan Rakyat. Pernah menyanggah beasiswa Supersemar dan beasiswa prestasi. e-mail: *supadiyantostikomyogyakarta@gmail.com* WA/HP: 0819-1076-7633. (\*)



**DR (Cand.) Drs. Ahmad Muntaha, M.Si.**, adalah pernah menjadi Direktur Akademi Komunikasi Indonesia YPK (kini bernama STIKOM Yogyakarta). Tengah merampungkan studi S3 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sebelas Maret (UNS). Berbagai hasil penelitian terkait isu komunikasi telah dipublikasikan pada jurnal dan prosiding berskala Internasional dan nasional.